แนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงสีข้าว UD อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
GUIDELINES ON INCREASING REVENUE OF UD RICE MILL , AMPHOE MUANG, UDON THANI PROVINCE

ภัทราพร ธีระธนานนท์[1]
สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย[2]

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นการศึกษาเรื่อง แนวทางในการเพิ่มรายได้ของโรงสีข้าว UD อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับการศึกษาเชิงปฏิบัติการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปของโรงสีข้าว UD ใน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เพื่อค้นหาความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกของบุคลากรและลูกค้าที่มาซื้อข้าว รวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มรายได้ให้กับโรงสีข้าว UD โดยใช้วิธีสุนทรียสาธกสัมภาษณ์หน่วยวิเคราะห์จำนวน 56 ราย มาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎี แนวคิดต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนการปฏิบัติงานจริงในบางโครงการ เพื่อที่จะได้มาซึ่งแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงสีข้าว UD อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานีทั้งสิ้น 7 โครงการ คือ 1. โครงการ “Facebook Fan Page” 2. โครงการ “ขุดบ่อล่อปลา” 3. โครงการ “Hello Happy Birthday” 4. โครงการ “Space for Rent” 5. โครงการ “สสส. สร้าง เสริม สุข” 6. โครงการ “ระบบนายฮ้อย” 7. โครงการ “Give and Take” ซึ่งเพิ่มรายได้ เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 12 สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาอิสระครั้งนี้

คำสำคัญ: สุนทรียาสาธก วิจัยเชิงคุณภาพ วิจัยเชิงปฏิบัติการ ประสบการณ์เชิงบวก

Abstract

This independent study was focused on “Guidelines on increasing revenue of UD rice mill, Amphoe Muang, Udon Thani Province”, using Participatory Action Research that combination of Qualitative Research and Action Research. The objective was to study business environment of rice mill business sector in Amphoe Muang, Udon Thani Province, to find the impression and positive experience of customers, and to find out the guidelines to increase revenue of UD rice mill by using the Appreciative Inquiry technique (AI) with the Depth interview were conducted with 56 related or targeted persons by using Theoretical Analysis with related literatures and some projects practically action to acquired 7 projects of increasing revenue of UD rice mill, Amphoe Muang, Udon Thani Province as following; 1. “FACEBOOK FAN PAGE” Project 2. “KUD BOR LOR PLA” Project 3. “HELLO HAPPY BIRTHDAY” Project 4. “SPACE FOR RENT” Project 5. “BUILT AND PROMOTE HAPPINESS” Project 6. “RABOB NAY HOI” Project 7. “GIVE AND TAKE” Project. After applied and worked on all projects, the UD Rice mill had more revenue raised up to 12 percent compared to year 2015. It is considered to achieve the objectives of this independent study.

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

[1] *นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000 E-mail: phattraporn.t@kkumail.com*

[2] *รองศาสตราจารย์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

บทนำ

ข้าวเป็นธัญพืชที่สำคัญที่สุดในด้านโภชนาการและการได้รับแคลอรี่ของมนุษย์ ซึ่งเป็นธัญญาหารหลักของชาวโลก จัดเป็นพืชสายพันธุ์เดียวกับ หญ้าซึ่งนับได้ว่า เป็นหญ้าที่มีขนาด ใหญ่ที่สุดในโลกและมีความหลากหลายทางชีวภาพ สามารถปลูกขึ้นได้ง่ายมีความทนทานต่อทุก สภาพภูมิ ประเทศในโลกไม่ว่าจะเป็นถิ่นแห้งแล้งแบบทะเลทราย พื้นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง หรือแม้กระทั่ง บนเทือก เขาที่หนาวเย็น ข้าวก็ยังสามารถงอกเงยขึ้นมาได้อย่างทรหดอดทน

