

## แนวทางการเพิ่มยอดขายร้านกาแฟ U อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี GUIDELINES ON INCREASING SALES VOLUME OF U COFFEE SHOP, AMPHOE MUANG, UDONTHANI PROVINCE

ชูลีพร ฮอมณี<sup>1</sup>  
สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

รายงานการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องแนวทางในการเพิ่มยอดขายร้านกาแฟ U อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับการศึกษาเชิงปฏิบัติการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปของร้านขายกาแฟ ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เพื่อค้นหาความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกของพนักงานและผู้ที่ใช้บริการ รวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านกาแฟ U โดยใช้วิธีสนทนากลุ่มสัมภาษณ์หน่วยวิเคราะห์จำนวน 52 คน มาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีแนวคิดต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนการปฏิบัติจริงในบางโครงการจนได้แนวทางการเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟ U อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 7 แนวทาง คือ 1. โครงการ “สะสมสุข” 2. โครงการ “ทำดีได้ดี” 3. โครงการ “Facebook for you” 4.โครงการ “ต้นไม้ให้คุณ” 5. โครงการ “พรี เวดดิ้ง” 6. โครงการ “ส่งปุปส่งป๊อป” 7. โครงการ “วันพิเศษ” สามารถเพิ่มยอดขายเมื่อเปรียบเทียบกับปีพ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 14 ถือว่าบรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาอิสระครั้งนี้

**คำสำคัญ:** สนทนากลุ่ม, วิจัยเชิงคุณภาพ, วิจัยเชิงปฏิบัติการ, ประสบการณ์เชิงบวก

### Abstract

This independent study was focused on “Guidelines on increasing sales volume of U coffee shop, Amphoe Muang, Udonthani Province”. The study was a qualitative research combined with action research. The objective were to study business environment of coffee shop business sector in Amphoe Muang, Udonthani the market overall of coffee shop business sector in area, to find the impression and positive experience of employees and customers, and to find out the guidelines to increase sales volume at U coffee shop. In depth interview were conducted with 52 related or targeted persons by using the Appreciative Inquiry technique (AI). Analysis with theoretical, related knowledge, literatures and some projects practically action to acquired 7 Projects of guidelines on increasing sales volume of U coffee shop, Amphoe Muang, Udonthani Province as following; 1. Projects of “SASOMSUK” 2. Projects of “TOMDEEDAIDEE” 3. Projects of “Facebook for you” 4. Projects of “Tree for you” 5. Projects of “Pre-wedding” 6. Projects of “SUNGPOOB SONGPUB” 7. Project of “Special day” After applied and worked on all projects, U coffee shop gained about 14% of sales increase compared to year 2015. It is considered to achieve the objectives of this independent study.

**Keywords:** Appreciative Inquiry, Qualitative research, Action research, Positive experience

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000  
E-mail: chuleeporn.h@kkumail.com

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

ร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่อยู่คู่กับคนไทยมาอย่างยาวนาน และจากกระแสความนิยมในการดื่มกาแฟอย่างแพร่หลาย และเข้ามามีบทบาทในทุกกลุ่มผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มวัยทำงานที่มีการดื่มกาแฟมากขึ้น เป็นผลให้ผู้ประกอบการสนใจเข้ามาประกอบธุรกิจร้านกาแฟเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมสร้างธุรกิจของตัวเองมากขึ้น เนื่องจากเงินลงทุนในการทำธุรกิจไม่สูงมากนักและถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสนใจในปัจจุบัน ส่งผลให้ตลาดธุรกิจกาแฟในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง [1] จากข้อมูลของสถาบันอาหารกระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า ในช่วงระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมามีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.4 ต่อปี ซึ่งธุรกิจกาแฟมีการเจริญเติบโตต่อเนื่องทุกปี จากการคาดการณ์ของสถาบันอาหารกระทรวงอุตสาหกรรม คาดว่าปี 2558 ธุรกิจร้านกาแฟจะเติบโตร้อยละ 5.0 จากปีที่ผ่านมา แต่เป็นการเติบโตที่มีอัตราต่ำกว่าปีที่ผ่านมาเพียงเล็กน้อย เนื่องจากเศรษฐกิจอยู่ในภาวะชะลอตัว แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเศรษฐกิจในประเทศดีขึ้น คาดว่าธุรกิจร้านกาแฟจะสามารถเติบโตในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ต่อปีในปี 2561 ซึ่งปัจจัยสำคัญมาจากการเพิ่มขึ้นของร้านกาแฟ [2]

