

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนแม่ลา กรณีศึกษา ร้านเกษราเบเกอรี่สิงบุรี

Marketing Mix and development approach of product made from Maela Striped snakehead fish. Case study : Kesara Bakery Singburi

จิตพนธ์ ชุมเกต¹, อารีรัตน์ วงษ์เพชร²

Jittapon Chumkate¹, Areerat Wongpetch²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนแม่ลา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหารร้าน ลูกค้า ของร้านเกษราเบเกอรี่ รวมทั้งสิ้น 26 คน ผลการศึกษาพบว่า ร้านเกษราเบเกอรี่เป็นร้านจำหน่ายของฝากที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดสิงบุรี จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนแม่ลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเค้กปลาช่อน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด มีจุดเด่นที่ว่าไม่เคยปิดร้าน มีการฝึกอบรมพนักงานก่อนปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กล่าวคือควรมีรสชาติที่หลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้ยังมีแนวทางการพัฒนาในด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น สถานที่จัดจำหน่าย กระบวนการให้บริการลูกค้า การจัดการเกี่ยวกับพนักงานขาย และการส่งเสริมการตลาดอีกด้วย

คำสำคัญ : ปลาช่อนแม่ลา, ผลิตภัณฑ์แปรรูป, ส่วนประสมการตลาดบริการ

Abstract

This research was a qualitative research. It was aimed to study the marketing mix and offer an approach for Maela snakehead fish processed product development. All the information was collected by an in-depth interview. The principal informants were executive, personnel, and customer of Kedsara Bakery, totally 26 persons. According to the result, it was found that Kedsara Bakery was the largest souvenir and bakery shop in Singburi. They sold processed products made from Maela snakehead fish, especially Maela snakefish cake which was the most popular product. The strong point of Kedsara Bakery was that they offered a 24-hour service and provided a personnel training before an operation. The researcher also proposed an approach for the product development; it could have various tastes to provide an alternative for everyone. Furthermore, additional development approaches were the marketing channel, customer service process, salesperson management, and promotion.

Keywords : Maela Striped snakehead fish, Processed products, Services Marketing Mix

จารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร.086-6442777

Email: stroumphs@hotmail.com

ภาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร.087-6891597

Email: Sunday_puy@hotmail.com

ctor in the Field of Marketing, Faculty of Management Science, Silpakorn University Tel. 086-6442777

Email: stroumphs@hotmail.com

ts in the Field of Marketing, Faculty of Management Science, Silpakorn University Tel. 087-6891597

Sunday_puy@hotmail.com

บทนำ

"ถิ่นวีรชนคนกล้า คู่หล้าพระนอน นามกระฉ่อน
ช่อนแม่ลา เทศกาลกินปลาประจำปี" เป็นคำขวัญประจำ
จังหวัดสิงห์บุรี เมืองแห่งประวัติศาสตร์ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช
ดำรง-ราชานุภาพทรงเล่าถึงเมืองสิงห์ถวายสมเด็จพระเจ้าฟ้า
กรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ในสาส์นสมเด็จพระเจ้า
เป็นใหญ่และเก่ามีป้อมปราการ วั้งวัดมหาธาตุ และสิ่งที
สำคัญ คือ พระนอนจักร-สีห์ มีขนาดใหญ่ยาวกว่าพระนอน
องค์อื่นๆ ในประเทศไทย ทำเป็นแบบพระนอนอินเดียเหมือน
เช่น ถ้ำคูหาภิมุข วัดคูหาภิมุข อำเภอเมืองยะลา เมืองสิงห์
มีชื่อเรียกต่างๆ เช่น เมืองสิงห์ราชาธิ-ราช เมืองสิงห์ราชา
เป็นเมืองตั้งอยู่ริมแม่น้ำจักรสีห์อันเป็นลำน้ำใหญ่ ห่างจาก
แม่น้ำเจ้าพระยา 200 เส้น เพราะแม่น้ำจักรสีห์ขึ้นเนินเมือง
สิงห์จึงกลายเป็นเมืองลบลี แสดงว่า สิงห์บุรีเป็นเมืองที่ยิ่ง
ใหญ่ในประวัติศาสตร์มีอดีตยาวนาน ตามหลักฐานทาง
ประวัติศาสตร์และโบราณคดีพบว่า มีการตั้งถิ่นฐานของ
ชุมชนโบราณมาเป็นเวลานานหลายยุคหลายสมัย ไม่ว่าจะ
เป็น ยุคก่อนประวัติศาสตร์ สมัยทวารวดี สมัยสุโขทัย
สมัยกรุงศรีอยุธยา มีเหตุการณ์ที่สำคัญ คือ วีรชนชาวบ้าน
บางระจัน ปี พ.ศ. 2308 ในสมัยสมเด็จพระเจ้าเอกทัศ พม่า
ได้ตั้งค่ายล้อมกรุงศรีอยุธยาอยู่ ชาวบ้านบางระจันได้รวมตัว
กันต่อสู้กับพม่าที่บ้านบางระจันและสามารถเอาชนะกองทัพ
พม่าได้ถึง 7 ครั้ง กุศล-เยี่ยมอรุณ (2549)

