



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15
“โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภีวัตน์ ท้องถิ่นอภีวัตน์: นัยต่อสังคมไทย”
(Globalization, Regionalization, and Localization:
Implications for Thai Society)

การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15
Globalization, Regionalization and Localization: Implications for Thai Society



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



๖๐ปี มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยบูรพา
๖๐ ปี ๖๐ ปี ๖๐ ปี



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

The 15th National Conference 2015
on Political Science and Public Administration

การประชุมวิชาการ
รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ

ครั้งที่
15

บทความฉบับเต็ม

โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภีวัตน์ ท้องถิ่นอภีวัตน์: นัยต่อสังคมไทย
Globalization, Regionalization and Localization: Implications for Thai Society

จัดโดย

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยจาก
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

3

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

1. ศาสตราจารย์ ดร. อนุสรณ์ ถิ่นมณี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. วีระ สมบูรณ์
3. รองศาสตราจารย์ ดร. ไชยยนต์ ไชยพร
4. รองศาสตราจารย์ ดร. ธันวัฒน์ รัตนศักดิ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ สามัคคีธรรม
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร
7. รองศาสตราจารย์ ดร. สุภวัฒน์กร วงศ์ชนวสุ
8. รองศาสตราจารย์ ดร. อัครกรณ์ วงศ์ปรีดี
9. รองศาสตราจารย์ ดร. โคทม อารียา
10. รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์
11. รองศาสตราจารย์ ดร. โกวิท กังสนันท์
12. รองศาสตราจารย์มานิต สุทธสกุล
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิศาล มุกดาร์ศรี
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงนา พิชาติปัจจา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ โพธิสว่าง
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยตรี ดร. ณัฐกริช เปาอินทร์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภมิตร ปิติพัฒน์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชีระ กุลสวัสดิ์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญบง ชัยเจริญวัฒน์
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอฬาร ถิ่นบางเตียว
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประไพร์ อภิชาติสกุล
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกษม เพ็ญพินันท์
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รงค์ บุญสวยขวัญ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศาสตรินทร์ ต้นสุน
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุระชัย ชูผกา

28. ร้อยตำรวจเอก ดร. วิเชียร ตันศิริคงกล
29. ดร. นิติ มณีกาญจน์
30. ดร. เก่งกิจ กิติเรียงลาภ
31. ดร. ปิยะ นาควัชระ
32. ดร. วีระยุทธ พรพจน์ธนาศ
33. ดร. ภัสนันท์ พ่วงเถื่อน
34. ดร. อนูรัตน์ อนันทนาศร
35. ดร. อมรทิพย์ อมราภิบาล
36. ดร. ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์
37. พันตำรวจโท ดร. ไหวพจน์ กุลาชัย
38. ดร. มาโนชญ์ อารีย์
39. ดร. จักรี ไชยพินิจ
40. ดร. ชัยณรงค์ เครือนวน
41. ดร. สกฤติ อีสริยานนท์
42. ดร. ชัยณรงค์ ศรีมันตะ
43. ดร. บุญรอด บุญเกิด
44. ดร. สกฤต อ้นมา
45. ดร. บุญเลิศ ของเพชร
46. ดร. สรชัย ศรีนิสานต์สกุล
47. ดร. สติธร ธนานิธิโชติ
48. ดร. โชติสา ขาวสนิท
49. ดร. ภัทรพงษ์ รัตนเสวี
50. ดร. ภัทราวดี มากมี
51. อาจารย์พงษ์ศร แก้วมณี
52. อาจารย์ณัฐวัฒน์ กฤตยานวัช
53. อาจารย์จิรายุทธ์ สีม่วง
54. อาจารย์นพวรรณ พึ่งพา
55. นายปรกรณ์ สัตยวุฒิข

กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านอาหารชาวเล ซีฟู้ด อำเภอหัวหินจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์

Marketing Strategies of The Restaurant Business Cho-Lay Seafood
Amphoe Hua-Hin, Changwat Prachuap Khiri Khan.

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า¹, จุฑามาศ ภูโสภ²

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านอาหารชาวเล ซีฟู้ด อ.หัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษารูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ 2. ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด 3. ศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจ และ 4. ศึกษาปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาของร้านอาหาร โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บข้อมูลได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของร้านอาหาร มีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และจดบันทึก

ผลการวิจัยสรุปได้ว่ากลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านอาหารชาวเล ซีฟู้ด อ.หัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์ สามารถแบ่งออกได้ 7 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านบุคลากร 5. ด้านการส่งเสริมการขาย 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ 7. ด้านกระบวนการให้บริการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

Abstract

The research about The marketing strategy of the restaurant business. Cho-Lay Seafood Amphoe Hua-Hin, Changwat Prachuap Khiri Khan. The objective of this study was to 1. to study the operation of the restaurant business. 2. to study the marketing strategy of the restaurant. 3. guidelines for good practice of business. And 4. to study the problems and solutions of the restaurant. By qualitative research. Data collection, the in-depth interview restaurant owner. A participant observation notes.

