การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมือง จังหวัดเลย

MARKETING STRATEGY PLANNING TO INCREASE SALES REVENUE OF PL COFFEE SHOP, MUANG DISTRICT, LOEI PROVINCE

ปิยะนันต์ เอี่ยมอาจิณ[1]
ธีระ ฤทธิรอด[2]

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาฉบับนี้เป็นการศึกษากาวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมือง จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ (2) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของธุรกิจของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย (3) เพื่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ยอดขายปี 2558 การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม และการวิเคราะห์โดยใช้ TOWS Matrix สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของ สินค้ามีคุณภาพและมาตรฐาน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพในระดับมาก แต่ร้านยังขาดการส่งเสริมการขายที่ดี ดังนั้นจึงได้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ได้แก่ ระยะสั้น และระยะยาว แผนระยะสั้น ประกอบด้วย 6 โครงการ คือ ได้แก่1) โครงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 2) โครงการ PL in online 3) จัดทำบัตรสมาชิก 4) PL low fat 5) แจกคูปองไว้กับโรงแรม 6) PL Promotion แผนกลยุทธ์ระยะยาว ประกอบด้วย 3 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการลูกค้าสัมพันธ์ 2) พัฒนาศักยภาพบุคลากร 3) ปรับปรุงและพัฒนาหน้าร้าน โดยใช้งบประมาณ 72,990 บาท และคาดว่าในปี 2559 จะสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างน้อยร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับยอดขายปี 2558

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อม กลยุทธ์การตลาด

Abstract

This study aimed about planned marketing strategies to increase sales revenue of PL coffee shop, Muang district, Loei province. The purpose are (1) to studied the behavior market factors affected the customers decision making (2) To defined the business environment and performance of PL coffee (3) to developed marketing strategies to increase 20 percent of customer. The research was conducted by survey research methodology by using 400 questionnaires. The statistical analysis ware descriptive statistics percentage, average and standard deviation. According to the research it was found that customers gave priority to the quality and standard of products, the price of goods suitable to the product and the high quality. PL coffee shop still lacks of the good sales promotion. Therefore, the marketing plan was provided into 2 periods, long-term and short-term. The short-term marketing plan included in 4 projects; PL coffee's presenting project, advertising and public relation, PL in online, Member card, PL low fat, Coupons at hotel and PL Promotions. The long-term project included customer relationship management, training and development the servant, shop renovation. The total budget for these projects was 72,990 Baht. It is assumed that if the target can be achieved, the circulation of PL coffee will be increased at least 20 percent in 2016 when comparing with the circulation in 2015.

Keywords: Business environment, Marketing strategy

[1] *มหาวิทยาลัยขอนแก่น / วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ / มหาวิทยาลัยขอนแก่น*
ที่อยู่ 1 ถ.สันติสุข ต.ในเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ รหัสไปรษณีย์ 32000 E-mail : Piyanun.a@live.com

[2] *รองศาสตราจารย์ / คณะเภสัชศาสตร์ / มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

บทนำ

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมในการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งกาแฟสำเร็จรูป กาแฟสด หรือแม้กระทั่งกาแฟพร้อมดื่ม จากการที่กาแฟเครื่องดื่มที่มีคุณสมบัติหลายประการ ไม่ว่าจะเป็น รสชาติ กลิ่นที่หอมเฉาะตัว อีกทั้งยังมีสารประกอบที่มีผลต่อระบบประสาทและกล้ามเนื้อ ที่ทำให้ผู้ดื่มรูสึกตื่นตัว และไม่ง่วงซึม ปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่คนไทยมักนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปมาเป็นนิยมบริโภคกาแฟสดคั่วบด โดยมีปัจจัยต่างๆเข้ามามีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟและเลือกร้านกาแฟ ไม่ว่าจะเป็น รสชาติ รูปแบบการตกแต่งร้าน บรรยากาศ ความสะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉลี่ยแล้วคนไทยมีสถิติการบริโภคกาแฟ 200 แก้ว/คน/ปี ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีคนสนใจที่จะเข้ามาทำธุรกิจเป็นจำนวนมากและมีอัตราการเจริญเติบโตและอัตราการขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง [1]

