กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษม อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

The Marketing Strategy of Garland Business on the Petchkasem Roadside, Amphor Tha-yang Changwat, Petchburi

พิทักษ์ ศิริวงศ์[1], ฐนวงศ์ คนใหญ่[2], กิมลรัตน์ ปัดทะลี[2], สุวรรณรัตน์ รู้จริง[2]
Pitak Siriwong[1], Tanawong Konyai[2], Pimolrat Padtasri[2], Suwannarat Roojing[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษม อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ และสังเกต ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 10 คน ได้แก่ เจ้าของร้านขายพวงมาลัย ลูกจ้างประจำร้าน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 4P รูปแบบสินค้าเป็นแบบดั้งเดิมโดยเรียนรู้จากการเคยเป็นลูกจ้างร้านขายพวงมาลัยในตลาดมาก่อน กลยุทธ์การตั้งราคาใช้การตั้งราคาเฉลี่ยจากต้นทุนที่ผันแปร ด้านสถานที่ผู้ขายได้สร้างเป็นร้านค้าขนาดเล็กตามพื้นที่ที่มีอย่างจำกัดบริเวณริมถนนเพชรเกษมซึ่งเป็นเส้นทางหลักไปสู่ภาคใต้ กลยุทธ์การส่งเสริมการขายร้านค้าส่วนใหญ่ใช้วิธีการ ลดราคา ให้ของแถม และของสมนาคุณแก่ลูกค้า ด้านปัญหาและอุปสรรค พบว่ามีปัญหาเรื่องความสะดวกของสถานที่จอดรถ และการขยายถนนทำให้ยอดขายลดลง ปัญหาเรื่องดอกไม้ราคาแพงในบางฤดูกาล และปัญหาเรื่องลูกจ้างสำหรับผลัดเปลี่ยนในการขายพวงมาลัยตลอด 24 ชั่วโมง

คำสำคัญ : ผู้ประกอบการ, กลยุทธ์ทางการตลาด, ร้านขายพวงมาลัย

Abstract

The Objectives of this research were to study marketing strategy included problems and obstacles of the Garland Business on roadside Petchkasem Road, Amphor Tha Yang, Changwat Petchburi. This study used the qualitative approach. 10 Participants were interviewed included entrepreneur and employees. The results showed that entrepreneur used marketing mix factors (4P) with conservative model by studied from the ex-employers. Pricing used the average price strategy based on variable cost. Place strategy used a small shop with a limited area along the main Road to the south. Promotion

[1] อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
Professor, The Faculty of Management Science, Silpakorn University Phetchaburi IT Campus
[2] นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
Student of Program in Marketing, The Faculty of Management Science, Silpakorn University Phetchaburi IT Campus

Strategy offered discounts and free gift. The problems were inconvenient of parking area and expanding road that can made the circulation down. Another problem was fluctuated price of flower in some seasons and employee who will workffonffshiftff24ffhours.

Key words: Entrepreneur Marketing strategy, Garland shop

บทนำ (Introduction)

การเติบโตของธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดย่อมมีบทบาทต่อการจ้างแรงงานซึ่งทำให้เกิดความสมดุลทางด้านรายได้ให้กับสังคม ธุรกิจขนาดย่อมเหล่านี้ต่างมีวิธีการสร้างศักยภาพให้กับตนเองสามารถนำไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ได้ (กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ 2547 : 73-74) ธุรกิจริมทางก็เป็นธุรกิจขนาดย่อมถึงขนาดเล็กที่มีการจำหน่ายสินค้าทั้งที่ผลิตเองและรวบรวมจากที่ต่างๆ มาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคซึ่งนอกจากจะเป็นธุรกิจอิสระแล้วยังสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน (เขมจิรา เหสุขสวัสดิ์ 2552: 4-5) ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดมีส่วนสำคัญกับธุรกิจขนาดย่อมเช่นกันธุรกิจริมทางมีกลยุทธ์ที่แตกต่างไปจากธุรกิจขนาดใหญ่เพราะเงินทุนที่จำกัดจึงเลือกใช้กลยุทธ์การเลือกตลาดส่วนเดียว เพื่อให้ธุรกิจมีกำไรสูงสุดภายใต้ต้นทุนที่มีจำกัด กลยุทธ์นี้จะช่วยให้ธุรกิจขนาดย่อมอย่างธุรกิจริมทางสามารถพัฒนาความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้(กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ 2547: 76-77) จากผลการวิจัย เรื่อง ผลวัตเศรษฐกิจริมทาง พบว่าการค้าขายริมทางเป็นอาชีพที่มีมานาน ผู้ที่ประกอบธุรกิจค้าขายริมทางนี้จะเป็นผู้ค้าที่เป็นเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าด้วยตนเอง และเป็นผู้ค้าที่ซื้อสินค้ามาขายต่อมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของสถานที่จำหน่าย กระบวนการจัดหาสินค้า ช่องทางจำหน่ายสินค้า วิธีการจำหน่าย การตั้งราคา ในแต่ละช่วงเวลาเปลี่ยนแปลงตามกลไกราคาตลาดตามภาวะเศรษฐกิจและผลผลิตการเกษตรในแต่ละปี

