

รายงานการค้นคว้าอิสระและบทความวิจัย

เรื่องความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจประเภทร้านจำหน่ายนมสด

Business demand and operation of fresh milk shop and service

กึ่งกาญจน์ ต้อยคำ

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจประเภทร้านจำหน่ายนมสด

วัตถุประสงค์โดยของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ และผู้ประกอบการ หรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของธุรกิจ

การเก็บข้อมูลผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยการสร้างแบบสอบถาม และแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภค จำนวน 200 คน และมีการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย และหาข้อมูลจากผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย

ผลการวิจัย 1) ตลาดมีความต้องการในส่วน of ร้านจำหน่ายนมสด 2) ยอดขายประมาณ 150,000 บาทต่อเดือน 3) การดำเนินงานของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์กร ได้แก่ การบริหารบุคลากร และโครงสร้างองค์กรเป็นเจ้าของคนเดียว ด้านการเงินธุรกิจได้แก่เงินลงทุน ใช้งบประมาณไม่เกิน 300,000 - 500,000 บาท โดยมีจุดคุ้มทุนใช้ระยะเวลา 6 เดือน ด้านการปฏิบัติงานโดยการสรรหาบุคคล และแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ได้แก่ กลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ ที่ใช้สื่อออนไลน์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ในการหากกลุ่มลูกค้าใหม่ และรักษากลุ่มลูกค้าเดิม โดยการใช้กิจกรรมส่งเสริมการขายการตลาดรูปแบบต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย

คำสำคัญ : ความต้องการ การดำเนินการ

Abstract

Business Demand and Operation of Fresh Milk shop and service

The research purpose and study 1) demand of market , 2)Sale, 3)business operation and 4) strategic management by collecting data from target customer and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

For data analysis the research used 200 peoples for samples by using prepare interview and percentage was used a statistical primary data analysis, and interview entrepreneur 2 shops

Result show that 1) Market need on demand 2)Sale are around 150,000 Thai baht per month 3)business use organization , business finance the capital ,budget for starting operation around 300,0000 -500,000 THB, the breakeven point, operation such as in 6 month , 4) strategic management planning in the first step will be make SWOT and brand building strategies

Keyword : Demand and operation

บทนำ

เนื่องจากกระแสในยุคปัจจุบันคนต้องการมีสุขภาพดีมีจำนวนมากขึ้น โดยเครื่องดื่มที่เป็นตัวแทนของสิ่งที่มีประโยชน์ การมีสุขภาพดี หรือทำให้ร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ คือนมสด ซึ่งการบริโภคนมเหมาะสมกับคนทุกเพศทุกวัย นมสดยังได้รับความนิยมบริโภคอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ซึ่งการศึกษาพบว่าเด็กหากเด็กดื่มนมวันละ 1-2 แก้ว ร่วมกับการมีกิจกรรมทางกาย ในการเล่นกีฬาประเภทที่มีการยืดตัว จะส่งผลถึงความสูงของร่างกายได้ ส่วนวัยผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ เป็นวัยที่ต้องการสารอาหารเพื่อซ่อมแซมส่วนที่สึกหลอ และชะลอการสูญเสียมวลกระดูก เพื่อป้องกันโรคกระดูกพรุนนั่นเอง

ในส่วนของอุตสาหกรรมในลักษณะนี้มีร้านที่มีชื่อเสียง และเปิดกิจการมานานหลายสิบปี เช่นร้านนมสดนมสด เป็นกิจการที่สามารถดำเนินการได้และมีลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จากการบริหารจัดการไม่มีโครงสร้างซับซ้อน แต่เป็นการบริหารแบบเป็นครอบครัว การสื่อสารกันได้ง่าย ในเรื่องการบริหารจัดการตัวร้านและตัวสินค้า คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดยเน้นถึงความสะอาด ความสดใหม่และ