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟกำลังกลายเป็นร้านที่อยู่ในกระแสความนิยมมีการขยายตัวไปในทุกจังหวัดและทุกภาคส่วน รวมทั้งจังหวัดเลยที่มีการขยายตัวของเศรษฐกิจในอัตราสูง จากการมีสถานท่องเที่ยวจำนวนมาก ภูมิอากาศที่ดี ทำให้มีการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงและส่งผลให้การเติบโตของเศรษฐกิจสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งปัจจุบันจังหวัดเลยมีธุรกิจร้านกาแฟเกิดขึ้นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามถึงแม้ปัจจุบันจะมีการแข่งขันที่รุนแรงมาก แต่ก็ยังมีนักลงทุนหน้าใหม่ที่ต้องการจะเข้ามาอยู่ในอุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเกิดขึ้นของร้านกาแฟทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านกาแฟที่มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาให้ก้าวทันต่อสภาพแวดล้อมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการคิดค้นเมนูที่เป็นสูตรเฉพาะตัวรวมถึงการบริการและคุณภาพของสินค้า

ร้านกาแฟพีแอล เป็นร้านที่ดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มและอาหาร ตั้งอยู่ที่ ถนนร่วมใจ ตำบลกุดป่อง อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย โดยปัจจุบันเน้นขายเครื่องดื่มกาแฟสดเป็นหลัก นอกจากนี้ ยังมีเครื่องดื่มหลากหลายชนิด ขนมหวานและอาหารญี่ปุ่น โดยเปิดให้บริการทุกวัน ปัจจุบันในตัวจังหวัดเลยมีร้านกาแฟมากขึ้น โดยแต่ละร้านจะมีการใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันในการจูงใจผู้บริโภคให้เข้าใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลายส่งผลให้ยอดขายของร้านกาแฟพีแอลลดลงตัวอย่างต่อเนื่องภาพที่ 1

จากยอดขายของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมือง จังหวัดเลยมีอัตราลดลงในทุกๆปี โดยในปี 2557 มียอดขาย 4,680,000 บาท และในปี 2558 ยอดขายลดลงเหลือเพียง 3,960,000บาท และมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ศึกษาได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมือง จังหวัดเลย โดยเริ่มศึกษาข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการบริโภคในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภค สภาพแวดล้อมทั่วไปทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม การวิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค และการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ซึ่งจะทำการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมือง จังหวัดเลยให้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 จากยอดขายปี 2558

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของธุรกิจของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

3. เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 จากยอดขายปี 2558

วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมือง จังหวัดเลย ละกลุ่มผู้ที่ใช้บริการร้านกาแฟในบริเวณอำเภอเมือง จังหวัดเลย ใช้สูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน [2]

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ โดยประเมินระดับความสำคัญของ 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด มีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ [2]

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคมและมิถุนายน 2559 และทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การศึกษาสภาพแวดล้อมของธุรกิจของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากจากวารสาร บทความ เอกสารเกี่ยวกับวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจของ ร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมือง จังหวัดเลย ได้แก่ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป [3] วิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม การวิเคราะห์คู่แข่งขัน วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสอุปสรรค [4]

3. การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 จากยอดขายปี 2558 วิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ TOWS Matrix

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ร้อยละ 57.75 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 32.50 มีอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 64.25 สถานภาพโสด ร้อยละ 39.80 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.50 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 32.25 มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน

ด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ร้อยละ 40.00 เข้าใช้บริการร้าน 2 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 31.25 เข้าใช้บริการร้านกาแฟในวันศุกร์ ร้อยละ 43.00 เข้าใช้บริการร้าน

