



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



๖๐ปี มหาวิทยาลัยบูรพา  
ศรีสัตตนาครหี  
มกราคม ๒๕๕๕



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา

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

การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15

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



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



๖๐ปี มหาวิทยาลัยบูรพา  
ศรีสัตตนาครหี  
มกราคม ๒๕๕๕



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา

The 15<sup>th</sup> 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

## ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

1. ศาสตราจารย์ ดร. อนุสรณ์ ลีम्मณี
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. ศุภวัฒน์กร วงศ์ธนวุธ
8. รองศาสตราจารย์ ดร. อัครกรณ์ วงศ์ปรีดี
9. รองศาสตราจารย์ ดร. โคทม อารียา
10. รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์
11. รองศาสตราจารย์ ดร. โกวิทย์ กังสนันท์
12. รองศาสตราจารย์มานิต สุททสกุล
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิศาล มุกดาร์สมิ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงณา พิชาติปัจจา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ โปธิสว่าง
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยตรี ดร. ณัฐกริช เปาอินทร์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภมิตร ปิติพัฒน์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชีระ กุลสวัสดิ์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษบง ชัยเจริญวัฒนะ
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โอปาร 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 ตันศิริกงกล
29. ดร. นิตี มณีกาญจน์
30. ดร. เก่งกิจ กิติเรียงลาภ
31. ดร. ปิยะ นาควัชระ
32. ดร. วีระยุทธ พรพจน์ธนมาศ
33. ดร. ภัสนันท์ พ่วงเถื่อน
34. ดร. อนูรัตน์ อนันทนาร
35. ดร. อมรทิพย์ อมราภิบาล
36. ดร. ปรีชา เทียมพงศ์สานต์
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. อาจารย์พงศธร แก้วมณี
52. อาจารย์ธวัชวัฒน์ กฤตยานวัช
53. อาจารย์จริยายุทธ์ สีม่วง
54. อาจารย์นพวรรณ พึ่งพา
55. นายปกรณ์ สัตยวณิช

## กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารครัวกรรมนิการ์อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

### Marketing Strategies of The Restaurant Business

#### Kruakannikar Amphoe Hua – Hin, Changwat Prachuap Khiri Khan

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า<sup>1</sup>, ขนิษฐา กันหาไชย<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup>นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินการ 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการแข่งขัน 3) ศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจและ 4) ศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากการประกอบธุรกิจร้านอาหารครัวกรรมนิการ์ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และค้นคว้าจากเอกสาร ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการ พนักงานและลูกค้า จำนวน 10 คน

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ ผู้ประกอบการมีการแบ่งหน้าที่ของพนักงานอย่างชัดเจน ยกเว้นในบางส่วนที่เป็นส่วนของการประกอบอาหารและการคิดเงินจะเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการเพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานของรสชาติอาหารให้คงที่อยู่เสมอ

การวิเคราะห์ SWOT analysis จุดแข็ง คือทุกเมนูทำมาจากเนื้อไก่ ที่ตั้งของร้านอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทำให้การเดินทางสะดวกสบาย และชื่อเสียงที่สั่งสมมากกว่า 20 ปี จุดอ่อน คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอต่อจำนวนของลูกค้า โอกาส คือ การประชาสัมพันธ์จากลูกค้าผ่านโซเชียลมีเดีย อุปสรรค คือ โรคระบาดจากสัตว์ ทำให้ลูกค้ากังวลเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบซึ่งส่งผลต่อยอดขาย

กลยุทธ์ทางการตลาดมี 7 ด้านได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์คือ ทุกเมนูมาจากไก่ โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ 2) กลยุทธ์การตั้งราคาตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ 3) สถานที่ตั้งของธุรกิจอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว 4) ด้านการตลาดใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ 5) ด้านบุคคลมีการแบ่งหน้าที่พนักงานชัดเจนและให้พนักงานเรียนรู้เมนูอาหารแต่ละอย่าง 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเน้นการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้องมีการบริการห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ 7) ด้านกระบวนการเป็นการบริหารงานร่วมกันในครอบครัว

แนวทางการปฏิบัติที่ดี ผู้ประกอบการและพนักงานมีใจรักงานบริการและเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปัญหาและอุปสรรค ปัญหาเรื่องวัตถุดิบ เป็นการระบาดของโรคไข้หวัดนกซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากโครงการของรัฐบาลและปัญหาที่จอตลอดไม่เพียงพอกับลูกค้า

**คำสำคัญ :** กลยุทธ์การตลาด, ธุรกิจร้านอาหาร, หัวหิน, ประจวบคีรีขันธ์

### **Abstract**

This research objective of 4. The first to study the model of operation. Study Marketing strategies used in the competition. Study Guidelines for good practice in business operations and to study the problems, obstacles and solutions from the business Krua-Kannikar Amphoe Hua-Hin, Changwat Prachuap Khiri Khan. This research was qualitative Research. The data was collected by In - depth interview with 10 key informants and from related documents.

The results revealed that the model of operation, entrepreneur have assign duty of employees clearly. Except in some parts of the cooking and the charge will be the responsibility of the entrepreneur to maintain the quality and standard of the taste of the food to be constant.

SWOT analysis the strengths are all menu made from chicken. The location of the business in attractions make the journey comfortable. And reputation that 20 accumulated over years, weakness, parking is not enough for a number of customers. The opportunity is the public relations from customers through the social media. Trouble is a pestilence from animals. Make customers concerned about the quality of raw materials, which affect sales.

Marketing strategy the product is all menus from the chickens by using raw material quality. Pricing strategy based on product form. Location of business near the customers are tourists. Marketing, use social media in public relations. The person entrepreneur have assign duty of employees clearly and employees to learn the menu. Physical evidence and presentation. Focus on providing fast and accurate. There are services bathroom clean and enough. The process is managed together in the family.

Guidelines for good practice entrepreneurs and employees Service minded and use raw material quality. The problems and obstacles, the problem of raw materials Avian outbreak.