ทันสมัย ซึ่งเป็นที่ดึงดูดใจให้ลูกค้ามาอุดหนุนมากมาย ทั้งนี้การบริหารงานยังใช้โมเดลความสุข ซึ่งหมายถึงทุกคนในร้านมีความสุขในการทำงาน เกิดจากผู้บริหารมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้พนักงานมีความสุข และเมื่อพนักงานมีความสุข มีความรักความผูกพันกับองค์กร พนักงาน ก็ส่งความสุขเป็นการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้าที่ดี การบริหารลักษณะนี้จึงเป็นพื้นฐานทำให้สามารถประกอบกิจการมาจนถึงทุกวันนี้

หากเรามีวัตถุดิบมีความสดและได้มาตรฐาน ยิ่งทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจและมองหาร้านดังกล่าว ได้ตามความต้องการ ประกอบกับหากผู้ชาย มีการพัฒนาสินค้าควบคู่กับการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า รวมถึงการสร้างการบริการที่ทำให้ประทับใจ และมีสถานที่ ทำเลที่ตั้งเหมาะสม ที่สามารถรองรับลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบายในการซื้อเครื่องดื่ม โดยมีที่นั่งคุยกันแบบสบาย และมี WIFI ยังเป็นโอกาสทำให้ลูกค้าแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มามากขึ้นนั่นเอง

ผู้ที่ทำธุรกิจนี้เป็นพยาบาล ซึ่งมีความชอบในการดื่มหมเป็นพื้นฐาน และมีแนวคิดต้องการให้ทุกคนมีสุขภาพดีเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงคิดว่าธุรกิจนี้มีความเหมาะสมกับตนเองที่จะพัฒนาธุรกิจนี้ ให้ความเจริญเติบโต และสร้างยอดขายให้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

ทั้งนี้มีแนวคิดอื่นที่จะทำให้ธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่นต้องประกอบไปด้วย การมีความซื่อสัตย์ในการทำธุรกิจนี้ โดยนำวัตถุดิบที่มีคุณภาพทั้งในส่วนประกอบหลัก และส่วนประกอบรองที่ใช้ในการเสริมให้มีความอร่อยมากขึ้นนั่นเอง รวมถึงการมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นอย่างดี

การทำธุรกิจนี้อาจจะทำได้โดยการลงทุนโดยการเป็นเจ้าของกิจการคนเดียว หรือการดำเนินธุรกิจของหุ้นส่วน ก็สามารถดำเนินการได้ ในโอกาสของความเป็นไปได้ นั่น ได้ไปศึกษาร้านนมสดต่าง ๆ ประมาณ 4 ร้านที่อยู่ในฝั่งพระนคร และ ถนนตัดใหม่พุทธมณฑลสาย 1 พบว่ามีผู้บริโภคมียุโรปหลายกลุ่มที่เข้ามาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบมาคนเดียว เพื่อน และครอบครัว ทั้งนี้ร้านนมสดในบริเวณถนนตากสินตั้งแต่ วงเวียนใหญ่ ไปจนถึงดาวคะนอง ยังไม่มีร้านขายนมสดที่ให้คนในชุมชนบริเวณดังกล่าวได้บริโภค

ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดในการทำธุรกิจนี้ขึ้นเพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนหรือคนจากที่อื่นได้รับอาหารที่มีคุณภาพ พร้อมกับได้นัดพบปะเพื่อนหรือบุคคลในครอบครัวได้ ประกอบกับมีเพื่อนที่ทำธุรกิจนี้อยู่ ซึ่งสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งของวัตถุดิบ การซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งสูตรในการทำให้อร่อย โดยไม่ต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ในสิ่งนี้ แต่หากต้องการเรียนรู้ในระดับการทำธุรกิจขั้นสูง ในเรื่องการทำให้แตกต่างหรือแปลกใหม่อาจต้องเรียนรู้เพิ่มเติมได้ในสถาบันที่เปิดสอนเกี่ยวกับธุรกิจนี้

