

# แนวทางการเพิ่มยอดขายร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น THE APPROACH TO INCREASE SALES OF SAKANA JAPANESE FOOD IN MUANG DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE

ภัทรกร ลดาวัลย์ ณ อยุธยา<sup>1</sup>

สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

การศึกษอิสระเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด เพื่อศึกษาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าและบุคลากรร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด และเพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มยอดขายร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เนื่องจากในปัจจุบันมีร้านอาหารญี่ปุ่นซึ่งเป็นคู่แข่งของร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด เพิ่มขึ้นในบริเวณใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ยอดขายของทางร้านลดลง ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาแนวทางเพิ่มยอดขายให้กับทางร้าน ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพร่วมกับการศึกษาเชิงปฏิบัติการ โดยการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์เพื่อค้นหาข้อมูลเชิงบวกของลูกค้าและบุคลากรร้าน ใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธกเป็นหลักในการตั้งคำถาม นำข้อมูลที่ได้ออกมาสัมภาษณ์วิเคราะห์เป็นปัจจัยที่เป็นจุดรวมและจุดโดดเด่น จากนั้นนำจุดโดดเด่นวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพจุดแข็งโอกาส เป้าหมาย และผลลัพธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ส่วนประสมทางการตลาดบริการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางการเพิ่มยอดขายให้กับร้านโดยดำเนินการตามวงจรสุนทรียสาธก ทำให้ได้โครงการดังนี้ โครงการเพิ่มต้นทุนค่าตอบแทนหน้าอัตรา/ชาเขียว โครงการวันเกิดรับส่วนลด 10% โครงการทานครบ 400 บาท รับฟรีทาโกยากิสูตรโอซาก้า โครงการอาหารประจำฤดูกาล และโครงการ Signature Menu ส่วนโครงการที่เกิดจากการปฏิบัติการทางสังคมโดยการระดมสมองร่วมกับบุคลากรของร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด เป็นการวางแผนโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาของร้านคือโครงการ Facebook For Public Relations โดยโครงการที่ได้มีการปฏิบัติจริงไปแล้วได้แก่ โครงการวันเกิดรับส่วนลด 10% โครงการทานครบ 400 บาท รับฟรีทาโกยากิสูตรโอซาก้า และโครงการ Facebook For Public Relations ส่งผลให้ยอดขายของร้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.10 สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นการศึกษานี้จึงบรรลุวัตถุประสงค์

**คำสำคัญ:** สุนทรียสาธก อาหารญี่ปุ่น

## Abstract

This independent study in the approach to increase sales of Sakana Japanese food in Muang district, Khonkaen province. Which had 3 purposes 1.To study business environment of Sakana Japanese food. 2. To study positive experience of customer and employer's Sakana Japanese food and 3. To build the approach to increase sales to 20% of Sakana Japanese food. Because nowadays there were restaurants which was a competitor of Sakana Japanese food increased in the immediate vicinity were many. Result, the restaurant's sales decreased. So this study the approach to increase sales of Sakana Japanese food. Which was a qualitative study with action research by interviewing and observations to find positive information of the customer and employer's Sakana Japanese food. Using Appreciative Inquiry to create question. Analyze the data that were common and points stand out. By using SOAR, General Environment, Competitive Environment, Service Marketing Mix and related research. It was done along with simultaneously operate in some projects by the 4-D Cycle implementation. From data analysis to make the projects as a way to increase the sales as follows: Added refrigerator for soft drink/ green tea. Birthday discount 10%. Pays 400 free Takoyaki. Seasonal dishes and Signature menu. The projects from brainstorm with employer's Sakana Japanese food as follow: Facebook for public relations. Projects already were birthday discount 10%, pays 400 free Takoyaki and Facebook for public relations. Result of the sales percentage increase 30.10 so, higher than the objective goal.