Influenza which receive help from the government project and parking problems, not enough to the customer.

**Key word :** Marketing strategies, Restaurant Business, Hua-Hin, PrachuapKhiriKhan

## บทนำ

ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เพราะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติทางการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ทั้งแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งอาหารไทยก็ยังมีเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงไปทั่วโลก ด้วยเหตุผลนี้ทำให้แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 13.82 ล้านคน สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นเงิน 487,100 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2550 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 14.48 ล้านคน คิดเป็นรายได้ประมาณ 647,788 ล้านบาท (รายงานประจำปีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆ เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบตราต่างประเทศ มีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว (ฉันทขจรวัฒนอม, 2552)

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงาม เป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นผลจากการได้รับปัจจัยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดการแข่งขันเรือใบ การจัดการแข่งขันกอล์ฟ การจัดประชุมสัมมนา การจัดงานเทศกาลดนตรีแจ๊ซ เนื่องจากมีปัจจัยหลายประการที่ทำให้หัวหินเหมาะแก่การท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เช่น ไม่มีคลื่นลมแรงในฤดูมรสุมเหมาะแก่การเล่นน้ำทะเล มีการคมนาคมที่สะดวกด้วยระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก ด้วยระยะทางเพียง 180 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง ประกอบกับความมีเสน่ห์และมนต์ขลังตั้งแต่อดีตทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อน

มากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกๆปีกระแสการท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหินจึงมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว(มนัส  
สินี บุญมีศรีสง่า, 2556)

ร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่ยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ปัจจัยหนุน พฤติกรรมคนไทย ที่  
ยังนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้อง  
กับพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งด้านความสนใจสุขภาพ และประหยัดค่าใช้จ่ายปัจจุบันธุรกิจร้านอาหาร  
แนวโน้มแข่งขันรุนแรง เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่ทยอยเข้าตลาด โดยเฉพาะตลาดร้านอาหาร  
รายย่อย เป็นผลจากการลงทุนไม่สูงนัก และระยะเวลาคืนทุนค่อนข้างสั้น ทำให้ผู้ประกอบการ ทั้ง  
รายเก่าและใหม่ ต้องปรับกลยุทธ์ เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดกลยุทธ์ทางการตลาดจึงมีความสำคัญ  
อย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจร้านอาหารที่มีการแข่งขันจากผู้ประกอบการจำนวนมาก ให้เจริญเติบโต  
และดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่องเนื่องจากในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่มี  
ความคล้ายคลึงกัน ผู้บริโภคจึงไม่เห็นความต่างของร้านอาหารแต่ละร้าน ซึ่งผู้ประกอบการ  
ร้านอาหารต้องสร้างเอกลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นให้กับร้านเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสร้างความแปลก  
ใหม่ให้กับลูกค้า

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษารูปแบบการดำเนินงาน กลยุทธ์ทางการตลาดและแนวทาง  
ปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจของร้านอาหารครัววรรณิการ์ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์  
ซึ่งเป็นร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและเปิดบริการมายาวนาน อีกทั้งยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว  
เป็นจำนวนมาก และศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อเป็น  
แนวทางให้กับผู้ที่สนใจในเรื่องนี้ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินการของร้านอาหารครัววรรณิการ์
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารครัววรรณิการ์
3. เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารครัววรรณิการ์
4. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากการประกอบธุรกิจ

ร้านอาหาร

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารครัววรรณิการ์  
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยกำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษารูปแบบการดำเนินการของธุรกิจร้านอาหาร การวิเคราะห์ SWOT analysis กลยุทธ์ทางการตลาด แนวทางการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ และแนวทางในการแก้ไขปัญหาของธุรกิจร้านอาหาร

ขอบเขตด้านพื้นที่ ร้านอาหารครัวกรรมธิการ ถนนพระปกเกล้า ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตด้านเวลา เก็บรวบรวมตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 รวมระยะเวลา 3 เดือน

ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารครัวกรรมธิการพนักงาน และลูกค้าที่มาใช้บริการครัวกรรมธิการ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารครัวกรรมธิการ
2. ทราบถึงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารครัวกรรมธิการ
3. ทราบปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจร้านอาหารครัวกรรมธิการ
4. เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการอื่นที่สนใจใช้เป็นแนวทางนำไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเลือกใช้แนวทางในการศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยา โดยวิธีการนี้เป็นวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ตัวเองประสบมา ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยาในการวิจัยเนื่องจาก ในการเก็บข้อมูลนั้นต้องอาศัยข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการและผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นหลัก โดยการสัมภาษณ์ระดับลึก(In-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบ พนักงาน และลูกค้าทั้งหมด 10 คน และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารเป็นส่วนประกอบ มีวิธีดำเนินการวิจัยโดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลคือ ผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. ประเภทบุคคล ได้แก่

ตัวผู้วิจัยการวิจัยครั้งนี้ตัวผู้วิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพราะการวิจัยที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมผัสกับคนโดยตรงดังนั้นการได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุดนั้นขึ้นอยู่กับการวางตัวการกำหนดบทบาทการสร้างความคุ้นเคยและความไว้วางใจให้เกิดแก่ผู้ถูกวิจัยให้ได้มากที่สุด

2. เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยสร้างแนวคำถามตามแนวคิดและทฤษฎี เพื่อใช้สำหรับเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้จัดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการซักถามระหว่างนั้นผู้วิจัยบันทึกเสียงโดยใช้โทรศัพท์มือถือ (Iphone 5s), (ผ่านการอนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์) แล้วนำมาเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3. ประเภทอุปกรณ์ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล

สมุดบันทึกเพื่อบันทึกข้อมูลจากการซักถาม โทรศัพท์มือถือ เพื่อบันทึกเสียงให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและสามารถเก็บข้อมูลได้ครอบคลุมเนื้อหาครบถ้วน โดยเฉพาะข้อมูลที่สำคัญๆ ที่ผู้วิจัยไม่สามารถบันทึกไว้ได้ทั้งหมดได้ทันขณะซักถามและเพื่อใช้บันทึกภาพเหตุการณ์และกิจกรรมต่าง ๆ ที่สำคัญที่ผู้วิจัยเห็นว่าสมควรจะบันทึกไว้เป็นหลักฐาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์ Interview) ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ศึกษาโดยการสร้างแนวคำถามอย่างกว้างๆเพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งข้อคำถามต่าง ๆ สามารถยืดหยุ่นได้ไม่กำหนดตายตัว โดยการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ใช้การซักถาม พูดคุยสนทนาแบบเป็นกันเอง

2. การศึกษาเอกสารเพื่อให้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารครัวกรรมจักร อำเภอนิว ห้วยหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและระบบสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต

การบันทึกข้อมูลภาคสนาม

การศึกษภาคสนาม การบันทึกจะช่วยทำให้การศึกษภาคสนามในการวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์หรือมีคุณภาพเพราะหากใช้เพียงการจำอย่างเดียว อาจจะทำให้ข้อมูลขาดหายหรือคลาดเคลื่อนไปได้ โดยผู้วิจัยได้บันทึกข้อมูลภาคสนาม ดังนี้

ข้อมูลจากการสนทนาพูดคุยหรือการสัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่เป็นกันเองมากที่สุดและไม่ให้เกิดความระแวงระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูล จึงบันทึกหลังจากเสร็จสิ้นการสนทนา

แต่ในบางครั้งผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลใช้เทปบันทึกเสียงช่วยเก็บข้อมูลในกรณีที่เป็นข้อมูลที่สำคัญๆ มากไม่สามารถจดจำได้ทั้งหมด แต่มีประโยชน์เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้มากที่สุด โดยไม่ตกหล่นและข้อมูลที่ได้เป็นจริงมากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างความสนิทสนมไว้วางใจและเป็นกันเองเป็นอย่างมาก ทำให้การสนทนามีความเป็นธรรมชาติมากที่สุดด้วยและหลังจากนั้นผู้วิจัยจะรีบถอดเทปบันทึกเสียงทันที

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ จะวิเคราะห์ไปพร้อม ๆ กับการเก็บข้อมูล พิจารณาข้อมูลที่ได้ว่ามีความสมบูรณ์เพียงพอที่จะตอบคำถามได้หรือไม่ และหาข้อมูลเพิ่มเติมต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

2. วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) โดยจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด จากการสัมภาษณ์และสังเกต แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดเพื่อหาข้อสรุป

3. นำข้อสรุปไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อความถูกต้องอีกครั้งแล้วจึงจัดทำ เป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

#### การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยแบ่งเป็น 1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบของข้อมูลนั้นจะต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล 2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนได้ข้อมูลต่างกันอย่างใด แทนการใช้ผู้วิจัยคนเดียวในการเก็บข้อมูลการวิจัยทั้งหมดเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือดีกว่าผู้วิจัยเพียงคนเดียว 3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม ตีความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยเพียงใด (พิทักษ์ศิริวงศ์ และคณะ, 2555)

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วยรูปแบบการดำเนินการของร้านอาหารครัวกรรมนิการ์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารที่ใช้ในการแข่งขันของร้านอาหารครัวกรรมนิการ์แนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากการประกอบธุรกิจร้านอาหาร โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนย่อยดังนี้

### ข้อมูลความเป็นมาของธุรกิจของผู้ประกอบการ

การเริ่มต้นของร้านอาหารครัวกรรมธิการแต่เดิมครอบครัวคุณกรรมธิการเป็นชาวจังหวัด นครราชสีมา ย้อนไปไม่ต่ำกว่า 40 ปีที่ผ่านมา คุณพ่อ-คุณแม่พากันมาประกอบอาชีพในหัวหิน โดย ยึดอาชีพฆ่าและไก่สดขายซึ่งในช่วงเวลานั้น ไก่สดในตลาดหัวหินจะขายกันเป็นตัว ๆ แต่คุณแม่ จะฆ่าและแบ่งขายเป็นชิ้น ๆ เมื่อมีบางวันขายไม่หมด คุณแม่จึงทำหน้าที่ “ฝ้ายผลิต” คิดหาหนทาง ระบายสินค้าด้วยการนำไก่สดคังเข้าไปปรุงและทอดออกมาเป็น “ไก่ทอด” สูตรเฉพาะตัว กลิ่นหอม รสชาติดี หน้าตาน่ารับประทานส่วนคุณแม่ของกรรมธิการ รับผิดชอบหน้าที่ “ฝ้ายขาย” โดยมีเอกลักษณ์ ซึ่งคนหัวหินในสมัยนั้นรู้จักกันเป็นอย่างดี จนเรียกกันติดปากว่า “ไก่ทอดโกศล” คือ สวมใส่เสื้อผ้า สีขาวสะอาดตา หัวหม้อเคลือบสีน้ำเงินใบเชิง เดินเร่ขายไก่ทอดไปตามบ้านพักบังกะโลตาม ชายหาด และสนามกอล์ฟต่าง ๆ

ชื่อเสียงของคุณพ่อที่ฝากไว้ให้ก่อนจะจากไป เมื่อ 20 ปีที่แล้ว กรรมธิการจึง ดัดแปลงพื้นที่หลังบ้านทำเป็นหน้าร้านขายไก่ทอด หารายได้เลี้ยงครอบครัวอีกทางหนึ่ง กระทั่ง สามีมของกรรมธิการกำลังจะลาออกจากการประจำ จึงปรึกษากันว่า ขายไก่ทอดแต่เพียงอย่างเดียว รายรับอาจไม่สมดุลกับรายจ่าย ถ้าอยากหารายได้เพิ่มคงต้องสร้างสรรค์เมนูใหม่ ๆ เพื่อเป็น ทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น หลังจากปรึกษากันในครอบครัว จึงได้ข้อสรุปว่า ร้านครัวกรรมธิการ จะขายแต่อาหารที่ปรุงจากไก่แต่เพียงอย่างเดียว ด้วยเหตุผลสั้น ๆ 3 ประการ คือ 1. ไม่ต้องหา วัตถุดิบอื่นให้ยุ่งยาก 2. ไก่ทอดโกศลมีชื่อเสียงเป็นทุนอยู่แล้ว และสุดท้าย 3. ไม่อยากทำร้านให้ เหมือนใคร สร้างความแตกต่าง