อำนาจ ธีระวนิช (2549: 30) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า เป็นบุคคลที่จัดตั้งธุรกิจใหม่ โดยเผชิญกับความเสี่ยง และความไม่แน่นอนทางธุรกิจ เพื่อหาผลกำไรและการเติบโตจากโอกาสในการประกอบการ นอกจากนี้ ยังได้ให้ความหมายของคำว่าการประกอบการ คือกระบวนการแบบพลวัตในการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มพูนความมั่งคั่ง ซึ่งความมั่งคั่งนี้เกิดจากบุคคลผู้ซึ่งยอมรับความเสี่ยงในทุนส่วนของเจ้าของ เวลา หรือ อาชีพของตนเองเพื่อสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยผลิตภัณฑ์หรือบริการอาจเป็นของใหม่มีเอกลักษณ์หรือไม่ก็ได้ แต่คุณค่าต้องถูกสร้างขึ้นจากทักษะและทรัพยากรที่จำเป็นของผู้ประกอบการ (อำนาจ ธีระวนิช 2549: 2)

จากการวิจัยของ เขมจิรา เหสุขสวัสดิ์ (2552) เรื่องพลวัตเศรษฐกิจริมทาง ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ปัญหาที่พบคือการขาดการรวมกลุ่มปัญหาเรื่องของการกำหนดราคาสินค้าร่วมกันที่ไม่สามารถทำได้เพราะส่วนใหญ่ผู้ค้ามักตั้งราคาเองโดยไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อตกลงราคาขายกัน ทำให้มีการตั้งราคาที่แตกต่างกัน ผู้ขายบางรายมีการเอาเปรียบผู้ซื้อ เช่น การนำสินค้าที่คุณภาพไม่ดีปนเข้าไปกับสินค้าที่ขาย หรือขายสินค้าไม่ครบตามจำนวนที่แจ้งไว้ภาครัฐควรพัฒนาสถานที่ให้เป็นแหล่งรวมสินค้าในชุมชนและนอกชุมชน โดยเป็นจุดพักรถทั้งขาขึ้นและขาลง มีที่นั่งพักผ่อน ทำให้ไม่เกิดอุบัติเหตุ รวมทั้งสามารถควบคุมมาตรฐานด้านราคาและคุณภาพของสินค้าเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

ปณิธี สุขสมบูรณ์ (2545)ศึกษาเรื่องเครือข่ายทางสังคมและการแสวงหาทางเลือกของแม่ค้าหาบเร่ แผงลอย: กรณีศึกษาแม่ค้าหาบแร่ แผงลอยชาวอีสานที่อาศัยอยู่ในชุมชนนางเลิ้ง มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ถึงชีวิตของผู้หญิงย้ายถิ่นจากชนบทเข้าสู่เมืองที่ประกอบอาชีพค้าขายหาบเร่ แผงลอยในภาคเศรษฐกิจที่ไม่เป็นทางการว่าผู้หญิงดำรงชีวิตอยู่ได้