อย่างไรก็ตามผู้ที่ประกอบธุรกิจนี้ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้น จากการขยายตัวเพิ่มของร้านกาแฟ เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการรายใหม่หรือที่ดำเนินกิจการอยู่ต้องมีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบต่างๆมาใช้เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด ทั้งด้านสินค้าและบริการ ตั้งแต่ความหลากหลายของสินค้า กรรมวิธีในการชงกาแฟ การออกแบบตกแต่งร้าน และจัดให้มีบริการเสริมต่างๆในร้าน เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะช่วยกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการทั้งในครั้งแรกและครั้งต่อไปให้เกิดความประทับใจและอยากกลับมาใช้บริการอีก

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานีมีมากกว่า 80 ร้าน ซึ่งมีทั้งแบบที่เป็นร้านกาแฟแบบรถเข็น และร้านกาแฟแบบคาเฟ่ โดยร้านกาแฟจำนวนมากในจังหวัดอุดรธานีเป็นร้านกาแฟแบบคาเฟ่ที่ขายอาหารอื่นควบคู่ไปด้วย ซึ่งมีทั้งของหวานและของคาว ส่งผลให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลายและเมื่อมีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นทำให้ธุรกิจนี้เกิดการแข่งขันกันเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ คนทำงาน นักศึกษา และครอบครัวเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

จากจำนวนร้านที่มากขึ้น และเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้ค่าครองชีพสูงขึ้นประชาชนระมัดระวังการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้นส่งผลให้ยอดขายร้าน U ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจร้านกาแฟ U สามารถอยู่รอดและดำเนินธุรกิจได้โดยมีผลกำไร ส่งผลให้ร้านกาแฟ U จึงต้องมีการศึกษาสภาพแวดล้อมของธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดอุดรธานี และนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้เพื่อให้ร้านกาแฟ U มียอดขายที่เพิ่มขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่โดยใช้แนวคิดสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) เป็นหลักในการสัมภาษณ์หาข้อมูลและประสบการณ์เชิงบวกในการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ U ร่วมกับทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน (Five Forces Model) การวิเคราะห์SOAR Analysis ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix '7Ps) ทฤษฎีการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) และหลัก 7C's เพื่อการสื่อสารที่ดี

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปของร้านขายกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าร้านกาแฟ U ร้านกาแฟ C และร้านกาแฟ W อำเภอเมือง

จังหวัดอุดรธานี

3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านกาแฟ U อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

### วิธีดำเนินงาน

#### 1. การศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปของร้านกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

ศึกษาสภาพทั่วไปของร้านกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยได้นำทฤษฎี การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป(PEST Analysis) การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน (Five Forces Model) และการวิเคราะห์องค์การ SOAR Analysis มาเป็นแนวทางในการตั้งคำถาม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลสภาพทั่วไปของทางร้าน โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและการสังเกตเพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

#### 2. การค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าร้านกาแฟ U ร้านกาแฟ C และร้านกาแฟ W อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

**กลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 52 คน แบ่งเป็นแบบเจาะจงจากเจ้าของกิจการและพนักงานของร้านกาแฟ U จำนวน 7 คน และแบบโดยบังเอิญจำนวน 45 คนจากลูกค้าของร้านกาแฟ U ร้านกาแฟ C และร้านกาแฟ W อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ร้านละ 15 คน