**Keywords:** Appreciative Inquiry Japanese Food

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น patt.ldw@kkuemail.com

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

จากการสำรวจของเจโทร[1] ครึ่งล่าสุดพบว่าในบรรดาอาหารนานาชาตินั้น คนไทยนิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากเป็นอันดับหนึ่ง ความนิยมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นได้จากจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีการแข่งขันในการทำธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นที่เพิ่มมากขึ้นอาหารญี่ปุ่นจึงมีราคาถูกลงจากแต่เดิมที่อาหารญี่ปุ่นมีราคาสูง ทำให้กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงได้มากขึ้น

จังหวัดขอนแก่นมีอัตราการขยายตัวด้านเศรษฐกิจดีกว่าจังหวัดอื่น ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการคมนาคมสะดวกสามารถเข้าถึงแทบทุกจังหวัดในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยทางรถยนต์ และรถไฟ[2] การเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่น ส่วนหนึ่งมาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งภายในมหาวิทยาลัยและบริเวณโดยรอบมหา วิทยาลัยยังประกอบไปด้วยสถานศึกษา หอพักนักศึกษา ชุมชน สำนักงาน ต่าง ๆ ทำให้มีธุรกิจร้านค้ามากมายเกิดขึ้น โดยร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างมากแต่ละร้านจะมีจุดเด่นที่ต่างกันไปทั้งรูปแบบการตกแต่งร้าน และรูปแบบการให้บริการ เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารญี่ปุ่น

ร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ดซึ่งเป็นร้านจำหน่ายชุดอาหารญี่ปุ่น ตั้งอยู่ในบริเวณของหอพักเอกชนใกล้มหาวิทยาลัยขอนแก่น เปิดกิจการมาเป็นเวลามากกว่า 6 ปี ด้านข้อจำกัดของร้านคือเป็นธุรกิจครอบครัว จึงไม่มีการจ้างพนักงาน ดำเนินกิจการโดยเจ้าของจำนวน 2 คน ทางร้านได้รับผลกระทบจากการที่มีจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นบริเวณรอบมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้น คือลูกค้ามีความสนใจในร้านอาหารใหม่ ๆ ทำให้จำนวนลูกค้าของร้านลดลง ส่งผลต่อยอดขายที่ลดลง จึงเป็นที่มาของการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายให้กับร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด

เพื่อศึกษาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าและบุคลากรร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด

เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มยอดขายร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

## วิธีดำเนินงาน

การศึกษานี้มีเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับการศึกษาเชิงปฏิบัติการ โดยใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธก เพื่อการค้นหาข้อมูลเชิงบวก ด้วยการสัมภาษณ์หน่วยวิเคราะห์ทั้งสิ้น 47 คน แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบโดยบังเอิญ จำนวน 45 คนคือลูกค้าร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด จำนวน 15 คนและลูกค้าร้านอาหารญี่ปุ่นบริเวณใกล้เคียง 2 ร้านได้แก่ ร้าน A จำนวน 15 คน ร้าน B จำนวน 15 คน กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงคือเจ้าของร้านจำนวน 2 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีสภาพจุดแข็ง โอกาส เป้าหมาย และผลลัพธ์[3] สภาพแวดล้อมทั่วไป[4] สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน[4] ส่วนประสมทางการตลาดบริการ[5] และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของวงจรสุนทรียสาธก ดังนี้

ขั้นตอนการค้นหาสิ่งดี ๆ (Discovery) คือการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าและบุคลากรของธุรกิจ จากการสัมภาษณ์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่น แล้วนำข้อมูลไปกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขาย

ขั้นตอนวาดฝัน (Dream) คือการนำประสบการณ์ที่ได้ไปขยายผลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้โดยการนำ

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวาดฝัน กำหนดวิสัยทัศน์พันธกิจและเป้าหมายของร้าน