รูปแบบการดำเนินการของร้านอาหารครัวกรรมธิการ อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

จากการสัมภาษณ์พบว่า

1. เวลาเปิดของร้านครัวกรรมธิการตั้งแต่เวลา 10:30 - 15:30น. ในทุก ๆ เดือนทางร้านจะ ปิดให้บริการทุกวันพุธแรกของเดือนและวันพุธในอาทิตย์ที่ 3 ของเดือน(หยุดพุธเว้นพุธ)

2. ร้านครัวกรรมธิการมีโต๊ะสำหรับรองรับลูกค้าทั้งหมด 20-40 โต๊ะ สามารถรองรับ ลูกค้าได้ประมาณ 200 คน

3. การคัดเลือกพนักงานไม่มีการกำหนดวุฒิการศึกษาพนักงานที่เข้าทำงาน ผู้ประกอบการคัดเลือกโดยการชักชวนจากพนักงานที่ทำงานอยู่เพราะสามารถไว้วางใจและเชื่อถือได้ และพนักงานส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ(มอญ)ที่มีใบอนุญาตทำงานแล้ว ทางร้านมีพนักงานทั้งหมด 15 คน โดยแบ่งหน้าที่ดังนี้ พนักงานเสิร์ฟ 5 คน แคชเชียร์ 2 คน ผู้ช่วยในครัว 2 คน แม่ครัวของทอด 2 คน พนักงานล้างจาน 2 คน พนักงานบริการ (Part-time) 2 คน

4. ด้านวัตถุดิบ การจัดหาวัตถุดิบ เตรียมวัตถุดิบและการทอดจะเป็นหน้าที่ของพนักงาน โดยการคัดเลือกวัตถุดิบจะเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพและเลือกไก่ที่มีขนาดตัวละ 1 กิโลกรัม
5. การประกอบอาหาร เมนูทั้งหมดผู้ประกอบการ(เซฟ)จะทำเองทั้งหมด เพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานของรสชาติอาหารให้คงที่อยู่เสมอ
6. รูปแบบของร้านจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า รูปแบบของร้านครัวกรรมกรอยู่ ณ ลักษณะของธุรกิจครอบครัว เป็นธุรกิจร้านอาหารที่มีแต่เมนูไก่เท่านั้น เมนูของทางร้าน เช่น ไก่ทอดโกสลด ปีกไก่ยัดไส้ ขนมน้ำยาไก่ ลาบไก่ ไก่เจียวฟูไก่ แกงเขียวหวานไก่ ไก่ผัดกะเพรา และไก่ผัดเม็ดมะม่วง หิมพานต์ ส่วนในเรื่องการบริหารภายในร้านผู้ประกอบการมีการแบ่งหน้าที่ของพนักงานอย่างชัดเจน ยกเว้นในบางวันที่เป็นส่วนของการประกอบอาหารและการคิดเงินจะเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการ
7. การออกแบบร้าน ออกแบบสไตล์ธรรมชาติบรรยากาศร่มรื่นไปด้วยต้นไม้ ไม่มีเครื่องปรับอากาศผู้ประกอบการอยากให้ลูกค้าได้ความรู้สึกสบายผ่อนคลายร้านมีลักษณะเป็นเพิง มีต้นไม้ใหญ่อยู่หน้าร้าน ภายในร้านกว้างขวาง โต๊ะและเก้าอี้เป็นไม้ทั้งหมด และตกแต่งร้านด้วยของสะสมต่างๆ
8. ด้านการบริการเมื่อมีลูกค้าเข้ามาในร้านจะมีพนักงานต้อนรับพาไปยังโต๊ะที่จัดไว้ และนำรายการอาหารมาให้ลูกค้าได้เลือก พนักงานจะนำไปรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งไปยังห้องครัว เมื่อแม่ครัวทำอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้วจะเป็นหน้าที่ของพนักงานเสิร์ฟนำอาหารไปเสิร์ฟที่โต๊ะของลูกค้า
9. การชำระเงิน ทางร้านจะมีคนรับชำระเงินค่าอาหารที่ไม่ใช่พนักงานซึ่งเป็นญาติกับผู้ประกอบการอยู่ที่เคาน์เตอร์มีหน้าที่คิดเงินค่าอาหารของลูกค้า และพนักงานแคชเชียร์จะมีหน้าที่เก็บเงินค่าอาหารและทอนเงินให้แก่ลูกค้าและนำเงินค่าอาหารมาให้ที่เคาน์เตอร์

#### การวิเคราะห์ SWOT analysis

(เอกมถ เอี่ยมศรี, 2554) การวิเคราะห์ SWOT เป็นการระบุถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการแข่งขันซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท ได้แก่

#### S: Strengths - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

1. การเป็นร้านอาหารที่ไม่เหมือนใครเอกลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของทางร้าน คือ ทุกเมนูทำจากไก่ ผู้ประกอบการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เมนูอาหารทั้งหมดของร้านจะใช้วัตถุดิบหลักที่มาจากเนื้อไก่เท่านั้น โดยจะคัดไก่ที่มีขนาดตัวละ 1 กิโลกรัม นำมาหมักกับเครื่องหมักไก่สูตร

พิเศษของคุณตาโกศล เปรมศรี ซึ่งถือเป็นจุดเด่นที่ไม่เหมือนใครและเป็นร้านอาหารร้านแรกและร้านเดียวที่ขายแต่เมนูไก่

2.ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว สะดวกในการเดินทาง ที่ตั้งอยู่ในอำเภอหัวหินคือห่างจากสถานีรถไฟหัวหิน 100 เมตร ซึ่งหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ จึงทำให้การเดินทางสะดวกสบายและการหาที่ตั้งร้านเป็นไปได้ง่าย