อย่างไรในสังคมเมือง ผู้หญิงที่ประกอบอาชีพค้าขายหาบเร่ แผงลอยปรับเปลี่ยน จัดการกับบทบาทในครอบครัวและบทบาททางเศรษฐกิจอย่างไร และศึกษาว่าถึงเครือข่ายทางสังคมของแม่ค้าหาบเร่โดยเครือข่ายทางสังคมที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของแม่ค้าหาบเร่ แผงลอยคือ เครือญาติและญาติเสมือน เครือข่ายค้าขายหาบเร่ แผงลอย และเครือข่ายเงินกู้ แชร์ และการพนันซึ่งเครือข่ายทั้ง 3 มีลักษณะซ้อนทับกัน แต่ผู้ศึกษาได้แยกประเภทเพื่อการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม เช่น ญาติ พี่น้อง เพื่อนห้องเช่าหรือคนรู้จักเพียงผิวเผินนั้นมีส่วนช่วยชักชวนให้ผู้หญิงเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานในกรุงเทพ สนับสนุนให้ผู้หญิงเลือกประกอบอาชีพค้าขายหาบเร่ แผงลอย และยังมีส่วนแนะนำทางเลือก การปรับตัวต่างๆ เมื่อผู้หญิงต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคในการค้าขาย ตลอดจนการดำรงชีวิตประจำวันของแม่ค้าไม่ว่าจะเป็นการมาเช่าห้องเช่าอยู่อาศัยในชุมชนนางเลิ้ง การกู้เงิน เล่นแชร์ หรือการหยิบยืมเงินมาไว้ใช้จ่ายในยามจำเป็นล้วนต้องพึ่งพาอาศัยเครือข่ายทางสังคม

นอกจากนี้ยังมี ร้านขายของปลีกประเภทร้านค้าริมทางเท้าและริมถนนต่างๆอีก ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่เคยสัญจรและเดินทางโดยที่เป็นทางยานพาหนะต่างๆ หรือด้วยวิธีอื่นๆ นั้น คงเคยเห็นหรืออาจแวะชมเพื่อเลือกซื้อสินค้ากับร้านค้าปลีกประเภทริมทางเท้าและริมถนนต่างๆ มาบ้าง ซึ่งเส้นทางที่มีการประกอบธุรกิจธุรกิจแผงลอยมากแห่งหนึ่งคือ ธุรกิจขายพวงมาลัย บริเวณริมถนนเพชรเกษม อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งถนนเพชรเกษมสายนี้ถือเป็นเส้นทางที่เดินทางสู่ภาคใต้และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ หลายแห่งทำให้การขายพวงมาลัยเติบโต ในทางนี้จึงเป็นพื้นที่ในการประกอบการอาชีพที่สำคัญอีกเส้นทางหนึ่งประกอบกับเป็นบริเวณที่มีการเดินทางอย่างหนาแน่น ลักษณะดังกล่าวจึงเอื้อประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพของกลุ่มชาวบ้านบริเวณ อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี จากที่กล่าวมาทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาเรื่องราวกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษม อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจขายพวงมาลัย โดยเลือกศึกษาพื้นที่ริมถนนเพชรเกษม อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีร้านขายพวงมาลัยเป็นจำนวนมาก จึงเป็นโอกาสที่ทำให้สามารถเข้าใจถึงกลยุทธ์การขายพวงมาลัยริมทางได้ดีขึ้น ผลการศึกษาสามารถนำมาปรับปรุงการดำเนินกิจการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการจำ หน่ายพวงเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของพ่อค้าแม่ค้าริมทาง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษม อำเภอท่ายางยจังหวัดเพชรบุรี

2. เพื่อศึกษาถึงปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษม อำเภอท่ายางยจังหวัดเพชรบุรี

วิธีการศึกษา

การเลือกพื้นที่และประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ค้าขายพวงมาลัย ริมถนนเพชรเกษม จำนวน 50 ร้านค้า ลูกค้าผู้ซื้อพวงมาลัย ริมถนนเพชรเกษม อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวมรวบข้อมูลได้ดำเนินการตามขั้นตอนและกระบวนการของการวิจัยดังนี้

1. แหล่งข้อมูลเอกสาร (Documentary research)

2. แหล่งข้อมูลภาคสนาม (Field research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้มีการศึกษาเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีต่างๆ

