

การออกแบบกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ของร้านกาแฟสด Online Distribution Process Design of Fresh Coffee Shop

ไสว ศิริทองถาวร^{1*} ณัฐวรรีศร์ พรหมอ่อน² พรนภา ตะก้อง³

Sawai Siritongthaworn^{1*}, Natwarit Prom-on² and Pornnapa Takong³

^{1,2,3} สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
กรุงเทพมหานคร

^{1,2,3} Industrial Management Program, Faculty of Industrial Technology, Suan Sunandha
Rajabhat University, Bangkok

*Corresponding author email: sawai.si@ssru.ac.th

Received 20 April 2023 Revised 9 May 2023 Accepted 10 May 2023

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การออกแบบกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ของร้านกาแฟสด เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ของร้านกาแฟสด โดยเลือกศึกษาเฉพาะกรณีที่ร้านกาแฟสดโดนัทคอฟฟี่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแผนภูมิการไหล กลุ่มผู้ให้ข้อมูลของการวิจัย ประกอบด้วย เจ้าของร้านกาแฟสดโดนัทคอฟฟี่จำนวน 1 คน พนักงานร้านกาแฟสดจำนวน 2 คน ลูกค้าจำนวน 100 คน และผู้ให้บริการจักรยานยนต์สาธารณะจำนวน 5 คน การออกแบบกระบวนการตามแนวคิดวงจร PDCA โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องของกระบวนการเดิมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) ออกแบบกระบวนการ และนำไปปฏิบัติ 3) เก็บข้อมูลและเปรียบเทียบผลการดำเนินการและหาโอกาสในการปรับปรุงกระบวนการ 4) นำผลที่ได้มาพิจารณาปรับปรุงและจัดทำเป็นกระบวนการมาตรฐานต่อไป ผลการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกค้าระดับชุมชนท้องถิ่น อยู่ในช่วงเริ่มต้นของความต้องการ

จัดจำหน่ายทางออนไลน์ 2) ทางเลือกในการจัดจำหน่ายเลือกใช้ผ่านสื่อออนไลน์ส่วนบุคคล กระบวนการที่ออกแบบ แบ่งเป็น 4 กระบวนการย่อย ได้แก่ การเตรียมช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์และประชาสัมพันธ์ กระบวนการรับคำสั่งซื้อและข้อมูลลูกค้า กระบวนการชำระเงิน และกระบวนการส่งสินค้า 3) ผลหลังการนำกระบวนการไปปฏิบัติ พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงขึ้นกว่าสภาพเดิมร้อยละ 12.96 ร้านมียอดขายสูงขึ้น 4) มาตรฐานกระบวนการจัดจำหน่ายกาแฟสดทางออนไลน์ที่ได้ประกอบด้วย 4 กระบวนการย่อย 20 กิจกรรม การวิจัยนี้ให้แนวคิดในการพัฒนากระบวนการดำเนินงานภายในเพื่อให้เจ้าของธุรกิจปรับปรุงองค์กรตามสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ : การจัดจำหน่ายทางออนไลน์, การออกแบบกระบวนการ, ร้านกาแฟสด, วงจรเดมมิ่ง

Abstract

The study, namely “Online Distribution Process Design of Fresh Coffee Shop”, was an operation research, which investigated a case study of Donut Coffee Shop. The objective was to design the online distribution process of fresh coffee shop. Research tools included questionnaires, interview forms, and flow charts. The study's informants consisted of the Donut Coffee's shop owner, 2 coffee shop employees, 100 customers, and 5 motorcycle taxi riders. The research procedures, based on Deming's cycle concept (PDCA), had the following steps: 1) investigating the existing process and related environments from stakeholders, 2) designing and implementing the online distribution process, 3) collecting and comparing data between those before and after implementing the improved process, including finding opportunities for process improvement, and 4) justifying the properly improved activities and standardizing the newly designed process. The

results showed that 1) the customers, which were mainly in the local community, were in the primary phase of demand for online distribution; 2) personal social media was selected to be the main channel of online distribution, and the drafted process was divided into 4 sub-processes, namely, preparing online distribution channels and public relations, processing of receiving orders and customer information, payment processing, and delivery process; 3) after new process implementation, the average satisfaction level of customers had a 12.96% higher than those of the previous process, and the shop had more sales; 4) the standardized process included 20 activities, categorized into 4 sub-processes. The research suggested business owners the new process design methodology to regularly keep improving the organization upon the dynamic external environmental changes.