ในส่วนของธุรกิจนี้ยังสามารถมีสินค้าในกลุ่มอื่น ๆ ที่สามารถนำมาจัดขายในร้านเดียวกัน โดยการเพิ่มความหลากหลาย ของสินค้าออกไปอีกคือ ขนมปังปังหน้าต่าง ๆ หรือแม้แต่สินค้าอื่นที่มี ส่วนประกอบที่มีการผลิตจากนมเพื่อใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งอากาศในกรุงเทพฯ เป็น เมืองร้อน ดังนั้นสินค้าอุปโภคที่สามารถตอบโจทย์ได้คือ เครื่องดื่มหรืออาหารที่มีรสเย็นชื่นใจ ยกตัวอย่างเช่น น้ำผลไม้สดปั่น หรือน้ำแข็งใส มักจะเป็นอาหารหวานที่ทางร้านสามารถนำมาเป็นสิ่งที่ เพิ่มเติมเพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นนั่นเอง

จากแผนธุรกิจในเรื่องการขายนมสด ขนมปังปัง หรือแม้แต่ผลไม้สดนั้น จะเห็นได้ว่าหากมี ที่ตั้งกิจการนี้อยู่ในบริเวณ ถนน ตากสิน จะสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบเหล่านี้ได้ง่าย เช่นนมสด จะมี ผู้ผลิตนมสด จากจังหวัดราชบุรี ซึ่งไม่ไกลจากที่ตั้งร้าน โดยใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงในการเดินทาง มาถึงร้าน จะทำให้ได้วัตถุดิบที่สดใหม่ อยู่เสมอ หรือแม้กระทั่งวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ในร้านสามารถจัดหา ได้ที่ ตลาดวงเวียนใหญ่ หรือแม้กระทั่งจากตลาดปากคลองตลาดเดิม หรือตลาดปากคลองตลาดใหม่ จึง ทำในการจัดหาวัตถุดิบในการผลิตสินค้าให้ผู้บริโภคมีต้นทุนที่ลดน้อยลง

ในส่วนของพนักงาน ที่ใช้ในการผลิต ทั้งนี้เราต้องคัดเลือกแรงงานที่มีคุณภาพ ในส่วนของ พนักงานต่าง ๆ ภายในร้านที่แตกต่างกัน เพื่อให้เหมาะสมกับงานที่เรามอบหมายให้ ภายใต้การกำกับ ดูแลของผู้ประกอบกิจการอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามความคาดหวังที่วางไว้ นั่นเอง

ในส่วนปัจจัยในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ เราตั้งราคาไว้ในระดับปานกลาง เพื่อส่งเสริมให้คนใน ชุมชนสามารถเข้าถึงสินค้าเราได้ โดยเน้นการบอกต่อและการกลับมาซื้อซ้ำ หรือแม้กระทั่งการทำ การตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมช่องทางการรับรู้ให้กลุ่มเป้าหมายอื่นที่อยู่ห่างไกลได้เข้ามา ซื้อหรือใช้บริการในร้าน โดยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำอยู่เสมอ

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การตลาด แหล่งวัตถุดิบ หรือการวิเคราะห์ทางด้านการเงิน จึงได้ ข้อสรุปว่ามีความเป็นไปได้ในการดำเนินกิจการ

วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ในการทำแผนธุรกิจ และการวิจัยในการดำเนินกิจการ ร้านนมสด

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือตลาด
2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี

3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานธุรกิจร้านนมสด

4. เพื่อศึกษาวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจเป็นระยะเวลา 5 ปี

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือเข้าใช้บริการร้านนมสด มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยมุ่งเน้นกลุ่มประชากรที่พักอาศัย หรือทำงานในบริเวณที่จะดำเนินกิจการ ประมาณ 80 % และอีก 20 % เป็นประชากรทั่วไปที่ไม่ได้อยู่ในบริเวณที่จะเปิดร้านดำเนินกิจการ
2. ขอบเขตด้านเนื้อหาและตัวแปรที่ศึกษา
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่
 - 2.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้
 - 2.1.2 ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย
 - 2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable) ได้แก่ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเข้าใช้บริการร้านนมสดในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 3 – 14 มิถุนายน 2562

วิธีการเก็บข้อมูล

1. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยการสร้างแบบสอบถาม และแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภค จำนวน 200 คน โดยเริ่มเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 3 มิถุนายน ถึง 14 มิถุนายน 2562 สำหรับการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามในส่วนของคำถาม ให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง จากนั้นจึงได้ทำการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด มาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ผลการวิจัยต่อไป

2. การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ซึ่งมีจำนวน 2 ร้านซึ่งเป็นร้านจำหน่ายนมสด ขนมปังปัง ที่มีชื่อร้านว่า เหลี่ยมนมสด ตั้งอยู่บนถนนตะนาว ข้างศาลเจ้าพ่อเสือ กทม. ซึ่งเป็นร้านที่เคยเป็นลูกค้าและจนบัดนี้กลายมาเป็นเพื่อน โดยร้านนี้มียอดขายไม่ต่ำกว่า 30,000 บาทต่อวัน ซึ่งผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลที่ สามารถนำมาวิเคราะห์และนำมาใช้ประโยชน์ในการสร้างธุรกิจต่อไป อีกร้านหนึ่งชื่อ นมสด คิม

เมย์ อยู่ที่ถนนศรีนครินทร์ โดยร้านนี้จำหน่ายนมสดแปะก๊วย ที่ขึ้นชื่อในบริเวณนั้น ซึ่งเป็นเพื่อนกับ ผู้วิจัยเช่นเดียวกัน ที่ทางผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลในการดำเนินกิจการ ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ ในเชิงกลยุทธ์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเกิดจากประสบการณ์ที่แท้จริงนั่นเอง

3. การหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ในส่วนของการดำเนินงานกิจการ การลงทุน หรือกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ได้ทำกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ของร้านที่มีอยู่หลายร้าน ในธุรกิจนี้ ยังสามารถนำมาเป็นข้อมูล เชิง วิเคราะห์ในรูปแบบการบริหาร ไม่ว่าจะเป็น การบริหารทางการเงินการลงทุน การจัดการการดำเนินงาน การจัดการการตลาด การบริหารการจัดการเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการจัดการและพฤติกรรมในองค์กรของแต่ละร้านอีกด้วย ซึ่งในส่วนนี้เอง สามารถนำมาวิเคราะห์ และนำไปสู่กระบวนการสร้างแผนธุรกิจของผู้วิจัย ได้เป็นอย่างดีเช่นกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 75.00 และเพศชายร้อยละ 25.00 มีอายุระหว่าง 26-40 ปี มากที่สุดร้อยละ 57.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดคือร้อยละ 77.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000-30,000 บาทมากที่สุดคือ 47.50

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พฤติกรรมการดื่มนมสดนาน ๆ ครั้งร้อยละ 61.00 ในส่วนของ พฤติกรรมเรื่องโอกาสในการดื่มนมสดและรับประทานขนมปังปัง พบว่าจำนวนมากที่สุดคือเมื่อต้องการ ร้อยละ 88.00 โดยมีพฤติกรรมรับประทานที่ร้านจำหน่ายมากที่สุดคือร้อยละ 47.00

ข้อมูลในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือการเข้าใช้บริการ สรุปได้ดังนี้

1. จากข้อมูลพบว่าในส่วนของราคาของผู้ตอบแบบสอบถามเลือกและตัดสินใจซื้อหรือการเข้าใช้บริการ มากที่สุดอยู่ในราคา ระหว่าง 20-25 บาทคิดเป็นร้อยละ 58.50
2. จากข้อมูลพบว่าในส่วนของรสชาติของนมสดที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุดคือ นมสด ไม่ใส่น้ำตาล ร้อยละ 53.50
3. จากข้อมูลพบว่าในส่วนของบรรยากาศและการตกแต่งที่ส่งเสริมให้เข้าใช้บริการ ที่เป็น บรรยากาศสบาย ๆ เป็นกันเองเหมือนอยู่ มากที่สุดคือร้อยละ 53.50
4. จากข้อมูลพบว่าสิ่งที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ในการเลือกเข้าไปใช้บริการมากที่สุดคือเมนูที่ น่าสนใจร้อยละ 54.50
5. จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อนมสด และเข้าไปรับ บริการร้านนมสดอื่น ๆ ร้อยละ 91.50

6. จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการโปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 ร้อยละ 42.50
7. จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยสูงสุดรับการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ตัดสินใจซื้อนมสด และเข้าใช้บริการที่ร้านนมสด จากช่องทาง Social Media คิดเป็นร้อยละ 71.50
8. จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ในส่วนของความพึงพอใจในการซื้อ และการใช้บริการในร้านนมสด พบว่าส่วนใหญ่ต้องการความพึงพอใจในด้านรสชาติ สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 82.50

ทั้งนี้จากการศึกษาในส่วนของธุรกิจนี้สามารถพยากรณ์แนวโน้มการดำเนินธุรกิจได้ดังนี้

การดำเนินการธุรกิจ

จะเห็นได้ว่าจากข้อมูลการศึกษาวิจัยจากแบบสอบถาม สามารถนำมาเป็นสิ่งที่จะสามารถดำเนินกิจการได้ เพราะรูปแบบการศึกษาเป็นแบบระบุความต้องการจริงของผู้บริโภคหรือลูกค้า และมีฐานการอยู่อาศัย และการทำงานในบริเวณที่จะจัดตั้งร้าน จึงเป็นข้อมูลในการดำเนินการกิจการได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามยังมีหลายปัจจัยเป็นตัวกำหนดของความเป็นไปได้ในการดำเนินกิจการ ซึ่งต้องใช้ความสังเกต หรือทดลองในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สามารถวางแผนการดำเนินการได้ และหากเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ทางร้านมีผลประกอบการที่ดี จะให้ความสำคัญกับปัจจัยนั้น รวมถึงปัจจัยที่ทำให้ผลประกอบการลดลง ต้องเป็นประเด็นเพื่อศึกษา และแก้ไขปัญหา นั้น โดยต้องมีการปรับตัว และเปลี่ยนแปลงตนเอง และรูปแบบของร้านอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างยั่งยืนต่อไป

ยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี

ในรูปแบบร้านนมสดยังมียอดขายจากร้านต่าง ๆ ที่ตีมาโดยตลอด เนื่องจากนมสดเป็นเครื่องดื่มที่เป็นแบบสุขภาพดี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็นึกถึง และหากยังมีสินค้าอื่น ๆ ที่ทำให้สามารถขายได้ หากมีรายการที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และหากมีช่องทางในการจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มบริโภคที่ดี ก็จะสามารถทำให้กิจการดังกล่าวสามารถดำเนินไปได้ด้วยจำนวนยอดขายที่เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ อย่างแน่นอน มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาจำนวนมากเช่นกัน และหากเรานำแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลา โดยไม่คู่แข่งสามารถปรับตัวตามเราทันได้ และหากมีการเติบโตที่ดีในอนาคตยังเพิ่มการลงทุนในกิจการเดิม แต่เพิ่มในส่วนของสินค้าที่ไม่เหมือนเดิม เพื่อเพิ่มยอดขายจำหน่ายในส่วนของสินค้าชนิดใหม่ในร้านเดิมเป็นต้น

การวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจเป็นระยะเวลา 5 ปี

ความต้องการและการดำเนินการธุรกิจ ร้านอาหาร โดยสถานที่ตั้งอยู่ที่ ถนนตากสิน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในส่วนของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยเห็นว่าการดำเนินการทางกลยุทธ์ในระยะเวลา 5 ปี นั้นมีหลายกลยุทธ์ที่นำมาดำเนินการ ซึ่งอาจจะแบ่งเป็นกลยุทธ์ระยะสั้น ในช่วงปีแรกในการดำเนินการกิจการ ซึ่งต้องให้ผู้บริโภค รู้จัก เพื่อให้มีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น และกลับมาซื้อซ้ำ และในระยะเวลาต่อมาให้มีกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทั้งนี้ถึงแม้เราจะศึกษาอุตสาหกรรมเดียวกันกับธุรกิจที่เราทำ ยังต้องศึกษาเพิ่มในส่วนของอุตสาหกรรมที่มีความใกล้เคียงกัน เช่น อุตสาหกรรมการจำหน่ายอาหารประเภทต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางการขยายผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล รวมถึงอุตสาหกรรมการบริการ เพื่อศึกษารูปแบบความพึงพอใจในการบริการ เพื่อนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจต่อไป