1. การสังเกต (Observation)ใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมff(Non-ParticipantllObservation)

2. การสัมภาษณ์ (Interview)ใช้วิธีการสัม

ภาษณ์ระดับลึกเป็นการสนทนาเพื่อให้ได้ข้อมูลของธุรกิจการขายพวงมาลัยที่เป็นประโยชน์นำไปสู่ข้อมูลหลักและข้อมูลอื่นๆ ในเรื่องของธุรกิจขายพวงมาลัย โดยผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ค้าขายพวงมาลัยจำนวน10[[คน

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบหลายทางดังนี้

1. การตรวจสอบโดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodology Triangulation) ที่หลากหลาย ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. การตรวจสอบข้อมูลที่ได้ (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้หลาย ๆ ครั้ง โดยใช้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักเดียวกันแต่ต่างเวลา สถานที่ และบุคคลแล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยันกัน

3. การตรวจสอบเชิงทฤษฎีหรือแนวคิด (Theory Triangulation) เป็นการใช้ทฤษฎีหลาย ๆ ทฤษฎีมาเป็นแนวทางในการอภิปรายข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย ซึ่งอาจจะสอดคล้องหรือขัดแย้งกันก็ได้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในแต่ละครั้งให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ดีมีอุปกรณ์และการเตรียมความพร้อมก่อนลงพื้นที่ ดังนี้

1. ผู้วิจัยเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ บทสอบถามข้อมูลให้มีความพร้อมที่สุดก่อนลงพื้นที่

2. เครื่องบันทึกเสียงเป็นอุปกรณ์บันทึกเสียงของ ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เป็นผลการวิจัย

3. กล้องถ่ายรูปใช้เก็บภาพสถานที่จำหน่ายจริง

4. สมุดจดบันทึกและปากกาเพื่อใช้ในการจดบันทึกข้อมูล

5. ยานพาหนะที่ใช้เดินทางเป็นสิ่งสำคัญในการลงพื้นที่ภาคสนาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้]]ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์มาประมวลผลข้อมูลและขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากแนวคำถามที่ทำการสัมภาษณ์และการถอดเทปบันทึกเสียง

2. นำข้อมูลที่ได้มาสรุปเป็นประเด็นสำคัญตามการศึกษา

3. เรียบเรียงข้อมูลต่างๆ และหาข้อมูลเพิ่มเติม และเขียนเชิงพรรณนาวิเคราะห์ และจากนั้นปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้เขียนการเขียนพรรณนาถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

4. นำข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษามาแก้ไข

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษม อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก มีการใช้การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และการสังเกต โดยมีวัตถุประสงค์ ศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนิน ธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษมyอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี และปัญหาอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษมoอำเภอท่ายางoจังหวัดเพชรบุรี

จากการศึกษาพบว่า[[การดำเนินธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษมlaเป็นธุรกิจที่ช่วยเสริมสร้างรายได้ให้ผู้ค้าริมถนนแห่งนี้มานานกว่าII20kปี ในปัจจุบันอาชีพค้าขายพวงมาลัยริมถนนlอำเภอท่ายางได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากkkและมีรูปแบบวิธีการขายที่แตกต่างไปจากเดิม โดยอำเภอท่ายางเป็นอำเภอขึ้นชื่อเรื่องการขายพวงมาลัยตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งการคมนาคมเอื้ออำนวยเป็นเส้นทางผ่านมีสถานที่ท่องเที่ยวและการขนส่งทางรถยนต์ที่หลากหลายประเภทIIจาก

การที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์แม่ค้าที่ประกอบการขายพวงมาลัยพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษมpปัจจุบันร้านค้าพวงมาลัยมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเริ่มกิจการและการขยายสาขาทำให้มีการแข่งขันในการขายเพิ่มสูงขึ้นในแต่ละร้านจึงเริ่มใช้กลยุทธ์ต่างๆ ออกมาเพื่อแย่งลูกค้าและทำยอดขายในรูปแบบต่างๆ