Keywords: Online distribution, Process design, Fresh coffee shop, Deming cycle

1. บทนำ

กาแฟจัดได้ว่าเป็นเครื่องดื่มที่ประชากรทั่วโลกนิยมบริโภคจนได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วโลก เป็นหนึ่งในสินค้าที่มีความสำคัญต่อการค้าผลผลิตทางการเกษตรระหว่างประเทศและมีมูลค่าการค้าขายสูงเป็นอันดับที่สองของโลก (ปวีณาพานิชชัยกุล และฉัตรินันท์ ชาญโกศล, 2563) ในช่วงระยะเวลา 3 - 4 ปีที่ผ่านมาธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว สาเหตุมาจากธุรกิจ

ร้านเครือข่ายกาแฟ (chained coffee shop) รายใหญ่ๆ จากต่างประเทศ เช่น สตาร์บัคส์ เป็นต้น เข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟเป็นอย่างมาก (ฉัตรวรรณ จรัสศิริภักดี และคณะ, 2562) ขณะเดียวกัน พฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงโดยนิยมบริโภคกาแฟสดคั่วบดในร้านที่มีการตกแต่งร้านแบบหรูหรา ทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับดื่มกาแฟมากขึ้น

ร้านโดนัทคอฟฟี่เป็นธุรกิจจำหน่าย กาแฟสดขนาดเล็กตั้งในพื้นที่พักอาศัยของ เจ้าของร้านเอง ตั้งอยู่เลขที่ 28/3 หมู่ 5 ต. แหลมฟ้าผ่า อ.พระสมุทรเจดีย์ จ. สมุทรปราการ จากสถานการณ์การแพร่ ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผู้คนเกิดการใช้ชีวิตร วมกันจำเป็นต้องรักษาระยะห่างทางสังคม (Social distancing) มากขึ้น ลูกค้าไม่ค่อย เดินทางมาจับจ่ายใช้สอยเหมือนปกติ เป็น ผลให้ทางร้านฯ มียอดขายลดลงอย่างมาก จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการ ดำเนินการทางธุรกิจให้สอดคล้องกับ สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไปดังกล่าว

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องการ ออกแบบกระบวนการจัดจำหน่ายทาง ออนไลน์ของร้านกาแฟสด โดยเลือกศึกษา ที่ร้าน Donut Coffee เป็นกรณีศึกษา เพื่อให้สามารถก้าวข้ามอุปสรรคของธุรกิจ โดยสร้างยอดขายที่เกิดจากพฤติกรรม ผู้บริโภคแบบใหม่ที่มีแนวโน้มสูงขึ้น รวมทั้ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางธุรกิจของร้าน กาแฟสด โดยใช้แนวคิดของวงจรคุณภาพ PDCA (ศุภชัย อาชีวะระงับโรค, 2547) ประกอบด้วย 1) P (Plan) การวางแผน 2) D (Do) การปฏิบัติตามแผน 3) C (Check) การตรวจสอบ และ 4) A (Act) การ

ปรับปรุงการดำเนินการ มาเป็นแนวคิด หลักในการออกแบบกระบวนการในครั้งนี้

2. วัตถุประสงค์

เพื่อออกแบบกระบวนการจัด จำหน่ายทางออนไลน์ของร้านกาแฟสด

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิง ปฏิบัติการ เลือกศึกษาเฉพาะกรณีที่ร้าน โดนัทคอฟฟี่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย เจ้าของร้านกาแฟสด 1 คน พนักงานร้าน กาแฟสด 2 คน ลูกค้าของร้านกาแฟสด 100 คน โดยแบ่งเป็น ลูกค้าที่มาใช้บริการ ที่ร้านก่อนออกแบบกระบวนการจำนวน 50 คน และลูกค้าที่ใช้บริการแบบจัด จำหน่ายทางออนไลน์หลังการออกแบบ กระบวนการจำนวน 50 คน และผู้ ให้บริการจัดส่งทางมอเตอร์ไซค์รับจ้าง จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสอบถาม 2) แบบ สัมภาษณ์ 3) แผนภูมิการไหล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 1) ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ข้อมูลระดับความ พึงพอใจที่ได้จากแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิง พรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ตัว

สถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) 2) ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของร้าน พนักงาน และผู้ให้บริการจักรยานยนต์สาธารณะ รวมถึงข้อมูลสำหรับผู้ค้าจากแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหารทางเว็บไซต์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อถอดเนื้อหาเป็นประเด็นสารสนเทศ ขั้นตอนกระบวนการดำเนินงาน ตลอดจนการเปรียบเทียบข้อมูลและการเลือกทางเลือกที่เหมาะสม

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

แบ่งเป็นเฟสตามวงจร PDCA ได้ดังนี้

1) การวางแผนการออกแบบกระบวนการ (P)

1.1 เก็บข้อมูลกระบวนการเดิมจากบุคคลและศึกษาเงื่อนไขของสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดทางเลือก

1.2 ตัดสินใจเลือกช่องทางของการจัดจำหน่ายทางออนไลน์

1.3 ทำการออกแบบกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ที่เหมาะสมกับการปฏิบัติ ตามช่องทางที่เลือกในข้อ 1.2

1.4 ตรวจสอบความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติของกระบวนการที่ได้ออกแบบ โดยนำไปให้เจ้าของร้านและพนักงานของร้านแสดงความคิดเห็น

2) การดำเนินการตามแผน (D)

2.1 ติดต่อขออนุญาตจากเจ้าของร้าน เพื่อนำกระบวนการที่ออกแบบไปทดลองดำเนินการ

2.2 ดำเนินการปฏิบัติตามกระบวนการที่ได้ออกแบบ ตามแผนที่วางไว้ พร้อมกับเก็บข้อมูล

3) การตรวจสอบข้อมูล (C)

3.1 วิเคราะห์ ประเมิน และเปรียบเทียบผลการดำเนินการตามกระบวนการที่ได้เก็บข้อมูลมาทั้งก่อนและหลังการปรับปรุง

3.2 พิจารณาหาโอกาสและแนวทางในการปรับปรุงผลการออกแบบกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์

4) การปรับปรุงและตรวจสอบผลการดำเนินการแก้ปัญหา (A)

นำผลที่ได้มาพิจารณาปรับปรุงกระบวนการและจัดทำเป็นกระบวนการมาตรฐานต่อไป

5. ผลการศึกษา

5.1 ผลการวิจัยในเฟสการวางแผน ออกแบบกระบวนการ (Plan)

จากการศึกษากระบวนการเดิมจากบุคคลและเงื่อนไขของสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง พบว่า

1) จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจพบว่า การดำเนินงานในช่วงก่อนออกแบบกระบวนการ ทางร้านไม่ได้มีแบบแผนสำหรับการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและการจำหน่ายที่เป็นทางการ โดยเฉพาะผ่านช่องทางโทรศัพท์หรือช่องทางออนไลน์เพื่อส่งสินค้าและจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) มาก่อน การดำเนินงานเป็นในลักษณะการสั่งซื้อด้วยวาจา รูปแบบการชำระเงินมีเพียงแค่จ่ายเงินสดเท่านั้น แต่ต่อมาในปี 2565 เริ่มมีการใช้เทคโนโลยีในการชำระค่าสินค้าเข้าบัญชีธนาคารของทางร้าน แต่ก็ยังมีลูกค้าจำนวนไม่มากนักที่ชำระเงินด้วยการโอนเงินเข้าบัญชีในขณะนั้น

2) จากการสัมภาษณ์พนักงานของทางร้าน พบว่า ขั้นตอนที่สำคัญในการจำหน่ายเครื่องดื่ม (ไม่รวมขั้นตอนการผลิต) มีขั้นตอนสำคัญ 2 ขั้นตอน ได้แก่ การรับคำสั่งซื้อและความต้องการเฉพาะ

ของลูกค้า และการรับชำระเงิน ส่วนระยะเวลาารอคอยของลูกค้าที่ไม่ทำให้เครื่องดื่มเสียรสชาติ (ทั้งเครื่องดื่มร้อนและเย็น) อยู่ที่ประมาณ 5 นาที

3) ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างลูกค้าถึงพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์พบว่า ลูกค้านิยมเดินมาซื้อที่หน้าร้านเพราะได้ทานเครื่องดื่มที่ปรุงเสร็จใหม่ ไม่เสียรสชาติทั้งของเครื่องดื่มร้อนและเครื่องดื่มเย็น ลูกค้าส่วนใหญ่เคยเลือกใช้บริการสั่งซื้ออาหารจากแอปพลิเคชันสั่งอาหาร เช่น Food Panda, Line Man และ Grab ไม่มากนัก และเลือกใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ส่วนบุคคลสำหรับการสื่อสารประจำวัน เช่น LINE, Facebook หรือเบอร์โทรศัพท์

ส่วนในด้านระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านกาแฟสด Donut Coffee (ก่อนการออกแบบกระบวนการ) พบว่า ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 3.78 จากมาตรวัด 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 (น้อยที่สุด) – 5 (มากที่สุด) โดยมีรายการที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การพูดจาสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.20 และรายการที่น้อยที่สุด คือ ความสะดวกในการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.58

4) ผลการศึกษาข้อมูลสำหรับผู้ค้าจากแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหารจากเว็บไซต์/แอปพลิเคชันในการจัดส่งอาหารที่มีชื่อเสียง จำนวน 3 ราย พบว่า การใช้บริการมีการคิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการขายเริ่มต้นที่ 30% จากยอดขาย ส่วนค่าขนส่งมีระบบการคิดค่าบริการขนส่งอาหารไปยังลูกค้าที่แตกต่างกันไป เริ่มต้นจาก 5 - 55 บาท และสัดส่วนค่าบริการต่อระยะทางที่แตกต่างกันไป โดยรายที่มีการคิดค่าบริการเริ่มต้นที่สูงกว่าจะมีอัตราค่าบริการต่อระยะทางส่วนเพิ่มที่ลดลง

5) จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการรถจักรยานยนต์สาธารณะอิสระที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงกับร้าน จำนวน 5 คน พบว่า ช่องทางที่เหมาะสมในการสื่อสารประสานงานสำหรับการเรียกใช้บริการที่สำคัญ ได้แก่ LINE หรือเบอร์โทรศัพท์ ค่าบริการในระยะทางไม่เกิน 6 กิโลเมตรอยู่ระหว่าง 10-50 บาท

6) ผู้วิจัยเลือกช่องทางออนไลน์ของกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์เป็นช่องทาง Facebook, LINE รวมทั้งโทรศัพท์ และเลือกใช้บริการรถจักรยานยนต์สาธารณะในการจัดส่งเพื่อให้สอดคล้องพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า โดยลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้แก่ลูกค้า

ในท้องถิ่นบริเวณที่ระยะห่างจากร้านไม่เกิน 6 กม. อีกทั้งราคาค่าขนส่งในระยะทางในช่วงดังกล่าวเป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจซื้อไม่มาก เพราะเป็นราคาในช่วงที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้

7) ผลการออกแบบกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ ในเบื้องต้นประกอบด้วย 4 กระบวนการย่อย ได้แก่ กระบวนการเตรียมช่องทางการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ กระบวนการรับคำสั่งซื้อและข้อมูลลูกค้า กระบวนการชำระเงิน และกระบวนการส่งสินค้า ภาพที่ 1 แสดงผังกระบวนการหลักของกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ ส่วนผังกระบวนการแสดงกิจกรรมของแต่ละกระบวนการย่อย แสดงในภาพที่ 2 - 5

5.2 ผลการวิจัยในเฟสการดำเนินการตามแผน (D)

หลังจากที่ได้ออกแบบกระบวนการในเบื้องต้นแล้ว ได้ขออนุญาตเจ้าของธุรกิจให้นำกระบวนการที่ออกแบบไปทดลองดำเนินการจริงเป็นเวลา 5 วัน ระหว่างวันที่ 19 กันยายน 2565 - 23 กันยายน 2565 เพื่อจะได้เก็บข้อมูลหลังจากนำกระบวนการไปเป็นผลป้อนกลับสำหรับการปรับปรุงการออกแบบในครั้งแรก

