

แนวทางการเพิ่มยอดขายสินค้า ร้าน X อำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม GUIDELINES TO INCREASE SALES OF X IN YANGSISURAT DISTRICT MAHASARAKHAM PROVINCE

ศิริชัย ปักการะ¹
สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย²

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อทราบถึงสภาพแวดล้อมทั่วไปของ X อำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อศึกษาทัศนคติด้านบวกของลูกค้าที่มีต่อ X ร้าน Y และ Z 3) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับร้าน X อำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้แนวคิดสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) [1] ในการค้นหาข้อมูลเชิงบวกจากหน่วยวิเคราะห์จำนวน 50 คน ซึ่งใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยแยกเป็นสัมภาษณ์ลูกค้าแบบเจาะจงจากร้าน X ร้าน Y และร้าน Z จำนวนร้านละ 5 คนและสัมภาษณ์ลูกค้าแบบโดยบังเอิญจากร้าน X ร้าน Y และร้าน Z จำนวนร้านละ 10 คนอีกทั้งสัมภาษณ์แบบเจาะจงพนักงานร้าน X จำนวน 5 คน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีการวิเคราะห์ SOAR (SOAR Analysis) [2] แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) ทฤษฎีการวิเคราะห์คู่แข่ง (Five Forces Model) และหลัก 7C's เพื่อการสื่อสารที่ติดต่อจนมีการทดลองปฏิบัติการในบางโครงการควบคู่กันไปได้แนวทางในการเพิ่มยอดขายได้จำนวน 4 โครงการ คือ 1)โครงการ “สองแดง” 2)โครงการ “สะตอเราสะตอเค้า” 3)โครงการ “พุ่มพวง” 4)โครงการ “ขายก่อนจ่ายทีหลัง” ซึ่งจากการลงมือปฏิบัติตามโครงการที่กำหนดไว้ พบว่า มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 เกินเป้าหมายที่กำหนดไว้ร้อยละ 10

คำสำคัญ : สุนทรียสาธก

Abstract

This independent study was qualitative along with action research. The purposes of the study were to 1) understand the general environment of X, Yang Si Surat District, Mahasarakham Province, 2) study the positive customers' attitude towards X, Y, and Z, and 3) be the guidelines to increase sales volume of X, Yang Si Surat District, Mahasarakham Province. The concept of Appreciative Inquiry (AI) was applied in collecting positive data from the unit of analysis totally 50 persons. Interview methods were 1) purposive interview with the customers of X, Y, and Z; 5 persons per each, 2) accidental interview with the customers of X, Y, and Z; 10 persons per each, and 3) purposive interview with 5 shop assistants of X. Data were analyzed with SOAR Analysis, Marketing Mix: 7P's, PESTE Analysis, Five Forces Model, and 7C's in order to be efficient in communication. Also, the action experiment was simultaneously conducted in some projects resulting in four guidelines to increase sales volume: 1) “Song Deng” project, 2) “Saduak Rao Saduak Khao” project, 3) “Pumpuang” project, and 4) “Pay after Delivery” project. After conducting these projects, the sales volume increased (13%) beyond expectation (10%).

Keywords: Appreciative Inquiry

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น
โทรศัพท์ 081-9280499 E-Mail Sirichai.pakkare@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

การดำเนินชีวิตของคนไทยยังคงเกี่ยวข้องกับการค้าทั้งในรูปแบบการค้าปลีกไปจนถึงการค้าส่งโดยเริ่มตั้งแต่การค้าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ อีกทั้งยังมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ก้าวไปสู่การค้าในรูปแบบต่างๆ ที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจเพื่อให้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และสามารถลดต้นทุนในด้านต่างๆ ได้ ซึ่งธุรกิจการค้าปลีกและค้าส่งในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วจึงส่งผลให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูง อีกทั้งยังมีธุรกิจสะดวกซื้อเกิดขึ้น เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต โลตัสเอ็กซ์เพรส ร้านสะดวกซื้อ (7-Eleven) โดยธุรกิจเหล่านี้ล้วนแต่เป็นสาขาย่อยของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีเงินลงทุนสูง มีการบริหารจัดการงานอย่างเป็นระบบ มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการจัดการระบบต่างๆ มีความได้เปรียบในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าและความสามารถในการขยายสาขาไปยังอำเภอต่างๆ ได้ง่าย นอกจากนั้นยังมีผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในพื้นที่ใกล้เคียง การขายสินค้าข้ามเขต สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อร้าน X ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะให้ธุรกิจของตนเองได้ก้าวต่อไปโดยการสรรหาแนวทางต่างๆ ในด้านการบริการสินค้าที่มีคุณภาพการบริการลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ ราคาสินค้าที่เหมาะสม บริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว การจัดโปรโมชั่นที่ไม่กระทบกับยอดขาย เป็นต้น