The study concluded that the marketing strategy of the restaurant business. Cho-Lay Seafood AmphoeHua-Hin, ChangwatPrachuapKhiri Khan, Includes 7 aspects 1. Product 2. Price 3. Channels 4. Personnel 5. Promotion 6. Physical and 7. Process. Make a business success

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศและแหล่งที่มาของการจ้างงานที่สำคัญในประเทศต่าง ๆ ในแต่ปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกเกือบ 700 ล้านคน ขณะที่ในส่วนของภูมิภาคอาเซียนนั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนโดยเฉลี่ย 44 ล้านคนต่อปี สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจไทยอย่างมาก เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมาก อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาทรวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2546).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ติดอันดับ 1 ใน 10 ของเวทีโลก ทั้งในแง่ของความคุ้มค่าเงินในการเดินทางและความมีเอกลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญส่วนใหญ่ คือ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เช่น หาดทราย ชายทะเล แหล่งบันเทิง อาหารไทย และแหล่งจับจ่ายซื้อของ ในปี 2551 เป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวมีสัดส่วน คือ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ รายได้ 600,000 บาท และจากนักท่องเที่ยวชาวไทย รายได้ 385,000 บาท วิบูลย์ นิมิตรวานิช. (2551).

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงาม เป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นผลจากการได้รับปัจจัยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดการแข่งขันเรือใบการจัดการแข่งขันกอล์ฟการจัดการประชุมสัมมนา การจัดงานเทศกาลดนตรีแจ๊ซ เป็นต้น เนื่องจากมีปัจจัยหลายประการที่ทำให้หัวหินเหมาะแก่การท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เช่น ไม่มีคลื่นลมแรงในฤดูมรสุมเหมาะแก่การเล่นน้ำทะเล มีการคมนาคมที่สะดวกด้วยระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนักด้วยระยะทางเพียง 180 กิโลเมตรใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง ประกอบกับความมีเสน่ห์และมนต์ขลังตั้งแต่อดีตทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก ๆ ปีกระแสการท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหินจึงมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว มนต์สินี บุญมีศรีสง่า. (2556).

จากสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเยือนอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในปี 2550 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,439,159 คนเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 452,100 คนและนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 1,987,059 คน สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี. (2551). ส่งผลให้ชุมชนเมืองหัวหินเติบโตไปอย่างรวดเร็วมีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมธุรกิจโรงแรมและที่พักร้านอาหารธุรกิจนำเที่ยวและร้านของฝากเป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอ หัวหินแต่ในทางตรงกันข้ามการเติบโตที่รวดเร็วได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านต่าง ๆ ขาดการวางแผนและการจัดการที่ดีเช่น ปัญหาด้านการคมนาคมปัญหาด้านสภาพแวดล้อม ปัญหาด้านมลพิษ ฯลฯ ซึ่งอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางมาท่องเที่ยวได้เช่นกัน มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2556).

ร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน เป็นร้านอาหารซีฟู๊ดในอำเภอหัวหินที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้บริการขายอาหารทะเลที่ขึ้นชื่อของอำเภอหัวหิน ด้วยประสบการณ์ที่ครอบครัวเจ้าของร้านเคยเป็นชาวประมงมาก่อน อาหารแต่ละเมนูจึงมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์มีความโดดเด่นเรื่องความสดของวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารนอกจากอาหารทะเลที่สดอร่อยแล้ว บรรยากาศของร้านยังสัมผัสได้ถึง 3 บรรยากาศ เพราะภายในร้านมีทั้ง 3 โซน โซนที่นั่งบนระเบียงยาวที่ยื่นลงไปแบบเอาท์ดอร์ โซนชมวิวสูงชั้นสอง และโซนที่ตั้งอยู่ใกล้กับริมถนนจะเห็นความคึกคักของนักท่องเที่ยว ทั้งสามโซนก็จะได้อารมณ์แตกต่างกัน อีกทั้งได้รับการรับรองจากเชลล์ชวนชิม หมึกแดง และการรีวิวจากนักท่องเที่ยวตามเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่าง ๆ ว่าเป็นร้านอาหารที่มีเมนูแปลกในด้านส่วนประกอบที่นำมาปรุงอาหาร มีรสชาติแบบชาวประมงพื้นบ้าน ชิลไปไหน. (2555).