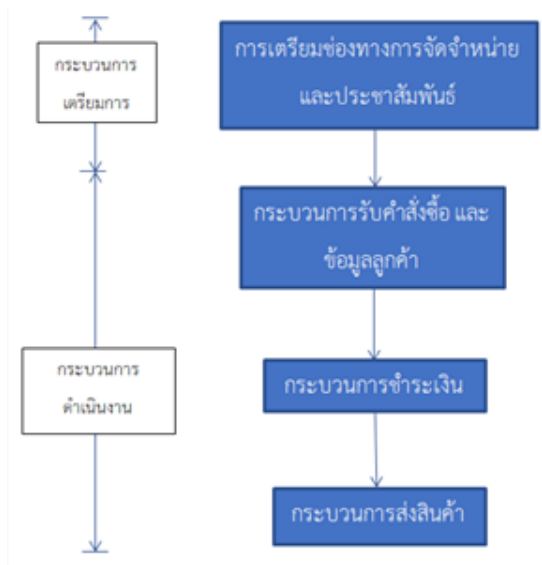
ประเด็นผลป้อนกลับสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) หลังการนำกระบวนการไปปฏิบัติ ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.27 จากมาตรวัด 5 ระดับ รายการที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 4.31 และรายการที่น้อยที่สุด คือ การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนและหลังอย่างยุติธรรมมีค่าเฉลี่ย 4.22

2) เจ้าของบริษัทแสดงความคิดเห็นว่า หลังจากออกแบบกระบวนการและดำเนินการนำไปทดลองปฏิบัติ พบว่ายอดขายทางร้านในช่วงที่ทดลองใช้กระบวนการใหม่เพิ่มสูงขึ้นประมาณร้อยละ 25 เพราะลูกค้าส่วนหนึ่งมีความคุ้นเคยและความสะดวกในการสั่งแบบเดลิเวอรี่

(Delivery) อยู่แล้ว ส่วนมีปัญหาเกิดขึ้นบ้างเล็กน้อย แต่เชื่อว่าถ้าปฏิบัติจนเกิดความคุ้นเคยปัญหาก็จะลดน้อยลง

3) พนักงานของร้านให้ข้อมูลว่าการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ไม่พบข้อร้องเรียนจากลูกค้าในด้านลักษณะทางกายภาพของเครื่องดื่มที่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม เช่น อุณหภูมิของเครื่องดื่มร้อนหรือสภาพการละลายของน้ำแข็งในเครื่องดื่มเย็นเมื่อสินค้าถึงมือลูกค้า เป็นต้น เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในละแวกชุมชนที่ไม่ห่างไกลจากร้านฯ มากนัก นอกจากนี้ พนักงานยังให้เสนอแนะว่าควรจะมีระบบติดตามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการสั่งซื้อสินค้า โดยควรส่งข้อความหรือโทรศัพท์ไปเพื่อสอบถามหลังจากการจัดส่งสินค้าสำเร็จ



ภาพที่ 1 แสดงผังกระบวนการหลักของกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์



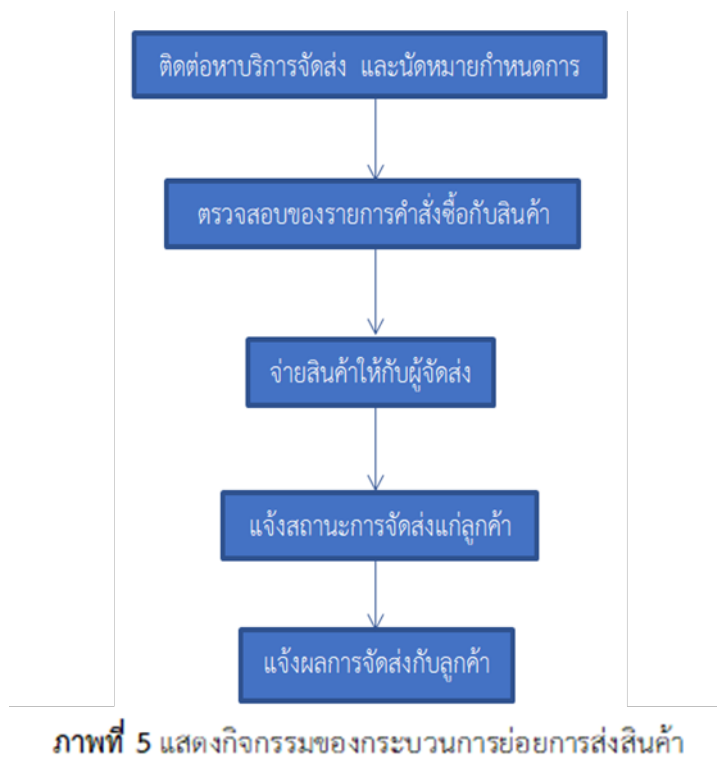
ภาพที่ 2 แสดงกิจกรรมของกระบวนการย่อยการเตรียมช่องทางการจัดจำหน่าย และประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์