ในส่วนของประเทศไทย ข้าวเป็นอาหารประจำชาติ มีประวัติศาสตร์มายาวนานปรากฏเป็นร่องรอยพร้อมกับอารยธรรมไทยไม่น้อยกว่า 5,500 ปี ซึ่งมีหลักฐานจากแกลบข้าวที่เป็นส่วนผสมของดินที่ใช้ในเครื่องปั้นดินเผาที่ อำเภอ บ้านเชียง จังหวัด อุดรธานี อันสันนิษฐานได้ว่าเป็นเมล็ดข้าวที่เก่าแก่ที่สุดของประเทศไทย (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร, 2546)

ผลผลิตข้าวโลกเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 2.0 ขณะที่ ผลผลิตข้าวไทยลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3.1 จากการลดพื้นที่ปลูกข้าวเนื่องจากเกษตรกรบางส่วนปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชประเภทอื่น ที่ให้อัตราผลตอบแทนที่สูงกว่า ส่วนการส่งออกข้าวไทยทั้งปริมาณและมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 65.9 และ 30.6 ตามลำดับ เนื่องจากราคาส่งออกข้าวของไทยใกล้เคียงกับประเทศคู่แข่ง ส่งผลให้นำเข้าข้าวจากไทยเพิ่มขึ้น สำหรับแนวโน้มปี 2558 คาดว่าผลผลิตจะลดลงจากปีก่อน จากการลดพื้นที่เพาะปลูกไปปลูกอ้อยเนื่องจาก ราคาและความน่าเชื่อถือของระบบจัดสรรอ้อยและน้ำตาล (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558)

ปัจจุบันธุรกิจโรงสีข้าวมีสภาพการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงมากขึ้น และผลผลิตข้าวลดน้อยลง เนื่องจากเกษตรกรหันไปปลูกสินค้าเกษตรชนิดอื่น คือ อ้อย ซึ่งสามารถสร้างรายได้ที่มากกว่าการปลูกข้าว ทำให้พื้นที่ปลูกข้าวในปัจจุบันลดลง อีกทั้งผู้คนบริโภคข้าวลดน้อยลง เนื่องจากการได้รับอิทธิพลจากชาติตะวันตก ซึ่งรับประทานอาหาร ประเภท ขนมปัง มันเทศ มันฝรั่ง และผลิตภัณฑ์ให้แป้งอื่นๆ ส่งผลให้รายได้ของธุรกิจโรงสีข้าว UD ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจโรงสีข้าว UD สามารถดำเนินธุรกิจได้โดยมีผลกำไรและรายได้เพิ่มสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาสภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงสีข้าว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เพื่อนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ ไปสู่แนวทางในการเพิ่มรายได้ให้แก่โรงสีข้าว UD และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด โดยทฤษฎีใช้สุนทรียสาธก (Appreciate Inquiry) เป็นหลักในการสัมภาษณ์ค้นหาข้อมูลและประสบการณ์เชิงบวก ร่วมกับการวิเคราะห์ประยุกต์ใช้กับทฤษฎีอื่นๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่โรงสีข้าว UD

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปทางการจัดการของโรงสีข้าว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าของธุรกิจโรงสีข้าว UD โรงสีข้าว AAA และโรงสีข้าว BBB อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อวางแผนแนวทางจากประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้า ในการดำเนินการเพิ่มรายได้ของโรงสีข้าว UD อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปทางการจัดการของโรงสีข้าว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

ศึกษาสภาพทั่วไปของโรงสีข้าว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยได้นำทฤษฎี การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PEST Analysis) การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน (Five Forces Model) และการวิเคราะห์องค์กร SOAR Analysis มาเป็นแนวทางในการตั้งคำถาม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลสภาพทั่วไป โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร่วมกับการสังเกต เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. การค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าของธุรกิจโรงสีข้าว UD โรงสีข้าว AAA และโรงสีข้าว BBB อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