ขั้นตอนการออกแบบโครงการ (Design) คือการวางแผนแนวทางการปฏิบัติ โดยการออกแบบโครงการที่สอดคล้องกับขั้นตอนวาดฝันและขั้นตอนการค้นหาลิงค์ ๆ เพื่อให้ความฝันนั้นเกิดได้ขึ้นจริงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ขั้นตอนการดำเนินการ (Destiny) คือการลงมือทำตามแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้

ในส่วนของการปฏิบัติการเรียนรู้ทางสังคม คือการระดมความคิดร่วมกับเจ้าของธุรกิจเพื่อเสนอแนวทางและวางแผนสร้างโครงการเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับร้านโดยการค้นหาปัญหา สาเหตุที่ต้องแก้ไขโดยเร่งด่วนและมีการดำเนินโครงการจริงควบคู่กับการศึกษา ประเมินผลโครงการโดยการเปรียบเทียบยอดขายก่อนและหลังจากดำเนินโครงการ ดังแสดงวิธีการดำเนินการตามภาพที่ 1

## ผลการวิจัย

**ผลการศึกษาสภาพทั่วไปของร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด**

**การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment; PESTE Analysis)** เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปมีดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลดีต่อธุรกิจคือ ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยทางวิทยาการหรือเทคโนโลยี

ปัจจัยที่ส่งผลดีและเสี่ยงต่อธุรกิจคือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

**การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Competitive Environment; Five Forces Model)** เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ที่องค์กรต้องเผชิญในการปฏิบัติงานเฉพาะตัว ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ระดับความแรงทางการแข่งขันที่มีต่อร้านสูงคือ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ภาวะคุกคามจากผู้มาใหม่ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ภาวะคุกคามจากสินค้าทดแทน

ระดับความแรงทางการแข่งขันที่มีต่อร้านต่ำคือ อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

**การวิเคราะห์สภาพจุดแข็ง โอกาส เป้าหมาย และ ผลลัพธ์ (SOAR Analysis)** เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนโครงการเมื่อสิ่งแวดล้อมในธุรกิจนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วผลการวิเคราะห์มีดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) (1) เจ้าของร้านมีอภิยาศัยดี เป็นกันเอง (2) อาหารราคาไม่แพง (3) วัตถุดิบสดใหม่สะอาด (4) ร้านอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยขอนแก่น และอยู่ในบริเวณหอพักเอกชน

โอกาส (Opportunity) (1) คนไทยนิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่น (2) ผู้คนนิยมถ่ายรูปอาหารลงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook , Instagram) ซึ่งเป็นอีกช่องทางที่จะทำให้ลูกค้าได้รู้จักร้านมากยิ่งขึ้น (3) นักศึกษานิยมรับประทานอาหารข้างนอกมากกว่าทำรับประทานเอง (4) ลูกค้าให้ความสำคัญกับการบริการ

สิ่งที่ต้องการจะเป็น (Aspiration) (1) รักษาฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ (2) ลูกค้าประทับใจเมื่อเข้ามาใช้บริการ

ผลลัพธ์ (Results) (1) ลูกค้ารู้จักร้านและมีผู้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น (2) ยอดขายเพิ่มขึ้น 20 % (3) ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ (4) มีการบอกต่อของลูกค้า (5) ลูกค้ามีความสุขกับการรับประทานอาหารของร้าน

**การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)** สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) จำหน่ายชุดอาหารญี่ปุ่นประกอบด้วยรายการอาหารที่เลือกน้ำซุสและสลัดผัก ประเภทอาหารที่ไม่เป็นชุดคือเครื่องดื่ม รามะงและมัทสึบริการรับทำอาหารจัดเลี้ยง

ราคา (Price) ราคาอาหารอยู่ที่ 40 – 120 บาท อัตรากำไรจะอยู่ที่ร้อยละ 20 – 40

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีหน้าร้านตั้งอยู่บนทำเลที่ง่ายต่อการมองเห็นอยู่ในบริเวณหอพักเอกชน ใกล้มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีแผนเพจเฟซบุ๊กสำหรับการสื่อสารข้อมูลให้แก่ลูกค้ามีโทรศัพท์และไลน์ (Line)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ทางร้านควรมีโครงการส่งเสริมการตลาดของทางร้านเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับทางร้าน อีกทั้งเพื่อการรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่