ภาพที่ 3 แสดงกิจกรรมของกระบวนการย่อยการรับคำสั่งซื้อและข้อมูลลูกค้า



ภาพที่ 4 แสดงกิจกรรมของกระบวนการย่อยการชำระเงิน



5.3 ผลการวิจัยในเฟสการตรวจสอบข้อมูล (C)

จากการนำกระบวนการที่ออกแบบไปปฏิบัติ พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงระดับความพึงพอใจ ระหว่างการจัดจำหน่ายแบบ กระบวนการเดิม และแบบ กระบวนการที่ออกแบบใหม่ แสดงได้ในตารางที่ 1

ในภาพรวม ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการปรับปรุงผลการออกแบบกระบวนการ สรุปได้ดังต่อไปนี้ 1) ผู้

ให้บริการจัดส่ง ส่งสินค้าผิดที่ 2) พนักงานเตรียมสินค้า จัดสินค้าผิดรายการ 3) ลูกค้ามีข้อขัดข้องจากการพิมพ์เลขที่บัญชีเพื่อชำระเงินผิด 4) ควรจะมีระบบติดตามของพึงพอใจของลูกค้าที่สำคัญ

หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำปัญหาและข้อเสนอแนะที่ได้รับมาวางแผนเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงผลการออกแบบกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ สรุปได้ดังตารางที่ 2

5.4 ผลการวิจัยในเฟสการปรับปรุง และตรวจสอบผลการดำเนินการแก้ปัญหา (A)

หลังจากนั้น นำแนวทางการปรับปรุงกระบวนการไปปรับปรุงกระบวนการและจัดทำเป็นกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ มาตรฐานประกอบด้วย 4 กระบวนการย่อย 20 กิจกรรม ดังแสดงในภาพที่ 6

6. สรุปผลการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ มีการศึกษาข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจ พนักงานร้าน ลูกค้า แอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร และผู้ให้บริการรถจักรยานยนต์สาธารณะ เพื่อนำมาวางแผนในการออกแบบกระบวนการ ผลการออกแบบกระบวนการ มีขั้นตอนการปฏิบัติงาน 20 กิจกรรม จัดแบ่งอยู่ใน 4 กระบวนการย่อย ได้แก่ 1) การเตรียมช่อง

ทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ จำนวน 4 กิจกรรม 2) กระบวนการรับคำสั่งซื้อและข้อมูลลูกค้า จำนวน 5 กิจกรรม 3) กระบวนการชำระเงิน จำนวน 6 กิจกรรม 4) กระบวนการส่งสินค้า จำนวน 5 กิจกรรม ในด้านความพึงพอใจของลูกค้า ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยก่อนการออกแบบกระบวนการมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 และหลังการออกแบบกระบวนการใหม่มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.27 ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 12.96 หลังจากนำกระบวนการที่ออกแบบไปปฏิบัติ เจ้าของธุรกิจรู้สึกพึงพอใจกับกระบวนการใหม่ที่ได้รับ ยอดขายของทางร้านเพิ่มขึ้น รวมทั้งพนักงานให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงขั้นตอนในกระบวนการย่อยการเตรียมช่องทางการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ การชำระเงิน และการส่งสินค้า

ตารางที่ 1 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าก่อนและหลังการออกแบบกระบวนการ

รายการ	ก่อนการออกแบบ	ความหมาย	หลังการออกแบบ	ความหมาย	การเปลี่ยนแปลง
การรับคำสั่งซื้อ					
1. การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนและหลังอย่างยุติธรรม	3.74	มาก	4.22	มาก	+0.48
2. การพูดจาสุภาพเรียบร้อย	4.20	มาก	4.27	มาก	+0.07
3. การตรวจทานความถูกต้องของการสั่งซื้อ	3.72	มาก	4.26	มาก	+0.54
4. ระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	3.76	มาก	4.31	มาก	+0.55
การรับชำระเงิน					
1. ความถูกต้องในการคิดเงิน/จ่ายเงิน	3.74	มาก	4.27	มาก	+0.53
2. ความสะดวกในการชำระเงิน	3.58	มาก	4.29	มาก	+0.71
3. ระยะเวลาในการชำระเงิน	3.74	มาก	4.30	มาก	+0.56
การส่งสินค้า					
1. การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด	3.72	มาก	4.28	มาก	+0.56
2. สินค้าอยู่ในสภาพดีเมื่อได้รับ	3.76	มาก	4.27	มาก	+0.51
3. สินค้าที่ได้รับตรงตามที่สั่ง	3.86	มาก	4.28	มาก	+0.42
4. ระยะเวลาในการส่งมอบสินค้า	3.76	มาก	4.29	มาก	+0.53
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	มาก	4.27	มาก	+0.49