ร้าน X ทำธุรกิจเกี่ยวกับการค้าสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ตั้งอยู่ที่อำเภอวังสราญ จังหวัดมหาสารคาม โดยจะเน้นสินค้าหมวดเครื่องดื่มและจำหน่ายในรูปแบบขายส่งเป็นหลัก ต่อมามีการนำสินค้าในหมวดอื่นๆ มาจำหน่ายเพิ่มเติม หลังจากนั้นจึงเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดจำหน่ายของทางร้านมาเป็นกึ่งมินิมาร์ท เพื่อขายทั้งปลีกและส่ง ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อต้องการเพิ่มกลุ่มลูกค้ารายใหม่และผลการดำเนินการมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากนั้นเมื่อปี พ.ศ. 2550 ได้สร้างอาคารพาณิชย์ โดยมีการตกแต่งให้ทันสมัย มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจำหน่ายสินค้าให้สามารถทำงานได้สะดวกรวดเร็ว มีการจัดโซนสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ชัดเจนเพื่ออำนวยความสะดวกซื้อสินค้าต่อมาในปี พ.ศ. 2553 มีธุรกิจร้านค้าปลีกและค้าส่งในพื้นที่เพิ่มขึ้นทำให้มีการแข่งขันสูงขึ้นจึงส่งผลกระทบต่อยอดขายและจำนวนลูกค้าของทางร้านโดยตรง ต่อมาในปี พ.ศ. 2556 มีกลุ่มธุรกิจรายใหญ่ (Lotus Express) มาลงทุนในพื้นที่ ซึ่งมีการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดของร้านค้าในพื้นที่อย่างแน่นอนและในอนาคตมีแนวโน้มที่จะมีร้านสะดวกซื้อ (7-Eleven) เกิดขึ้นในพื้นที่ ดังนั้นทางร้านจึงต้องปรับปรุงพร้อมทั้งหาแนวทางและกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ในการเพิ่มยอดขายและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะสั้นและระยะยาวให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดในอนาคตได้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาข้อมูล เพื่อวางแผนแนวทางการเพิ่มยอดขายของร้าน X ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจในปัจจุบันเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในอนาคตโดยมีเป้าหมายในการเพิ่มยอดขายทุกปี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบถึงสภาพแวดล้อมทั่วไปของร้าน X อำเภอวังสราญ จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านบวกของลูกค้าที่มีต่อร้าน X ร้าน Y และร้าน Z
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับร้าน X อำเภอวังสราญ จังหวัดมหาสารคาม

ขอบเขตการศึกษา

ด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของลูกค้า โดยใช้แนวคิดสุนทรียศาสตร์ในการสัมภาษณ์และสังเกตเพื่อค้นคว้าหาประสบการณ์เชิงบวกและความประทับใจ ซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั่วไปโดยใช้ (PEST Analysis) การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น (Five Forces Model) การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) การวิเคราะห์ SOAR (SOAR Analysis) และหลัก 7C's เพื่อการสื่อสารที่ดี

ด้านหน่วยวิเคราะห์

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์หาข้อมูลเชิงลึกกับลูกค้าของร้าน X ร้าน Y และร้าน Z มีทั้งหมด 50 คน แบ่งเป็นสัมภาษณ์ลูกค้าแบบเจาะจงจากร้าน X ร้าน Y และร้าน Z ร้านละ 5 คน สัมภาษณ์ลูกค้าแบบบังเอิญจากร้าน X ร้าน Y และร้าน Z ร้านละ 10 คน และสัมภาษณ์แบบเจาะจงของพนักงานร้าน X จำนวน 5 คน

ด้านสถานที่

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาในเขตพื้นที่อำเภออย่างสีสุราษฎร์ จังหวัดมหาสารคาม