หน่วยวิเคราะห์ ในการศึกษาอิสระครั้งนี้ ใช้การสัมภาษณ์หน่วยวิเคราะห์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) ทั้งแบบเจาะจงและโดยบังเอิญรวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 56 ราย แบ่งเป็นหน่วยวิเคราะห์แบบเจาะจง จำนวน 11 รายคือผู้ประกอบการและบุคลากรในโรงสีข้าว UD และหน่วยวิเคราะห์แบบบังเอิญ จำนวน 45 ราย คือผู้ที่มาขายและซื้อข้าวให้กับโรงสีข้าว UD โรงสีข้าว AAA โรงสีข้าว BBB อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวนแห่งละ 15 ราย

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

การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลโดยตรงด้วยวิธีการสัมภาษณ์หาประสบการณ์ด้านบวก เพื่อค้นหาความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีที่สุดของผู้ประกอบการและบุคลากรของโรงสีข้าว UD และลูกค้าที่มาซื้อข้าวจากโรงสีทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ โรงสีข้าว UD โรงสีข้าว AAA โรงสีข้าว BBB ซึ่งคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ เป็นคำถามปลายเปิดเชิงบวก และผู้สัมภาษณ์อาจมีการปรับเปลี่ยนคำถามที่ใช้ให้เหมาะสมกับผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ด้วย แต่คำถามที่ใช้สัมภาษณ์จะเน้นใช้คำว่า “ทำไม (Why)” ในการสัมภาษณ์เป็นหลักโดยใช้คำถามดังนี้

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ลูกค้า

“ทำไมคุณถึงตัดสินใจเลือกซื้อข้าวจากโรงสีข้าวนี้” (ลูกค้า)

“ทำไมคุณถึงตัดสินใจเลือกขายข้าวให้โรงสีนี้” (ฉางข้าว หรือ หยงที่นำข้าวมาขายให้โรงสีข้าว UD)

“มีสิ่งใดที่คุณประทับใจจากโรงสีข้าวนี้บ้างไหม”

คำถามสำหรับผู้ประกอบการ

“สิ่งใดที่คุณประทับใจที่สุดที่ในการทำธุรกิจนี้ที่พบได้คืออะไร”

“สิ่งที่คาดหวังหรือเป้าหมายที่ตั้งใจไว้กับธุรกิจนี้คืออะไร”

“คุณมีความสุขที่ได้ทำงานเวลาไหน เพราะอะไร”

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์บุคลากร

“เหตุใดคุณถึงทำงานที่นี่”

“คุณมีความสุขที่ได้ทำงานเวลาไหน เพราะอะไร”

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มารวบรวม และนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจุดร่วม คือ สิ่งที่ลูกค้าตอบคล้ายคลึงกัน

และจุดโดดเด่น คือ แนวคิดที่แตกต่างที่ลูกค้าประทับใจ ซึ่งจะนำจุดร่วมและจุดโดดเด่นที่ได้มาใช้ในการออกแบบเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มรายได้ให้กับโรงสีข้าว UD

3. เป็นวางแผนแนวทางจากประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้า ในการดำเนินการเพิ่มรายได้ของโรงสีข้าว UD 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) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกลยุทธ์และนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติในการเพิ่มรายได้ของโรงสีข้าว UD

การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประสบการณ์ด้านบวกของผู้ประกอบการ บุคลากรและลูกค้าที่มาซื้อข้าวจากโรงสีทั้ง 3 แห่ง ทำให้ได้ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น และได้มีการวางแผนการดำเนินงานปฏิบัติจริงควบคู่กับการศึกษา

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประสบการณ์ในด้านบวก ทำให้ได้จุดร่วมและจุดโดดเด่น โดยมีการนำปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นมาออกแบบโครงการ และการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์จากการวางแผนปฏิบัติการจริงควบคู่กับการศึกษา ว่าได้ผลออกมาตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ และสอดคล้องกับจุดร่วมและจุดโดดเด่นอย่างไร เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ในการเพิ่มรายได้ของโรงสีข้าว UD

ผลการวิจัย

การศึกษาการวางแผนแนวทางเพื่อเพิ่มรายได้ของโรงสีข้าว UD อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ควบคู่กับการศึกษาเชิงปฏิบัติการ โดยการใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) ในการค้นหาข้อมูลเชิงบวกมาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนทดลองปฏิบัติในบางโครงการ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไปโดยใช้ PEST Analysis