ตารางที่ 2 แสดงประเด็นปัญหาและแนวทางปรับปรุงผลการออกแบบกระบวนการ

ประเด็นปัญหา	แนวทางในการปรับปรุง
1) ผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าผิดที่	1) ตัดเอกสารกำกับเพื่อแสดง ชื่อ ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ของลูกค้า รายการสินค้า และกำหนดเวลาการจัดส่งที่ตัวถุงใส่สินค้า (ที่กระบวนการชำระเงินและกระบวนการส่งสินค้า)
2) พนักงานจัดส่งสินค้าผิดรายการ	2) เพิ่มขั้นตอนการออกเอกสารกำกับรายการสินค้าที่ลูกค้าสั่งตามข้อ 1 แทนการสื่อสารกันด้วยวาจา เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการจัดทำเครื่องดื่มของพนักงาน (ที่กระบวนการชำระเงิน)
3) ลูกค้าติดขัดในการพิมพ์หมายเลขบัญชีเพื่อชำระเงิน	3) แจกรหัสคิวอาร์ (QR Code) ควบคู่กับการแจ้งหมายเลขบัญชีธนาคารแก่ลูกค้าทุกครั้ง เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้าและลดข้อผิดพลาดในการชำระเงิน (ที่กระบวนการเตรียมช่องทางการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์และกระบวนการชำระเงิน)
4) ควรมีระบบติดตามของพึงพอใจของลูกค้าที่สำคัญหลังการจัดส่ง	4) หลังจากส่งสินค้าถึงมือลูกค้าแล้ว เพิ่มขั้นตอนการให้พนักงานจะโทรศัพท์หรือทักข้อความไปหาลูกค้า ในด้านความพึงพอใจหลังการจัดส่ง โดยใช้ Facebook หรือ LINE เป็นช่องทางการสื่อสาร (ที่กระบวนการส่งสินค้า)

7. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การออกแบบกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ของร้านกาแฟสด โดยใช้แนวคิดวงจร PDCA เป็นแนวคิดหลักในการออกแบบผลการวิจัยได้กระบวนการที่ออกแบบใหม่ ลูกค้า เจ้าของธุรกิจ และพนักงานมีความพึงพอใจและมีส่วนร่วมกับกระบวนการที่ออกแบบใหม่ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วรรณภา ใหญ่มาก, ภัทรจิตา สุภาโส

, และเอกชัย นาคถนอม (2561) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานด้านการประคุณภาพการศึกษาภายในด้วยวงจรคุณภาพ PDCA ของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยระดับมากเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์และแผนงาน, ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเป็นการปฏิบัติงานโดยอาศัยแนวทางตามแผนการ



ภาพที่ 6 ผังกระบวนการจัดจำหน่ายทางออนไลน์มาตรฐาน

ประกันคุณภาพของหน่วยงาน แนวทางการแก้ไข้ปัญหา

ผลการออกแบบกระบวนการได้กระบวนการย่อย 4 กระบวนการ และกิจกรรม 20 ขั้นตอน สอดคล้องกับวิสุทธิลือชัยเฉลิมสุข (2556) ที่กล่าวว่า การออกแบบกระบวนการเป็นการออกแบบลำดับกิจกรรม (Activity) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติการ (Man) สามารถทำการเปลี่ยนปัจจัยนำเข้า (Material) โดยใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ (Machine) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการที่ออกแบบไว้ประกอบด้วยกระบวนการย่อยหลายกระบวนการ