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** การศึกษาตามหลักสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) โดยใช้แบบจำลองวงจร “4-D Model” มาเป็นแนวทางในการค้นหาประสบการณ์เชิงบวก และนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบโครงการเพื่อเพิ่มยอดขายให้ร้านกาแฟ U ซึ่งประกอบไปด้วย การค้นหา (Discovery) การวาดฝัน (Dream) การออกแบบ (Design) และการดำเนินการ (Destiny)

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** ข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลโดยตรงด้วยวิธีการสัมภาษณ์หาประสบการณ์ด้านบวก เพื่อค้นหาความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีที่สุดของผู้ประกอบการและพนักงานร้านกาแฟ U และลูกค้าที่มาใช้บริการ จากทั้ง 3 ร้าน ได้แก่ ร้านกาแฟ U ร้านกาแฟ C และร้านกาแฟ W โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้สัมภาษณ์อาจมีการปรับเปลี่ยนคำถามที่ใช้ให้เหมาะสมกับผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ด้วย แต่คำถามที่ใช้สัมภาษณ์จะเน้นใช้คำว่า “ทำไม (Why)” ในการสัมภาษณ์เป็นหลักโดยใช้คำถามดังนี้

คำถามสำหรับลูกค้า “เพราะเหตุใดจึงเลือกเข้ามาใช้บริการร้านนี้”

คำถามสำหรับผู้บริหารและพนักงาน “มีเหตุการณ์ไหนบ้างที่คุณให้บริการแล้วลูกค้าประทับใจเรามากที่สุด”

**การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล** การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มารวบรวม แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจุดร่วม คือ สิ่งที่ลูกค้าตอบคล้ายคลึงกัน และจุดโดดเด่น คือ แนวคิดที่แตกต่างที่ลูกค้าประทับใจซึ่งจะนำจุดร่วมและจุดโดดเด่นที่ได้มาใช้ในการออกแบบเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านกาแฟ U

#### 3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านกาแฟ U อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ศึกษาหลักการสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) การวิเคราะห์ SOAR Analysis การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PEST Analysis) การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน (Five Forces Model) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix ‘7Ps) ทฤษฎีเพื่อการสื่อสารที่ดี (The 7C’s of Communication) และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อกำหนดกลยุทธ์และนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านกาแฟ U

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** ข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประสบการณ์ด้านบวกของเจ้าของกิจการ พนักงานและลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจากร้านกาแฟทั้ง 3 ร้าน ทำให้ได้ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น และได้มีการวางแผนการดำเนินงานปฏิบัติจริงควบคู่กับการศึกษา

#### การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประสบการณ์ในด้านบวก ทำให้ได้จุดร่วมและจุดโดดเด่น โดยมีการนำปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นมาออกแบบโครงการ และการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์จากการวางแผนปฏิบัติการจริงควบคู่กับการศึกษา ว่าได้ผลออกมาตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ และสอดคล้องกับจุดร่วมและจุดโดดเด่นอย่างไร เพื่อนำไปเป็นกลยุทธ์ในการปฏิบัติ ในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านกาแฟ U

### ผลการวิจัย

การศึกษาการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟ U อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เป็นการศึกษาระดับเชิงคุณภาพ ควบคู่กับการศึกษาเชิงปฏิบัติการ โดยการใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) ในการค้นหาข้อมูลเชิงบวกมาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนทดลองปฏิบัติในบางโครงการ ซึ่งมีผลการศึกษา ดังนี้

#### การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไปโดยใช้ PEST Analysis

1. **ด้านการเมืองและกฎหมาย (Political Factors)** ในปี 2559 รัฐบาลมีนโยบายกำหนดวันหยุดยาว การที่รัฐบาลสนับสนุนให้มีวันหยุดยาวส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมากขึ้น ทำให้ยอดการใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ยังได้เร่งต่อยอดตามด้วยแคมเปญวันธรรมดาน่าเที่ยว ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้มีการเดินทางใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีได้ และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟมีการเติบโตขึ้นและปริมาณลูกค้าย่อมเพิ่มขึ้นตาม