1. ด้านการเมืองและกฎหมาย (Political Factors) รัฐบาลได้ดำเนินการโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกรรายย่อย วางแผนการผลิตเพื่อเพิ่มรายได้และการใช้จ่ายอย่างเหมาะสม ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนของชาวนาและองค์ความรู้ทางด้านบริหารจัดการ ทำให้อุปทานเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต และโรงสีข้าว UD จะมีแหล่งปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพดีขึ้น จากการดำเนินการตามยุทธศาตร์ของรัฐบาล รวมถึงมีแนวโน้มที่ราคาจะต่ำลงเนื่องจากมีอุปทานมากขึ้น และรัฐบาลไม่ได้มีนโยบายในการประกันราคาข้าวหรือจำนำข้าว เหมือนในอดีต

2. ด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) การผลิตข้าวเปลือกลดลงถึงร้อยละ 25.8 อีกทั้งราคายังลดลงร้อยละ 3.7 สอดคล้องกับการลดลงของราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลก ถือเป็นปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจโรงสีข้าว

3. ด้านสังคม (Social Factors) มีเทรนด์อาหารคลีนกำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มคนรักสุขภาพส่งผลให้ธุรกิจโรงสีข้าวมีการเติบโตเพิ่มขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายได้มากยิ่งขึ้น และอีกแง่มุมหนึ่งในอนาคตอาจเกิดการแพร่หลายของวัฒนธรรมฝั่งตะวันตกเข้ามาผู้คนบริโภคขนมปัง สปาเก็ตตี้ พิซซ่า ฯลฯ ซึ่งส่งผลกระทบ

ต่อธุรกิจโรงสีข้าวโดยตรง

4. ด้านเทคโนโลยี (Technology Factors) ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและเครื่องมือที่ทันสมัย เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้มีการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารผ่านสังคมออนไลน์ (Social Network) ได้มากขึ้น เช่น Facebook, Line, Twitter, Website ต่างๆ ทั้งนี้โรงสีข้าว UD ได้มีการบริหารจัดการและมีการติดต่อสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ เช่น จัดทำ Facebook Fan Page รับคำสั่งซื้อผ่านทาง Application Line ทราบถึงความต้องการ และความคิดเห็นของลูกค้า ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในส่วนของเครื่องจักรเช่นเดียวกัน ได้มีการพัฒนาเครื่องจักรที่สามารถคัดข้าวแต่ละชนิดออกมาได้อย่างมีคุณภาพ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าของโรงสีข้าว UD อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางทางการตลาดได้มากขึ้น

5. ด้านสภาพแวดล้อมหรือนิเวศวิทยา (Ecology) ภาวะน้ำแล้งหรือน้ำท่วมที่มีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศของโลกนั้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อฤดูกาลเพาะปลูก ผลิตผลทางการเกษตร และโรงสีข้าว UD ซึ่งเป็นปลายน้ำ

แนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มรายได้

1. การค้นหา (Discovery) เป็นการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่ซื้อข้าวและขาย และบุคลากรในองค์กร โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ควบคู่กับการสังเกต และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

ผลการค้นหาความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่มาซื้อข้าวที่โรงสีข้าว

ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมของลูกค้าที่ซื้อข้าวกับโรงสีข้าว จากการสัมภาษณ์หน่วยวิเคราะห์ สามารถหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมได้ดังนี้ ความเป็นกันเอง/การบริการที่ดี ของผู้บริหาร 24 ความคิดเห็น เป็นคู่ค้าและลูกค้าซื้อขายกันอย่างยาวนาน 18 ความคิดเห็น ราคาเหมาะสม/ราคายุติธรรม 16 ความคิดเห็น มีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ/ส่วนลดราคา 14 ความคิดเห็น ทำเลที่ตั้งดี/สถานที่ประกอบกิจการอยู่ถนนสายหลัก 12 ความคิดเห็น คนรู้จัก ญาติพี่น้องแนะนำ 10 ความคิดเห็น การให้คำแนะนำ 9 ความคิดเห็น มีการให้เครดิต 9 ความคิดเห็น ผู้บริหารพูดง่าย สบายๆ 8 ความคิดเห็น ความมีมาตรฐานของเครื่องชั่ง/มีความซื่อสัตย์ 8 ความคิดเห็น สินค้ามีคุณภาพ 6 ความคิดเห็น มีชื่อเสียง/เป็นที่รู้จัก 5 ความคิดเห็น พนักงานสนใจ/ใส่ใจ/เอาใจใส่ลูกค้า 5 ความคิดเห็น ราคารับซื้อ 4 ความคิดเห็น ช่องทางติดต่อสะดวกทางโทรศัพท์และ Line 4 ความคิดเห็น ได้รับสินค้าทันที ไม่ต้องรอ 3 ความคิดเห็น รับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ 2 ความคิดเห็น และมีความน่าเชื่อถือ 2 ความคิดเห็น

ผลการค้นหาความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจโรงสีข้าว UD

ความเป็นกันเอง การอยู่กันแบบครอบครัว 7 ความคิดเห็น การได้รับคำแนะนำจากผู้บริหาร/ให้ความช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา 5 ความคิดเห็น การขึ้นเงินเดือน/โบนัส/OT 4 ความคิดเห็น เบิกเงินก่อนล่วงหน้าได้ 3 ความคิดเห็น มีที่พักให้ 2 ความคิดเห็น และการได้รับความไว้วางใจ 1 ความคิดเห็น

2. การวาดฝัน (Dream)

ประเภทธุรกิจ เป็นธุรกิจโรงสีข้าว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นโรงสีข้าวที่มีส่วนแบ่งการตลาดที่มากที่สุดในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

พันธกิจ (Mission) มุ่งมั่นที่จะเป็นโรงสีข้าวอันดับหนึ่งในใจลูกค้า ขายสินค้าในราคาที่เป็นธรรม และ

สามารถแข่งขันได้เป้าหมาย (Goal) รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2558 เกิดการซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

3. การออกแบบ (Design)

จากขั้นตอนการค้นพบ (Discovery) ในส่วนของผู้ประกอบการและบุคลากรในองค์กร ซึ่งได้นำเอาปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นจากบุคลากร คือ ความเป็นกันเอง การอยู่กันแบบครอบครัว ได้รับความช่วยเหลือจากผู้บริหารเมื่อมีปัญหา ซึ่งนำไปปฏิบัติการจริงในโครงการ “สสส. สร้าง เสริม สุข”

จากกระบวนการค้นพบ (Discovery) ในส่วนของลูกค้า ซึ่งได้นำเอาปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นจากลูกค้า คือ ความเป็นกันเอง/การบริการที่ดี ของผู้บริหาร เป็นคู่ค้าและลูกค้าซื้อขายกันอย่างยาวนานทำเลที่ตั้งดี/สถานที่ประกอบกิจการอยู่ถนนสายหลัก การให้คำแนะนำ ความมีมาตรฐานของเครื่องชั่ง ช่องทางติดต่อสะดวกทางโทรศัพท์และ Line รับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ นำมาจัดทำ 3 โครงการ ควบคู่กับโครงการที่ได้ปฏิบัติไปแล้วจำนวน 4 โครงการ รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 7 โครงการ

4. การสร้างแผน (Destiny) จากการวางแผนและการกำหนดแนวทางในการเพิ่มรายได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าและบุคลากรในองค์กร แล้วนำปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นที่ได้มารวมกับแผนการปฏิบัติจริงควบคู่ไปกับการศึกษา โดยมีผลการปฏิบัติดังนี้

1. ผลการปฏิบัติโครงการ “Facebook Fan Page”