จังหวัดสิงห์บุรีตั้งอยู่ภาคกลางของประเทศไทย
ห่างจากกรุงเทพมหานคร 142 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมด
ประมาณ 822,478 ตารางกิโลเมตร หรือ 514,049 ไร่
ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มและพื้นที่ลูกคลื่น
ลอนตื้น ซึ่งเกิดจากการทับถมของตะกอนริมแม่น้ำ มีแม่น้ำ
ที่สำคัญไหลผ่าน 3 สาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำน้อย
และแม่น้ำลพบุรี นอกจากนี้ยังมีลำน้ำที่สำคัญอื่นๆ คือ ลำ
การ้อง ลำเชียงราก ลำโพธิ์ชัย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งลำ
แม่ลาเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของปลาช่อนแม่ลาที่มีลักษณะที่
แตกต่างจากที่อื่นกล่าวคือ จะมีลักษณะครีบหนูนีสีชมพู หาง
มนเหมือนพัด ตัวอ้วน หัวกลม เนื้อนุ่ม มีมันมาก เหตุที่ปลา
ในลำน้ำแม่ลามีลักษณะพิเศษ เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์
ของแหล่งอาหารตามธรรมชาติ พื้นน้ำปกคลุมด้วยพืชน้ำ
และวัชพืช ทำให้น้ำเย็น เหมาะแก่การอยู่อาศัยของปลา ดิน
ก้นลำน้ำก็เป็นโคลนตมมีอินทรีย์วัตถุปะปนอยู่มาก และยังมี
ความอุดมสมบูรณ์ของแร่ธาตุที่ไหล ปัจจัยต่างๆเหล่านี้จึง
ทำให้ปลาในลำน้ำแม่ลา โดยเฉพาะปลาช่อนมีความ อร่อย
กว่าที่อื่น กุศล-เยี่ยมอรุณ (2549)

เค้กปลาช่อน เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่มีส่วน
ประกอบหลัก คือ ปลาช่อนแม่ลา ของฝากที่มีชื่อเสียงของ
ร้านเกษราเบเกอร์และจังหวัดสิงห์บุรี เป็นการสร้างมูลค่า
เพิ่มให้กับสินค้า เค้กปลาช่อนและร้านเกษราเบเกอร์เป็นที่
รู้จักแก่บุคคลทั่วไปโดยการเข้าร่วมงานเทศกาลกินปลาและ
งานกาชาดจังหวัดสิงห์บุรี ในปี พ.ศ.2539 และได้รับการตอบ
รับจากสื่อต่างๆเป็นจำนวนมาก ลักษณะมาณา วิจารย์ปรีชา
(2553)