สินค้า รูปแบบของพวงมาลัยที่มีการร้อยสืบต่อมาจากเจ้าของร้านค้าพวงมาลัยริมถนนที่เคยไปรับจ้างขายพวงมาลัยในตลาดจดจำวิธีการร้อยทำให้สามารถทำพวงมาลัยเป็นด้วยตนเอง หลังจากนั้นจึงออกมาเปิดกิจการเป็นของตนเองและสอนลูกจ้างในร้านของตนให้ร้อยพวงมาลัยตามแบบที่ได้จดจำมา แบบพวงมาลัยยังคงเป็นแบบเดิม เพียงแต่เปลี่ยนดอกไม้ที่นำมาร้อยขายพวงมาลัยเป็นดอกกุหลาบแทนดอกจำปี เพราะทำให้มีความสวยงามและโดดเด่นกว่าทำให้พวงมาลัยมีรูปแบบเป็นพุ่มสวยงามกว่าใช้ดอกจำปีที่มีขนาดเล็ก รูปแบบต่างๆ ของพวงมาลัยมีอ2pแบบ รูปแบบสองชาย และสามชาย ซึ่งเมื่อนำมาร้อยจะได้ 3 ขนาด รูปแบบเล็กและกลาง เป็นแบบสองชายและสามชาย รูปแบบขนาดใหญ่เป็นแบบสามชายใช้รูปแบบเดียวในการร้อย สำหรับลูกค้าที่ซื้อพวงมาลัยขนาดใหญ่ เป็นรถประเภทขนส่งสินค้าและรถโดยสารประจำทาง ดอกไม้ที่นำมาจัดทำพวงมาลัยได้แก่ กุหลาบ มะลิที่มีกลิ่นหอมและความสวยงามของสีสัน]]]ดอกรักเป็นองค์ประกอบให้พวงมาลัยมีดอกไม้ที่หลากหลายเพิ่มความสวยงาม ดอกดาวเรืองที่มีความหมายแสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง ฤดูกาลต่างๆ ส่งผลกระทบ ทำให้ดอกไม้เกิดความขาดแคลนในตลาด[[[[[ส่งผลให้ราคาดอกไม้สูงขึ้นเกือบเท่าตัว]]]ทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนเพิ่มขึ้นจากเดิมส่งผลให้จำนวนดอกไม้ที่นำมาทำพวงมาลัยลดจำนวนลงเพียงเล็กน้อยและเปลี่ยนแปลงประเภทดอกไม้บางชนิดเพื่อให้พวงมาลัยมีความสวยงามเหมือนเดิม เนื่องจากดอกไม้คือวัตถุดิบหลักในการทำพวงมาลัย

ราคา ผู้ขายมีการตั้งราคาพวงมาลัยแตกต่างกันตามรูปแบบของพวงมาลัย ต้นทุนในการทำพวงมาลัยนั้นผู้ขายใช้วิธีการคิดต้นทุนถัวเฉลี่ย เนื่องมาจากต้นทุนของดอกไม้แต่ละประเภทมีทั้งราคาสูงและราคาต่ำแตกต่างกันไปตามแต่ละชนิด ในบางช่วงดอกไม้มีราคาสูงขึ้น เนื่องมาจากดอกไม้บางชนิดไม่ออกดอก ทำให้ดอกไม้ขาดตลาดส่งผลราคาดอกไม้สูงขึ้นมาก เช่น ดอกมะลิ ปกติมีราคา 600 บาท เป็น บางช่วงขึ้นราคาถึง 1, 200 บาท ทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น ทำให้ต้องใช้การคิดต้นทุนแบบถัวเฉลี่ยกันในแต่ละพวง และร้านขายพวงมาลัยได้ร่วมมือกัน เพื่อป้องกันการตัดราคาโดยใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบราคาเดียวกันทุกร้าน โดยพวงขนาดเล็กตั้งราคาขาย 5 บาทต่อพวง พวงขนาดกลางสองชายราคาขาย 10 บาทต่อพวง พวงขนาดกลางสามชายราคาขาย 20 บาทต่อพวง และพวงขนาดใหญ่ราคา 25-30 บาท