พนักงาน (People) เป็นธุรกิจครอบครัวให้บริการโดยคุณลุงคุณป้าเจ้าของร้าน

กระบวนการให้บริการ (Process) เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน มีการต้อนรับจากคุณป้า มีการแนะนำรายการอาหาร จากนั้นคุณป้านำเครื่องดื่มเสิร์ฟให้แก่ลูกค้าและรับรายการอาหารเพื่อส่งมอบให้กับพ่อครัวคือคุณลุง ส่วนของการทำอาหารคุณลุงจะมีการเตรียมวัตถุดิบไว้พร้อมปรุงเพื่อความรวดเร็วทำให้ลูกค้าไม่ต้องรอนาน จากนั้นคุณป้าจะนำอาหารมาเสิร์ฟและเมื่อลูกค้ารับประทานอาหารเรียบร้อยแล้ว มีการคิดราคาอาหารและกล่าวคำขอบคุณ เชิญชวนให้มาใช้บริการในครั้งต่อไป

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) การตกแต่งเป็นแบบร้านอาหารญี่ปุ่นที่เรียบง่าย มีป้ายหน้าร้าน มีสัญลักษณ์ของร้าน รายการอาหารมีภาพประกอบและมีการจัดจานอาหารได้อย่างสวยงาม

## ผลการศึกษาจากการใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธกเพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มยอดขายให้กับร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด

จากการสัมภาษณ์เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าและบุคลากรร้านทำให้ทราบจุดโดดเด่นดังนี้  
**ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของบุคลากรร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด** คือ (1) เห็นนักศึกษา (ลูกค้า) เหมือนลูกหลาน (2) ทำอาหารดีให้ลูกค้าทาน

**ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นจากลูกค้าร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด ร้าน A และร้าน B** คือ (1) อาหารมีรสชาติอร่อย (2) ราคาถูก (3) มีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย (4) ความน่ารับประทานของอาหาร (5) มีของแถม

จากปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นสามารถนำมาออกแบบโครงการเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ดสามารถแบ่งตามการดำเนินงานได้ดังนี้

### โครงการที่ได้จากวจรสนทรียสาธก ผลจากการดำเนินโครงการมีดังนี้

โครงการเพิ่มตู้แช่น้ำดื่มประเภทน้ำอัดลม/ชาเขียว จากจุดโดดเด่นคือมีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย และจากความตั้งใจของทางร้านจากโครงการเพิ่มตู้แช่น้ำดื่ม เพื่อที่จะให้ลูกค้ามีทางเลือกในการเลือกเครื่องดื่มมากขึ้น ทางร้านอยู่ในช่วงพิจารณาว่าควรเลือกซื้อตู้แช่เองหรือเช่าจากผู้ให้บริการเพื่อที่จะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าและมีความสะดวกที่มากกว่า

โครงการวันเกิดรับส่วนลด 10 % จากจุดโดดเด่นคือราคาถูก มีการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านทางแฟนเพจเฟซบุ๊กพร้อมกับติดโปสเตอร์ที่ร้าน มีลูกค้าใช้สิทธิ์รับส่วนลดเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง ส่วนลูกค้าที่ใช้สิทธิ์รับส่วนลดนี้มีความพึงพอใจและยินดีที่ทางร้านจัดโครงการนี้ โครงการนี้ไม่มีผลต่อยอดขายของทางร้านมากนักแต่ควรมีการดำเนินโครงการต่อเนื่องจากการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า อีกทั้งในอนาคตลูกค้าอาจให้ความสนใจกับโครงการนี้มากขึ้น