ด้านระยะเวลา

เริ่มทำการศึกษา ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2559

วิธีดำเนินงาน

1. ขั้นตอนการศึกษา

1.1 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและสาเหตุพร้อมทั้งผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปที่เกิดขึ้นกับทางร้าน ได้แก่ ยอดขายและจำนวนลูกค้าลดลง สินค้าค้างสต็อก การเข้ามาในธุรกิจของคู่แข่งรายใหม่ในพื้นที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น

1.2 กำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยโดยวิเคราะห์จากปัญหาที่ค้นพบพร้อมทั้งศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาตลอดจนศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาและเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.3 วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั่วไปโดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (PEST Analysis) การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน (Five Forces Model) และใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SOAR Analysis

1.4 ออกแบบแบบสัมภาษณ์เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าร้านศิริกานต์ โดยใช้แนวคิดสุนทรียศาสตร์หรือกระบวนการ 4D (4-D Model) เป็นหลักในการสัมภาษณ์ ซึ่งประกอบไปด้วยการค้นหา (Discovery) การวาดฝัน (Dream) การออกแบบ (Design) และการดำเนินการ (Destiny)

1.5 นำโครงการที่ได้จากประสบการณ์หรือจากกิจกรรมที่ทางร้านได้ดำเนินการอยู่แล้วรวมทั้งประสบการณ์เชิงบวกและความประทับใจของลูกค้าที่ได้จากการสัมภาษณ์ตลอดจนความต้องการของลูกค้าที่อยากให้ทางร้านปรับปรุงมาประยุกต์ใช้และพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขาย

1.6 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และข้อเสนอแนะ

2. วิธีการเก็บข้อมูล

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

2.1.1 วิธีการสัมภาษณ์ คือ การตั้งคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ในลักษณะคำถามเชิงบวกและ

ไม่เป็นทางการจนเกินไปโดยใช้ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ (AI) มาช่วยในการตั้งคำถาม

2.1.2 วิธีการสังเกต คือ การสังเกตพฤติกรรมและปฏิกิริยาตอบสนองโดยตรงของผู้ถูกสัมภาษณ์
ในแง่มุมมองต่างๆ ของลูกค้า

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลและ
วิเคราะห์ศึกษาตามกรอบทฤษฎีรวมทั้งหาแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับร้าน X

3. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์หาประสบการณ์ที่ประทับใจของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าโดยการ
สัมภาษณ์เชิงบวกกับลูกค้ารายบุคคลจากกลุ่มตัวอย่างภายในเขตอำเภอวังน้อยจังหวัดมหาสารคาม โดยกลุ่ม
ตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มตัวอย่างสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sample) และ
กลุ่มตัวอย่างสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sample) โดยจะสัมภาษณ์ทั้งสิ้น 50 คน แยกเป็นจากร้าน X ร้าน Y และ
ร้าน Z แห่งละ 15 คนรวมทั้งพนักงานของร้าน X จำนวน 5 คน

3.2 ข้อมูลจากสังเกตโดยการสังเกตพฤติกรรมของลูกค้า บุคลิกท่าทาง ลักษณะการพูดจา การตอบ
คำถามการสัมภาษณ์และการเลือกซื้อสินค้าของร้าน X ร้าน Y และร้าน Z จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและ
ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ร่วมกันกับข้อมูลตามทฤษฎีเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดแนวทางเพื่อเพิ่ม
ยอดขายต่อไป

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์

4.1 แบบสอบถาม เป็นการตั้งคำถามในลักษณะคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์เชิงบวกและความ
ประทับใจของลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้า

4.2 การวิเคราะห์ SOAR Analysis เพื่อวิเคราะห์หาสิ่งแวดล้อมภายในรวมทั้งนำข้อมูลไปใช้ในการ
ขั้นตอนการวาดฝัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง โอกาส เป้าหมาย และผลลัพธ์ที่ต้องการตามเป้าหมาย

4.3 ทฤษฎีสวนประสมทางตลาด (Marketing Mix: 7P's) มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบโครงการ

4.4 หลัก 7C's เพื่อการสื่อสารที่ดี (The 7C's of Communication)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ทศนคติประสบการณ์เชิงบวกและความประทับใจของผู้ถูก
สัมภาษณ์โดยหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและหาปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าของแต่ละร้านเพื่อนำ
ข้อมูลมาวิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการเพิ่มยอดขาย