2. **ด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)** ไตรมาสแรกของปี 2559 เศรษฐกิจขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยมีแรงส่งจากภาคบริการ ในขณะที่ภาคผลิตยังขยายตัวค่อนข้างต่ำ เพราะเศรษฐกิจยังซบเซาตามเศรษฐกิจคู่ค้าสำคัญ การผลิตภาคอุตสาหกรรมขยายตัวเล็กน้อยจากระยะเดียวกันปีก่อน 13.4 [3] ส่งผลให้ค่าครองชีพสูงขึ้นประชาชนระมัดระวังการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น ทำให้คนมีรายไม่พอกับค่าใช้จ่าย

3. **ด้านสังคม (Social Factors)** ความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมคนไทยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปกันเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันคนไทยได้หันมานิยมเข้าร้านกาแฟสดคั่วบดที่มีการตกแต่งร้านให้หรูหราทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์ ซึ่งการมาใช้บริการไม่ได้เพียงแต่มารับประทานเพียงอย่างเดียว แต่ค่านิยมในปัจจุบันการมาใช้บริการร้านกาแฟมีหลากหลายมากขึ้น เช่น การนัดพบปะพูดคุย นั่งอ่านหนังสือหรือใช้เป็นพื้นที่นัดติดต่อคุยงานกับลูกค้าด้วย

4. **ด้านเทคโนโลยี (Technology Factors)** ปัจจุบันมีเทคโนโลยีมีการพัฒนามากยิ่งขึ้น ทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้หลากหลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต โดยทำการประชาสัมพันธ์ร้านกาแฟผ่านทาง Facebook เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆได้อย่างรวดเร็ว และปัจจุบันมีเครื่องชงกาแฟที่ทันสมัย ทำให้กระบวนการผลิตสะดวกรวดเร็ว และประหยัดเวลาในการผลิตอีกด้วย

## แนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มยอดขาย

1. การค้นหา (Discovery) เป็นขั้นตอนการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และพนักงาน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และการสังเกต และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

### ผลการค้นหาความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟ

ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟ จากการสัมภาษณ์หน่วยวิเคราะห์สามารถหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นได้ดังนี้ บรรยากาศดี/ การจัดตกแต่งร้านสวย/ ร้านน่ารัก 26 ความคิดเห็น เด็กและขนมรสชาติอร่อย 21 ความคิดเห็น เครื่องดื่มรสชาติอร่อย 18 ความคิดเห็น เจ้าของร้านและพนักงานเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส 11 ความคิดเห็น ใกล้บ้าน/ ใกล้ที่ทำงาน 10 ความคิดเห็น เมนูเด็กและขนมหลากหลาย 8 ความคิดเห็น ราคาเหมาะสม 8 ความคิดเห็น ร้านสงบนั่งอ่านหนังสือหรือทำงานได้ 7 ความคิดเห็น เพื่อนแนะนำ 5 ความคิดเห็น บรรยากาศร่มรื่น 5 ความคิดเห็น มีเมนูแปลกใหม่ 4 ความคิดเห็น การบริการรวดเร็ว 4 ความคิดเห็น บรรยากาศอบอุ่น/ มั่นคง 4 ความคิดเห็น เห็นรีวิว/ เห็นใน Facebook 3 ความคิดเห็น รู้จักกับเจ้าของร้าน 3 ความคิดเห็น มีที่จอดรถ 3 ความคิดเห็น เพลงเพราะ 2 ความคิดเห็น มีโปรโมชั่นสะสมแต้ม 2 ความคิดเห็น ที่นั่งเยอะ 2 ความคิดเห็น เล็กตกแต่งสวยงาม 2 ความคิดเห็น มีของแถม 1 ความคิดเห็น มีอาหารและเครื่องดื่มจัดเป็นเซต 1 ความคิดเห็น และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ คือ