โครงการทานครบ 400 บาทรับฟรีทาโกยากิสุตโรโซก้า จากจุดโดดเด่นคืออาหารมีรสชาติอร่อยและมีของแถม จากการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านทางแฟนเพจเฟซบุ๊กพร้อมกับติดโปสเตอร์ที่ร้าน ลูกค้าที่ใช้สิทธิ์ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่มา 3 คนขึ้นไปต่อหนึ่งโต๊ะและมีการใช้สิทธิ์เฉลี่ยสัปดาห์ละ 10 ครั้ง ลูกค้ามีความสุขและพึงพอใจ

ที่ได้รับของแถมจากทางร้านจึงควรดำเนินโครงการนี้ต่อ

โครงการอาหารประจำฤดูกาล จากจุดโดดเด่นคือมีรายการอาหารให้เลือกหลากหลายและความน่ารับประทานของอาหาร จากการวางแผนโครงการมีความคาดหวังเพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสลิ้มลองอาหารประจำฤดูกาลของประเทศญี่ปุ่น ได้รับความรู้ที่เกี่ยวกับอาหาร ทำให้เกิดความประทับใจในอาหาร กลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดการบอกต่อให้แก่ลูกค้าใหม่ เห็นควรอย่างยิ่งที่ทางร้านต้องดำเนินโครงการในอนาคต เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับทางร้านและเป็นแนวทางที่จะเพิ่มยอดขายให้กับทางร้านได้

โครงการ Signature Menu จากจุดโดดเด่นคืออาหารมีรสชาติอร่อยและความน่ารับประทานของอาหาร มีการดำเนินโครงการแบบคร่าว ๆ โดยการแนะนำอาหารจากบุคลากรร้านให้แก่ลูกค้า เมื่อมีการแนะนำรายการอาหารลูกค้าส่วนใหญ่จะให้ความสนใจ พบว่าลูกค้าพอใจและชื่นชอบในรสชาติของอาหาร แต่ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์แบบชัดเจนและจัดทำรายการอาหารแบบตั้งโต๊ะเพื่อให้ทราบว่าเป็นรายการอาหารที่ขึ้นชื่อของร้าน เนื่องจากยังไม่มีความพร้อม ในอนาคตเมื่อมีความพร้อมจะมีการดำเนินโครงการเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้แก่ทางร้านได้

ผลจากการดำเนินโครงการดังแสดงในตารางที่ 1

#### ผลการศึกษาจากการปฏิบัติการเรียนรู้ทางสังคม ผลจากการดำเนินโครงการมีดังนี้

โครงการ Facebook For Publicity จากการประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของ KCU Group ในเดือนเมษายน พ.ศ.2559 และเฟซบุ๊กแฟนเพจของขอนแก่นตรงไหนแซบเวอร์บอกต่อในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2559 ซึ่งเป็นช่วงปิดภาคเรียนของมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่าลูกค้าใหม่เข้ามารับประทานอาหารที่ร้านมากขึ้นและทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้น ดังนั้นในช่วงเทศกาลต่าง ๆ หากทางร้านเปิดให้บริการตามปกติควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการที่ร้าน เป็นแนวทางที่ทำให้ร้านมียอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ผลจากการดำเนินโครงการดังแสดงในตารางที่ 2

#### สรุป

จากการศึกษาอิสระเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพร่วมกับการศึกษาเชิงปฏิบัติการ โดยใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธกมาค้นหาข้อมูลเชิงบวกร่วมกับทฤษฎีการวิเคราะห์จุดแข็ง โอกาส เป้าหมายและผล ลัพธ์ สภาพแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ส่วนผสมทางการตลาดบริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของวงจรสุนทรียสาธกควบคู่กับการปฏิบัติจริงในบางโครงการเพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการเพิ่มยอดขายให้กับร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด

ก่อนมีการดำเนินโครงการทางร้านมียอดขายในเดือนมีนาคมถึงเดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ. 2558 รวมเท่ากับ 372,773 บาท และหลังจากได้ดำเนินโครงการในปีพ.ศ. 2559 มียอดขายรวมเท่ากับ 485,880 บาท ยอดขายของร้านเพิ่มขึ้น 113,107 บาท ดังแสดงในตารางที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 30.34 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้คือร้อยละ 20 และโครงการที่ได้มีการดำเนินการเกิดขึ้นทั้งหมด 3 โครงการ คือโครงการวันเกิดรับส่วนลด 10 % โครงการทานครบ 400 บาทรับฟรีทาโกยากิสูตรโอซาก้า และโครงการ Facebook For Publicity มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ 80 บาท ดังนั้นจึงคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายและบรรลุวัตถุประสงค์

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา จากการศึกษาธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในครั้งนี้ ทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าและศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่เสมอเพื่อเป็นการพัฒนาร้านให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

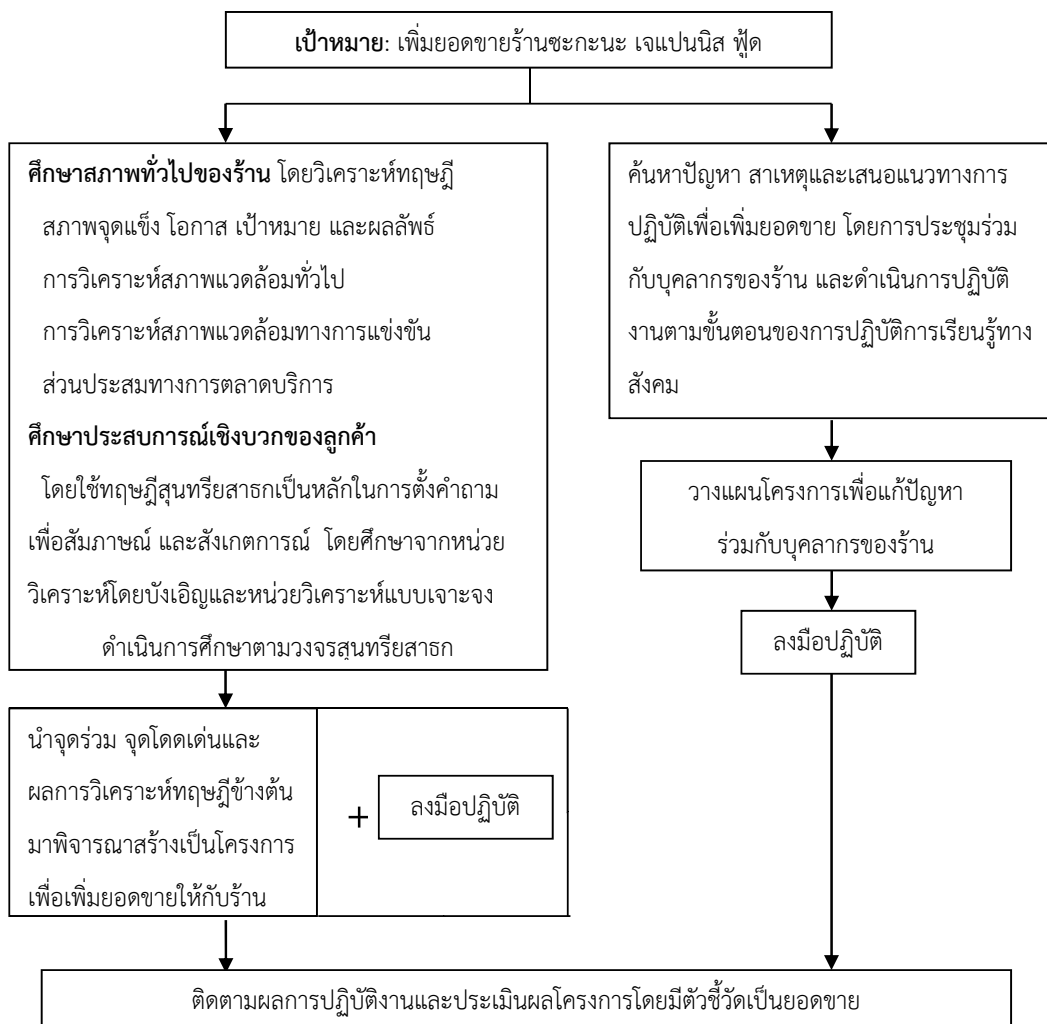
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป สำหรับการศึกษาในครั้งต่อไปควรนำข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อร้านนำไปขยายผลโดยการพิจารณาพร้อมกับความสามารถของร้านและความเป็นไปได้ที่จะจัดทำโครงการ นำไปจัดทำเป็นแผนระยะยาวเพื่อเพิ่มยอดขายของทางร้านอย่างยั่งยืน มีการทำแบบสอบถามประจำโต๊ะเพื่อถามลูกค้าถึงความพึงพอใจต่อโครงการ และมีการประเมินผลโครงการ ทดลองดำเนินการโดยใช้หลักของวงจรคุณภาพ (PDCA)