3.ชื่อเสียงที่สั่งสมมากกว่า 20 ปีร้านครัวกรรมกรเริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่ 40 ปีก่อนสมัยรุ่นคุณพ่อ-คุณแม่ของคุณกรรมกร ในตอนนั้นยังไม่มีร้านครัวกรรมกรมีแต่คุณพ่อที่เดินหิ้วมือเคลือบสีน้ำเงินใบแข็ง เดินเร่ขายไก่ทอดไปตามบ้านพักบังกะโลตามชายหาด และสนามกอล์ฟต่าง ๆ และด้วยชื่อเสียงของคุณพ่อที่ฝากไว้ให้ก่อนจะจากไป คุณกรรมกรจึงตัดแปลงพื้นที่หลังบ้านทำเป็นหน้าร้านขายไก่ทอดและได้คิดเมนูอาหารขึ้นมาเพิ่มจากแต่เดิมมีเพียงไก่ทอด โกศลที่คุณพ่อได้สร้างชื่อเสียงไว้ ปัจจุบันร้านครัวกรรมกรมีชื่อเสียงมากในหัวหินจึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากถึงขนาดเกิดเป็นคำพูดที่ว่าถ้าไม่ได้มาทานอาหารร้านครัวกรรมกรถือว่ามาไม่ถึงหัวหิน

#### **W: Weaknesses –จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ**

ที่จอดรถไม่เพียงพอทางร้านมีที่จอดรถสำหรับลูกค้า คือ ลูกค้าสามารถจอดรถเลียบบทางรถไฟฝั่งใต้หรือริมถนนหน้าร้านครัวกรรมกรแต่ยังไม่เพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการกำลังดำเนินการแก้ไขปัญหา

#### **O: Opportunities –โอกาสที่จะดำเนินการได้**

การสนับสนุนจากลูกค้าที่มาใช้บริการการรีวิวของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยรีวิวกผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook Instagram และตามเว็บไซต์ต่าง ๆ มีการนำภาพอาหารมาลงทำให้มีผู้สนใจและอยากมารับประทานอาหารที่ร้าน และการบอกต่อปากต่อปากของลูกค้าที่มาใช้บริการ

#### **T: Threats - อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร**

โรคระบาดจากสัตว์เมื่อหลายปีก่อนมีโรคระบาดใช้หวัดนกที่ส่งผลโดยตรงต่อวัตถุดิบหลัก คือเนื้อไก่ ทำให้คนบริโภคเนื้อไคน้อยลง ยอดขายของทางร้านจึงลดลงตามไปด้วย

กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารครัวกรรมธิการ ที่ใช้ในการแข่งขันของ  
ร้านอาหารครัวกรรมธิการอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์  
จากการสัมภาษณ์พบว่า มีทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่

### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของทางร้าน คือ ทุกเมนูมาจากไก่ ผู้ประกอบการจึงเลือกใช้วัตถุดิบที่มี  
คุณภาพ รายการอาหารทั้งหมดของร้านจะใช้วัตถุดิบหลักที่มาจากเนื้อไก่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดย  
จะคัดไก่ที่มีขนาดตัวละ 1 กิโลกรัม นำมาหมักกับเครื่องหมักไก่สูตรพิเศษของคุณตาโกศล เปรมศรี  
มิให้เลือกทานหลายส่วน ทั้งอก สะโพก น่อง ปีก กินคู่กับน้ำจิ้มแจ่วมะขามสูตรเด็ดของทางร้าน  
เมนูเด็ดเช่น ไก่ทอดโกศล ปีกไก่ยัดไส้ ขนมนจีนน้ำยาไก่ ลาบไก่ ไช้เจียวฟูไก่ แกงเจียวหวานไก่ ไก่  
ผัดกะเพรา ไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ เป็นต้น

### 2. ด้านราคา

ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากทางร้านใช้  
วัตถุดิบที่มีคุณภาพโดยจะคัดไก่แต่ละตัวที่มีน้ำหนัก 1 กิโลกรัมเท่า ๆ กัน จึงตั้งเพื่อรักษาคุณภาพ  
และมาตรฐานของอาหาร แต่คงราคาที่ไม่แพงจนเกินไปมีราคาเหมาะสมกับสถานที่เนื่องจากที่ตั้ง  
ของร้านตั้งอยู่ในหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและทางร้านมีชื่อเสียงมาเป็นเวลานาน  
อย่างเช่น ไก่ทอดโกศล ราคาชิ้นละ 60 บาท, ขนมนจีนแกงเจียวหวานไก่ ราคา 110 บาท, ปีกไก่ยัดไส้  
ราคาชิ้นละ 55 บาท เป็นต้น

### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารครัวกรรมธิการตั้งอยู่ภายในบ้านในส่วนของหลังบ้าน  
ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด  
ประจวบคีรีขันธ์ อยู่ใกล้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ง่ายและสะดวกต่อการเดินทางมาที่ร้าน  
ลูกค้าที่นำรถมาสามารถจอดรถเลียบบทางรถไฟฝั่งใต้ หรือ รถมอเตอร์ไซด์ที่ร้านครัวกรรมธิการได้  
ร้านอาหารครัวกรรมธิการจะมีลักษณะเด่นที่เป็นจุดสังเกตเห็นโดยง่ายคือ มีต้นไม้ใหญ่และมีป้าย  
เขียนว่า “ทุกอย่างทำจากไก่”

### 4. ด้านส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ร้านครัวกรรมธิการใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย ดังนี้

1. ใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ โดยมีเพจเฟซบุ๊กและ อินสตาแกรมของร้านครัวกรรมกร ที่ใช้โฆษณาเมนูอาหารและแจ้งรายละเอียดต่าง ๆ ของทางร้าน
2. ใช้การบอกปากต่อปากของลูกค้า โดยผู้ประกอบการเน้นคุณภาพและรสชาติของอาหารจึงทำให้ลูกค้าชื่นชอบจึงบอกต่อ ๆ กันและติดใจกลับมาใช้บริการอีก
3. มีสื่อต่าง ๆ เข้ามาสัมภาษณ์ เพราะได้รับความสนใจจากผู้ที่มาใช้บริการ โดยที่ผู้ประกอบการไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาใด ๆ
4. มีการแสดงความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยการรีวิวตามเว็บไซต์ต่างๆ