ผลการวิจัย

1. แนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มยอดขาย

จากการค้นหาความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าร้าน X ,Y และ
Z รวมทั้งพนักงานร้าน X สามารถนำมาวิเคราะห์หาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นร่วมกับทฤษฎีที่
ใช้ในการศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางการเพิ่มยอดขาย ได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ SOAR [2]

ด้านจุดแข็งขององค์กร (Strengths) พบว่า การให้บริการของเจ้าของร้านสามารถต่อรองราคาได้
ลูกค้าประจำสามารถขอเครดิตได้

ด้านโอกาสขององค์กร (Opportunities) พบว่า การเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง(รถเร่)
ด้านสิ่งที่องค์กรอยากเป็น (Aspirations) ความเป็นหนึ่งเดียวในการจำหน่ายสินค้าประเภทค้าส่งใน
อำเภออย่างสี่สุราษฎร์จังหวัดมหาสารคาม พร้อมทั้งให้ลูกค้านึกถึงเสมอว่าเราเป็นร้านจำหน่ายสินค้าที่ตอบสนองความ
ต้องการของลูกค้าและราคาถูก

ด้านผลลัพธ์ที่องค์กรจะได้ (Results) มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของช่วงเวลาที่ดำเนินโครงการ
และลูกค้าเกิดความประทับใจจนเกิดการบอกต่อและกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ รวมทั้งการรักษาฐานลูกค้าเก่าและเพิ่ม
จำนวนลูกค้าใหม่

ผลการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดสุนทรียสาธกในขั้นตอนการค้นพบ (Discovery)

จุดร่วม : ราคาสินค้าถูกและการลดราคา เจ้าของร้านและพนักงานมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง กิจกรรม
ในการเก็บใบเสร็จหรือรวบรวมยอดซื้อแลกของแถม

จุดโดดเด่น : การขายสินค้าในรูปแบบปล่อยเครดิต การขายสินค้าถึงหน้าร้านลูกค้า การจัดส่งสินค้า
ราคาสินค้าถูกและการลดราคา มีมุมรับรองลูกค้าระหว่างรอเช็คสินค้าหรือการสั่งซื้อสินค้า แจ้งลูกค้าในช่วงเวลา
และโปรโมชั่น การทำงานที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย

การวาดฝัน : ลูกค้าต้องการให้ทางร้านมีของแถม การเสนอขายสินค้าในลักษณะที่เรียกว่ารถเร่ มี
ของขวัญในช่วงเทศกาลต่างๆ การให้เครดิตแก่ลูกค้าประจำ การทำงานที่สะดวกรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ อีกทั้งการ
สั่งซื้อสินค้าที่มีปริมาณไม่มากแต่ทางร้านมีบริการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่มีผลต่อยอดขายที่จะ
เพิ่มขึ้นในทุกๆ เดือน จากผลการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดสุนทรียสาธกในขั้นตอนการค้นพบ (Discovery) และการ
วาดฝัน (Dream) ของลูกค้าสามารถกำหนดและจัดทำโครงการในขั้นตอนการออกแบบ (Design) ในการวางแผน
การพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มยอดขายได้ 2 แนวทาง คือ แนวทางการปรับปรุงเพื่อสร้างความพึงพอใจและ
ความประทับใจให้กับลูกค้าโดยใช้แนวทางการวางแผนในการซื้อสินค้าด้วยโครงการที่ 1 “สองแดง” มีวัตถุประสงค์
เพื่อให้ลูกค้าซื้อของในราคาที่เหมาะสมและเป็นการวางแผนการซื้อสินค้าให้กับลูกค้า โครงการที่ 2 “สะดวกเรา
สะดวกเค้า” มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงพื้นที่ทำงานและเพิ่มความสะดวกในการทำงานของพนักงาน เพื่อลดชั้น
ตอนในการทำงานของพนักงานให้สามารถค้นหาสินค้าได้คล่องตัวมากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกสินค้า
ของลูกค้าและแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มยอดขายและขยายฐานลูกค้าโดยใช้แนวทางเสนอขายสินค้าให้กับ
ลูกค้าโดยตรงด้วยโครงการที่ 3 “พุ่มพวง” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับทางร้านเพิ่มมากขึ้น หา
ลูกค้ารายใหม่และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเก่าในการซื้อสินค้า และแนวทางในการนำเสนอขายสินค้าด้วย
โครงการที่ 4 “ขายก่อนจ่ายทีหลัง” มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มยอดขายของทางร้านให้มากขึ้น (ในช่วงเทศกาล)การ
รักษาฐานลูกค้าเก่าและการสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า