การส่งเสริมการขาย ลูกค้าหลักเป็นลูกค้าที่ซื้อเป็นประจำเพื่อไปบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในรถยนต์และถวายหิ้งพระในช่วงวันพระและเทศกาล มีจำนวนการซื้อในแต่ละครั้งเท่าๆ กัน และรูปแบบที่เหมือนกัน แต่ละร้านที่มีการขายพวงมาลัยมานานจึงใช้วิธีการจดจำรูปแบบและปริมาณการซื้อแต่ละครั้งของลูกค้าประจำ รวมทั้งการแต่งตัวของผู้ขายที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า เช่น สายเดี่ยว กางเกงขาสั้น เป็นต้น เพื่อให้เลือกร้านที่ซื้อพวงมาลัยแต่ละครั้ง ในช่วงเทศกาลมีของสมนาคุณให้กับลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าประจำเพื่อเป็นการขอบคุณลูกค้า เมื่อลูกค้าซื้อพวงมาลัยขนาดใหญ่จะมีการแถมพวงมาลัยขนาดเล็ก และลดราคาเมื่อซื้อเป็นจำนวนมาก เช่นซื้อ 3 พวงเล็ก ราคา 60 บาท ลดเหลือ 50 บาท ในบางครั้งผู้ขายได้มีการขายบริการทางเพศแบบแฝงเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย

สถานที่ ลักษณะของร้านแต่ละร้านเป็นเพิงขนาดเล็กมีผ้าใบเป็นที่กำบังแดดและฝนเพื่อให้ง่ายในการตั้งร้านค้าในบริเวณริมถนนที่มีพื้นที่จำกัดลงหลังจากเส้นทางได้มีการปรับปรุงถนนจากเดิมที่มี 2 ช่องทางเดินรถเป็น 4 ช่องทาง ทำให้ร้านค้าต้องย้ายเข้าไป

ตั้งใกล้บริเวณหน้าบ้านของผู้ที่อาศัยอยู่บริเวณริมถนนมากขึ้น ทำให้ต้องเสียค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นเป็นรายเดือน ทำเลที่ตั้งในบริเวณนี้เป็นบริเวณริมถนนที่มีรถยนต์สัญจรผ่านไปมาตลอดทั้งวัน ทำให้ขายพวงมาลัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำเลในการตั้งร้านค้าพวงมาลัย ที่สามารถทำยอดขายและกำไรได้สูงในทุกๆ ช่วง คือฝั่งขาลงไปภาคใต้ เป็นฝั่งที่มีรถยนต์สัญจรผ่านมากที่สุด ทั้งรถขนส่งสินค้าประเภทต่างๆ รถส่วนบุคคลที่เดินทางเพื่อไปท่องเที่ยว และรถโดยสารประจำทาง ในช่วงเวลากลางคืนเป็นช่วงที่ขายดีที่สุดเนื่องมาจากรถประเภทขนส่งสินค้าเดินทางมากในช่วงนี้ ซึ่งมีจำนวนมากกว่ารถส่วนบุคคลที่เดินทางไปท่องเที่ยวและรถโดยสารประจำทาง การตกแต่งร้านด้วยไฟนีออน สีสันต่าง ๆ เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละร้าน ทำให้ลูกค้าที่ซื้อเป็นประจำสามารถจดจำร้านค้าได้ และสีของไฟบางสียังบ่งบอกถึงการทำธุรกิจแอบแฝงอีกด้วย

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจขายพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษม อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

บริเวณการตั้งร้านค้าริมทางที่มีเกาะกลางถนนและการขยายช่องทางเดินรถที่เพิ่มขึ้น ทำให้ทำเลการขายที่ดีมีจำนวนน้อยลง จากในอดีตที่ตั้งร้านค้าในบริเวณใดก็สามารถขายของได้ดีมีกำไรสูง เมื่อมีการเพิ่มช่องทางเดินรถทำให้เส้นทางเปลี่ยนแปลงไป เส้นทางฝั่งลงใต้จึงเป็นทำเลที่ดีที่สุดเกือบตลอดทั้งสายเพียงฝั่งเดียว ส่งผลให้ร้านค้าแต่ละร้านมียอดขายและกำไรที่แตกต่างกัน บางร้านจากที่เคยมียอดขาย แต่ปัจจุบันยอดขายตำลง การขยายถนนทำให้ลูกค้ามีพื้นที่จอดรถได้น้อย และไม่สะดวก ทำให้การซื้อแต่ละครั้งน้อยลง