## 5. ด้านบุคคล

ผู้ประกอบการได้กำหนดบทบาทหน้าที่ของพนักงานในแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจน มีการสอนให้พนักงานศึกษาและเรียนรู้ในเมนูอาหารแต่ละอย่าง เพื่อให้เกิดความรู้และเข้าใจในแต่ละเมนูเพื่อสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ตามความเหมาะสม

## 6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารและการให้บริการเป็นสำคัญ เน้นการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้องเพื่อรักษามาตรฐานของทางร้านและไม่ให้ลูกค้ารอนาน ทางร้านมีลักษณะเป็นเพิงมีต้นไม้ใหญ่เป็นจุดสังเกตของร้านภายในร้านกว้างขวางสะอาดตา มีห้องน้ำเพียงพอสำหรับให้บริการลูกค้าภายในร้านตัวโต๊ะและเก้าอี้จะเป็น โทนสีไม้ โดยจะตกแต่งให้มีบรรยากาศร่มรื่นด้วยแมกไม้ และประดับประดาร้านด้วยของสะสมและเครื่องปั้นดินเผาจากด่านเกวียน ที่เจ้าของสะสม

## 7. ด้านกระบวนการ

การบริหารร้านครัวกรรมกรมีผู้บริหารทั้งหมด 3 คน คือคุณกรรมกร น้องชาย และคุณแม่เป็นธุรกิจครอบครัว นอกจากคุณแม่และน้องชายยังมีญาติ ๆ เข้ามาช่วยและมีการจ้างแรงงานเพิ่มด้วย โดยผู้ประกอบการได้จัดแบ่งหน้าที่ให้กับพนักงานทุกคน ขั้นตอนกระบวนการตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาในร้านจะมีพนักงานคอยต้อนรับและให้บริการจนถึงขั้นตอนสุดท้ายที่ลูกค้าออกจากร้าน ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนเพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า

แนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารครัวกรรมกร์อำเภอหัวหิน  
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการสัมภาษณ์พบว่า

1. ผู้ประกอบการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เพื่อรักษามาตรฐานของร้านให้คงที่อยู่  
เสมอ
2. มีใจรักในงานบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ดีเอาใจลูกค้ามาใส่ใจเราสร้าง  
ความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราไปนาน ๆ
3. ผู้ประกอบการจะคัดเลือกพนักงานส่วนใหญ่จากการชักชวนของพนักงานที่ทำงาน  
อยู่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ โดยผู้ประกอบการให้สัมภาษณ์ว่าที่ต้องจ้างชาวต่างชาติเนื่องจากมี  
ความขยันและตั้งใจทำงานมากกว่าคนไทย แรงจูงใจของพนักงานชาวต่างชาตินั้นคือหวังว่าหาก  
ทำงานดีก็จะได้ค่าตอบแทนที่ดีขยันและตั้งใจทำงาน
4. การปรับตัวให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น การมีน้ำใจกับเพื่อนร่วมงานจะทำให้  
พนักงานทำงานได้นาน
5. พนักงานทุกคนมีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติงานด้วยความสามารถ มีความรับผิดชอบ  
มุ่งมั่น ทুমเท โดยยึดหลักจริยธรรมและวัฒนธรรม

ปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากการประกอบธุรกิจร้านอาหาร  
จากการศึกษาพบว่าปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ส่งผลกระทบต่อ  
การประกอบธุรกิจ ดังนี้

#### ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ

ปัญหาเรื่องโรคระบาด ในหลายปีก่อนช่วงวิกฤตไข้หวัดนกซึ่งส่งผลกระทบโดยตรง  
เนื่องจากร้านอาหารครัวกรรมกร์มีเมนูที่ทำจากเนื้อไก่เท่านั้น จึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบที่  
เกิดขึ้นได้

#### แนวทางในการแก้ไขปัญหาจากการประกอบธุรกิจร้านอาหาร

จากปัญหาเรื่องโรคระบาดไข้หวัดนก ผู้ประกอบการใช้วิธีสั่งของให้น้อยลง เช่น จาก  
เคยสั่งไก่วันละ 100 กิโลกรัม ลดลงมาเหลือวันละ 20 กิโลกรัมหลังจากวิกฤตไข้หวัดนก ผ่านไป  
ประมาณ 2 เดือน รัฐบาลณรงค์โครงการไก่ปลอดโรค ซึ่งในหัวหินมีการจัดกิจกรรมโดยเชิญ  
บรรดาผู้ประกอบการทางตรง ไปร่วมออกร้าน เปิดบริการให้ประชาชนมารับประทานกันได้เต็มที่  
ไม่เสียเงิน เพื่อยืนยันว่าไก่รับประทานได้ปลอดภัยร้อยเปอร์เซ็นต์โดยโครงการของรัฐบาลในครั้ง  
นั้น ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ “หวัดนก แพ้ไก่ฟรี” เพราะมีผู้คนจำนวนมากมาเข้าคิวรับไก่ทอด ทำ



แทบไม่ทัน ลูกค้าบางรายถึงขั้นขอไก่ดิบกลับบ้าน ส่งผลให้ไก่ฟรีจำนวน 5 ตัน หมดภายในพรึบตา หลังจากนั้นผู้คนมีความเข้าใจเรื่องไข้หวัดนกมากขึ้น ร้านจึงกลับมาทำค้าขายได้ตามปกติ

### ปัญหาเกี่ยวกับที่จอดรถ

เป็นปัญหาเรื่องที่จอดรถไม่เพียงพอ เนื่องจากที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการไม่เพียงพอ ทำให้ลูกค้าที่ไม่มีที่จอดรถต้องขับรถเลยร้าน ไปจอดที่อื่นแล้วเดินย้อนกลับมาเพื่อรับประทานอาหารที่ร้าน จึงสร้างความลำบากแก่ลูกค้า