กาแฟในเวลา 12.01 – 14.00 น. ร้อยละ 40.00 เข้าใช้บริการร้าน 2 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 31.25 เข้าใช้บริการร้านกาแฟในวันศุกร์ ร้อยละ 33.50 ใช้เวลาในการใช้บริการร้านกาแฟเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 39.00 รับประทานกาแฟเมื่อเข้าใช้บริการ ร้อยละ 47.25 นิยมรับประทานที่ร้าน ร้อยละ 53.25 เข้าใช้บริการกับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 48.00 มีเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ร้อยละ 41.25 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟเฉลี่ยต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 62.25 เคยใช้บริการร้านกาแฟพีแอล และร้อยละ 32.50 มีปัจจัยการเข้าใช้บริการร้านกาแฟพีแอลเพราะสินค้าคุณภาพ

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟพีแอล มีดังนี้

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากที่สุดได้แก่ รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.39) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รสชาติของเบเกอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และความหลากหลายของเมนู (ค่าเฉลี่ย 4.22)

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ มีการแสดงราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากในด้านมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.17)

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ด้านระยะเวลาการเปิดให้บริการของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.33) และผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากในด้านมีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ด้านด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีส่วนลดจากราคาปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากในด้าน การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ด้านการมีการจัดกิจกรรมทางการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.05) และมีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากที่สุดได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.99) พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างสุภาพและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.92) พนักงานมีการความตั้งใจในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

6) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ด้านกระบวนการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ด้านการมีกระบวนการให้บริการอย่างเป็นระบบ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากในด้านการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และด้านความแม่นยำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

7) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ มีบรรยากาศที่ดี มีการตกแต่งที่สวยงาม มีความดึงดูดต่อผู้เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.21) และผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากในด้านการมีบริการ Internet ที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.99) และการมีที่นั่งเพียง

พอสำหรับรองรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96)

2. ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมของธุรกิจของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

จากผลการศึกษาสิ่งแวดล้อมทั่วไปของธุรกิจของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยพบว่า การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันสูง จำนวนร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเลย มีมากถึง 30 ร้านที่ต่างดึงกลยุทธ์การตลาดมาใช้เรียกลูกค้า ภาวการณ์คุกคามของคู่แข่งขันรายใหม่สูง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูง การคุกคามของผลิตภัณฑ์ทดแทนอยู่ในระดับต่ำ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อสูง และอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับต่ำโดยจุดแข็งของร้านคือ การจัดร้านให้มีความสวยงามและน่านั่ง ความสะอาด และความสะดวกสบายของลูกค้า สินค้ามีคุณภาพ สดใหม่ มีสูตรกาแฟที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สินค้ามีความหลากหลาย ราคาที่ไม่สูงมาก และมีการบริการที่รวดเร็วและแม่นยำ ร้านกาแฟพีแอลมีจุดอ่อน คือมีการบริหารงานแบบครอบครัว ทำให้กระบวนการทำงานไม่มีแบบแผน เป็นธุรกิจที่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ที่จอดรถไม่เพียงพอ และยังขาดการวางแผนทางการตลาดที่ชัดเจน แต่ร้านก็ยังมีโอกาสจากแนวโน้มพฤติกรรมการดื่มกาแฟของผู้บริโภคที่จะดื่มกาแฟสดกันมากขึ้นแทนการดื่มกาแฟสำเร็จรูป และทางร้านมีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สามารถส่งของให้ได้ตลอด และภาวะคุกคาม คือ ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทำให้ลูกค้ามีการใช้จ่ายที่ลดลงตามไปด้วย สินค้าทดแทนมีจำนวนมาก การแข่งขันสูงมีทั้งคู่แข่งขันเดิมและคู่แข่งขันใหม่ ต้นทุนวัตถุดิบที่มีมูลค่าสูงขึ้นทำให้มีผลต่อการกำไรลดลงจากการที่ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น โดยตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด ของร้านกาแฟพีแอล เป็นร้านกาแฟที่มีลักษณะการบริการเครื่องดื่มและอาหาร โดยมีเมนูหลักเป็นเครื่องดื่มที่มาจากกาแฟสด นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายเมนูเครื่องดื่มอื่นๆ เบเกอรี่ รวมไปถึงอาหารญี่ปุ่น โดยมีโต๊ะให้นั่ง 12 โต๊ะ โดยเน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและราคาที่ไม่สูงมาก ซึ่งไม่แตกต่างจากร้านของคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียง ไม่ว่าจะเป็นร้าน Crystal Box ร้านบ้านฉัน และร้าน Only coffee ที่มีลักษณะผลิตภัณฑ์และการบริการที่คล้ายกัน

3. การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล จากยอดขายปี 2558

จากผลการศึกษาสามารถวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย โดยวางแผนการตลาดออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น และระยะยาว แผนกลยุทธ์ระยะสั้น ประกอบด้วย 6 โครงการ คือ ได้แก่1) โครงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 2) โครงการ PL in online 3) จัดทำบัตรสมาชิก 4) PL low fat 5) ฝากคูปองไว้กับโรงแรม 6) PL Promotions แผนกลยุทธ์ระยะยาว ประกอบด้วย 3 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการลูกค้าสัมพันธ์ 2) พัฒนาศักยภาพบุคลากร 3) ปรับปรุงและพัฒนาหน้าร้าน และคาดว่าในปี 2559 จะสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างน้อยร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับยอดขายปี 2558 ดังตารางที่ 1

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัวอย่างตัดสินใจที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.50 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน เข้าใช้บริการร้าน2 ครั้ง/สัปดาห์ เข้าใช้บริการร้านกาแฟในวันศุกร์ เข้าใช้บริการร้านกาแฟในเวลา 12.01 – 14.00 ใช้เวลาในการใช้บริการร้านกาแฟเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมง รับประทานกาแฟเมื่อเข้าใช้บริการ รับประทานที่ร้าน เข้าใช้บริการกับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคือตนเอง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟเฉลี่ยต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง เคยใช้บริการร้านกาแฟพีแอล และปัจจัยการเข้าใช้บริการร้านกาแฟพีแอลเพราะสินค้าคุณภาพ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่ให้ความสำคัญใน

ระดับมากที่สุดได้แก่ รสชาติของเครื่องดื่ม คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีการแสดงราคาอย่างชัดเจน มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ มีส่วนลดจากราคาปกติ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างสุภาพและเป็นกันเอง พนักงานมีการความตั้งใจในการบริการ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการบริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ การมีกระบวนการให้บริการอย่างเป็นระบบ มีบรรยากาศที่ดี มีการตกแต่งที่สวยงาม มีความดึงดูดต่อผู้เข้ามาใช้บริการ และมีห้องน้ำสะอาด

จากผลการศึกษาสิ่งแวดล้อมทั่วไปของธุรกิจของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย พบว่า การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันสูง จำนวนร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเลย มีมากถึง 30 ร้านที่ต่างดึงกลยุทธ์การตลาดมาใช้เรียกลูกค้า ภาวการณ์คุกคามของคู่แข่งขันรายใหม่สูง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูง การคุกคามของผลิตภัณฑ์ทดแทนอยู่ในระดับต่ำ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อสูง และอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับต่ำโดยจุดแข็งของร้านคือ การจัดร้านให้มีความสวยงามและน่านั่ง ความสะอาด และความสะดวกสบายของลูกค้า สินค้ามีคุณภาพ สดใหม่ มีสูตรกาแฟที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สินค้ามีความหลากหลาย ราคาที่ไม่สูงมาก และมีการบริการที่รวดเร็วและแม่นยำ ร้านกาแฟพีแอลมีจุดอ่อน คือมีการบริหารงานแบบครอบครัว ทำให้กระบวนการทำงานไม่มีแบบแผน เป็นธุรกิจที่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ที่จอดรถไม่เพียงพอ และยังขาดการวางแผนทางการตลาดที่ชัดเจน แต่ร้านก็ยังมีโอกาสจากแนวโน้มพฤติกรรมการดื่มกาแฟของผู้บริโภคที่จะดื่มกาแฟสดกันมากขึ้นแทนการดื่มกาแฟสำเร็จรูป และทางร้านมีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สามารถส่งของให้ได้ตลอด และภาวะคุกคาม คือ ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทำให้ลูกค้ามีการใช้จ่ายที่ลดลงตามไปด้วย สินค้าทดแทนมีจำนวนมาก การแข่งขันสูงมีทั้งคู่แข่งขันเดิมและคู่แข่งขันใหม่ ต้นทุนวัตถุดิบที่มีมูลค่าสูงขึ้นทำให้มีผลต่อการกำไรลดลงจากการที่ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น