จากนั้นก็มีลูกค้าจำนวนมากโทรศัพท์เข้ามาเพื่อ
จะมาซื้อเค้กปลาช่อนเป็นจำนวนมาก ในภายหลังร้านเกษ
ราเบเกอร์ได้มีการคิดค้นขนมที่ทำจากปลาช่อนแม่ลาออกมา
อย่างหลากหลาย อาทิเช่น ไอศกรีมปลาช่อน ข้าวเกรียบปลา
ช่อน ขนมเปียะปลาช่อน ท้องม้วนปลาช่อน คุกกี้ปลาช่อน
 ฯลฯ มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้น เค้กปลาช่อน ของเกษรา เบ
เกอร์ เมืองสิงห์ได้รับความสนใจจากนักธุรกิจชาวออสเตรเลีย
ถึงขนาดขอซื้อสูตรการทำขนมจากเนื้อปลาช่อน ราคาถึง
30 ล้านบาท แต่คุณเกษราปฏิเสธการเจรจาครั้งนั้นอย่างไม่
เสียดายด้วยเหตุผลที่ว่าต้องการให้ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์
ดีๆ ซึ่งประเทศอื่นไม่มี และการต้องการให้เค้กปลาช่อนเป็น
ที่เชิดหน้าชูตาในเมืองสิงห์ แผ่นดินที่ไม่ใช่บ้านเกิดแต่เป็น
แผ่นดินที่มีพระคุณกับครอบครัว "เทพประสิทธิ์" เป็นสินค้า
หนึ่งเดียวในสิงห์บุรีและเมืองไทย เค้กปลาช่อนคือของดีเมือง
สิงห์ต้องอยู่คู่กับเมืองสิงห์ เช่นเดียวกับกับขนมหม้อแกงแม่
กิมไล้ ที่อยู่คู่กับเมืองเพชร ลักษณะมาณา วิจารย์ปรีชา (2553)

ความสำเร็จของร้านเกษราเบเกอร์ที่สามารถสร้าง
แบรนด์ที่แข็งแกร่ง และมีแนวคิดในการทำธุรกิจที่แตกต่าง
แต่ในขณะเดียวกันการแข่งขันทางการตลาดในปัจจุบันถือว่าเป็น
สิ่งที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ ธุรกิจใดมีการทำการ
ตลาดที่ดีย่อมได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นจึงเลือกที่จะ
ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกล่าวคือ การ
วิเคราะห์ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่ง
เสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ บุคลากร ตลอดจน
ด้านหลักฐานทางกายภาพ สามารถทำให้ทราบถึงภาพรวม
ของธุรกิจและนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป
จากปลาช่อนแม่ลา ของร้านเกษราเบเกอร์ เพื่อการพัฒนา
ที่ยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับธุรกิจต่างๆในระดับสากล

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
บริการของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อน แม่ลา ร้านเกษ

ราเบเกอร์ จังหวัดสิงห์บุรี

2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนแม่ลา

วิธีการศึกษา

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหารร้านเกษรเบเกอร์ จำนวน 1 คน พนักงานในร้านจำนวน 5 คน รวมทั้งลูกค้าของร้านเกษรเบเกอร์จำนวน 20 คน รวม 26 คน โดยมีระยะเวลาในการศึกษาวิจัยตั้งแต่วันที่ 1-30 มิถุนายน 2553

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์รายบุคคลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) โดยใช้แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างปลายเปิด (Open-ended Structure Interview)

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) โดยมีการถอดเทปบันทึกเสียง แยกตามประเด็นต่างๆ นำมาพรรณนาตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง รวมทั้งมีการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix : 7P)

ผลการศึกษา

ความเป็นมาของร้านเกษรเบเกอร์

ร้านเกษรเบเกอร์ก่อตั้งขึ้นโดย คุณสุพจน์ และคุณเชวรา เทพประสิทธิ์ การเริ่มต้นของการทำธุรกิจของร้านเกษรเบเกอร์นั้น เริ่มจากร้านเบเกอร์เล็กๆภายในตัวเมืองสิงห์บุรี กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจช่วงแรกนั้น ใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่า "ป่าล้อมเมือง" โดยมีวิธีการคือ การนำเบเกอร์ที่ทำจากร้านออกจำหน่ายไปยังอำเภอต่างๆภายในจังหวัดสิงห์บุรี มีพนักงานขายของร้านไปขายเอง และลักษณะเฉพาะตัวทำให้เป็นที่รู้จักในระดับหนึ่ง จากนั้นจึงได้มาขยายร้านให้ใหญ่ขึ้น ภายหลังมีการคิดค้นนำเอาปลาช่อนแม่ลา ซึ่งเป็นของดีและมีชื่อเสียงของจังหวัดสิงห์บุรีมาผสมผสานกับเบเกอร์เป็นที่รู้จักในนามของเค้กปลาช่อน ส่งผลทำให้ร้านเกษรเบเกอร์และจังหวัดสิงห์บุรีเป็นที่รู้จักเป็นอย่างมาก และได้การตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้า จากนั้นได้ผลิตสินค้าแปรรูปจากปลาช่อนแม่ลาที่มีความหลากหลายมากขึ้น อาทิเช่น ไอศกรีมปลาช่อน ท้องมันปลาช่อน คุกกี้ปลาช่อน ขนมเปียะก้างปลาช่อน เป็นต้น จึงกลายเป็นร้านจำหน่ายของฝากที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดสิงห์บุรี ปัจจุบันร้านเกษรเบเกอร์