1. บรรยากาศดี/ การจัดตกแต่งร้านสวย/ ร้านน่ารัก
2. เจ้าของร้านและพนักงานเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส
3. บรรยากาศร่มรื่น
4. การบริการรวดเร็ว
5. เห็นรีวิวอินเทอร์เน็ต/ เห็นใน Facebook
6. มีโปรโมชั่นสะสมแต้ม
7. มีของแถม

### ผลการค้นหาความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกของเจ้าของร้านและพนักงานร้าน U

ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นของพนักงานร้านกาแฟ U จากการสัมภาษณ์หน่วยวิเคราะห์สามารถหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นได้ดังนี้ เจ้าของร้านเป็นกันเอง 4 ความคิดเห็น อยู่กันแบบครอบครัว 2 ความคิดเห็น เจ้าของร้านรับฟังปัญหา/ ช่วยเหลือเมื่อเดือดร้อน 2 ความคิดเห็น มีเงินพิเศษ 1 ความคิดเห็น เพื่อนร่วมงานดี 1 ความคิดเห็น และจุดโดดเด่น คือ มีเงินพิเศษ

## 2. การวาดฝัน (Dream)

ประเภทธุรกิจ เป็นธุรกิจร้านกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นร้านกาแฟที่ทุกคนรู้จักและนึกถึงเป็นร้านแรก

พันธกิจ (Mission) ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มและขนม โดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่ใช้สารเสริมแต่ง ตลอดจนสร้างความประทับใจและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด

เป้าหมาย (Goal) มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่ร้าน จนเกิดการบอกต่อและกลับมาใช้บริการซ้ำ

## 3. การออกแบบ (Design)

จากขั้นตอนการค้นพบ (Discovery) ส่วนของผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งได้นำเอาปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นจากพนักงาน คือ มีเงินพิเศษ (ซึ่งได้นำไปปฏิบัติจริงแล้วในองค์กร)

จากกระบวนการค้นพบ (Discovery) ส่วนของลูกค้า ซึ่งได้นำเอาปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นจากลูกค้า คือ บรรยากาศดี/ การจัดตกแต่งร้านสวย/ ร้านน่ารัก, เจ้าของร้านและพนักงานเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส, มีเมนู

อาหาร, บรรยากาศร่มรื่น, มีเมนูแปลกใหม่, การบริการรวดเร็ว, เห็นรีวิวอินเทอร์เน็ต/ เห็นใน Facebook, มีโปรโมชั่นสะสมแต้ม และมีของแถม นำมาจัดทำโครงการ 4 โครงการควบคู่ไปกับโครงการที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว 3 โครงการ ดังนี้ 1. โครงการ “สะสมสุข” 2. โครงการ “ทำดีได้ดี” 3. โครงการ “Facebook for you” 4.โครงการ “ต้นไม้ให้คุณ” 5. โครงการ “พรีเวดดิ้ง” 6. โครงการ “ส่งปุปส่งป๊อป” 7. โครงการ “วันพิเศษ”

#### 4. การสร้างแผน (Destiny)

จากการวางแผนและการกำหนดแนวทางในการเพิ่มยอดขายจากการสัมภาษณ์ลูกค้า แล้วนำมาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นที่ได้มารวมกับแผนการปฏิบัติจริงควบคู่ไปกับการศึกษา โดยมีผลการปฏิบัติดังนี้

1. ผลการปฏิบัติโครงการสะสมสุข จากการลงมือปฏิบัติโครงการตามที่ได้กำหนดไว้ พบว่าลูกค้านำบัตรสะสมแต้มมาแลกเครื่องดื่มกับทางร้านมากถึงสัปดาห์ละ 3 - 4 คน แสดงให้เห็นว่าลูกค้ากลับมาใช้บริการร้านของทางร้านเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการรักษาฐานลูกค้าเอาไว้ได้