### แนวทางในการแก้ไขปัญหามาจากการประกอบธุรกิจร้านอาหาร

จากปัญหาเรื่องที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า ขณะนี้ผู้ประกอบการกำลังเร่งมือแก้ไขในส่วนนี้อยู่แต่ติดปัญหาในเรื่องของที่ดินฝั่งตรงข้ามกับร้านที่ผู้ประกอบการจะดำเนินการจะเป็นที่จอดรถ ยังมีปัญหาตกลงกันไม่ได้จึงทำได้เพียงรอไปก่อน ขณะนี้จึงยังไม่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้

### สรุปผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เริ่มแรกด้วยการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร โดยศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัย และได้สร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์คือแนวคำถาม จากนั้นได้สำรวจถึงสถานที่จริงจากร้านอาหารครัวกรรมธิการ เก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยเลือกใช้คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และลูกค้า 10 คน ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินการของร้านอาหารครัวกรรมธิการ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ผู้ประกอบการมีการแบ่งหน้าที่ของพนักงานอย่างชัดเจน ยกเว้นในบางส่วนที่เป็นส่วนของการประกอบอาหารและการคิดเงินจะเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการ ด้านพนักงานประจำร้านมีทั้งหมด 13 คนและพนักงานบริการ (Part-time) 2 คน การออกแบบร้าน ออกแบบสไตล์ธรรมชาติบรรยากาศร่มรื่นไปด้วยต้นไม้ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย

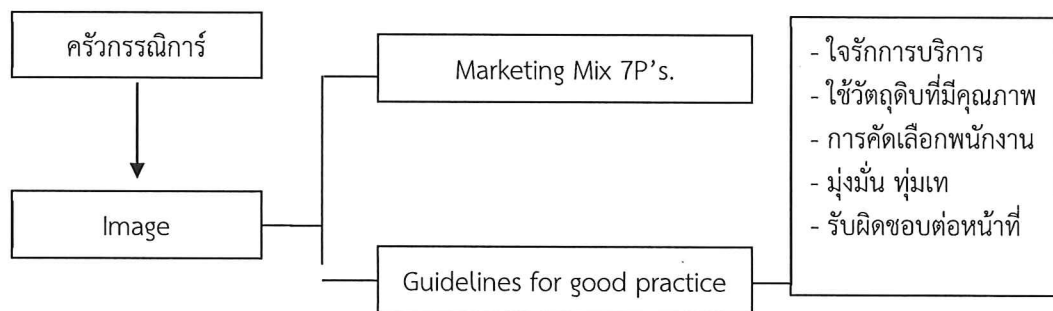
การวิเคราะห์ SWOT analysis จุดแข็ง คือ เอกลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของทางร้านคือ ทุกเมนูทำจากไก่ ผู้ประกอบการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพเมนูอาหารทั้งหมดของร้านจะใช้วัตถุดิบหลักที่มาจากเนื้อไก่เท่านั้น ที่ตั้งของร้านอยู่ในอำเภอหัวหินซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและเดินทางสะดวกสบายและการหาที่ตั้งร้านง่าย และชื่อเสียงที่สั่งสมมากกว่า 20 ปี ทำให้ร้านครัวกรรมธิการเป็นร้านที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม จุดอ่อน คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอต่อจำนวนของลูกค้าจึงทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกสบายเท่าที่ควร โอกาส คือ การสนับสนุนจากลูกค้าที่มาใช้บริการเช่นการบอกต่อปากต่อปากและการรีวิวอาหารลงตามโซเชียลมีเดียต่างๆ อุบัติเหตุคือโรคระบาดจากสัตว์ ทำให้ลูกค้ากลัวเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบ

กลยุทธ์ทางการตลาดแยกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์คือ ทุกเมนูมาจากไก่ ผู้ประกอบการจึงเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ รายการอาหารทั้งหมดของร้านอาหารครัวกรรมนิการจะ ใช้วัตถุดิบหลักที่มาจากเนื้อไก่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยจะคัดไก่ที่มีขนาดตัวละ 1 กิโลกรัม นำมา หมักกับเครื่องหมักไก่สูตรพิเศษของคุณตาโกศล เปรมศรี 2) กลยุทธ์การตั้งราคาตามรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ 3) ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว 4) ด้านการตลาดมีการใช้สื่อ โซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์และการบอกต่อปากต่อปากของลูกค้า 5) ด้านบุคคลพนักงานที่ เข้าทำงานผู้ประกอบการคัดเลือกโดยการชักชวนจากพนักงานที่ทำงานอยู่เพราะสามารถไว้ใจและ เชื่อถือได้มีการสอนให้พนักงานศึกษาและเรียนรู้ในเมนูอาหารแต่ละอย่าง 6) ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ทางร้านเน้นการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง มีการบริการห้องน้ำที่ สะอาดและเพียงพอ ภายในร้านกว้างขวางสะอาดตา 7) ด้านกระบวนการ การบริหารมีผู้บริหาร ทั้งหมด 3 คน คือคุณกรรมนิการ น้องชาย และคุณแม่ เป็นการดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว

แนวทางการปฏิบัติที่ดี ผู้ประกอบการและพนักงานมีใจรักการบริการ คัดสรรเฉพาะ วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และคัดเลือกพนักงานส่วนใหญ่จากการชักชวนของพนักงานที่ทำงานอยู่ซึ่งส่วน ใหญ่เป็นชาวต่างชาติ แรงจูงใจของพนักงานชาวต่างชาตินั้นคือหวังว่าหากทำงานดีก็จะได้ ค่าตอบแทนที่ดีจึงทำให้ขยันและตั้งใจทำงาน

ปัญหา อุปสรรคปัญหาเรื่องวัตถุดิบ เป็นการระบาดของโรค ไข้หวัดนกซึ่งได้รับความ ช่วยเหลือจากโครงการของรัฐบาลและปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้ากำลังดำเนินการแก้ไข