ในปัจจุบันการแข่งขันด้านธุรกิจร้านอาหารมีการแข่งขันสูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร ชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน ว่ามีกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไรในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร จึงทำให้ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องนานถึง 22 ปี เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง

1. ศึกษารูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ
2. ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด
3. ศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจ
4. ศึกษาปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหา

ขอบเขตของการทำวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร ชาวเล ซีฟู๊ด อำเภอหัวหิน วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร โดยกำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาที่ร้านชาวเล อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร ชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ นำทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดและการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดมาอ้างอิงในการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด

ขอบเขตด้านประชากร ประกอบด้วยผู้ประกอบการ พนักงาน ลูกค้า ร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน

ขอบเขตด้านเวลา เป็นกระบวนการศึกษาข้อมูล รวบรวมข้อมูล การติดตามผล การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษา ร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน เป็นระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2558 ถึง พฤษภาคม 2558

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

- 1.ทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษา ร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน
- 2.ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษา ร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน
- 3.ทราบถึงโอกาสทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษา ร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เรื่อง “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร ชาวเล ซีฟู๊ด อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์” มีจุดมุ่งหมายให้เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร มีบทบาทในการแสดงความคิดเห็น และถ่ายทอดความรู้ ตลอดกระบวนการวิจัย จึงมีการกำหนดรูปแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวิธีการดำเนินวิจัยดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

บุคคลที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน เจ้าของร้านอาหาร พนักงาน ลูกค้า ผู้วิจัยใช้แบบแผนการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงคือ เจ้าของร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์โดยสร้างแนวคิดจากกลยุทธ์ทางการตลาดการบริหารจัดการสำหรับผู้ประกอบการ และแบบสังเกตซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์ การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ได้จากการรวบรวมเอกสาร สังเกตแบบมีส่วนร่วม และทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น ใช้เครื่องบันทึกเทป โทรศัพท์มือถือ ไอโฟนรุ่น 4s สมุด ปากกา ช่วยในการบันทึกข้อมูล จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตมาทำการวิเคราะห์ เพื่อหาข้อสรุป

การตรวจสอบความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยมีการตรวจสอบ ใช้โดยวิธีตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยแบ่งเป็น 1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบข้อมูลนั้นจะต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล 2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร แทนการใช้ผู้วิจัยคนเดียวในการเก็บข้อมูลวิจัยทั้งหมดเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือดีกว่าผู้วิจัยเพียงคนเดียว 3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม ตีความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยเพียงใด (พิทักษ์ สิริวงศ์ และคณะ: 2011)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ประเภท คือ

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้เตรียมความพร้อมในส่วนของคำถามสำหรับการเข้าไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นเจ้าของร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากแนวคำถาม สังเกตและจดบันทึก โดยใช้คำถามที่มีเค้าโครงสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นและทัศนะได้อย่างอิสระ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ ตำรา บทความวิชาการ และระบบสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากแนวคำถามที่ทำการสัมภาษณ์ และการถอดเทปบันทึกเสียงจากโทรศัพท์ไอโฟนรุ่น 4s
2. นำข้อมูลที่ได้มาจัดเป็นหมวดหมู่แยกตามประเด็นที่ศึกษาและจัดหมวดหมู่ให้ เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเรียบเรียงเนื้อหาสาระให้เป็นระบบ
3. นำข้อมูลที่จัดไว้เป็นหมวดหมู่มาทำการเปรียบเทียบว่าข้อมูลมีความแตกต่างกัน อย่างไรเมื่อได้ประเด็นต่าง ๆ จำนวนมาก และไม่มีประเด็นใหม่เกิดขึ้นจึงหยุดการสัมภาษณ์
4. วิเคราะห์ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยการเขียนวิเคราะห์เชิงพรรณนาตามข้อมูลที่ได้และตรวจสอบความสมบูรณ์อีกครั้ง
5. สรุปและเรียบเรียงผลการศึกษา

ผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการแข่งขัน รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหาร แนวทางปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการปัญหาอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นของร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด การนำเสนอแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ข้อมูลความเป็นมาของธุรกิจร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน

ประวัติความเป็นมาของร้านอาหารชาวเลเจ้าของคือ คุณน้อย ได้ก่อตั้งมาแล้วเป็นระยะเวลา 22 ปี เหตุผลที่เลือกทำธุรกิจร้านอาหารเพราะเดิมครอบครัวทำอาชีพประมง เกี่ยวกับอาหารทะเลขายส่งออกปลาหมึก ตอนนั้นมีปลาหมึกจำนวนมาก ความต้องการของตลาดไม่มากนัก การทำปลาหมึกประสบความสำเร็จโดยคุณพ่อของคุณน้อยตั้งเป็นโรงงาน และมีบริษัทญี่ปุ่นมารับซื้อ และเริ่มเติบโตเรื่อย ๆ เป็นระยะเวลานานถึง 50 ปี จากนั้นปลาหมึกก็เริ่มลดน้อยลง ระหว่างนั้น การท่องเที่ยวเข้ามาหัวหิน ก็เริ่มอยากจะทำร้านอาหาร เดิมโรงงานปลาหมึกตั้งอยู่ที่ร้านชาวเลในปัจจุบัน เมื่อความเจริญเข้ามาหัวหิน โรงงานจึงถูกไล่ไปอยู่นอกหัวหิน คือ ปรานบุรี ร้านอาหารชาวเลจึงเกิดขึ้นเพราะว่าคนในพื้นที่ไม่มีงานทำ จึงริเริ่มทำร้านอาหารโดยทดลองทำ มีโต๊ะภายในร้านเพียง 14 โต๊ะ หลังจากนั้นธุรกิจก็โตขึ้นๆ ทุกปี โต๊ะเต็มทีภายใน 2-3 ปี เพราะคนเริ่มรู้จักนักท่องเที่ยวที่มาหัวหินนิยมรับประทานอาหารทะเล จึงทำให้อาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน ยังคงอยู่มาจนถึงทุกวันนี้

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน พบว่า มีรูปแบบในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน ดังนี้

ร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน เปิดให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด เวลาเปิดทำการตั้งแต่ 10:00-22:00 น. เหมาะสำหรับการรับประทานเป็นกลุ่ม หรือครอบครัว สามารถจองไว้ล่วงหน้าได้ วันต่อวัน มีที่จอดรถให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ แต่เนื่องจากมีพื้นที่การจอดรถที่จำกัด ทางร้านจึงต้องให้ฝากกุญแจไว้กับทางร้านเพื่อสะดวกในการเคลื่อนย้ายเข้าออก ห้องน้ำสะอาดสะอาดเพียงพอต่อการให้บริการของลูกค้า ในการปฏิบัติงานมีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน เช่น คนงานพม่ากับคนงานลาว ทำอาหาร พม่าล้างจานเด็กเสิร์ฟเดินบริการ คนลาวทำงานในครัวทำหน้าที่ทำอาหาร เนื่องจากคนลาวสอนงานง่ายกว่าคนงานพม่าและมีความละเอียดรอบคอบมากกว่า จึงทำให้ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ปรุงอาหาร ส่วนคนงานพม่าจะชอบงานบริการมากกว่า ปัจจุบันร้านอาหารชาวเลซีฟู๊ด มีคนงานทั้งคนไทย คนพม่า และคนลาวรวมกัน 80 คน จ่ายค่าแรงงาน 8 แสนบาทต่อเดือน ด้านวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบอาหารจะรับซื้อมาจากสะพานปลา สะดวกสบายในการขนส่ง เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากร้าน และที่สำคัญคือ ได้อาหารทะเลที่สดคุณภาพ คุณน้อยเป็นผู้ควบคุมด้านผลิตภัณฑ์ของร้าน ได้ถ่ายทอดวิธีการเลือกซื้อวัตถุดิบ การปรุงอาหารให้กับพนักงานคนไทย และมอบหมายให้เป็นผู้สอนงานให้กับพนักงานใหม่ที่เป็นชาวพม่าและชาวลาว ส่วนด้านการบริหารนั้น คุณน้อยได้มอบหมายให้ภรรยาเป็นผู้ควบคุม คอยประสานงานกับผู้จัดการที่ควบคุมสาขา

คุณน้อยได้กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหินดังนี้

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของร้านอาหารชาวเล

อภิชัย ศรีเมือง. (2555). กล่าวว่า SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กรในปัจจุบัน เพื่อที่จะหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดอ่อน จุดด้อย หรือสิ่งที่เป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต และรวมทั้งโอกาสที่ธุรกิจดำเนินไปอย่างราบรื่น ประกอบด้วย

S หรือ Strengths (จุดแข็ง)

การบริหารงานภายในมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารมีอายุงานมากมีประสบการณ์ในการทำงานด้านอาหารทะเลมานานหลายปีจึงทำให้เข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ ทีมผู้บริหารทำงานร่วมกันมานานเป็นคนที่ครอบครัวของคุณน้อยเอง ทำให้การบริหารเป็นไปอย่างราบรื่นไม่มีความกดดันสามารถนำพาร้านอาหารชาวเล คงอยู่ถาวรและพัฒนาไปได้อีกไกล

W หรือ Weaknesses (จุดอ่อน)

