

บทที่ 5

การประเมินผล

ความคาดหวัง

1. ธุรกิจสามารถปรับตัวให้ทันต่อเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้เป็นอย่างดี โดยผู้บริหารจะตื่นตัวและพร้อมที่จะรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนสามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งขององค์กรให้เข้ากับโอกาสได้อย่างเหมาะสม
2. ธุรกิจสามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนรักษาสภาพความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้ได้
3. ธุรกิจสามารถปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จอย่างมีคุณภาพ บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
4. สมาชิกในบริษัทมีทัศนคติทางในการทำงานร่วมกันอย่างชัดเจนเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้ และสามารถเจริญเติบโตต่อไปได้
5. ลดความเสี่ยงด้วยการวางแผนโดยอาศัยข้อมูลที่เชื่อถือได้และมีหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ

ประเมินผล

1. ในเรื่องของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญนั้นจะเป็นเครื่องมือในการแจ้งข่าวสารและเพื่อจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าตลอดจนเตือนความทรงจำของผู้บริโภค

ซึ่งสรุปได้ว่าสื่อโฆษณาที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ส่วนใหญ่จะเป็นป้ายโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาที่ติดด้านบนหลังคา หรือทางเข้า ตัวป้ายจะใช้วัสดุ สแตนเลส อลูมิเนียม ไม้และวัสดุอื่นๆ ที่คงทน ใช้ตัวอักษรที่ใหญ่มองเห็นได้ชัดเจน ให้สีตัวอักษรและสีพื้นที่สุดใส เช่น สีเขียว สีแดง สีส้ม และ สีดำ โดยติดไว้ในที่สามารถมองเห็นได้ บริเวณหน้าร้าน หรือก่อนถึงร้าน และใช้สื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสารเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ในการโฆษณาที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ส่วนใหญ่เพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจลูกค้าประจำหรือกลุ่มเป้าหมายของร้านเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับสินค้าและกิจกรรมที่ร้านจัดขึ้น

รูปแบบของการโฆษณาที่นำมาใช้ส่วนใหญ่ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของร้านให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้า แต่ส่วนหนึ่งได้นำเสนอภาพสินค้าให้เป็นที่รู้จักเพื่อกระตุ้นความต้องการและเพื่อสะดวกในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าด้วย

2. ในส่วนของการคัดเลือกพนักงานขายนั้นส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญในด้านความตั้งใจ และมีความอดทนในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ และต้องผ่านการทดลองงานก่อน โดยลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขายที่ผู้ประกอบการต้องการนั้น คือ เน้นหน้าตาและบุคลิกที่ดี มีความเป็นมิตร และรักความสะอาด

ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าและคำแนะนำของพนักงานขาย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ในหน้าที่ให้กับพนักงานขาย และบางครั้งก็ส่งเข้าอบรมกับผู้เชี่ยวชาญในด้านปรุงกาแฟ

การให้บริการของพนักงานขายที่ผู้ประกอบการต้องการ คือ ให้ความเป็นมิตร นอบน้อม สามารถทำให้ลูกค้าประทับใจ และกลับมาใช้บริการที่ร้านอย่างต่อเนื่อง

3. การส่งเสริมการขายของร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่มีดังนี้

3.1 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ ส่วนใหญ่ที่ใช้คือการจัดวางขนมไม่ว่าจะเป็นขนมแห้งที่เก็บไว้ได้นาน ขนมคุกกี้ ขนมปังกรอบ ขนมเค้ก รวมทั้งวางบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในร้านไว้บริเวณเดียวกัน ที่สำคัญจะมีการโชว์เมล็ดกาแฟด้วย

3.2 การแถมปีการค้ำในการส่งเสริมการขายที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ส่วนมากจะเป็นซื้อ 10 แกรม 1 และเป็นการจัดทำตลอดปี และทำเป็นบางช่วง

3.3 การคูปองในการส่งเสริมการขายที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะไม่มีจัดทำคูปองการค้ำ แต่ก็มีส่วนจัดทำคูปองเพื่อขายเป็นส่วนลดสำหรับลูกค้าไว้ซื้อเครื่องดื่มในราคาที่ถูกลง

3.4 การแจกสินค้าตัวอย่างในการส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการนั้นส่วนใหญ่จะแจกเมื่อมีการทำสินค้าใหม่ออกขาย หรือช่วงเปิดร้านใหม่