2. ผลการประเมินโครงการ

โครงการที่ 1 “สองแดง” ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจกับการต่อรองราคาสินค้าและการ
แนะนำในเรื่องการวางแผนสต็อกสินค้าในช่วงเวลาที่ราคาสินค้ามีแนวโน้มจะปรับตัวสูงขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อเก็บ
กำไรในอนาคตซึ่งจะสังเกตเห็นได้จากสีหน้า ท่าทาง ยิ้มแย้มมีความสุขของลูกค้า นอกจากนั้นยังสังเกตได้จากการ
ที่ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้ากับทางร้านและจะถามถึงการสต็อกสินค้าหรือมีสินค้าอะไรที่เป็นโปรโมชั่นของทางร้านอีก
ไหมตลอดจนการคำถามจากลูกค้าถึงการวางแผนในการสต็อกสินค้าอีกด้วย

โครงการที่ 2 “สะดวกเราสะดวกเค้า” ผลการศึกษา ในส่วนของพนักงานพนักงานมีความคล่องตัวใน
การทำงานมากขึ้น สามารถค้นหาสินค้าให้กับลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น มีการทำงานกันเป็นทีมมากขึ้น ลด

เวลาในการสต็อกสินค้าและลดขั้นตอนในการเคลื่อนย้ายสินค้าอีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาการขาดงานของพนักงานได้ ในส่วนของลูกค้าพบว่าลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็วในการเลือกสินค้าและเมื่อมีปัญหาในเรื่องราคาสินค้า ปริมาณ ความแม่นยำในการบริการจัดส่งสินค้า ทางร้านสามารถตรวจสอบให้กับลูกค้าได้ทันทีและลูกค้ารู้สึกพึงพอใจสำหรับ ที่นั่งพักระหว่างรอเช็คราคาสินค้าที่ทางร้านได้จัดเตรียมไว้และไม่เกิดอารมณ์เชิงลบจากการรอเป็นเวลานาน โดย สังเกตเห็นได้จากสีหน้าและท่าทางของลูกค้าประกอบกับการพูดคุยอย่างเป็นมิตร

โครงการที่ 3 “พุ่มพวง” ผลการศึกษา ผลที่ได้จากการการทำการโครงการคือ ลูกค้าพึงพอใจและมีผล ตอบรับค่อนข้างดี โดยรับรู้ได้จากลูกค้าประจำสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นประกอบกับมีลูกค้ากลุ่มใหม่ซื้อสินค้าจากทางร้าน โดยผ่านทางรถขายสินค้าของร้านหรือรถเลย ซึ่งจะเห็นว่ามียอดขายเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 11 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วง เวลาเดียวกัน ดังตารางที่ 1

โครงการที่ 4 “ขายก่อนจ่ายทีหลัง” ผลการศึกษาพบว่ามียอดขายเพิ่มขึ้นจะเห็นได้จากตารางที่ 2 และจากตารางที่ 2 จะเห็นว่ายอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.30 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2558 ในช่วงเวลาเดียวกันถือว่า อยู่ในแนวโน้มที่ทางร้านค่อนข้างพอใจกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นแต่โครงการนี้ทางร้านไม่สามารถดำเนินโครงการได้ใน ระยะยาวหรือทุกช่วงของเทศกาลตลอดจนไม่สามารถปล่อยเครดิตให้กับลูกค้าทุกคนได้เพราะเป็นแนวทางที่มีความ เสี่ยงค่อนข้างสูงและบางเทศกาลอาจจะเกิดผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจซบเซา ผู้บริโภคระวังตัวในการใช้จ่ายมาก ขึ้นตลอดจนผลกระทบจากนโยบายการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการศึกษา เพียงระยะสั้นๆ เท่านั้น