ทั้งนี้เจ้าของธุรกิจยังต้องเพิ่มกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการดำเนินกิจการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น กลยุทธ์เรื่องทรัพยากรมนุษย์ เพื่อดูแลพนักงานในร้าน รวมถึงกลยุทธ์การประเมินในรูปแบบต่าง ๆ และกลยุทธ์หากได้ทำการปฏิบัติแล้วและผลการประเมินผลออกมา การดำเนินธุรกิจไม่สามารถเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน

บทสรุป

จากการศึกษาพบว่าผลงานการวิจัย สนับสนุนให้สามารถดำเนินกิจการได้ โดยมีทฤษฎีต่างในส่วนของการทบทวนวรรณกรรมที่ส่งเสริมการตัดสินใจของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินการตามส่วนประสมการตลาด การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ รวมถึงการจัดการกระบวนการผลิตต่าง ๆ อย่างไรก็ตามรูปแบบการวิจัยในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจเป็นปัจจุบัน ณ เวลาหนึ่งเท่านั้น หากเวลาผ่านไป มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ สังคม วัฒนธรรม หรือความเชื่อต่าง ๆ และมีคู่แข่งมากขึ้น คงต้องดำเนินการความต้องการของผู้บริโภคในทันสมัยตามยุคและเวลานั้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งนี้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ทำให้ได้ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยเท่านั้น หากยังมีความรู้เพิ่มเติมในส่วนของการพัฒนาธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาธุรกิจในปัจจุบันที่ดำเนินการอยู่ หรือนำไปพัฒนาการดำเนินธุรกิจในอนาคตได้ โดยมีรายละเอียดตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังนี้

- 1.ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มากขึ้น และการรักษามาตรฐานและคุณภาพ ด้านรสชาติ ความสะอาดและความสดของสินค้า ทั้งนี้ต้องมีสูตรเฉพาะตัวที่มีความอร่อยไม่เหมือนใคร จึงสามารถเป็นจุดขาย ที่คู่แข่งไม่สามารถใช้กลยุทธ์นี้มาแบ่งส่วนของผู้บริโภคไป
- 2.ด้านราคาหากเป็นธุรกิจที่ไม่มีคู่แข่งในบริเวณสถานที่ตั้ง อาจจะไม่จำเป็นในการลดราคาให้มีผู้บริโภค แต่หากจะทำราคาปกติ และยึดหลักการของสินค้ามีคุณภาพ
- 3.การส่งเสริมการตลาด อาจจะเป็นตามเทศกาลต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องมีโปรโมชั่นที่ผู้บริโภค เลือก เช่น ช้อ 1 แถม 1 เป็นต้น
- 4.ด้านช่องทางการจำหน่าย เน้นการบอกต่อความประทับใจการบริการที่ดี จัดจำหน่ายลูกค้า และเมนูที่สั่งเป็นประจำ เป็นการสร้างความประทับใจทั้งในครั้งแรกในการใช้บริการ และยังเน้นเรื่องและการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าเก่าเป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมในส่วนของการให้คะแนนความพึงพอใจผู้บริโภคที่เข้ามาในร้าน เพื่อค้นหาความต้องการผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อการตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง โดยมีการทำแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ
2. การประเมินส่วนแบ่งการตลาด และข้อมูลต่าง ๆ ของคู่แข่ง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ เพราะมีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์ การประเมินทางเลือก และการวางตำแหน่งธุรกิจของตนเอง ซึ่งหากศึกษาในประเด็นนี้ได้ จะทำให้สามารถนำมาพัฒนาการดำเนินการธุรกิจได้ต่อไป
- 3.ศึกษาเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาด ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เนื่องจากในปัจจุบัน แนวโน้มพฤติกรรมของการซื้อสินค้าและบริการ ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการค้นคว้าอิสระและบทความวิจัยเรื่องความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจประเภทร้านจำหน่ายนมสด Business demand and operation of fresh milk shop and service ได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์สมจิตร์ ล้วนเจริญ ประธานโครงการ ในการให้คำปรึกษา รายงานการค้นคว้าอิสระ และบทความวิจัยฉบับนี้ ซึ่งได้ให้ข้อเสนอแนะ แนวทางที่ถูกต้องในการจัดทำ แผนธุรกิจและรายงานการศึกษาอิสระ และให้แนวทางในการปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาที่ยังไม่เหมาะสม หรือ อาจจะไม่สมบูรณ์ ให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนเป็น ผลสำเร็จไปด้วยความเรียบร้อย ผู้จัดทำขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ต่างๆ เพื่อนำแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ มาปรับใช้ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภครวมถึงผู้ประกอบการ ที่ได้ให้ข้อมูล บทสัมภาษณ์ ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ สำหรับ ผู้ที่จะศึกษาค้นคว้า หรือนำข้อมูลไปพัฒนาด้านอื่นๆ ต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใด จึง ขออภัยมา ณ โอกาสนี้