มี 2 สาขา สาขาแรกตั้งอยู่ ตรงข้ามวิทยาลัยอาชีวศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี สาขาที่สอง ริมนถนนสายเอเชีย (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 32) ขาเข้า กรุงเทพมหานคร ตรงข้ามวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสิงห์บุรี อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

จากการศึกษาข้อมูลของร้านเกษรเบเกอร์ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix :7P) และเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนแม่ลาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ในท้องตลาดกล่าวคือ ยังไม่มีผู้ใดผลิตในลักษณะนี้มาก่อน ทำให้มีผู้ที่สนใจเป็นจำนวนมาก ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนแม่ลาเป็นการผสมผสานระหว่างเนื้อปลาช่อนที่ดับคาวแล้วกับสูตรขนมหวานต่างๆ เข้าด้วยกันเป็นลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนที่อื่นๆ ทำให้มีการผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนได้เป็นจำนวนมาก ได้แก่ ขนมเค้กปลาช่อน ไอศกรีมปลาช่อน ปลาช่อนทุบ ข้าวเกรียบปลาช่อน ท้องมันปลาช่อน ขนมเปียะก้างปลาช่อน คุกกี้ปลาช่อน กุนเชียงปลาช่อน ปลาช่อนแดดเดียว ส่งผลทำให้ลูกค้ามีผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้ออย่างหลากหลาย รวมทั้งผลิตภัณฑ์ยังได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.) และมาตรฐานในการผลิต (Good Manufacturing Practice:GMP) แต่ในส่วนของเค้กปลาช่อนแม่ลาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุดของร้านเกษรเบเกอร์ พบว่ายังมีเรื่องของรสชาติของเค้กที่มีเพียง 2 รสชาติ คือ รสดั้งเดิม และรสสมุนไพรกระชายดำ เท่านั้น อีกทั้งในส่วนของคุณภาพบรรจุภัณฑ์ต่างๆ มีระยะเวลาในการพัฒนาในแต่ละครั้งใช้เวลานาน แต่บรรจุภัณฑ์มีความคงทนแข็งแรงในระดับหนึ่งและมีการระบุถึงวันอายุ ส่วนผสมอย่างชัดเจน

1.2 ด้านราคา (Price)

ราคาของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนนั้น มีการติดราคา ณ ชั้นวางสินค้าอย่างชัดเจน ราคาไม่สูงมากนัก อีกทั้งยังสามารถที่จะซื้อรวมกันได้กับสินค้าประเภทอื่นๆ ได้ เช่น กล่องละ 35 ถ้าซื้อ 3 กล่อง ซื้อได้ในราคา 100 บาท เป็นต้น เป็นการทำให้ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อได้ง่ายยิ่งขึ้น และได้สินค้าที่หลากหลายไม่ซ้ำแบบ

1.3 ด้านสถานที่ (Place)

ปัจจุบันร้านเกษรเบเกอร์เป็นร้านจำหน่ายของฝากจากจังหวัดสิงห์บุรีที่ใหญ่ที่สุด มี 2 สาขา สาขาที่ 1 อยู่ตรงข้ามวิทยาลัยอาชีวศึกษาสิงห์บุรี ตั้งอยู่ในตัว

เมืองสิงห์บุรี สาขาที่ 2 ตั้งอยู่ตรงข้ามวิทยาลัยเกษตรและ
เทคโนโลยี อยู่ติดกับถนนสายเอเชียเข้ากรุงเทพมหานคร
ทั้งสองสาขามีทำเลที่ตั้งที่กล่าวคือ ลูกค้าสามารถเข้าไปซื้อ
สินค้าได้โดยสะดวกมีที่จอดรถอย่างกว้างขวางสำหรับสาขา
ที่ 2 ทั้งนี้พบว่าลูกค้าที่อยู่ต่างอำเภอจะสามารถซื้อสินค้า
ของร้านเกษราเบเกอรี่ได้จะต้องเดินทางไปซื้อซึ่งก็มีระยะทาง
ที่ไกลพอสมควร