พนักงานในร้านอาหารชาวเล มีจำนวนมากยากต่อการบริหารเพราะต่างคนต่างจิตใจ และสื่อสารคนละภาษาทำให้ผู้บริหารกับพนักงานเข้าใจกันคนละแบบ มีจุดประสงค์ของการทำงานที่แตกต่างกัน

O หรือ Opportunities (โอกาส)

ร้านอาหารชาวเล มีความเชี่ยวชาญเรื่องอาหารทะเลมากกว่าร้านอาหารทะเลอื่น ๆ ในหัวหิน เดิมพื้นฐานครอบครัวเป็นคนอำเภอหัวหิน มีอาชีพการทำประมงจึงทำให้ร้านอาหารชาวเลได้เปรียบในเรื่องของการเลือกวัตถุดิบ ขั้นตอนการประกอบอาหารที่สามารถดึงจุดเด่นของวัตถุดิบแต่ละชนิดออกมาแนะนำเสนอแก่ลูกค้าในแบบของการปรุงอาหารแบบชาวประมง รสชาติอาหารไม่ปรุงแต่งมากจะคงรสชาติของวัตถุดิบไว้ ความสดใหม่

T หรือ Threats (อุปสรรค)

ในหัวหินมีร้านอาหารทะเลหลายร้าน เนื่องจากหัวหินเป็นแหล่งวัตถุดิบอาหารทะเลในละแวกร้านอาหารชาวเล มีธุรกิจอาหารทะเลเรียงกันประมาณ 10 กว่าร้าน คู่แข่งของร้านอาหารชาวเล มีหลากหลายทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือก

กลยุทธ์ทางการตลาดตามทฤษฎี 7Ps (ส่วนประสมทางการตลาด)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าที่เสนอขายต่อลูกค้าเป็นสินค้าประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์หลักของร้านอาหารชาวเล คืออาหารทะเลทั้งเมนูกุ้ง หอย ปู ปลา ประกอบอาหารทะเล โดยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีรสชาติที่เป็นรสชาติดั้งเดิมที่ชาวประมงรับประทาน คงความเป็นพื้นบ้าน ทำให้เป็นที่ชื่นชอบเป็นที่จดจำของลูกค้า รู้ว่าวัตถุดิบแต่ละชนิดสามารถนำมาประกอบอาหารแบบใด ร้านอาหารชาวเล สามารถดึงจุดเด่นของวัตถุดิบแต่ละชนิดมาประกอบอาหารในแบบฉบับของชาวประมง ใช้ส่วนประกอบที่ไม่ได้ยุ่งยากสามารถหาได้ง่ายเมื่อออกทะเล เมนูที่เป็นที่นิยมของร้านอาหารชาวเลคือ หอยเชลล์ย่างเนย เป็นสูตรเฉพาะที่ทางร้านคิดค้นขึ้นเองจากการไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารร้านหนึ่งมีเมนู หอยแมลงภู่อบเนย มีรสชาติที่อร่อยถูกปาก จึงนำมาประยุกต์เป็นสูตรเฉพาะของทางร้านเอง ใช้หอยเชลล์แทนหอยแมลงภู่ เพราะสามารถหาได้ง่ายในประเทศไทย ถ้าใช้หอยแมลงภู่จะต้องใช้หอยแมลงภู่จากต่างประเทศ จึงจะตัวใหญ่พอที่จะนำมาประกอบอาหาร หอยเชลล์ย่างเนยเป็นเมนูที่ชาวต่างชาตินิยมสั่งทานมากที่สุด โดยใช้หอยเชลล์สด ๆ ตัวใหญ่ทานแล้วนำไปย่างจนหอม เพราะมีความหอมของเนยที่ชาวต่างชาติคุ้นเคยกับหอยเชลล์เป็นรสชาติที่ลงตัว

2. ด้านราคา (Price) อาหารร้านชาวลี ในแต่ละเมนูราคาย่อมเยาเริ่มต้นที่ 250-500 บาท ราคาเฉลี่ยต่อหัวอยู่ที่ประมาณ 150-500 บาท ต่อคน อยู่ในเกณฑ์ของร้านอาหารซีฟู้ดในแถบหัวหิน การตั้งราคาคำนึงถึงวัตถุดิบที่สดใหม่และปริมาณอาหารที่มีคุณค่า ที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีสถานที่ตั้งร้านมีป้ายบอกทางมาร้านอย่างชัดเจนตั้งอยู่ในทำเลติดกับทะเล ร้านอาหารชาวลี มีการแบ่งโซนชัดเจนแยกระหว่างสถานที่ทำครัว กับ โซนสำหรับลูกค้านั่งรับประทานอาหารอย่างชัดเจนลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่มีขั้นตอนซับซ้อนในการสั่ง ออเดอร์อาหารจะมีพนักงานคอยยืนรับตลอดเวลาเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน พนักงานจะคอยจัดหาโต๊ะว่างให้พอกับจำนวนคน และคอยให้บริการอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเอง

4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ร้านอาหารชาวลีมีการใช้สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค เป็นช่องทางติดต่อกับลูกค้า มีเพจเฟสบุคของร้านคอยแชร์ภาพบรรยากาศภายในร้าน อาหารเมนูต่าง ๆ ที่ทางร้านนำเสนอลูกค้า ลูกค้าสามารถพูดคุยชมรสชาติของอาหาร บรรยากาศ การบริการ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ให้กับทางร้านได้โดยผ่านหน้าเพจของทางร้าน จูงใจให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพและต้องการที่จะมาใช้บริการมากขึ้น

5. ด้านบุคลากร (People) มีความเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนพนักงานทุกคนมีหัวใจรักการบริการ เจ้าของร้านเข้าร้านทุกวันเมื่อมีเวลาว่างเพื่อมาให้บริการลูกค้าด้วยตนเอง มีพนักงานส่วนหน้าที่เป็นคนไทยมีหน้าที่คอยติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารชาวลี แนะนำอาหารภายในร้าน คอยรับรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งจากพนักงานเดินอาหารเพื่อส่งต่อให้พ่อครัวแม่ครัว และจัดการเรื่องการเงินของร้าน เก็บค่าอาหารและเครื่องดื่ม มีพนักงานส่วนหลังเป็นฝ่ายสนับสนุนการดำเนินงาน ประกอบด้วย คนทำอาหารชาวลาว พนักงานเดินอาหารชาวมอแม่บ้านดูแลทำความสะอาดห้องน้ำ แม่บ้านดูแลทำความสะอาดบริเวณรอบ ๆ

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) สามารถหาได้ง่ายอยู่ตรงข้ามตลาดโต้รุ่ง เป็นที่รู้จักของคนละแวกนั้น มีจุดเด่นทางด้านกายภาพของร้าน ทางเข้าร้านจะเป็นส่วนทำครัว มีส่วนโชว์ปลา กุ้ง หอย ที่แม่ครัวจะนำไปประกอบอาหาร เพื่อแสดงให้ลูกค้าเห็นความสดของวัตถุดิบ โทณสีของร้านเป็นสีม่วงทั้งเครื่องแต่งกายของพนักงานและผ้าปูโต๊ะ ให้ลูกค้าจดจำได้ง่ายภายในร้านมีทั้ง 3 ส่วนส่วนแรกแบบเปิดโล่งลักษณะเป็นระเบียงยาวที่ยื่นลงไปในทะเลรับลมเย็นสบาย เป็นส่วนที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าทั้งชาวไทยชาวต่างชาติเพราะจะได้เห็นทะเลอย่างชัดเจนลูกค้าจะได้สัมผัสกับบรรยากาศทะเลพร้อมกับรับประทานอาหารไปด้วยส่วนที่สองเป็นส่วนชมวิวสูงชั้นสองจะมองเห็นบรรยากาศรอบ ๆ ทั้งหมดในละแวกนั้น และส่วนที่สามที่ตั้งอยู่ใกล้กับริมถนนสามารถมองเห็นความคึกคักของนักท่องเที่ยวได้ ลูกค้าสามารถเลือกส่วนที่ตนเองชอบ ห้องน้ำ

สะอาดเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ที่ประกอบอาหารแยกเป็นส่วนให้เห็นอย่างชัดเจน บรรยากาศโดยรวมถือว่าดีมากทำให้ลูกค้าติดใจ

7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าของร้านอาหารชาวเล มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อนเน้นความสะดวกรวดเร็วไม่ต้องให้ลูกค้ารอนาน พนักงานคอยให้บริการอยู่ตลอดเวลาเมื่อลูกค้าเข้ามาภายในร้าน พนักงานจะจัดหาที่นั่งให้เพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รอรับรายการอาหารจากลูกค้าทันที พนักงานจะคอยรับรายการอาหารตลอดเวลา จึงทำให้ได้รับอาหารรวดเร็ว ขาดเหลือในด้านใดสามารถเรียกพนักงานได้ทันที

แนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน

การทำงานทุกอย่างของร้านอาหารชาวเล จะเริ่มต้นจากตัวของเจ้าของร้านก่อน โดยเจ้าของร้านได้ใช้วิธีคอยสอบถาม คอยสังเกต สิ่งต่าง ๆ กินด้วย ตา หู จมูก และปาก ต้องมอง ต้องได้กลิ่น ต้องรู้รสชาติ การทำอาหารก็เหมือนกับงานศิลปะอย่างหนึ่ง กินทางหูคือการสอบถามความพึงพอใจ ของผู้ที่ได้รับประทานอาหารของร้านชาวเล ว่ารสชาติเป็นอย่างไร อร่อยหรือไม่ หรือควรปรับปรุงในด้านใด กินทางตาคือมองว่าส่วนประกอบอื่น ๆ ภายนอกเป็นอย่างไร การจัดจาน การจัดอาหารที่จัดขายลูกค้ามารับประทานหรือไม่ สามารถดึงดูดลูกค้าได้หรือไม่ ถ้าการจัดจานสวยดูหน้าตาดีก็ทำให้ลูกค้าสั่งอาหารเพิ่มขึ้น กินทางตาคือการมองดูอาหารในแต่ละครั้งที่ทำ จะสามารถคาดเดาได้ว่ารสชาติจะเป็นอย่างไร รสชาติจะเค็มหรือไม่ ถ้าเห็นแล้วว่าคำเกินไปรสชาติก็จะเค็ม แต่ถ้าสีมันจางเกินไปรสชาติจะจืด กินทางจมูกคือเวลาเราทำอาหารเราจะรู้รสชาติว่าเข้าจมูกหรือไม่ มีกลิ่นหอมชวนกินหรือไม่ กินทางปากคือรสชาติ บางคนกินเปรี้ยว บางคนไม่กินเค็ม บางคนกินหวาน คือแนวทางของการทำอาหาร ต้องเริ่มที่เข้าใจตนเองก่อน จึงจะนำเสนอขายให้กับลูกค้า

ปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาของร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด หัวหิน

ปัญหาหลักของร้านอาหารชาวเลคือ คน พนักงานส่วนใหญ่ของร้านอาหารชาวเลเป็นคนต่างด้าว ชาวพม่าและลาว จึงขาดคนเป็นงานขาดคนเข้าใจในการทำงาน พนักงานไม่เต็มใจที่จะทำงานปรับขึ้นเดือนแล้วก็ยัง ไม่เพียงพอ เพิกเฉยต่อหน้าที่ไม่คำนึงถึงนายจ้าง

แนวทางการแก้ไขปัญหาคุณน้อยได้สร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน โดยให้พนักงานได้รับรู้ถึงความรู้สึกที่อยู่กันแบบครอบครัวใหญ่ เพราะพนักงานส่วนใหญ่ที่ร้านอาหารชาวเลเป็นชาวต่างด้าว มาทำงานต่างถิ่นไกลบ้าน ย่อมต้องการกำลังใจในการทำงาน คุณน้อยจะคอยพูดคุยถามถึงความเป็นอยู่ของพนักงานตลอดเวลาเพื่อไม่ให้พนักงานรู้สึกโดดเดี่ยวมีแรงผลักดันในการทำงานมากขึ้น และเข้าใจนายจ้างมากขึ้น คุณน้อยได้จัดให้มีการควบคุมการทำงานของพนักงานพม่าและลาวโดยคนไทย การสอนงานโดยคนไทยทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารชาวเล ซีฟู๊ด อ.หัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์ โดยการสัมภาษณ์เจ้าของร้านพบว่าสิ่งที่ทำให้ ร้านอาหารชาวเลประสบความสำเร็จโดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและสามารถดำเนินการได้มาถึง 22 ปี จากผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ทำให้ผู้วิจัยสามารถเห็นถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลให้ร้านอาหารชาวเลประสบความสำเร็จ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของร้าน มีความสดใหม่ มีการประกอบอาหารแบบชาวประมง เน้นคุณค่าทางอาหารและคงค่าของวัตถุดิบแต่ละชนิด สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาพร มีชานาญ. (2554). ศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการไม้ดอกไม้ประดับ : กรณีศึกษา หมู่บ้านดงบัง อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี ที่พบว่าการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญต่อสัดส่วนของลูกค้า 2) กลยุทธ์ด้านราคามีราคาที่ย่อมเยาอยู่ในเกณฑ์ของอาหารทะเล เหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบที่ส่งมอบให้กับลูกค้า 3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีสถานที่ตั้งร้านชัดเจน ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่มีขั้นตอนที่ซับซ้อน ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการของร้านอาหารท่าเลที่ตั้งของร้านสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ท่าเลที่ตั้ง มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการของลูกค้า 4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย มีการสื่อสารระหว่างธุรกิจกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างของสินค้าและบริการ สร้างภาพพจน์และชื่อเสียง ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า ชูใจให้สนใจมาใช้บริการ และกระตุ้นความทรงจำของลูกค้าโดยการใช้สื่อโซเชียลในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ 5) กลยุทธ์ด้านบุคลากร บุคลากรทั้งหมดมีความเกี่ยวข้องในการนำเสนอสินค้าและบริการแก่ลูกค้า ซึ่งทุกคนให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้างจิตสำนึกการให้บริการและมีการทำงานอย่างเป็นระบบระเบียบ 6) กลยุทธ์ลักษณะทางกายภาพ สภาพแวดล้อมของสถานที่ อาคาร เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริการมีความทันสมัยติดทะเลมีบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เอื้อต่อการมารับประทานอาหารและพักผ่อน 7) กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า ทำให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชียร วงศ์นิชชากุล และกรศิวัช คงธนาสินธร. (2554). ศึกษาถึงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการ เคย์สปา ในซอยทองหล่อ เขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้านมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจมีรูปแบบในการดำเนินธุรกิจแบบเป็นระบบ เป็นขั้นตอน แบ่งหน้าที่ กำหนดหน้าที่แต่ละแผนกอย่างชัดเจน แจ่มแจ้งข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับร้านให้ลูกค้าทราบทั้งหมด เพื่อความสะดวกในการได้รับบริการจากทางร้าน

แนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจเจ้าของร้านอาหารชาวเล ซีฟู้ด หัวหิน เป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหาร การควบคุม ไปจนถึงการคิดค้นเมนูอาหารโดยใช้หลักการคิดเปรียบเสมือนว่าตนเอง เป็นลูกค้าของร้าน คิดในมุมมองของลูกค้า จึงทำให้การบริหารตลอดจนบริการต่าง ๆ เป็นที่จดจำ ถูกใจ และกลับมาใช้บริการของทางร้านอีก

สำหรับปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาขาดคนเป็นงานขาดคนเข้าใจในการทำงาน พนักงานไม่เต็มใจที่จะทำงานปรับขึ้นเดือนแล้วก็ยังไม่เพียงพอ เพิกเฉยต่อหน้าที่ไม่คำนึงถึงนายจ้างคุณน้อยได้สร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน โดยให้พนักงานได้รับรู้ถึงความรู้สึกที่อยู่กันแบบครอบครัว คุณน้อยจะคอยพูดคุยถามถึงความเป็นอยู่ของพนักงานตลอดเวลา เพื่อไม่ให้พนักงานรู้สึกโดดเดี่ยวมีแรงผลักดันในการทำงานมากขึ้น และเข้าใจนายจ้างมากขึ้น คุณน้อยได้จัดให้มีการควบคุมการทำงานของพนักงานพม่าและลาวโดยคนไทย การสอนงานโดยคนไทยทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ควรมีการส่งเสริมการขายจัด โปรโมชันเกี่ยวกับเมนูอาหารที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการควรมีการและสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารการจัด โปรโมชัน เป็นการกระตุ้นให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น เพราะจากการศึกษาวิจัยพบว่าร้านอาหารชาวเลยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอควรให้ความสำคัญเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ ทั้งการจัดที่นั่ง รับประทานอาหาร ควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ภายในร้าน เพื่อพัฒนาให้บริการมีคุณภาพ สะดวกสบายต่อผู้เข้ามาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาด้านราคา และพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้วางแผนพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น กำหนดกลยุทธ์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจสูงสุด

บรรณานุกรม

- กนกพรรณ สุขฤทธิ, “ศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร
ญี่ปุ่นย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร”. ค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, 2557
- นิภาพร มีชำนานู, “ศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการไม้ดอกไม้ประดับ : กรณีศึกษา
หมู่บ้านดงบัง อำเภอมือง จังหวัดปราจีนบุรี”. ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, 2554
- พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ, “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนิน
กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)” Veridian
E-Journal, 2555
- มนัสตินี บุญมีศรีสง่า, “การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอ หัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น” Veridian E-Journal, 2556
- รวิวรรณ ไพรรุ่งโรจน์, “มัลติเทสท์” นครปฐม:คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย
คริสเตียน, 2546
- วิเชียร วงศ์นิชชากุล และกรศิวัช คงชนาสินทร, “ศึกษาถึงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่
มีอิทธิพลต่อชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการ เดย์สปา ในซอยทองหล่อ เขตสุขุมวิท
กรุงเทพมหานคร”. ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, 2554
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, “การบริการการตลาดยุคใหม่ (ฉบับปรับปรุง 2546)” กรุงเทพมหานคร
: ชรรมสาร, 2546
- อภิชัย ศรีเมือง, “Swot : เทคนิควิเคราะห์ธุรกิจอย่างเรียบง่าย (สไตล์ผู้บริหารมืออาชีพ)”สำนักพิมพ์ :
ริงค์ บียอนด์บุ๊กส์, บจก, 2556