นางสาวกิงกาญจน์ ตู่ย์คำ

บรรณานุกรม

- จิตชุตตา นรเวทรางค์กุล.(2557)ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภค.สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร,ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- วิศิษฐ์ จงจิตเจริญพร.(2545).“มนต์นมสด”ตำนานความอร่อยของร้านขนมปัง-นมสด
- วิเชียร วิทยอุดม.(2555). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ธนัชการพิมพ์
- ปริญญาamahบัณฑิตสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.ธวัชชัย มงคลสกุล ฤทธิ์.(2523) ต้นแบบผู้จัดการผลิตภัณฑ์
- ญาใจ รีนับถือ.(2524). “แผนธุรกิจ ร้านปังปังนมสด”
- สุพิน เกษาคุปต์. (2530).พฤติกรรมของมนุษย์ในองค์กร.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- ศิริวัฒน์ .(2017) .ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ที่มา <http://www.marketingoops.com>
- บริษัทเอฟฟินิตี้ จำกัด. (2560).รายงานฉบับสมบูรณ์ การงานจัดทายุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. แหล่งเงินทุนทางเลือกที่เหมาะสม สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- จินตนา สัมปชชลิต.(2546). ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของร้านมนต์นมสด สาขากรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,กรุงเทพ ,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- หทัยชนก วนิตรกุล .(2553). แนวทางพัฒนาธุรกิจด้านการตลาดของร้านมนต์นมสด สาขาเชียงใหม่,บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต .เชียงใหม่ . มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- ศุภร เสรีรัตน์ . (2524) . พฤติกรรมผู้บริโภค ,พิมพ์ครั้งที่ 4 .กรุงเทพมหานคร .บริษัทด้านสุขภาพการพิมพ์ จำกัด

นิติเศรษฐ พิมหงู .แผนธุรกิจ นมเพื่อสุขภาพ (วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 2 ฉบับที่1 (ตุลาคม – ธันวาคม 2557)

นิตินาถ บุหลัน . (2557). การศึกษากลยุทธ์การดำเนินการธุรกิจประเภทขนมปังนมสด กรณีศึกษาร้านมนต์นมสด . เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หทัยชนก วนิตรกุล,สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์,บัณฑิต ผังนิรันดร์,อรุณรุ่ง วงศ์กังวาน,ปวีณา ศรีบุญเรือง ,การพัฒนารูปแบบนวัตกรรมและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความภักดีของลูกค้าร้านนมสด (วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2561)

เอกชัย จากศรีพรหม .(2558) .เอกสารประกอบการเรียบ รายวิชา การควบคุมต้นทุนอาหาร และเครื่องดื่ม . วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหาร . มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

หทัยรัตน์ ชาวเมืองกรุง . (2558) . แผนธุรกิจ Rose A May การค้นคว้าอิสระ . บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

จิราวรรณ อยู่คง . (2559) . แผนธุรกิจ ร้านจอย หนมมเนย . หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชนิฐา เกื้อหนุน . (2552) . การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนมพร้อมดื่ม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ .มหาวิทยาลัยศิลปากร