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ในช่วงเริ่มดำเนินธุรกิจร้านเกษราเบเกอรี่นั้น
ทำให้ทางร้านและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนแม่ลารู้จัก
โดยการนำสินค้าไปจัดแสดงสินค้าในงานเทศกาลกินและ
งานกาชาดจังหวัดสิงห์บุรีที่จัดเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีสื่อต่างๆ
ทั้งโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์เป็นจำนวนมากเช่น สถานี
โทรทัศน์ช่อง 3, 5, 9 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, เดลินิวส์, Bangkok
Post เป็นต้น ทำข่าวและสัมภาษณ์คุณเกษราถึงแนวคิดใน
การทำผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนขึ้น ทำให้เป็นที่รู้จัก
อย่างกว้างขวาง การส่งเสริมการตลาดของร้านเกษราเบเก
อรี่พบว่า ไม่ได้ใช้ต้นทุนที่สูงมากนักเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์
ที่มีความโดดเด่นเป็นที่สนใจของบุคคลทั่วไป และช่วงที่เป็น
ที่รู้จักอย่างกว้างขวางแล้ว ก็มีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์
ขนาดใหญ่เพื่อเป็นการตอกย้ำให้กับลูกค้าได้รับรู้ ไม่ว่าจะ
เป็นที่ตั้ง สินค้าที่จัดจำหน่าย มีการติดตั้งข้างถนนสาย
เอเชียทั้งขาเข้าและขาออก กรุงเทพมหานคร รวมทั้งมีการ
ออกรายการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง

1.5 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

เนื่องจากร้านเกษราเบเกอรี่จำหน่ายสินค้าที่
เป็นของฝากของจังหวัดสิงห์บุรี ทำให้ผู้ที่มาท่องเที่ยวหรือเดิน
ทางผ่านจังหวัดสิงห์บุรีต้องการที่จะซื้อของฝากเป็นจำนวน
มาก ทางร้านเกษราเบเกอรี่จึงได้ตอบสนองความต้องการ
ของลูกค้าโดยเปิดร้านทุกวันตั้งแต่ 07.00 น. จนถึง 21.00
น. รวมทั้งยังมีการบริการที่ของพนักงานขาย กล่าวคือ พนักงาน
ทุกคนมีความเป็นกันเองกับลูกค้า คอยแนะนำสินค้า
และให้ความรู้เกี่ยวกับหลักโภชนาการต่างๆ ในการบริโภค
ผลิตภัณฑ์จากปลาช่อน แต่มีข้อจำกัดคือ ร้านเกษราเบเกอรี่
มีพนักงานขายน้อย พนักงานหนึ่งคนจะต้องทำหน้าที่หลาย
อย่างทำให้ดูแลและบริการลูกค้าได้ไม่ทั่วถึงเมื่อมีลูกค้าเข้า
ร้านเป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้ลูกค้าต้องใช้เวลาในการรอ
ชำระเงินหรือรับทราบข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับสินค้าล่าช้า

1.6 ด้านบุคลากร (People)

ร้านเกษราเบเกอรี่เป็นร้านขายของฝากขนาดใหญ่
แต่พบว่าพนักงานขายน้อยมาก สืบเนื่องมาจาก

พนักงานที่จะมาปฏิบัติหน้าที่ได้จะต้องมีความรู้ความเข้าใจใน
ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแตก
ต่างจากที่อื่นๆ ทางร้านจะมีการฝึกอบรมพนักงานขายเป็น
ระยะเวลา 1 เดือน เพื่อเรียนรู้ถึงมารยาท วิธีปฏิบัติตนใน
การให้บริการต่อลูกค้า ถึงจะออกมาปฏิบัติหน้าที่ได้ ซึ่งต้อง
ใช้ความอดทนและความเพียรพยายามในการศึกษาเกี่ยว
กับผลิตภัณฑ์ เป็นอย่างมาก และในแต่ละเดือนนั้นร้านเกษ
ราเบเกอรี่จะมีการประชุมพนักงานขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อรับ
ทราบแนวทางในการบริการลูกค้า หรืออาจเป็นการแนะนำ
ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้พนักงานขายได้รับรู้