จากการจัดทำ Page Facebook ของโรงสีข้าว UD พบว่า มีผู้สนใจในสินค้าและบริการทางโรงสี มีการสอบถามรายละเอียดในช่องทางข้อความของทาง Facebook โดยตรงและมีการสอบถามทางโทรศัพท์ที่ได้แจ้งไว้ใน Fan Page ซึ่งได้มีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าใน Fan Page อีกทั้งจากการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆผ่านทาง Facebook Fan Page เป็นการสร้างยอดขายจากกลุ่มลูกค้า ในจังหวัดอุดรธานีให้แก่ทางโรงสีข้าว UD

2. ผลการปฏิบัติโครงการ “ขุดบ่อล่อปลา”

จากการดำเนินโครงการ “ขุดบ่อล่อปลา” โดยเชิญ เครือญาติ ลูกค้า คู่ค้า และบุคลากรในองค์กร ร่วมกันทำบุญตักบาตร และร่วมรับประทานอาหารเที่ยงโดยทางโรงสีข้าว UD ส่งผลให้ลูกค้า คู่ค้าได้มีการเจรจาธุรกิจบอกเล่าปัญหาและวิธีการแก้ไขในธุรกิจ มีการแชร์ประสบการณ์ต่างๆ ของแต่ละคน เป็นการสานสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ทำให้โรงสีข้าว UD เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มยอดขายของธุรกิจขายสินค้ามือสองจากประเทศญี่ปุ่นที่ได้เช่าพื้นที่ภายในโรงสีข้าว UD สามารถเพิ่มรายได้ในแก่ธุรกิจโรงสีข้าว UD เนื่องจากลูกค้ามีการซื้อสินค้าภายในโรงสีข้าว

3. ผลการปฏิบัติโครงการ “Hello Happy Birthday”

จากการโทรศัพท์อวยพรวันเกิดและส่งมอบของขวัญแก่ลูกค้า ทั้งที่อยู่ในจังหวัดอุดรธานี หรือ ในต่างจังหวัด ซึ่งส่งมอบของขวัญให้ทางไปรษณีย์ในกรณีที่ลูกค้าอยู่ต่างจังหวัด อีกทั้งได้มีการสอบถามทุกข์-สุข รับฟังความคิดเห็น ปัญหา และให้คำปรึกษากับลูกค้าทันที พบว่าลูกค้ามีผลตอบรับและความรู้สึกที่ดีกับทางโรงสี โดยรับรู้ได้จากลักษณะของคำพูด การกล่าวขอบคุณสำหรับคำอวยพร ของขวัญที่มอบให้ ประกอบกับการรับรู้ได้จากน้ำเสียงที่เป็นไปในอารมณ์เชิงบวกของลูกค้า ในลูกค้าบางรายแจ้งว่ายังไม่มีที่ใดปฏิบัติกับตนเช่นนี้ สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจอย่างยิ่ง และเกิดการซื้อซ้ำ

4. ผลการปฏิบัติโครงการ “Space for Rent”

จากการแนะนำลูกค้าในการเช่าพื้นที่ว่าง หรือ โกดังภายในโรงสีข้าว UD พบว่า มีลูกค้าสนใจและตัดสินใจเช่าโกดัง จำนวน 3 ราย ดังนี้

รายที่ 1 เช่าพื้นที่จัดเก็บรถจักรยานจำนวน 1 โกดัง ได้รับค่าเช่าจำนวน 5,000 บาทต่อเดือน

รายที่ 2 เช่าพื้นที่จัดเก็บเฟอร์นิเจอร์จำนวน 1 โกดัง ได้รับค่าเช่า 5,000 บาทต่อเดือน

รายที่ 3 เช่าพื้นที่ในการขายสินค้ามือสองจากประเทศญี่ปุ่นจำนวน 2 โกดัง ได้รับค่าเช่าจำนวน 10,000 บาทต่อเดือน

5. ผลการปฏิบัติโครงการ “สสส. สร้าง เสริม สุข”