ข้อสรุปทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารครัวกรรมนิการ คือ กลยุทธ์ทางการตลาด แนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจทำให้เกิดเป็น เอกลักษณ์ของร้านอาหารครัวกรรมนิการสามารถอธิบายดังแผนภาพในรูปที่ 1



รูปที่ 1 แผนภาพสรุปกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร ครัวกรรมนิการ อำเภอหัวหินจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร ครั้วกรรมนิการ์ อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า รูปแบบและกลยุทธ์การวิเคราะห์ SWOT analysis รวมไปถึงแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจและแนวทางการแก้ปัญหาธุรกิจร้านอาหาร กล่าวคือรูปแบบการดำเนินการของร้านครั้วกรรมนิการ์เป็นรูปแบบของธุรกิจครอบครัวคือ กิจกรรมที่มีการส่งผ่านจากรุ่นสู่รุ่นอย่างมีการจัดการและการควบคุม มีวิวัฒนาการของครอบครัวเป็นสิ่งที่กำหนดความซับซ้อนและการเติบโตของธุรกิจครอบครัว(दनัย เทียนพุด, 2554)

การวิเคราะห์ SWOT analysis (เอกกมล เอี่ยมศรี,2554) ประกอบด้วยจุดเด่น คือเมนูอาหารทั้งหมดทำจากไก่ จุดอ่อน คือ ทางร้านมีที่จอดรถไม่เพียงพอ โอกาส คือ การบอกต่อและการโฆษณาจากลูกค้า อุปสรรค คือ โรคระบาดจากสัตว์ ด้านการขายและการตลาด คือ ผู้ประกอบการใช้หลักส่วนประสมทางการตลาด 7Ps(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีเมนูไก่ 2) ด้านราคาตั้งราคาตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มิเชล อิศรกุล(2556 : 1) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านอาหารสีฟ้าพบว่า ร้านอาหารสีฟ้าได้เปรียบในเรื่องมาตรฐานของอาหารที่เป็นจุดแข็ง เน้นความหลากหลายของเมนูเพื่อตอบสนองลูกค้าหลีกเลี่ยงพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา เพื่อต้องการให้ราคาขายบ่งชี้ถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา 3) ด้านทำเลที่ตั้ง ร้านตั้งอยู่ในหัวหินอยู่ใกล้กับกลุ่มลูกค้า 4) ด้านการตลาดมีการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์และการบอกต่อปากต่อปากของลูกค้า 5) ด้านบุคคล มีการแบ่งหน้าที่ให้กับพนักงานแต่ละคน 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอสำหรับลูกค้า การตกแต่งร้านให้บรรยากาศร่มรื่นและธรรมชาติ และ 7) ด้านกระบวนการเป็นการบริหารงานร่วมกันในครอบครัว สอดคล้องกับงานวิจัยของกัญฉริษฐา แสงกิจ (2554 : 109-111) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ โฮมสเตย์จังหวัดสมุทรสงคราม ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากรมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการ และด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากรและลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับสัดส่วนของลูกค้า

แนวทางการปฏิบัติที่ดี คือผู้ประกอบการและพนักงานมีใจรักการบริการและเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผู้ประกอบการจะคัดเลือกพนักงานส่วนใหญ่จากการชักชวนของพนักงานที่ทำงานอยู่ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ แรงจูงใจของพนักงานชาวต่างชาติคือหวังว่าหากทำงานดีก็จะได้ค่าตอบแทนที่ดีจึงทำให้ขยันและตั้งใจทำงาน

ปัญหา อุปสรรคปัญหาเรื่องวัตถุดิบ เป็นการระบาดของโรคไข้หวัดนกซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากโครงการของรัฐบาลและปัญหาที่จอร์จไม่เพียงพอกับลูกค้าซึ่งกำลังดำเนินการแก้ไขข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ร้านอาหารครัวกรรมกรมีเวลาปิดร้านเร็วเกินไป ควรจะเปิดให้บริการนานกว่าเดิมเพราะลูกค้าบางรายมีเวลาว่างไม่ตรงกับเวลาเปิดปิดของร้าน และทำให้ทางร้านเสียโอกาสที่จะได้ยอดขายเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเพียงกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านอาหารครัวกรรมกรอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ข้อมูลไม่ครอบคลุมดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารครัวกรรมกร

### บรรณานุกรม

กัมกริชฐา แสงวงกิจ. “กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการโฮมสเตย์จังหวัดสมุทรสงคราม.” วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, 2554.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550). รายงานประจำปี. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2558, จาก <http://thai.tourismthailand.org/about-tat/annual-report>

ฉันทวีวรรณถนอม (2552). ความหมายและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2558, จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว/ความหมายและความสำคัญ/>

ดนัย เทียนพุ่ม (2554). ความหมายของคำว่า ธุรกิจครอบครัว. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2558, จาก [http://thaifamilybusiness.blogspot.com/2011\\_09\\_01\\_archive.html](http://thaifamilybusiness.blogspot.com/2011_09_01_archive.html)

พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ. (2011). การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). Veridian E-Journal, SU Vol.4 No. 2 September – December 2011 สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2556, จาก <http://www.ejournal.su.ac.th/upload/287.pdf>

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2556). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น. Veridian E-Journal, SU Vol.6 No. 1 January – April 2013 สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2558, จาก <http://www.ejournal.su.ac.th/journalinfo.php?id=534>

มิเชล อิศรกุล. “กลยุทธ์การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านอาหารสีฟ้า.” วิทยานิพนธ์  
ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ เศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2556.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541). ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ( Marketing Mix '7Ps ).  
สืบค้นเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2558,จาก

<http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>.

เอกกมล เอี่ยมศรี (2554). การวิเคราะห์ SWOT Analysis. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2558, จาก  
<https://eiamsri.wordpress.com/2011/05/27/การวิเคราะห์-swot-analysis/>