การขาดแคลนหรือไม่มีผลผลิตในบางฤดูกาลส่งผลต่อราคาดอกไม้ ทำราคาดอกไม้ที่เป็นต้นทุนในการทำพวงมาลัยมีราคาที่สูงขึ้น เพราะดอกไม้บางชนิดไม่ออกดอก และส่งผลให้ต้องซื้อดอกไม้จากผู้จำหน่ายดอกไม้ที่รับดอกไม้จากคลองตลาดมาจำหน่ายต่อจึงทำให้มีต้นทุนสูงขึ้นทำให้ผู้ประกอบการมีกำไรน้อยลง

จำนวนลูกจ้างหายากขึ้นเนื่องมาจาก ลูกจ้างที่ร้านแยกตัวออกมาตั้งร้านเป็นของตนเองทำให้จำนวนลูกจ้างที่จำเป็นต้องผลัดเปลี่ยนช่วงเวลาให้ร้านค้าสามารถปิดทำการได้ตลอดเวลาเพื่อทำยอดขายในแต่ละวันมีน้อยลง

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าธุรกิจขายพวงมาลัยริมทางทำมานานกว่า 20 ปี มีจำนวนร้านค้าที่เพิ่มขึ้นจากเดิมทำให้มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น กลยุทธ์จึงเป็นตัวช่วยในการขายให้แต่ละร้านมียอดขายและกำไรที่สามารถอยู่ได้ ตัวสินค้ามีรูปแบบการทำที่ได้มาจากการเรียนรู้โดยเป็นลูกจ้างที่ร้านขายพวงมาลัยในตลาดสดก่อนที่จะมาเปิดกิจการเป็นของตนเองและสอนให้กับลูกจ้างแต่ละรายต่อๆ กันมา รูปแบบพวงมาลัยเป็นแบบดั้งเดิมเพียงแต่มีการปรับเปลี่ยนดอกไม้บางชนิดเพื่อให้พวงมาลัยมีความสวยงาม ราคาขายเป็นราคาที่คิดจากต้นทุนเฉลี่ยของดอกไม้ที่ซื้อมาแต่ละชนิดรวมทั้งฤดูกาลที่ทำให้ต้นทุนและกำไรต่อพวงไม่เท่ากัน ขนาดร้านเป็นร้านขนาดเล็กเพื่อให้สะดวกแก่การตั้งร้านเนื่องมาจากพื้นที่ที่ตั้งร้านอยู่บริเวณริมถนนและตรงกับบริเวณหน้าบ้านของผู้อาศัยอยู่บริเวณนั้นเพื่อไม่ให้บดบังตัวบ้านการตั้งร้านค้าบริเวณริมถนนมีความสะดวกในเรื่องของช่องทางจัดจำหน่ายที่สามารถเปิดขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง การส่งเสริมการขาย ใช้วิธีการจดจำรูปแบบและปริมาณการซื้อแต่ละครั้งของลูกค้าที่ซื้อเป็นประจำ รวมทั้งการแต่งตัวของผู้ขายที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เลือกร้านเพื่อซื้อพวงมาลัยแต่ละครั้ง ในช่วงเทศกาลมีของสมนาคุณให้กับลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าประจำเพื่อเป็นการขอบคุณลูกค้า เมื่อลูกค้าซื้อพวงมาลัยขนาดใหญ่จะมีการแถมพวงมาลัยขนาดเล็ก และลดราคาเมื่อซื้อเป็นจำนวนมาก

อภิปรายผลการศึกษา

1. กลยุทธ์การขายพวงมาลัยริมทางของ แต่ละร้านนอกจากการใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 4

P's ให้มียอดขายที่สูง ในขณะที่มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น การขายพวงมาลัยเพียงอย่างเดียวไม่ช่วยให้มียอดขายและกำไรสูงขึ้นเท่ากับอดีต ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าพวงมาลัยริมถนนเพชรเกษมได้เริ่มทำธุรกิจการขายบริการทางเพศแบบแอบแฝงเพื่อเพิ่มรายได้ นี้จากการศึกษาพบว่าผู้ขายบริการทางเพศแบบแอบแฝงบางคนมีอายุต่ำกว่า 18 ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบจึงควรเข้ามาดูแลการกระทำที่ผิดกฎหมายอย่างใกล้ชิด