2. ผลการปฏิบัติโครงการทำดีได้ดี จากการสัมภาษณ์พนักงาน ด้วยคำถามที่ว่า “รู้สึกอย่างไรกับโครงการนี้ ดีหรือไม่ดีอย่างไร” พบว่า พนักงานทุกคนรู้สึกดีกับโครงการ เพราะโครงการนี้เป็นแรงกระตุ้นที่ดีในการทำงาน ซึ่งถ้าทำงานให้มีประสิทธิภาพก็จะได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้น

3. ผลการปฏิบัติโครงการ Facebook for you ผลลัพธ์จากการจัดทำ Page Facebook ของทางร้าน พบว่า จากการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านทาง Page Facebook ทำให้ลูกค้าเข้ามาสอบถามข้อมูลต่างๆเพิ่มมากขึ้น และผลของโครงการนี้ยังสอดคล้องกับโครงการต้นไม้ให้คุณ ซึ่งโครงการต้นไม้ให้คุณให้ลูกค้าเช็คอิน Page Facebook ของทางร้าน ส่งผลให้ทางร้านเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นโดยดูได้จากจำนวนคนกดถูกใจเพิ่มขึ้นจากเดิมจำนวน 8,568 คน เป็นจำนวน 12,567 คน

4. ผลการปฏิบัติโครงการต้นไม้ให้คุณ จากการลงมือปฏิบัติโครงการ พบว่า ลูกค้าให้ความสนใจกับโครงการนี้ โดยสังเกตจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งลูกค้าจะสั่งอาหารหรือเครื่องดื่มเพิ่มให้ถึงราคาที่กำหนดเพื่อให้ได้รับต้นไม้กระบอกเพชร และสังเกตจากการพูดคุยของลูกค้าว่าอยากได้ต้นไม้เพิ่มจะกลับมาใช้บริการใหม่ และดูได้จากจำนวนต้นไม้กระบอกเพชรที่ได้แจกไป คือ เดือนละประมาณ 90 ต้น

5. ผลการปฏิบัติโครงการ พรีเวดดิ้ง จากการจัดทำโครงการนี้ พบว่า ลูกค้าให้ความสนใจในโครงการนี้ปานกลาง พบว่ามีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพียง 4 คู่ ตลอดระยะเวลา 4 เดือนในการทำโครงการ ดังนั้นโครงการนี้อาจจะเห็นผลไม่ชัดเจนนักแต่ก็เป็นส่วนช่วยเพิ่มรายได้ให้กับทางร้านได้

6. ผลการปฏิบัติโครงการส่งปุปส่งป๊อป ผลจากการจัดทำโครงการ พบว่า ลูกค้าโทรศัพท์มาสั่งเครื่องดื่ม 5 -7 รายต่อวัน โดยลูกค้าส่วนมากจะเป็นลูกค้าวัยทำงานไม่มีเวลาออกมารับประทานที่ร้าน ซึ่งจะสั่งเครื่องดื่มหลายๆ แก้วและให้จัดส่งไปที่ทำงาน

7. ผลการปฏิบัติโครงการวันพิเศษ จากการจัดทำโครงการนี้ พบว่า ลูกค้าให้ความสนใจกับโครงการนี้โดยสังเกตได้จาก จำนวนของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และจากยอดขายวันพุธของเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายน มียอดขายเพิ่มมากขึ้นจากเดือนเมษายน โดยพฤษภาคมมียอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 24,851 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.27 และเดือนมิถุนายนมียอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 25,776 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.54 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนเมษายน

จากการจัดทำโครงการ 7 โครงการ ผู้ศึกษาได้ทดลองนำโครงการทั้ง 7 มาปฏิบัติจริงควบคู่ไปกับการศึกษานั้น พบว่าลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟ U มีความประทับใจและรู้สึกดีกับทางร้านเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เดือนมีนาคมถึงเดือนมิถุนายน ปีพ.ศ. 2559 มียอดขายที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับยอดขายเดิมในช่วงเวลาเดียวกัน

