

## การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การวิเคราะห์ด้านการตลาด

ในการทำธุรกิจนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือมุมมองทางด้านการตลาดผู้ประกอบการจะต้องค้นหาว่าอะไรคือสิ่งที่บริโภคต้องการในสินค้าหรือบริการ หรือมองให้ออกว่าผู้บริโภคต้องการอะไร แล้วผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสนองความต้องการนั้น แต่อย่างไรก็ตามสำหรับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรนั้น มิได้หมายความว่าองค์กรนั้นจะมีการบริหารงานแบบไม่มีกำไร แต่แท้จริงแล้วองค์กรต้องมีการบริหารงานที่สอดคล้องกับพันธกิจขององค์กรและการบริงงานนั้นกำไรที่ได้จากการบริหารงานนั้นใช้ในการบริหารกิจการต่าง ๆ และพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานของวิชาชีพ หรือกำไรที่เกิดขึ้นนั้นคือผลงานจากการทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด <http://www.smebank.co.th>

การวิเคราะห์ตลาดเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของธุรกิจว่าจะมีความเป็นไปได้แค่ไหน โดยทั่วไปจะเป็นการวิเคราะห์ทางการตลาด เพื่อใช้กำหนดแผนการตลาด ดังนี้

1. กำหนดขอบเขตธุรกิจหรือขอบเขตการตลาด (Market Definition) หมายถึงถึงขอบเขตพื้นที่ทางการตลาดที่ให้บริการ

2. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis) มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ

- วิเคราะห์ลูกค้าย่อยเป้าหมาย
- วิเคราะห์คู่แข่งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งสินค้าทดแทน
- วิเคราะห์ต้นทุน
- วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรม

3 การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

โดยทั่วไปจะนิยมแบ่งส่วนตลาดใน 4 ลักษณะ ดังนี้

ภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรม

- ภูมิภาค - อายุ - รูปแบบการดำเนินชีวิต - โอกาสซื้อบ่อยแค่ไหน
- ในเมืองหรือชนบท - เพศ - ชั้นวรรณะ สูง กลาง ต่ำ - ความภักดีต่อสินค้า
- รายได้

### STP

1. S มาจาก Segmentation คือ การแบ่งส่วนตลาด ดังได้กล่าวไว้แล้วในหัวข้อ 3

2. T มาจาก Targeting คือ การกำหนดลูกค้าเป้าหมายว่ากลุ่มไหนที่เราจะเลือก

3. P มาจาก Positioning คือ การตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และสัดส่วนทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

ส่วนประสมทางการตลาด 4 P's สำหรับผลิตภัณฑ์ และ 7 P's สำหรับธุรกิจบริการ ดังนี้

1 Product คือ สินค้า/บริการ

2 Price คือ ราคา

3 Place คือ ช่องทางการจำหน่าย

4 Promotion คือ การส่งเสริมทางการตลาด

5 People คือ บุคลากรผู้ให้บริการ

6 Process กระบวนการให้บริการ

7 Physical evidence ลักษณะทางกายภาพ

นอกจากส่วนประสมทางการตลาด 4 P's ที่กล่าวมาแล้ว ยังมี 4 C's ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มองทางด้านความต้องการของผู้บริโภคและควรที่จะต้องนำมาใช้ร่วมในแผนปฏิบัติการทางการตลาดด้วย ดังนี้

- 1 Consumer Need คือ ผลิต/บริการตามความต้องการของลูกค้า
- 2 Customer Benefits คือ ผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าหรือบริการ
- 3 Convenience คือ ความสะดวกในการติดต่อ
- 4 Communication คือ การสื่อสารทางการตลาดกับลูกค้า

### **การวิจัยตลาด**

ในการวิเคราะห์ทางการตลาดนั้นการวิจัยตลาดคือจุดเริ่มต้นสำหรับการตลาด โดยข้อมูลจากผลการวิจัยเป็นข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งผู้ประกอบการอาจมีการใช้ข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ ข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าจากเอกสารสิ่งพิมพ์ รายงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะวิเคราะห์ และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และหรือการใช้แบบสอบถามในการวิจัย แต่อย่างไรก็ตามในพื้นที่ประชากรมีความหลากหลายทางภาษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ให้ใช้ล่ามในการแปลข้อมูล