2. อุปสรรคในเรื่องของการขยายถนนส่งผลให้พื้นที่ในการขายลดลงเนื่องมาจากการทำเส้นทางใหม่บริเวณนั้น ทำให้ต้องเสียค่าเช่าพื้นที่ซึ่งกลายเป็นอีกต้นทุนหนึ่ง ผู้ประกอบการจึงควรเจรจาต่อรองราคาเช่าพื้นที่กับเจ้าของที่ดินเพื่อให้มีต้นทุนที่ลดลงได้ ซึ่งส่งผลดีต่อการประกอบการเนื่องจากได้กำไรเพิ่มขึ้น

3. ในบางฤดูดอกไม้ขาดแคลนตลาดเนื่องมาจากไม่ออกดอก ทำให้ราคาดอกไม้ที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการทำพวงมาลัย มีราคาสูงขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงต้นทุนที่สูงขึ้นผู้ประกอบการควรใช้วิธีนำวัตถุดิบอื่นมาทดแทน 1) เปลี่ยนแปลงชนิดดอกไม้ที่นำมาใช้ 2) ลดจำนวนดอกไม้ที่ใช้ร้อยมาลัย 3) หาวิธีเก็บถนอมสินค้าและวัตถุดิบให้มีการใช้งานนานขึ้น 4) เปลี่ยนจากดอกไม้จริงเป็นดอกไม้ประดิษฐ์บางชนิด เช่น ดอกรัก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอจากการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าการประกอบธุรกิจการขายพวงมาลัยในอำเภอท่ายางมีร้านค้าที่ประกอบธุรกิจในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นและอีกทั้งทำเลที่ตั้งติดถนนเพชรเกษมซึ่งเป็นถนนสายสำคัญไปสู่ภาคใต้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการประกอบการดังต่อไปนี้

1.1. ควรมีการเพิ่มเติมช่องทางการสื่อสารกับสนับสนุนซึ่งกันและกัน ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการแจกเอกสารประชาสัมพันธ์ร้านค้าของตนเองเพื่อสร้างการจดจำให้ลูกค้ามากขึ้น

1.2. ควรมีการเพิ่มความปลอดภัยในการขายตอนกลางคืน จากรถยนต์ที่วิ่งเพื่อความปลอดภัยของผู้ขาย เนื่องจากต้องขายติดกับถนนซึ่งรถยนต์วิ่งผ่านตลอดเวลา

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เห็นประเด็นสำคัญอันจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาในครั้งต่อไปดังนี้

2.1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการร้อยมาลัยที่หลากหลายรูปแบบมากขึ้น เพื่อให้เป็นทางเลือกแก่ลูกค้า

2.2. ควรมุ่งวิเคราะห์และประเมินการส่งเสริมการขาย ของธุรกิจขายพวงมาลัย เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้นกว่าเดิม เป็นการเพิ่มยอดขาย

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี ที่สนับสนุนงบประมาณในการจัดทำวิจัยครั้งนี้รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

เขมจิรา เหมสุขสวัสดิ์. (2552) *พลวัตเศรษฐกิจริมทาง: ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี วิทยานิพนธ์ศิลปาศาสตรมหาบัณฑิต. เพชรบุรี* : มหาวิทยาลัยศิลปากร

อำนาจ ธีระวนิช. (2549) *ผู้ประกอบการ*. พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพฯ :มาเธอร์ บอส แพคเก็จจิ้ง.

กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์. (2547) *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: งานตำราและเอกสารการพิมพ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.

ปณิธี สุขสมบูรณ์ . (2545) *เครือข่ายทางสังคมและการแสวงหาทางเลือกของแม่ค้าหาบเร่แผงลอย : กรณีศึกษาแม่ค้าหาบเร่ แผงลอยชาวอีสานที่อาศัยอยู่ในชุมชนนางเลิ้ง*. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.