1.7 ด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

ร้านเกษราเบเกอรี่ตั้งอยู่ใกล้กับถนนทั้งสอง
สาขา ส่งผลทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายในการเข้า
มาซื้อของฝาก อีกทั้งยังมีที่จอดรถอย่างกว้างขวางมีป้าย
ประชาสัมพันธ์สินค้าต่างๆ หน้าร้านมีรูปปั้นปลาช่อนขนาด
ใหญ่พร้อมน้ำพุทำให้มองดูแล้วสบายตามีเก้าอี้สวยงาม
สำหรับบริการลูกค้านั่งพักผ่อน ปลูกต้นไม้ประดับ มีการ
เปิดเพลงแบบผ่อนคลายเพื่อความเพลิดเพลินในการเลือก
ซื้อสินค้าของลูกค้าอีกด้วย แต่พบพื้นที่บางส่วนของหน้าร้าน
ปล่อยให้พื้นดินว่างเปล่า และรูปปั้นปลาช่อนมีสีจางอาจ
เป็นเพราะทาสีมาเป็นระยะเวลานานแล้ว อีกทั้งป้ายหน้าร้าน
ของสาขา 1 มีลักษณะสีและตัวหนังสือที่จางเช่นเดียวกัน

2. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การศึกษาพบว่าเค้กปลาช่อนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายดี
ที่สุด ดังนั้นควรมีการพัฒนาเรื่องของรสชาติให้มีความหลาก
หลาย เช่น รสวานิลลา รสช็อกโกแลต รสส้ม รสสตอเบ
อรี่ เป็นต้น ด้านบรรจุภัณฑ์ควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอยู่
เสมอ อาจจะทำบรรจุภัณฑ์เป็นรูปปลาช่อนเพื่อความแปลก
ใหม่และดึงดูดใจลูกค้าและมีหลายขนาดให้เลือก หรือจัด
พิมพ์ลดขนาดตามเทศกาลและวันสำคัญต่างๆ ควรมีการเพิ่ม
ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนแม่ลาขึ้นอีก เช่น คุกกี้ปลาช่อน
ขนมปังกรอบปลาช่อน เป็นต้น

อภิปรายผล

การทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารถือว่าเป็นธุรกิจที่มี
ความละเอียดอ่อนมาก ต้องให้ความสำคัญในหลายๆเรื่อง
ไม่ว่าจะเป็น เรื่องคุณภาพในการผลิต บรรจุภัณฑ์ สถานที่
จัดจำหน่าย การบริการ หรือแม้แต่การทำการตลาด ซึ่งม
ีความสอดคล้องกับงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อการ
ตลาดผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547) จัดทำขึ้นโดยมุ่งเน้นในกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการ และการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีคุณภาพ ดังนั้นร้านเกษราเบเกอร์ก็ควรให้ความสำคัญกับสิ่งต่างๆเหล่านี้ด้วยเช่นกัน เนื่องจากร้านเกษราเบเกอร์เป็นร้านที่จำหน่ายของฝากที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดสิงห์บุรี อีกนัยหนึ่งคือ เป็นตัวแทนของจังหวัดสิงห์บุรี

จากผลการศึกษาพบว่า เค้กปลาช่อน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุด แต่มีเพียง 2 รสชาติให้ลูกค้าเลือกซื้อ ดังนั้นควรเพิ่มรสชาติของเค้กปลาช่อนให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รับประทานเค้กเทศทุกวัย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ร้านเกษราเบเกอร์ตั้งอยู่ในตัวเมืองและริมถนนสายเอเชียทำให้นักท่องเที่ยวและผู้เดินทางทั่วไป เข้าไปซื้อสินค้าได้สะดวก แต่ในส่วนผู้ที่เดินทางผ่านในอำเภออื่นๆ และลูกค้าในจังหวัดสิงห์บุรีเอง กลับต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาซื้อสินค้า ทั้งนี้อาจทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อร้านอื่นแทนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด อุดลย์ จาตุรงค์กุล(2545) เรื่องของการประเมินทางเลือกในทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ตามศักยภาพของร้านเกษราเบเกอร์สามารถที่จะเปิดสาขาเพิ่มได้ แต่ในส่วนทัศนคติของคุณเกษราแล้วนั้น อยากจะให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนแม่ลาอยู่คู่กับจังหวัดสิงห์บุรี กล่าวคือถ้าใครอยากรับประทานก็ต้องมาที่สิงห์บุรี หรือจะเป็นการเรื่องเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์แก่ผู้ที่ซื้อไปเป็นของฝาก ดังนั้นควรมีการขยายสาขาย่อย ภายในจังหวัด เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของคุณเกษรา ด้วย เพียงแต่เป็นการเพิ่มสาขาภายในจังหวัดสิงห์บุรีเท่านั้น ไม่ได้ไปจัดจำหน่ายยังจังหวัดอื่นๆ