สรุป

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าคือ 1. การขายสินค้าในรูปแบบ ปล่อยเครดิต 2. การขายสินค้าถึงหน้าบ้านลูกค้า 3. การจัดส่งสินค้า สินค้าไม่เยอะก็ส่ง 4. ราคาสินค้าถูกและการ ลดราคา 5. มีมุมรับรองลูกค้าระหว่างรอเช็คสินค้าหรือการสั่งซื้อสินค้า 6. แจ้งลูกค้าในช่วงเวลาและโปรโมชั่น 7. สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย สามารถนำมาวิเคราะห์กำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขายได้ทั้งสิ้น 4 โครงการ ดังนี้ 1) โครงการ “สองเต่ง” 2) โครงการ “สะดวกเราสะดวกเค้า” 3)โครงการ “พุ่มพวง” 4) โครงการ “ขายก่อนจ่าย ทีหลัง” หลังดำเนินโครงการแล้วพบว่ามียอดขายสินค้าเพิ่มขึ้นและลูกค้ามีความพึงพอใจค่อนข้าง โดยจะสังเกตได้การ กลับมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ปริมาณที่ซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น การถามถึงการวางแผนสต็อกสินค้า การปล่อยเครดิต เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันจากต่างอำเภอหรือร้านค้าใกล้เคียง เพราะบาง ครั้งสินค้าบางอย่างของทางร้านมีจำนวนไม่พอตามความต้องการของลูกค้า เราก็สามารถไปยืมหรือซื้อสินค้าต่อใน ราคาใกล้เคียงกับต้นทุนที่ทางร้านซื้อมา อีกทั้งยังสามารถขอเครดิตสินค้าจากร้านลูกค้าของเราไปส่งสินค้าให้ลูกค้าที่ อยู่บริเวณใกล้เคียงก่อนได้ ดังนั้นการมีความสัมพันธ์กับลูกค้าที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันอาจจะส่งผลดีกับธุรกิจหรืออาจ จะดีกว่าที่เป็นคู่แข่งกัน

2. การรับสมัครพนักงาน เพื่อให้ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจในการบริการและ อาจจะเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจซื้อสินค้า ทั้งสามารถทำงานที่ค่อนข้างหนักได้โดยสังเกตจากการทดลอง งานก่อน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงการพูดจา อธิบายดี ยิ้มแย้ม เป็นมิตร ตลอดจนรูปร่างและความแข็งแรง เพื่อ ให้ตรงกับเงื่อนไขในการรับพนักงานเข้าทำงาน

3. การประเมินสถานการณ์และข่าวสารตลอดจนแนวโน้มของเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เพื่อจะได้ช่วยในการวางแผนซื้อสินค้า การตัดสินใจ การคาดคะเน รวมทั้งใช้วิเคราะห์สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการ ณ เวลานั้น
4. การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่า โดยการให้ของขวัญปีใหม่ การปล่อยเครดิต การจัดกิจกรรมร่วมกันและการให้ผลตอบแทนในกรณีที่มีการแนะนำ บอกต่อลูกค้ารายใหม่ให้มาซื้อสินค้ากับทางร้าน

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษานี้สามารถสำเร็จและลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษาและคณาจารย์คณะวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ช่วยให้ความรู้ คำปรึกษาและคำแนะนำแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการศึกษานี้ ซึ่งขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเจ้าของร้าน X ร้าน Y และร้าน Z ที่อนุญาตให้ผู้ศึกษาได้เข้าไปเก็บข้อมูลกับลูกค้าของร้านได้และขอขอบพระคุณลูกค้าของร้าน X ร้าน Y ร้าน Z รวมทั้งพนักงานร้าน X ที่ได้สละเวลาให้สัมภาษณ์ จึงทำให้มีข้อมูลในการทำงาน

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ ที่ให้กำลังใจสนับสนุนและให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมาโดยตลอด จนทำให้ผู้ศึกษามีวันนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] ภิญโญ รัตนพันธุ์. (2553). **What is AI?**. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.Aithailand.org>
- [2] อัจฉริยะ อุปการกุล (2554). **SOAR vs SWOT Analysis**. ค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/441791>

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบยอดขายสินค้าเดือนมีนาคม – มิถุนายนในปี พ.ศ. 2558 และปี พ.ศ.2559

ปี (พ.ศ.)	เดือน (บาท)				ร้อยละที่เพิ่มขึ้น
	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	
2558	1,748,111	2,855,368	1,775,940	1,793,555	13
2559	2,184,531	2,877,162	2,119,947	2,060,449	

ที่มา : ร้าน X, 2559

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบยอดขายสินค้าประเภทเครื่องดื่มของเดือน เมษายน ระหว่างปี พ.ศ. 2558 และปี พ.ศ. 2559

เดือน	ปี (พ.ศ.)		ร้อยละที่เพิ่มขึ้น
	2558	2559	
เมษายน	1,054,048	1,320,780	25.30

ที่มา : ร้าน X, 2559