3.5 การแจกของที่ระลึกในการส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการแจกของที่ระลึกเฉพาะลูกค้าประจำในเทศกาลปีใหม่ วาเลนไทน์ หรือมีการใช้การสะสมต่อเนื่องจากแถมปีการค้ำไว้แลกของที่ระลึกได้ หรือใช้การแลกซื้อ

4. บรรจุภัณฑ์ สำหรับกลยุทธ์การตลาดของบรรจุภัณฑ์นั้นผู้ประกอบการนิยมใช้แก้วแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เพื่อให้บริการลูกค้าทั้งแบบนั่งรับประทานที่ร้านและนำกลับไป โดยตัวบรรจุภัณฑ์ควรมีความปลอดภัยและสามารถหยิบจับได้สะดวก ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์ยังมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าที่ติดบนบรรจุภัณฑ์ได้ดีและทำให้ระลึกถึงร้านเราอีกด้วย

5. รูปลักษณะภายนอกของร้านค้าแฟ้นส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับป้ายชื่อร้านค้าโดยขนาดป้ายและตัวอักษรที่จัดทำเป็นแบบมาตรฐานที่มีการกำหนดมาจากเจ้าของสิทธิ์เฟรนไชส์ และติดไฟแสงสว่างไว้ในจุดที่เห็นได้ชัดเจน ในส่วนแสดงสินค้ามีการจัดวางสินค้าประเภทขนมและวัตถุดิบในการปรุงเครื่องดื่มให้ลูกค้าเห็นขณะทำการชง และมีการติดป้าย หรือกระดานข้อความต่าง ๆ เช่น ติดป้ายชื่อร้านไว้เหนือประตูทางเข้า กระดานแสดงรายชื่อสินค้าที่จำหน่าย

6. การประชาสัมพันธ์ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้เผยแพร่ข่าวสารคือ การให้สัมภาษณ์กับสื่อเกี่ยวกับธุรกิจที่ทำ มีการทำจดหมายข่าวภายในร้านในรูปแบบอร์ดประกาศเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการสนับสนุนกิจกรรมชุมชนมักให้ความร่วมมือกับมูลนิธิตั้งกล่องรับบริจาค

7. กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำโดยสิ่งแรกที่ผู้ประกอบการนั้นควรพิจารณา คือ การหาทางลดต้นทุน เพื่อช่วยปกป้องไม่ให้คู่แข่งทำสงครามด้านราคา ผู้นำด้านต้นทุน จะช่วยคุ้มครองไม่ให้ลูกค้าสร้างความกดดันให้ลดราคาต่ำลงมาอีก เนื่องจากคู่แข่งขังปกติจะตั้งราคาเพื่อความอยู่รอดเท่านั้น หมายถึงราคาที่พอมีกำไรที่จะให้ธุรกิจอยู่ได้ แต่ทั้งนี้ในการกำหนดราคาทางร้านกาแฟควรตั้งราคาที่เหมาะสมและเป็นที่พอใจของลูกค้า และจะต้องมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าไปพร้อมๆกับการให้บริการเพื่อให้เหมาะสมกับราคาที่ลูกค้ามีความเต็มใจที่จะจ่าย

สิ่งที่บ่งบอกถึงความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายจุดแต่จุดที่สำคัญหลัก ๆ มีดังนี้

1. มีลูกค้ามาสนับสนุนซื้อสินค้าที่ร้านจำนวนมากในแต่ละวันที่เปิดร้าน และลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา
2. มีลูกค้าซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง และมีลูกค้าประจำจำนวนมากที่กลับมาซื้อสินค้าอีกในแต่ละวัน
3. รสชาติของกาแฟและเมนูประกอบอื่น ๆ มีความอร่อยคงเส้นคงวา
4. มีการบอกปากต่อปากจากลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าที่ร้าน
5. ลูกค้าชื่นชมและประทับใจในสินค้าและบริการจากร้านอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

1. ในการวางแผนกลยุทธ์ควรจะต้องมีการจัดทำแผนสำรอง ควรจะมีการปรับกลยุทธ์และดำเนินกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถรองรับปัญหาและอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต เพราะอาจเป็นสาเหตุทำให้กิจการไม่สามารถดำเนินการตามแผนที่ได้กำหนดไว้

2. สำหรับการวางแผนการตลาดต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนการตลาดให้ทันกับคู่แข่งหรือเหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อให้กิจการสามารถรักษฐานลูกค้าเดิมและสามารถเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่ได้