ส่วนการให้บริการ มีการเปิดให้บริการทุกวันโดยที่ไม่ปิดร้าน ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการมาซื้อสินค้า แต่พบว่าพนักงานขายมีน้อยไม่เพียงพอที่จะให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น ควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้เหมาะสมกับขนาดของร้าน และด้านหลักฐานทางกายภาพทางร้านเกษราเบเกอร์ได้อำนวยความสะดวกสถานที่จอดรถเป็นอย่างดี และในอนาคตจะมีการปรับปรุงร้านด้วยการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้านเพื่อให้ลูกค้ามีความสุขในการเลือกซื้อสินค้า มีภูมิทัศน์หน้าร้านที่สวยงาม พบเพียงบางส่วนที่ปล่อยให้เป็นที่ว่างเปล่า ดังนั้น ควรมีการดูแลและปรับปรุงให้สวยงามอยู่เสมอ

สรุปผล

ร้านเกษราเบเกอร์เดิมเป็นร้านเบเกอร์ขนาดเล็กด้วยความมุ่งมั่นและความตั้งใจของคุณสุพจน์และคุณเกษรา เทพประสิทธิ์ ที่จะทำร้านของตนให้เป็นร้านขายของฝากของจังหวัดสิงห์บุรี รวมทั้งมีปณิธานอันแรงกล้าที่ทำขนมที่มีส่วนผสมของเนื้อปลาช่อนแม่ลาถวายสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารี จึงได้คิดค้นสูตรการทำขนมที่ทำจากปลาช่อนขึ้น มีการลองผิดลองถูกเป็นเวลานานปี จนกระทั่งได้ขนมเค้กปลาช่อน มาเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นแรกของร้านเกษราเบเกอร์ด้วยความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ร้านเกษราเบเกอร์จึงได้รับเชิญจากทางจังหวัดให้ไปจัดแสดงสินค้าในงานเทศกาลกินปลาและงานกาชาดจังหวัดสิงห์บุรี มีสื่อมวลชนต่างๆให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้เค้กปลาช่อนและร้านเกษราเบเกอร์เป็นที่รู้จักต่อสาธารณชน โดยไม่ต้องประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง ภายหลังได้มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากปลาช่อนแม่ลาอีกหลายชนิด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดการตลาดบริการแล้วนั้น พบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะพิเศษกล่าวคือไม่มีกลิ่นคาวของปลาทำให้มีผู้ลอกเลียนแบบได้ยาก รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ได้รับมาตรฐานในการผลิต แต่ในเรื่องของรสชาติและรูปแบบยังไม่หลากหลายมากนัก ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมาก คือ เค้กปลาช่อน ไอศกรีมปลาช่อน ท้องม้วนปลาช่อน และขนมเปียะก้างปลาช่อนตามลำดับ ในด้านราคามีการตั้งราคาที่ไม่สูงจนเกินไปสามารถซื้อผลิตภัณฑ์หลายชนิดรวมกันได้ในราคาเดียวกัน ส่วนด้านสถานที่การจัดจำหน่ายตั้งอยู่ในตัวเมืองและริมถนนสายเอเชียทำให้ลูกค้าทั่วไปเข้าถึงได้สะดวก แต่ในส่วนที่เป็นลูกค้าและผู้เดินทางในอำเภออื่นๆในจังหวัดสิงห์บุรี ต้องเดินทางไกลในการมาซื้อสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านเกษราเบเกอร์ได้นำผลิตภัณฑ์ไปจัดแสดงในงานเทศกาลกินปลาและงานกาชาดจังหวัดสิงห์บุรี เป็นประจำทุกปี รวมทั้งจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ และให้สัมภาษณ์กับสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ในด้านกระบวนการให้บริการ มีจุดเด่นคือไม่ปิดร้านเลย แต่มีปัญหาเรื่องของการให้บริการลูกค้าอย่างจำกัดเมื่อมีลูกค้าเข้ารับบริการในปริมาณมาก ด้านบุคลากรนั้น มีการอบรมพนักงานก่อนออกปฏิบัติหน้าที่ 1 เดือน เนื่องจากพนักงานขายจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี นอกจากนี้ในแต่ละเดือนจะมีการประชุมพนักงานขายอยู่ตลอด ส่งผลทำให้มีจำนวนพนักงานน้อยเพราะส่วนใหญ่ขาดความอดทน ในการเรียนรู้ช่วงการอบรมก่อนปฏิบัติหน้าที่ และด้านหลักฐานทางกายภาพ พบ