เมื่อนำผลที่ได้จาการวิเคราะห์ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย สภาพแวดล้อมของธุรกิจของร้านกาแฟพีแอล มาวิเคราะห์สามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย โดยแบ่งการวางแผนการตลาดออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ได้แก่ ระยะสั้นและระยะยาว แผนกลยุทธ์ระยะสั้น ประกอบด้วย 6 โครงการ คือ ได้แก่1) โครงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 2) โครงการ PL in online 3) จัดทำบัตรสมาชิก 4) PL low fat 5) ฝากคูปองไว้กับโรงแรม 6) PL Promotions แผนกลยุทธ์ระยะยาว ประกอบด้วย 3 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการลูกค้าสัมพันธ์ 2) พัฒนาศักยภาพบุคลากร 3) ปรับปรุงและพัฒนาหน้าร้าน และคาดว่าในปี 2559 จะสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างน้อยร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับยอดขายปี 2558

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการใช้บริการร้านกาแฟพีแอลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้านกาแฟ เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมือง จังหวัดเลย พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของกุสุมา ศักดิ์แสงวิรัต(2558) ในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ร้านกาแฟของร้านกาแฟซีแบร์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยอยู่ในระดับสำคัญมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ให้ความสำคัญคือ การมีส่วนลดจาราคาปกติ ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพเป็นกันเอง และด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน [5] และคล้ายคลึงกับงานวิจัยของธรรมรัตน์ รักธรรม(2557) ในการศึกษาเรื่องการวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขาย

ของร้านกาแฟค่าเฟ่ อเมซอนในห้างสุขอนันต์ปาร์ค ต.ปากเพรียว อ.เมืองจังหวัดสระบุรี ที่มีผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคร้านกาแฟเป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ช่วงเวลาที่ซื้อคือช่วง 12.00 – 14.00 น. มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ 81-100 บาท และมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ระดับความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่อง รสชาติของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ได้แก่ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาดให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมีส่วนลดจากราคาปกติ และด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ร้านตกแต่งสวยงาม [6]

ข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)

1. เมื่อดำเนินโครงการตามกลยุทธ์การตลาดในเพิ่มยอดขายร้านกาแฟพีแอลแล้ว ควรมีการติดตามประเมินผลโครงการ และศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคหลังจากดำเนินโครงการ

2. ควรมีการประเมินสภาพแวดล้อมของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อวางแผน แก้ไขและพัฒนาฯุรกิจให้สามารถดำเนินกิจการให้ประสบผลสำเร็จได้