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จได้ด้วยความรู้ความกรุณาของท่านอาจารย์รองศาสตราจารย์สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย ที่ให้คำแนะนำคำปรึกษา แนวคิดในการศึกษา ตลอดจนแนวทางที่ก่อประโยชน์ ผู้ศึกษาต้องขอขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

## เอกสารอ้างอิง

- [1] ธนาชัย สุขวณิช, พรชัย อรัณยกันนท. (2557). การบริหารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ทริบเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- [2] อธิวิทย์ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2557). การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [3] สำนักงานคลังจังหวัดขอนแก่น. (2558). รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดขอนแก่น 2558. ค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://klang.cgd.go.th/>
- [4] องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่นประจำประเทศไทย. (ไม่ระบุปีพิมพ์). แนะนำเจโทรกรุงเทพฯ. ค้นเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2559, จาก [https://www.jetro.go.jp/thailand/thai/t\\_about/](https://www.jetro.go.jp/thailand/thai/t_about/)
- [5] อัจฉริยะ อุปการกุล. (2554). SOAR VS. SWOT Analysis. ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2559, จาก <http://>



ภาพที่ 1 วิธีการดำเนินการศึกษา

ตารางที่ 1 ผลการดำเนินโครงการที่ได้จากวงจรสุนทรียสาธก (The 4-D Cycle) (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                                          | ระยะเวลา<br>ปฏิบัติงาน            | ผู้รับผิดชอบ               | หมายเหตุ                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------|------------------------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | โครงการเพิ่มตู้แช่น้ำดื่มประเภทน้ำ<br>อัดลม/ชาเขียว  | กันยายน<br>พ.ศ. 2559<br>เป็นต้นไป | เจ้าของร้าน                | อยู่ระหว่างการพิจารณาว่าจะซื้อหรือ<br>เช่าตู้แช่จากผู้ให้บริการ โดยหวังว่าเมื่อ<br>มีตู้แช่เครื่องดื่มแล้วลูกค้าจะมีทางเลือก<br>ในการเลือกเครื่องดื่มมากขึ้น                                                                                |
| 2     | โครงการวันเกิดรับส่วนลด 10%                          | มีนาคม พ.ศ.<br>2559<br>เป็นต้นไป  | เจ้าของร้าน<br>และผู้ศึกษา | มีลูกค้าใช้สิทธิ์รับส่วนลดเฉลี่ยเพียงเดือนละ<br>2 ครั้ง ส่วนลูกค้าที่ใช้สิทธิ์รับส่วนลดมีความ<br>พึงพอใจในโครงการ โครงการนี้ไม่มีผลต่อ<br>ยอดขายของทางร้านมากนัก แต่ควรมีการ<br>ดำเนินต่อไปเนื่องจากเป็นการสร้างความพึง<br>พอใจให้แก่ลูกค้า |