ของปีที่แล้ว (ปีพ.ศ. 2558) หลังจากได้เริ่มปฏิบัติงานจริงตามโครงการที่กำหนดไว้ พบว่าในเดือนมีนาคมมียอดขาย จาก 231,315 บาท เป็น 256,810 บาท คิดเป็นร้อยละ 11, เดือนเมษายนมียอดขายจาก 221,571 บาท เป็น 250,380 บาท คิดเป็นร้อยละ 13, เดือนพฤษภาคมมียอดขายจาก 213,573 บาทเป็น 249,898 บาท คิดเป็นร้อยละ 17 และเดือนมิถุนายนมียอดขายจาก 219,870 บาท เป็น 255,052 บาท คิดเป็นร้อยละ 16 แสดงให้เห็นว่า ยอดขายรวมเดือนมีนาคมถึงเดือนมิถุนายนเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 14

### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปของร้านกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านรัฐบาลมีนโยบาย กำหนดวันหยุดยาว ส่งผลต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในประเทศ ด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ค่าครองชีพสูงขึ้นประชาชนชนระดับระวางการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น ด้านสังคม การมาใช้บริการร้านกาแฟมีหลากหลาย มากขึ้น เช่น การนัดพบปะพูดคุย นั่งอ่านหนังสือ หรือนัดติดต่อคุยงาน และด้านเทคโนโลยีเทคโนโลยีมีการพัฒนา มากยิ่งขึ้นทำให้การติดต่อสื่อสารได้หลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น

จากค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าร้านกาแฟ U ร้านกาแฟ C และร้านกาแฟ W อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี มาใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านกาแฟ U อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จากผลการ ศึกษาพบว่า การใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของผู้บริหารและพนักงานร้าน กาแฟ U จำนวน 7 คน และลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟ U ร้านกาแฟ C และร้านกาแฟ W จำนวน 45 คน เพื่อหาจุดร่วมและจุดโดดเด่นรวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน และ SOAR Analysis ควบคุมไปกับการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้ได้โครงการที่เป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านกาแฟ U และได้ออกแบบ โครงการทั้งหมด 7 โครงการ ดังนี้คือ 1. โครงการ “สะสมสุข” 2. โครงการ “ทำดีได้ดี” 3. โครงการ “Facebook for you” 4.โครงการ “ต้นไม้ให้คุณ” 5. โครงการ “ฟรีเวดดิ้ง” 6. โครงการ “สิ่งปู่ส่งปู่” 7. โครงการ “วันพิเศษ” ซึ่งผู้ศึกษาได้ทดลองนำโครงการทั้ง 7 มาปฏิบัติจริง พร้อมกับการศึกษานั้น ทำให้ร้านกาแฟ U สามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เดือนมีนาคมถึงเดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2559 มียอดขายที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับยอดขายเดิมในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว (ปี พ.ศ. 2558) หลังจากได้เริ่มปฏิบัติงานจริงตามโครงการที่กำหนดไว้ พบว่ายอดขายรวมเดือนมีนาคมถึงเดือนมิถุนายนเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 14

### กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ขอขอบคุณที่ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีโดยคำแนะนำที่ดีจากอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย ผู้ซึ่งคอยให้คำแนะนำ และสละเวลาอันมีค่าเพื่อการอธิบาย และให้แนวทางข้อสงสัย ส่งผลให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอขอบคุณบิดามารดาที่คอยส่งเสริมสนับสนุนให้ศึกษาต่อระดับปริญญาโท รวมถึงเพื่อนๆที่ให้ความสนใจและให้ความช่วยเหลือเสมอมา

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ธนาคารกรุงเทพ. (2558). **SME Update**. ค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.bangkokbanksme.com/article/459>
- [2] ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). **แถลงข่าวเศรษฐกิจและการเงินปี 2559**. ค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2559 จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/PressRelease/2557/>

PressThai\_March2559\_ARUN11.pdf

- [3] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). ถึงเวลาธุรกิจร้านค้าต้องปรับตัว (Start-Up Business). ค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.thaismenews.com/index.php?modules=article&fileview&id=1398328651>