เอกสารอ้างอิง

[1] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

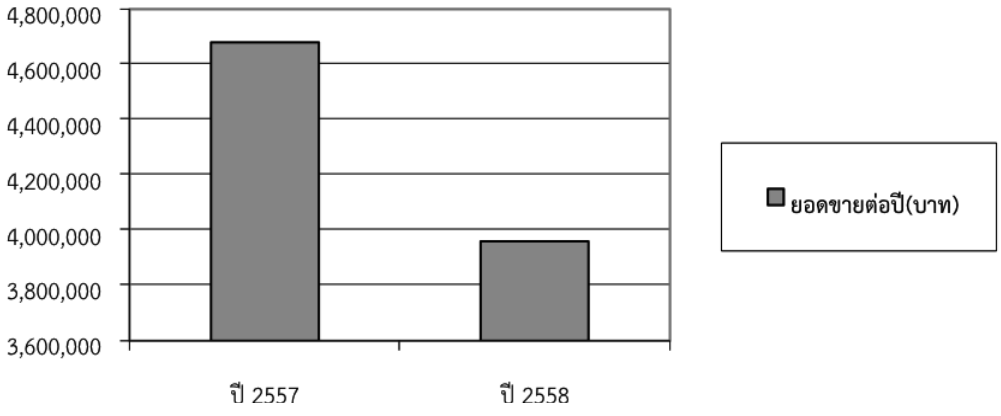
[2] กุสุมา ศักดิ์แสงวิรัต. (2558). **การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย ของร้านกาแฟซีแบร์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[3] ธรรมรัตน์ รักธรรม. (2557). **การวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟค่าเฟ่ อเมซอนในห้างสุข อนันต์ปาร์ค ต.ปากเพรียว อ.เมืองจังหวัดสระบุรี**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต วิทยาลัย บัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[4] รินจง อุทัย, สุกัญญา หน่ายคอน, บุปผา ตันตะรางวงศา, พิมลรัตน์ อินจิ๋ว และบารมี ตันติกุล. (2553). **การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอก**. ฉะเชิงเทรา: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

[5] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). **ถึงเวลาธุรกิจร้านกาแฟต้องปรับตัว**. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2559, จาก http://thaismenews.com/index.php?modules=article&file=view&id=1398328651

[6] เอกชัย บุญยาทิษฐาน. (2553). **คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.



ภาพที่ 1 ยอดขายต่อวันของร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมือง จังหวัดเลยปี พ.ศ.2557-2558

ตารางที่ 1 สรุปกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟพีแอล อำเภอเมือง จังหวัดเลย

ลำดับ	ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	งบประมาณ (บาท)
1	PL Story	1) สร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค 2) สร้างภาพลักษณ์ของร้าน 3) เพิ่มจำนวนผู้เข้าใช้บริการร้านกาแฟพีแอล	6,000
2	PL in online	1) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มผู้บริโภค 2) กระตุ้นให้เกิดการเข้ามาใช้บริการของกลุ่มผู้บริโภค	5,000
3	จัดทำบัตรสมาชิก	1) การกระตุ้นยอดขาย 2) จำนวนการกลับเข้ามาใช้บริการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น	13,290
4	PL low fat	1) เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่าง 2) ขยายฐานลูกค้า	5,000
5	ฝากคูปองไว้กับ โรงแรม	1) เพื่อขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว 2) เพื่อสร้างการรับรู้	10,000
6	PL Promotions	1) เพิ่มจำนวนผู้เข้าใช้บริการร้านกาแฟพีแอล 2) เพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล	12,000
7	โครงการลูกค้าสัมพันธ์	1) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ 2) การแจ้งข่าวสาร ข้อมูลร้านให้ลูกค้าได้รับทราบ 3) เพิ่มยอดขายของร้านกาแฟพีแอล	3,000
8	พัฒนาศักยภาพบุคลากร	1) เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานให้แก่พนักงาน 2) เพิ่มทักษะในการทำงานและการให้บริการให้มีประสิทธิภาพขึ้น	4,000
9	ปรับปรุงและพัฒนาหน้าร้าน	1) ปรับปรุงหน้าร้านให้ดูสวยงามและทันสมัย 2) สร้างบรรยากาศให้เกิดความน่าสนใจในการเข้าใช้บริการ 3) สร้างความประทับใจให้ลูกค้า	12,700
รวมงบประมาณทั้งสิ้น			**70,990**