ผลการวิจัยในเฟสตรวจสอบข้อมูล (C) หลังจากได้ผลการวิจัยข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงกระบวนการจากเจ้าของธุรกิจและพนักงานของร้านแล้ว นำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปจัดทำแนวทางการปรับปรุงผลการออกแบบกระบวนการ สอดคล้องกับจรัส นองมาก (2550, หน้า 115 - 127) ที่กล่าวว่าการตรวจสอบและประเมินผล (Check-C) เป็นขั้นตอนเพื่อให้ทราบว่าการดำเนินงานประสบผลสำเร็จเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้มากน้อยเพียงใด เพื่อใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนางาน

หลังจากนำกระบวนการที่ออกแบบใหม่ไปปฏิบัติ ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงมากขึ้น สอดคล้องกับศักดิ์ดา หนูบัว และมุสตี พลสารัมย์ (2563) ที่ศึกษาเรื่องการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษา: บริษัท รีฟินิช จำกัด ซึ่งได้ศึกษาหาสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพื่อที่จะนำมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้สูงขึ้น

8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะของเจ้าของธุรกิจ

1.1 เจ้าของธุรกิจควรปรับปรุงกระบวนการตามสภาพสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง เช่น ความต้องการของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ เป็นต้น อย่างต่อเนื่อง โดยที่จะต้องหมั่นสังเกตสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อให้เพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจอยู่ตลอดเวลา

1.2 เจ้าของธุรกิจควรมีการควบคุมการนำกระบวนการจัดจำหน่ายไปใช้ ด้วยการวัดระดับความพึงพอใจและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการในวงรอบต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรศึกษาเรื่องการปรับปรุงกระบวนการอื่นภายในร้านจำหน่ายเครื่องตี๋ม เช่น กระบวนการผลิตเครื่องตี๋มและของหวาน กระบวนการจัดเก็บสินค้าคงคลัง เป็นต้น

2.2 ควรศึกษาเรื่องการออกแบบกระบวนการโดยใช้หลักการอื่นๆ มาใช้เป็นแนวคิดหลัก เช่น หลักการ Re-engineering การออกแบบกระบวนการใหม่ (หรือ Process Redesign)

2.3 ควรศึกษาโดยนำหลักการออกแบบกระบวนการไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจชนิดอื่นที่มีลักษณะการสั่งซื้อทางออนไลน์ เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค การบริการ เป็นต้น

9. เอกสารอ้างอิง

จำรัส นองมาก. (2550). การปฏิบัติการประกันคุณภาพการศึกษา. กรุงเทพฯ : ชั้นพรีนติ้ง.

ฉัญวรรณ จรัสสิริภักดี, ชุติตา คงแก้ว, สาวิตรี มีเกิด, อริสรา วีระสุวรรณ, ศุภชัย เหมือนโพธิ์, และทาริกา สระทองคำ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อ

ความผูกพันของกลุ่มลูกค้าธุรกิจร้านกาแฟในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, ปีที่ 3 (ฉบับที่ 2), 1-8.

ปวีณา พานิชชัยกุล และธิดินันท์ ชาญโกศล. (2563). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตี๋มขานมไข่มุกเพื่อรองรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร. วารสารสังคมศาสตร์, ปีที่ 9 (ฉบับที่ 1), 78-87.

วรรภทธีธิตา สุภาโส, ภัทธีธิตา สุภาโส, และเอกชัย นาคถนอม. (2561). การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานด้านการประคุณภาพการศึกษาภายในด้วยวงจรคุณภาพ PDCA ของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (รายงานผลการวิจัย). อยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

วิสุทธิ์ ลือชัยเฉลิมสุข. (2556). การออกแบบกระบวนการ (Process Design) สืบค้นจาก <https://mdvsun.wordpress.com>

/2013/07/18/การออกแบบ
กระบวนการ-process-design/
ศักดิ์ดา หนูบัว และผุสดี พลสารัมย์. (13
สิงหาคม 2563). การศึกษาเรื่องการ
ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อ
เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า
กรณีศึกษา: บริษัท รีฟินิช จำกัด. ใน
การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับ

บัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา
2563 (หน้า 781-790). ปทุมธานี:
มหาวิทยาลัยรังสิต.
ศุภชัย อาชีวะระงับโรค. (2547). Practical
PDCA: แก้ปัญหาและปรับปรุงงาน
เพื่อความสำเเร็จ. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.