จากการจัดเลี้ยงสังสรรค์และร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ร้องเพลง เต้นรำ มอบรางวัล เกิดความสุขสนุกสนาน และให้เงินพิเศษแก่ผู้ที่ปฏิบัติงานได้ดี สามารถเพิ่มศักยภาพในการทำงานซึ่ง สังเกตได้จากงานที่แต่ละบุคคลได้รับมอบหมายนั้นมีคุณภาพดีขึ้น และบุคลากรในองค์กรสามารถให้คำปรึกษากันและกันได้ เกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร

6. ผลการปฏิบัติโครงการ “ระบบนายฮ้อย”

ทางโรงสีข้าว UD ได้มีการรับคำสั่งซื้อข้าว จากจังหวัดสกลนคร และหนองคาย ซึ่งเมื่อลงข้าวเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้น จึงได้ให้คนขับรถบรรทุกเปล่า รับข้าวจากฉาง หรือหยงที่ได้ติดต่อไว้เรียบร้อยก่อนหน้านี้ จึงทำให้ขากลับมาที่จังหวัดอุดรธานี มีข้าวเต็มคันรถ ซึ่งเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งเป็นจำนวนเงิน 28,000 บาท เป็นการลดค่าใช้จ่ายของโรงสีข้าว UD

7. ผลการปฏิบัติโครงการ “Give and Take”

จากการเป็นเจ้าภาพโรงทานและจัดเตรียมเต็นท์ไว้คอยบริการบุคคลทั่วไป ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความสนิทสนมกับ ฉางข้าว หยง และชาวเกษตรกร อีกทั้งยังได้มีการติดต่อขอยืมเต็นท์จากทางโรงสีข้าว UD สามารถทำให้ลูกค้า จดจำชื่อโรงสีได้ เกิดความภักดีและบอกต่อ ซึ่งเป็นการเพิ่มยอดขายให้แก่ทางโรงสีข้าว UD

สรุปผลการวิจัย

จากการนำโครงการทั้ง 7 ไปปฏิบัติจริง พบว่าสามารถเพิ่มช่องทางในการได้รายได้ให้แก่โรงสีข้าว UD เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น และบุคลากรเกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น สามารถเห็นได้จากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการลงมือปฏิบัติจริง ในเดือนมีนาคม มีรายได้จาก 3,724,109 บาท เป็น 4,097,351 บาท คิดเป็นร้อยละ 10, เดือนเมษายนมีรายได้จาก 3,542,187 บาท เป็น 3,986,405 คิดเป็นร้อยละ 13, เดือนพฤษภาคมมีรายได้จาก 3,971,188 บาท เป็น 4,392,018 คิดเป็นร้อยละ 11, เดือนมิถุนายนมีรายได้จาก 3,186,723 บาท เป็น 3,653,975 คิดเป็นร้อยละ 12 ซึ่งเมื่อนำรายได้ของเดือนมีนาคมถึงมิถุนายนในปีพ.ศ. 2558 มาเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2559 จะพบว่า มีรายได้เพิ่มขึ้นจาก 14,424,207 บาท เป็น 16,129,749 บาท แสดงให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของรายได้ ร้อยละ 12

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระฉบับนี้ ได้สำเร็จและสมบรูณ์ได้ด้วยความกรุณา ช่วยเหลือและคำแนะนำอย่างดียิ่ง จากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย ผู้ซึ่งคอยให้คำแนะนำ และสละเวลาอันมีค่าเพื่อการอธิบาย และให้แนวทางต่างๆ แก้ไขข้อสงสัย ส่งผลให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอขอบคุณบิดามารดาที่คอยส่งเสริมสนับสนุนให้ศึกษาต่อระดับปริญญาโท รวมถึงเพื่อนๆที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือ ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบคุณเป็นอย่างสูง

เอกสารอ้างอิง

[1] ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). **แถลงข่าวเศรษฐกิจและการเงินปี 2559.** ค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2559 จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/ PressRelease/PressRelease2557/PressThai_March2559_ARUN11.pdf

[2] สำนักงานพัฒนางานวิจัยการเกษตร. (2546). **ประวัติศาสตร์ข้าวโลก**. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2559 จาก http://www.arda.or.th/kasetinfo/rice/rice-histories.html