| 3     | โครงการทานครบ 400 บาท<br>รับฟรี ทาโกยากิ สตรีโอซาก้า | มีนาคม พ.ศ.<br>2559 เป็นต้น<br>ไป | เจ้าของร้าน<br>และผู้ศึกษา | มีการใช้สิทธิ์เฉลี่ยสัปดาห์ละ 8 ครั้ง ลูกค้ามี<br>ความสุขและพึงพอใจที่ได้รับของแถมจาก<br>ทางร้าน มีผลทำให้ยอดขายของทางร้าน<br>เพิ่มขึ้น จึงควรดำเนินโครงการนี้ต่อ                                                                           |
| 4     | โครงการอาหารประจำฤดูกาล                              | กรกฎาคม<br>พ.ศ. 2559<br>เป็นต้นไป | เจ้าของร้าน                | ทางร้านคาดหวังให้ลูกค้าได้มีโอกาสลิ้มลอง<br>อาหารประจำฤดูกาลของประเทศญี่ปุ่น<br>ทำให้เกิดความประทับใจในอาหาร กลับมาใช้<br>บริการซ้ำและเกิดการบอกต่อให้แก่ลูกค้า<br>ใหม่ ควรดำเนินโครงการเพื่อสร้างความ<br>แตกต่างให้กับทางร้าน              |
| 5     | โครงการ Signature Menu                               | กรกฎาคม<br>พ.ศ. 2559<br>เป็นต้นไป | เจ้าของร้าน                | มีการดำเนินโครงการแบบครบถ้วน ลูกค้าส่วน<br>ใหญ่จะให้ความสนใจ พบว่าลูกค้าพอใจและ<br>ชื่นชอบในรสชาติของอาหาร ในอนาคตเมื่อ<br>มีความพร้อมจะมีการดำเนินโครงการ                                                                                  |

**ตารางที่ 2** ผลการดำเนินโครงการที่ได้จากการปฏิบัติการทางสังคม

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                                 | ระยะเวลาปฏิบัติงาน               | ผู้รับผิดชอบ               | หมายเหตุ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|---------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | โครงการ<br>Facebook For<br>Public Relations | มีนาคม<br>พ.ศ. 2559<br>เป็นต้นไป | เจ้าของร้าน<br>และผู้ศึกษา | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่วงเทศกาลสงกรานต์ (เมษายน พ.ศ.2559) ประชาสัมพันธ์ผ่าน KKU Group ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.79 เปรียบเทียบกับเดือนเมษายน พ.ศ. 2558</li> <li>- ช่วงปิดภาคเรียนของมหาวิทยาลัยขอนแก่น (มิถุนายน พ.ศ.2559) ประชาสัมพันธ์และรื้อฟื้นผ่านขอนแก่นตรงไหนแซบเวอร์บอกต่อ ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.83 เปรียบเทียบกับเดือน มิถุนายน พ.ศ.2558</li> </ul> |

**ตารางที่ 3** เปรียบเทียบยอดขาย ส่วนต่างยอดขาย และร้อยละที่เพิ่มขึ้นของยอดขายของร้านชะกะนะ เจแปนนิส ฟู้ด ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 - เดือนกรกฎาคม 2558 และเดือน กุมภาพันธ์ 2559 - เดือนกรกฎาคม 2559

|                | กุมภาพันธ์ | มีนาคม  | เมษายน | พฤษภาคม | มิถุนายน | กรกฎาคม |
|----------------|------------|---------|--------|---------|----------|---------|
| ปี 2558        | 72,100     | 100,530 | 59,870 | 75,550  | 66,780   | 70,043  |
| ปี 2559        | 75,880     | 113,250 | 81,900 | 100,560 | 90,040   | 99,230  |
| ส่วนต่างยอดขาย | 3,780      | 12,720  | 22,030 | 25,010  | 23,260   | 29,187  |
| ร้อยละ         | 5.24       | 12.65   | 36.79  | 33.10   | 34.83    | 41.67   |