ว่ามีการอำนวยความสะดวกที่จอดรถอย่างกว้างขวาง รวมทั้งมีการปั้นรูปปลาช่อนและน้ำพุ มีการเปิดเพลงผ่อนคลายในการเลือกซื้อสินค้า แต่พบว่า ป้ายโฆษณาของสาขา 1 มีภาพและตัวหนังสือที่ไม่ชัดเจน ส่วนรูปปั้นปลาช่อนสาขา 2 มีสีจางและบางส่วนของภูมิทัศน์หน้าร้านพลอยเป็นพื้นที่ว่างเปล่าอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาช่อนแม่ลาดังกล่าวแล้วนั้น ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาในด้านอื่นๆ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ด้านสถานที่จัดจำหน่ายควรขยายสาขาย่อยตามอำเภอต่างๆ อำเภอละหนึ่งสาขาและตามแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเดินทางไกลในการมาซื้อสินค้า

ด้านกระบวนการให้บริการนั้นร้าน เกษราเบเกอร์รี่ ควรเปิด 24 ชั่วโมง โดยแบ่งสัดส่วนพนักงานให้เหมาะสม กล่าวคือ มีพนักงานขายในตอนกลางวันมากกว่าตอนกลางคืน เนื่องจากผู้เดินทางตอนกลางวันมากกว่ากลางคืน ส่วนการทำงานการตลาดนั้น ควรมีการนำสินค้าออกไปจัดแสดงตามงานระดับจังหวัดต่างๆ เพื่อตอกย้ำให้ลูกค้ารับรู้มากยิ่งขึ้น และมีการแจกสินค้าตัวอย่างที่ออกใหม่ตามโอกาสต่างๆ เช่น เทศกาลสงกรานต์ วันขึ้นปีใหม่ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ต่างๆ

ด้านบุคลากรร้านเกษราเบเกอร์รี่ประสบกับปัญหาการลาออกของพนักงานขาย ส่งผลทำให้บริการแก่ลูกค้าไม่ทั่วถึง ดังนั้น ผู้บริหารควรมีมาตรการหรือสิ่งจูงใจพนักงานขายให้ทำงานในระยะเวลาอันยาวนาน มีรางวัลให้กับพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นอย่างดี มีสวัสดิการต่างๆ ให้กับพนักงาน ในด้านภูมิทัศน์รอบๆร้านนั้น ควรมีการปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพิ่มเติม และทำสีรูปปั้นปลาช่อน รวมทั้งจัดทำป้ายหน้าร้านของสาขา 1 ใหม่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้ร้านเกษราเบเกอร์รี่ควรมีโครงการเกี่ยวกับการอนุรักษ์ปลาช่อนแม่ลา ในฐานะเป็นธุรกิจในการนำปลาช่อนแม่ลามาแปรรูปเป็นจำนวนมากหรือมีส่วนร่วมในการสนับสนุนชุมชนให้มีการเพาะพันธุ์และอนุรักษ์ลำน้ำแม่ลา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาเฉพาะกลุ่ม และมีจำนวนประชากรที่ศึกษาจำกัด ถ้ามีการศึกษาในครั้งต่อไป ควรที่จะศึกษาประชากรที่กว้างขึ้น หรืออาจจะทำวิจัยเชิงปริมาณเพื่อ ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากกว่านี้

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณเกษรา เทพประสิทธิ์ พนักงานลูกค้าของร้านเกษราเบเกอร์รี่ ที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์เป็นอย่างดี ตลอดจนทุกท่านที่ให้คำปรึกษาและทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กุศล เขียมอรุณ.(2549). *Let's Go 3rd Edition ข้อมูลการท่องเที่ยวสิงคโปร์*. กรุงเทพฯ: สารคดี
 ลักษณะมานา วิจารณ์ปริษา.(2553). *โปรแกรมการแนะนำแนวอาชีพอิสระ*. สิงคโปร์ : ท้องถิ่น
 อดุลย์ จาตุรงค์กุล .(2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 ศูนย์วิจัยจุฬาฯ.(2547). *โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย