



รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติ่มเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด
อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติ่มเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด
อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE PATTERN AND BUSINESS STRATEGY CASE STUDY KHUN TIM YENTAFU
SONGEKRUENG FRIED SHIMP RESTAURANT, AMPHOE BAN PONG
RATCHABURI PROVINCE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
PROGRAM)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2018

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

| | |
|----------------------|--|
| หัวข้อ | รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติ่ม |
| | เย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี |
| โดย | นิศารัตน์ นักค๋ย |
| สาขาวิชา | หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผนก ก แบบ ก 2 |
| อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก | อาจารย์ ดร. ปริญา หรุ่นโพธิ์ |

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

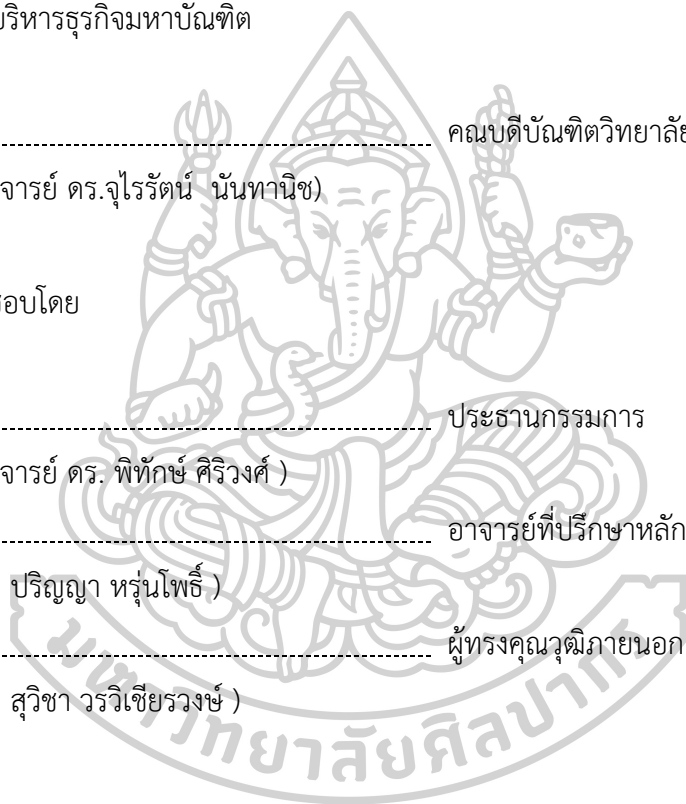
..... คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(อาจารย์ ดร. ปริญา หรุ่นโพธิ์)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(อาจารย์ ดร. สุวิชา วรวิเชียรวงษ์)



58602359 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : การพัฒนาคุณภาพ, การบริการ, ผู้ประกอบการ

นางสาว นิศารัตน์ นักร้อง: รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติ่ม
เย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อาจารย์
ดร. ปริญญา หรุ่มโพธิ์

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1.) รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของ
ร้านคุณติ่มเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด 2.) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติ่ม
เย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีวิทยาการศึกษาปรากฏการณ์
เพื่อพรรณนาและทำความเข้าใจรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของร้านคุณติ่มเย็นตาโฟ
ทรงเครื่องกึ่งทอด ประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าของธุรกิจ พนักงาน ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
ภายในร้านคุณติ่มเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด จำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์
แบบเจาะลึก และการสังเกตการณ์

ผลการวิจัยพบว่าการประกอบธุรกิจของร้านคุณติ่มเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด
เป็นรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว ผู้เป็นเจ้าของกิจการมีสิทธิขาดแต่เพียงผู้เดียวในการจัดการกิจการ
ทั้งหมด โดยกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจคือ กลยุทธ์วัตถุดิบและการบริการ
กลยุทธ์ด้านบุคลากร กลยุทธ์ด้านราคา และกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้ง เพื่อความได้เปรียบทางธุรกิจ
ในด้านต่าง ๆ อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาและอุปสรรคในการดำเนิน จากการศึกษาผู้ประกอบการสามารถ
นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านรูปแบบและกลยุทธ์
ในการดำเนินธุรกิจต่อไป

58602359 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)

Keyword : THE QUALITY DEVELOPMENT, SERVICES, ENTREPRENEUR

MISS NISARAT NAKKHUI : THE PATTERN AND BUSINESS STRATEGY CASE STUDY
KHUN TIM YENTAFU SONGEKRUENG FRIED SHIMP RESTAURANT, AMPHOE BAN
PONG RATCHABURI PROVINCE THESIS ADVISOR : PARINYA ROONPHO, Ph.D.

The purpose of this research aimed to study 1.) The patterns and business strategy of Khun tim yentafu songekrueng fried shimp restaurant. 2.) The problems and difficulties in the operation of Khun tim yentafu songekrueng fried shimp restaurant. By qualitative research methods with Phenomenological Research to describe and understand the patterns and business strategy of Khun tim yentafu songekrueng fried shimp restaurant. The main contributor population is business owner, Employees and customers come to use the service in the Khun tim yentafu songekrueng fried shimp restaurant a total of 10 peoples. By using in-depth interview method and observation.

The result showed that; The business of Khun tim yentafu songekrueng fried shimp restaurant is a sold proprietorship. The business owner has the exclusive right to manage the entire business. By strategy that operators use in business operations is raw materials and services strategy, personnel strategy, price strategy and location strategy for all business advantages help to reduce problems and obstacles in business operations. From education entrepreneurs can bring the information they receive from the study to be a guideline for quality development in from and strategy of business operations.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สมบูรณ์และสำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.ปริญญา หรุ่นโพธิ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ กลั่นกรอง และ ตรวจสอบความถูกต้องจนวิทยานิพนธ์สำเร็จ ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.สุวิชา วรวิเชียรพงษ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลา ในครั้งนี้ อีกทั้งได้ชี้แนะแนวทางและให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์ในงานวิจัยเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจึงขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในสาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ได้ประสานวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณเพ็ญศรี นักคุษ และ คุณนิคม นักคุษ และพนักงานทุกท่านของร้านคุณดีมี เย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด ที่เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลที่ร้านได้ รวมทั้งการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์กลุ่มและตอบคำถามด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง ตลอดจนผู้ที่ให้ความช่วยเหลือทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

สุดท้ายผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณ บิดา มารดา รวมทั้งเพื่อนของผู้วิจัยที่ให้ความรัก ความห่วงใย เป็นกำลังใจและสนับสนุนส่งเสริมในทุก ๆ ด้าน แก่ผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้น จนทำให้วิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชา พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจอย่างดียิ่ง เสมอมา

นิตารัตน์ นักคุษ

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญ | ช |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 3 |
| 3. ขอบเขตของการวิจัย..... | 3 |
| 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 4 |
| บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง..... | 5 |
| 1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบการ..... | 5 |
| 2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจ..... | 8 |
| 3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ | 11 |
| 4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด..... | 19 |
| 5. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านคุณดีมีเงินตาโพทรงเครื่องกุ้งทอด | 24 |
| 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 25 |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย | 29 |
| 1. การเลือกพื้นที่และผู้ให้ข้อมูลหลัก..... | 29 |
| 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 30 |
| 3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย..... | 30 |
| 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 31 |

| | |
|--|----|
| 5. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 31 |
| 6. การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 32 |
| 7. การตรวจสอบข้อมูล | 32 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 33 |
| ตอนที่ 1 ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์วัตถุประสงค์และการบริการการดำเนินธุรกิจของร้านคุณดีม เย็นตาโฟทรงเครื่องกุ้งทอด..... | 33 |
| ตอนที่ 2 ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณ ดีมเย็นตาโฟทรงเครื่องกุ้งทอด..... | 37 |
| ตอนที่ 3 ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ด้านราคาในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณดีมเย็นตาโฟทรงเครื่อง กุ้งทอด..... | 40 |
| ตอนที่ 4. ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณดีมเย็นตาโฟ ทรงเครื่องกุ้งทอด | 42 |
| บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ..... | 44 |
| สรุปผลการวิจัย | 45 |
| การอภิปรายผล..... | 47 |
| ประโยชน์จากการวิจัย..... | 48 |
| ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต..... | 49 |
| รายการอ้างอิง..... | 51 |
| ภาคผนวก | 53 |
| ภาคผนวก ก แนวทางสัมภาษณ์ | 54 |
| ประวัติผู้เขียน | 58 |

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจากสังคมในระบบเกษตรกรรมมาสู่สังคมเมืองหรือสังคมอุตสาหกรรม สมาชิกในครอบครัวต้องออกไปทำงานหรือปฏิบัติภารกิจนอกบ้าน ทำให้ความนิยมในการรับประทานอาหารสำเร็จรูปหรือปรุงเสร็จแล้วจึงมีมากขึ้น เพราะสะดวกและไม่ต้องเสียเวลา จัดหา จัดเตรียม จัดล้าง และจัดเก็บ นอกจากนี้ผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารนอกบ้านมิใช่วัตถุประสงค์เพื่อมารับประทานอาหารเพียงอย่างเดียว แต่ยังประกอบกิจกรรมสังคมอื่นควบคู่กันไปด้วย เช่น การพบปะสังสรรค์ระหว่างพ่อแม่ลูก หรือระหว่างญาติพี่น้องหรือมิตรสหาย การเจรจาธุรกิจระหว่างเพื่อร่วมงานหรือคนในวงการวิชาชีพ และกิจกรรมอื่น ๆ เนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เป็นผลทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการอาหารในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย จะเห็นได้ว่าธุรกิจบริการในประเทศไทยมีตั้งแต่ขนาดเล็ก ไม่มีสถานที่เป็นส่วน เช่น หาบเร่ แผงลอย รถเข็น ไปจนถึงที่เป็นห้องอาหาร หรือร้านอาหาร และภัตตาคารขนาดใหญ่ ที่ต้องมีความพร้อมและมีการบริการจัดการที่เป็นระบบไปจนถึงการบริหารจัดการงานบริการที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เป็นธุรกิจที่มีการปรับตัวเร็วเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในสังคมมากที่สุด ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา และได้รับการพัฒนาให้แปลกใหม่เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของสังคมและเติบโตได้อย่างต่อเนื่องทุกปี (กมล รัตนวิระกุล, 2549)

การบริโภคก๋วยเตี๋ยวของคนไทยในปัจจุบันมีปริมาณสูงรองจากการบริโภคข้าว จนอาจกล่าวได้ว่าก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารหลักของคนไทยประเภทหนึ่งที่ใช้ปรุงอาหารได้หลายชนิดและมีความต้องการบริโภคอย่างสม่ำเสมอ แม้ภาวะเศรษฐกิจจะชะลอตัว แต่ปริมาณความต้องการบริโภคก๋วยเตี๋ยวมิได้ลดลง จนอาจกล่าวได้ว่าก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารหลักของคนไทยประเภทหนึ่งที่ใช้ปรุงอาหารได้หลายชนิด มีคุณสมบัติพื้นฐานที่มีส่วนประกอบครบ 5 หมู่ ที่มีความสมดุลของหมู่อาหาร มีส่วนประกอบของพืชผักสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกในการรับประทาน คำนึงถึงประโยชน์ทางสุขภาพมากยิ่งขึ้น ก๋วยเตี๋ยวจึงมีความ

ต้องการบริโภคในทุกยุคทุกสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่น ก๋วยเตี๋ยวผัดไทย ก๋วยเตี๋ยวราดหน้า ก๋วยเตี๋ยวเย็นตาโฟ ก๋วยเตี๋ยวหมูน้ำใส เป็นต้น (ประชาชาติธุรกิจ, 2552)

เนื่องจากก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่นิยมบริโภค จึงทำให้มีผู้ประกอบการขายก๋วยเตี๋ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และยิ่งประกอบกับปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันทำให้หลายคนที่ทำงานเป็นพนักงานประจำลาออกจากงานประจำ มาประกอบธุรกิจส่วนตัวมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการแข่งขันทางธุรกิจ จัดหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อความน่าสนใจให้กับผู้บริโภคเพิ่มขึ้น และบริหารจัดการภายในองค์กรธุรกิจเพื่อความอยู่รอดให้ดำเนินไปได้อย่างราบรื่น (กาญจนา เศรษฐนันท์ และคณะ, 2552)

คุณติ่มเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด ได้ให้บริการอาหารประเภทเส้นที่มีความโดดเด่นในด้านก๋วยเตี๋ยวเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด และก๋วยเตี๋ยวมั้ยำหมูทรงเครื่อง มีรสชาติที่จัดจ้าน น้ำซุ้ที่กลมกล่อม การคัดสรรวัตถุดิบที่สดใหม่ มีส่วนประสมของเครื่องเย็นตาโฟที่หลากหลาย โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตและการปรุงที่สะอาด ความพิถีพิถันในทุกขั้นตอน รวมถึงรสชาติของน้ำเย็นตาโฟสูตรพิเศษที่ทางร้านจัดทำขึ้นมาเองเป็นสูตรเฉพาะของทางร้านที่อร่อยและลงตัวกับเครื่องเย็นตาโฟ โดยเน้นด้านรสชาติ ความสดใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างจากร้านอาหารประเภทเดียวกัน นอกจากนี้ทางร้านยังดึงดูดลูกค้าด้วยเมนูเย็นตาโฟจัมโบ้ ที่เน้นปริมาณที่มากกว่าปกติ ชามใหญ่ยักษ์ ในราคาที่ย่อมเยา และมีกึ่งก้ามกรามทอดตัวใหญ่ใส่ลงไปในชาม สร้างความน่าตื่นตาตื่นใจให้กับลูกค้าเป็นอย่างมาก กิจกรรมได้สังเกตเห็นความสำคัญของธุรกิจการบริการอาหาร เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มจะทวีความสำคัญมากขึ้นในประเทศไทยในอนาคต การบริโภคของคนไทยในยุคปัจจุบันหันมาให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการและยังคงต้องการความสะดวกในการรับประทานโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าและราคาที่เหมาะสม ก๋วยเตี๋ยวจึงเป็นอาหารที่นิยมบริโภค ทำให้มีผู้ประกอบการขายก๋วยเตี๋ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และยิ่งประกอบกับปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันทำให้หลายคนที่ทำงานเป็นพนักงานประจำลาออกจากงานประจำ มาประกอบธุรกิจส่วนตัวมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการแข่งขันทางธุรกิจ จัดหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อความน่าสนใจให้กับผู้บริโภคเพิ่มขึ้น และบริหารจัดการภายในองค์กรธุรกิจเพื่อความอยู่รอดให้ดำเนินไปได้อย่างราบรื่นจึงเป็นอาหารประจำชาติที่มีรสชาติถูกปากคนไทย มีความสมดุลของหมู่อาหาร กิจกรรมจึงดำเนินธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว ภายใต้ความโดดเด่นด้านรสชาติ การบริการที่มีคุณภาพ และมีการบริหารจัดการที่เป็นระบบมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยมีก๋วยเตี๋ยวเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอดเป็นเอกลักษณ์ของร้าน (เพ็ญศรี นักคู่ย์, 2561)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดในอำเภอบ้านโป่งจังหวัดราชบุรี โดยมีขอบเขตในการศึกษาถึงแนวทางพัฒนาปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการ กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยเป็นกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ พนักงานภายในร้าน เพื่อนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการรวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้มีคุณภาพ สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด

3. ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดในด้านรูปแบบธุรกิจ แผนการบริหารจัดการ กลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ วิธีการแก้ไขปัญหา และพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อเข้าใจถึงการดำเนินงานและการใช้กลยุทธ์ของธุรกิจร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยในครั้งนี้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการ พนักงานภายในร้าน และผู้บริโภคโดยได้สัมภาษณ์ผู้บริโภคจำนวน 10 ราย

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของพื้นที่คือบริเวณวงเวียนข้างบ้านโป่งเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560 และระยะเวลาในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2560

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงรูปแบบในการดำเนินธุรกิจร้านคุณติมเย็นตาไฟทรงเครื่องกึ่งทอด เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริหารงาน การบริการของการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น
2. ทราบถึงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจร้านคุณติมเย็นตาไฟทรงเครื่องกึ่งทอด ในด้านการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการแข่งขันกับกิจการที่มีลักษณะเดียวกัน เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น
3. ทราบถึงปัญหาข้อบกพร่องของธุรกิจ และสามารถปรับปรุงแก้ไขการทำงาน การให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ทราบถึงอุปสรรคและแนวทางแก้ไขเพื่อเป็นประโยชน์ต่อกิจการ และการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. สามารถนำผลของการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
6. เพื่อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการรายใหม่ได้ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเพื่อลงทุนหรือดำเนินกิจการเกี่ยวกับการประกอบการร้านขายก๋วยเตี๋ยว

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของการดำเนินงานธุรกิจ กรณีศึกษา ร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ค้นคว้า และรวบรวม แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การจัดการ และการดำเนินธุรกิจในมุมมองของผู้ประกอบการ ทั้งด้านวิธิตั้ง และวิธีการปฏิบัติแนวคิดทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบการ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
5. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบการ

นักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการไว้หลายทฤษฎี แต่ผู้วิจัยได้นำเสนอเพียงบางส่วนดังนี้

จรรยา โกสีย์ไกรนิรมล (2543) ได้กล่าวถึงความหมายของการประกอบการ (Entrepreneurship) มีความหมายได้ในลักษณะต่างกัน ขึ้นอยู่กับการพิจารณาในแง่มุมต่าง ๆ ดังนี้

การประกอบการมีความหมายในเชิงเศรษฐศาสตร์ว่าเป็นกระบวนการที่จะนำเอาปัจจัยการผลิต (ที่ดิน แรงงาน ทุน) ชนิดต่าง ๆ มาแปรสภาพเป็นสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

การประกอบการมีความหมายในเชิงธุรกิจนั้น ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมโดยบุคคล หรือกลุ่มบุคคลซึ่งร่วมกันในการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าและบริการโดยมุ่งหวังในผลกำไรและมีความเสี่ยงต่อการขาดทุน จากความหมายดังกล่าวนี้จะเห็นได้ว่า การประกอบการใด ๆ ซึ่งเป็นของบุคคลเดียวหรือกลุ่มของบุคคล เช่น ห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทจำกัดก็ตาม ถ้าหากมีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตและ

จำหน่ายสินค้าโดยมุ่งหวังในผลกำไร และยอมเสี่ยงต่อการขาดทุนยอมถือว่าเป็นธุรกิจทั้งสิ้น อาทิ โรงงานผลิตรถยนต์ ร้านค้าปลีก ธนาคาร คลินิกแพทย์ เป็นต้น

การประกอบการมีความหมายในเชิงของระเบียบข้อบังคับด้านกฎหมายมักจะหมายถึงวิธีการจัดตั้งกิจการหรือหน่วยธุรกิจ โดยอาศัยหลักเกณฑ์ และระเบียบข้อบังคับของกฎหมายเป็นแนวทางควบคุมในการดำเนินกิจการ

โชติภา โสภาสานนท์ (2549) ได้กล่าวถึงความหมายของคำว่า “ผู้ประกอบการ” หรือ “เถ้าแก่” ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ หมายถึง บุคคลที่ยอมรับความเสี่ยงตั้งองค์กรธุรกิจเพื่อหวังผลกำไร นอกจากนี้ก็มีนักเศรษฐศาสตร์ที่มีชื่อเสียงอีกหลายคนได้ให้คำนิยามไว้มากมาย และแตกต่างกันออกไป แต่จะขอคัดลอกนิยามที่ ดร.นิมิต นนทพันธุ์วาทย์ ซึ่งเป็นนักเศรษฐศาสตร์ที่มีชื่อเสียงของไทย ได้บรรยายให้กับผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการของโครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรม รุ่นที่ 1 ที่จังหวัดสงขลา เมื่อปี 2528 ซึ่งได้ให้ความหมายชัดเจนไว้ดังต่อไปนี้ “ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมคือผู้ที่เป็นเจ้าของ ได้มองเห็นโอกาสที่จะทำกำไรโดยการผลิตสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเสนอขายในตลาดด้วยการนำเอากระบวนการผลิตใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิมเข้ามาใช้ หรือด้วยการปรับปรุงองค์กรผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เป็นผู้แสวงหาเงินทุนรวบรวมปัจจัยในการผลิตและการจัดบริหาร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กล่าวมาข้างต้น” คำจำกัดความดังกล่าวทำให้เห็นว่าบุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นชวนชวนที่จะเอาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ มาผสมผสานด้านหลักการจัดการ ทำให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่ เกิดผู้บริโภคมีการเสาะแสวงหาตลาด หรือช่องทางทำให้เกิดกำไร เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้น ติดตามข่าวสารสถานการณ์ต่าง ๆ ที่รวดเร็วอย่างรวดเร็วจนลุดจกนวิทยาการใหม่ๆ ไปใช้ปรับปรุงให้ดีขึ้น

คำว่า “พ่อค้า” กับ “ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม” นั้นมีความหมายต่างกัน “พ่อค้า” ไม่ได้เป็นผู้ผลิต แต่ทำหน้าที่เป็นผู้ที่มีเงินไปซื้อของมาขาย หรือบางทีอาจไปเครดิตสินค้ากับผู้ผลิตหรือคนกลาง แล้วนำของนั้นมาจำหน่ายเมื่อได้เงินทองจากการจ่ายไปแล้วและรับกลับมา หรือเป็นการหมุนเวียนเงินระยะสั้นกว่า พ่อค้าจะมีความเสี่ยงน้อยกว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ที่จะต้องใช้ความคิดในการลงหาผลิตภัณฑ์ มีความเสี่ยงหาเงินลงทุน ตั้งโรงงาน ซื้อเครื่องจักร จ้างแรงงาน ทำการบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ หาดตลาด และปรับสภาวะให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ขยายงาน ทั้งผลักดันทุกวิถีทางให้บรรลุเป้าหมาย จนกลายเป็นผู้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้ที่ทำธุรกิจใหญ่โต

มาได้จนถึงปัจจุบันและกลายเป็นแหล่งจ้างงาน สร้างรายได้ให้กับประเทศ นับได้ว่าเป็นบุคคลที่น่าส่งเสริมอย่างยิ่ง

จรรยา โกสีย์ไกรนิรมล (2543) ได้กล่าวถึงความสำคัญและบทบาทของการประกอบการว่า สถานประกอบการธุรกิจประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นสถาบันหนึ่งของสังคมย่อมจะมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าและการดำรงอยู่อย่างมั่นคงของสังคม เมื่อสังคมมีความสลับซับซ้อนกันมากขึ้นก็ยิ่งทำให้การประกอบธุรกิจต้องแสดงบทบาทมากขึ้นต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม มนุษย์ทุกคนเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการเพื่อนำมาบำบัดความต้องการและเพื่อให้สังคมได้พัฒนายิ่งขึ้นไป ก็จำเป็นต้องอาศัยการมีระบบเศรษฐกิจมั่นคงทางด้านการเงิน การลงทุนมีงานทำอย่างเต็มที่ (Full Employment) ซึ่งเป็นผลพวงจากการประกอบการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพนั่นเอง อย่างไรก็ตามสามารถสรุปบทบาทของการประกอบการที่มีต่อสังคมได้ดังนี้

1. ช่วยให้ฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศเจริญก้าวหน้าและมั่นคงด้วยการเพิ่มจำนวนผลผลิตหรือรายได้ประชาชาติและเปิดโอกาสให้มีการจ้างมากขึ้น
2. ช่วยให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเก็บภาษีอากรและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้จ่ายสร้างความสำเร็จให้แก่ประเทศในด้านต่าง ๆ เช่น สร้างสาธารณูปโภค อันได้แก่ ถนนหนทาง ท่าเรือ โรงพยาบาล โรงเรียน เป็นต้น
3. ช่วยให้เกิดความก้าวหน้าของวิทยาการเทคโนโลยีต่าง ๆ การประกอบการธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้น ต้องอาศัยการค้นคว้าและวิจัยศึกษาเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงจะสามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางการแข่งขันในตลาด
4. ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้น โดยที่ธุรกิจได้ช่วยสร้างงานให้แก่บุคคลและเกิดมีรายได้เพื่อนำไปซื้อหาสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ ทำให้ได้รับความพอใจเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันก็สามารถที่จะเลือกหาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น ทำให้เกิดการกินดีอยู่ดี
5. ช่วยสร้างสรรค์และรักษาค่านิยมในด้านศิลปวัฒนธรรมของสังคม โดยที่สินค้าต่าง ๆ ที่นำมาเนอขายแก่ผู้ซื้อนั้น เมื่อพิจารณาในด้านของรูปแบบและคุณภาพของสินค้า ซึ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตที่ช่วยกำหนดแนวทางของรสนิยมในการบริโภค ตลอดจนการเสียดสีของธุรกิจเพื่อส่วนรวม เพื่อจะรักษาไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของสังคม เช่น การเสนอรายการสารคดีทางโทรทัศน์เรื่องจดหมายเหตุกรุงศรีฯ เป็นต้น ซึ่งเป็นการสร้างค่านิยมที่ดีต่อธุรกิจเจ้าของรายการให้เกิดขึ้นกับประชาชนโดยทั่วไป

6. ช่วยในการป้องกันและรักษาสภาพแวดล้อมให้ปราศจากมลพิษด้านต่าง ๆ เพื่อให้สังคมของมนุษย์อยู่อาศัยโดยมีสุขอนามัยที่ดี

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบการทางผู้วิจัยสรุปได้ว่าผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงานและดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง มีการค้นหาความต้องการของตลาดและเปิดกิจการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด มองเห็นโอกาสทางธุรกิจและสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง มีความพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ตั้งแต่ตัดสินใจที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลดำเนินงานของธุรกิจ

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจ

1. รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

Ferrel and Hirt (2004) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจการค้าในประเทศไทยมีหลายรูปแบบ ซึ่งผู้ทำธุรกิจควรเลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะของกิจการ เงินทุนของกิจการ ความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การประกอบธุรกิจนั้นบรรลุถึงวัตถุประสงค์ และประสบผลสำเร็จในที่สุด ได้แบ่งธุรกิจประเทศไทยไว้ 3 รูปแบบ คือ กิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน และบริษัทจำกัด ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว เป็นรูปแบบของธุรกิจที่ผู้เป็นเจ้าของกิจการมีสิทธิขาดแต่เพียงผู้เดียวในการจัดการกิจการทั้งหมด บุคคลผู้เป็นเจ้าของกิจการจึงเป็นเจ้าของสินทรัพย์และหนี้สินทั้งหมดของกิจการ ตลอดจนเป็นผู้ที่ได้รับผลกำไรและมีความเสี่ยงในการประกอบการควบคู่กัน นอกจากนี้กิจการเจ้าของคนเดียวจะต้องเสียภาษีในรูปแบบภาษีเงินได้ของบุคคลธรรมดา ซึ่งผู้เป็นเจ้าของได้รับผลประโยชน์ที่ไม่ต้องเสียภาษีซ้อน แต่จะไม่สามารถหักค่าใช้จ่ายของกิจการมาหักภาษีได้ทั้งหมด

ข้อดีของการประกอบกิจการเจ้าของคนเดียว คือ ก่อตั้งได้ง่ายและมีต้นทุนต่ำ ไม่ต้องจ้างนักกฎหมายมาดำเนินการขั้นตอนต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีความยืดหยุ่นสูง เนื่องจากเจ้าของมีสิทธิขาดในการตัดสินใจสามารถตอบสนองเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งกำไรทั้งหมดของกิจการถือเป็นของเจ้าของกิจการแต่เพียงผู้เดียว

ข้อเสียของการประกอบธุรกิจเจ้าของคนเดียว คือมีข้อจำกัดในการจัดหาเงินทุน นอกจากเงินส่วนตัวหาได้จากเงินกู้ยืม และภาระหนี้ทั้งหมดตกเป็นของเจ้าของเพียงคนเดียว นอกจากนั้นธุรกิจเจ้าของคนเดียวยังมีข้อจำกัดด้านทักษะการดำเนินธุรกิจเนื่องจากคนเดียวอาจไม่มีทักษะในการทำงานในหลายๆด้าน

2. ห้างหุ้นส่วน เป็นธุรกิจรูปแบบที่มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปทำสัญญาตกลงกันเพื่อทำกิจการร่วมกัน แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญ เป็นห้างหุ้นส่วนประเภทผู้เป็นหุ้นส่วนต้องรับผิดชอบร่วมกันเพื่อหนี้สินทั้งปวงของห้างหุ้นส่วนโดยไม่จำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนี้จะจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ได้

2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด คือ ห้างหุ้นส่วนประเภทที่มีหุ้นส่วนบางคนรับผิดชอบเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนรับจะลงทุนในห้างหุ้นส่วนนั้นเท่านั้น ซึ่งห้างหุ้นส่วนจำกัดนี้จะต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล

ข้อดีของการประกอบกิจการห้างหุ้นส่วน ใกล้เคียงกับกับกิจการเจ้าของคนเดียว คือก่อตั้งได้ง่าย มีต้นทุนต่ำ แต่สามารถรวบรวมเงินลงทุน และมีความสามารถในการรับภาระหนี้ได้มากกว่า มีทักษะความรู้หลากหลายกว่า เนื่องจากเป็นกิจการที่ทำโดยบุคคล 2 คนขึ้นไป

ข้อเสียของการประกอบธุรกิจห้างหุ้นส่วน มีลักษณะคล้ายกับกิจการเจ้าของคนเดียว คือการจัดหาแหล่งเงินทุนมีข้อจำกัด นอกจากนั้นเมื่อกิจการมีกำไรก็ต้องแบ่งสรรระหว่างหุ้นส่วน และหากหุ้นส่วนคนใดถอนหุ้น หรือไม่อยู่ในภาวะที่จะเป็นหุ้นส่วนดำเนินต่อไปได้ กิจการมีอันต้องยุติลงตามกฎหมาย

3. บริษัท เป็นรูปแบบของการดำเนินธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นด้วยการแบ่งเงินทุนเป็นหุ้น มีมูลค่าเท่า ๆ กัน ผู้ถือหุ้นคือเจ้าของกิจการต้องรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังสงั้ใช้ ไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ตนถือ บริษัทจะถูกบริหารงานโดยคณะกรรมการบริษัท ซึ่งที่ประชุมใหญ่ ผู้ถือหุ้นเป็นผู้แต่งตั้งโดยที่คณะกรรมการบริหารบริษัทนั้นมาจากผู้ถือหุ้นหรือไม่ก็ได้ ดังนั้นบริษัทจำกัดจึงมีการแยกระหว่างเจ้าของกิจการกับผู้บริหารงาน นั่นก็คือ ผู้ถือหุ้นมิได้บริหารงานเองโดยตรง แต่มอบหมายให้คณะกรรมการเป็นผู้บริหารงานแทน เมื่อจดทะเบียนแล้ว บริษัทจะเป็นนิติบุคคล แยกต่างหากจากผู้ถือหุ้น ซึ่งกิจการในรูปแบบบริษัทจำกัดนี้จะหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย เนื่องจากมี

ผู้ถือหุ้นอยู่เป็นจำนวนมากและการบริการงานก็คล่องตัว ผู้บริหารมักจะเป็นมืออาชีพในการบริหารธุรกิจ หากบริษัทมีกำไร เจ้าของกิจการซึ่งเรียกว่า “ผู้ถือหุ้น” จะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล

ข้อดีของการประกอบกิจการในรูปแบบบริษัท คือมีการรับผิดชอบในหนี้้อย่างจำกัด สามารถจัดหาแหล่งเงินทุนภายนอกได้จากขายหุ้น นอกเหนือจากการกู้ยืม และมีศักยภาพในการเจริญเติบโตสูง

ข้อเสียของการประกอบกิจการในรูปแบบบริษัท คือการก่อตั้งธุรกิจในรูปแบบของบริษัทมีข้อจำกัดและขั้นตอนทางกฎหมายมากมายและมีต้นทุนที่สูง เนื่องจากต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลฉะนั้นต้องเสียภาษีซ้ำซ้อนระหว่างภาษีเงินได้นิติบุคคลของกิจการและภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของหุ้นส่วนเจ้าของกิจการ

2. ประเภทของการดำเนินธุรกิจ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2552) ได้จำแนกประเภทของธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. การบริการ (Service) ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากได้รับความนิยม และการลงทุนและเติบโตเร็วที่สุด เนื่องจากไม่ต้องใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานในปริมาณมาก สามารถจัดตั้งได้ไม่ยาก ตลอดจนสามารถสร้างคุณค่าเพิ่มจากธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ก่อนหน้า นอกจากนี้ การบริการยังเป็นภาคอุตสาหกรรมสำคัญในสังคมโลกาภิวัตน์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมในภาพรวม และแรงงานที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมนี้

2. การค้าปลีก (Retailing) เป็นการขายสินค้าโดยบุคคลอื่นให้แก่ผู้บริโภค (Consumer) การค้าปลีกเป็นธุรกิจที่นิยมทำกัน เนื่องจากสะดวกต่อการจัดตั้ง และผู้ประกอบการสามารถใช้ทรัพยากรดำเนินงานที่มีอย่างจำกัด ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การค้าส่ง (Wholesaling) เป็นธุรกิจที่ซื้อสินค้าจากผู้ผลิต แล้วขายต่อให้กับผู้ค้าปลีกเพื่อทำการขายให้กับผู้บริโภคต่อไป โดยผู้ค้าส่งจะซื้อสินค้าในปริมาณมาก แล้วทำการจัดเก็บจัดสรรเพื่อทำการขายต่อให้กับผู้ค้าปลีกอีกทอดหนึ่ง ถ้ามีการจัดระบบงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การค้าส่งก็มีได้ใช้แรงงานในปริมาณมาก และสามารถจัดการได้ด้วยคนเพียงไม่กี่คน จึงเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการ

4. การผลิต (Manufacturing) หากเปรียบเทียบธุรกิจทั้ง 3 ประเภทที่กล่าวมา การผลิตนับเป็นธุรกิจที่ยากสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เงินลงทุนในปริมาณมหาศาล เช่น อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์

เหล็กกล้า ปูนซีเมนต์ หรือปิโตรเคมี เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ยังมีโอกาสในอุตสาหกรรมการผลิต เช่น การผลิตชิ้นส่วนที่จะใช้ในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หรือการผลิตสินค้าที่มีความชำนาญ และต้องอาศัยเทคนิคพิเศษ เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกรูปแบบธุรกิจ ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญว่าในการดำเนินธุรกิจจะต้องเลือกให้เหมาะสมกับลักษณะของกิจการ ปริมาณเงินทุน และความรู้ความสามารถของเจ้าของ โดยการดำเนินธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ จะมีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันไปในการศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาในส่วนของรูปแบบธุรกิจเพื่อให้ทราบถึงแนวคิดว่าการดำเนินธุรกิจของ ร้านคุณติ่มเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด นั้นควรที่จะเลือกใช้รูปแบบธุรกิจแบบใดจึงจะมีความเหมาะสม และส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ

1. ความหมายของการบริหารจัดการ

ปัจจุบันนักวิชาการและนักบริหารใช้คำว่า การบริหารควบคู่กับการจัดการโดยได้ผสมผสานคำ 2 คำนี้ด้วยกันกลายเป็นคำใหม่ว่า “การบริหารจัดการ”

Bartol and Martin (1991) ให้ความหมายของการบริหารจัดการว่า หมายถึง กระบวนการปฏิบัติเพื่อให้บังเกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์การ

Bobbins and Coulter (2007) ให้ความหมายของการบริหารจัดการว่า หมายถึง กระบวนการของกิจการของกิจกรรมที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในองค์การโดยที่ไม่ได้ทำเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2553) ให้ความหมายของการบริหารจัดการว่า หมายถึง กิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่น ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

วิภาดา คุปตานนท์ (2551) ให้ความหมายของการบริหารจัดการว่า หมายถึง กระบวนการประสานเชื่อมโยงบุคคล เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ ข่าวสารข้อมูล โดยอาศัยการวางแผน การจัดองค์การ การชักนำ และการควบคุม เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปว่าการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการปฏิบัติเพื่อให้บังเกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์การ โดยอาศัยความร่วมมือ

ร่วมใจของสมาชิกในองค์กร การตระหนักถึงความสามารถ ความถนัด และความมุ่งมั่นด้านความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์กรควบคู่ไปด้วย

2. ประเภทของการจัดการ

วิภาดา คุปตานนท์ (2551) แบ่งประเภทของการจัดการจากหลักเกณฑ์ 2 ด้าน ดังนี้

1. ควรพิจารณาจากขอบข่ายของความรับผิดชอบ สามารถแบ่งผู้บริหารออกได้เป็น

3 ประเภทคือ

1.1 ผู้บริหารทั่วไป (General Management) หมายถึง ผู้บริหารที่มีขอบข่ายความรับผิดชอบที่ไม่เฉพาะเจาะจงในด้านใดด้านหนึ่ง

1.2 ผู้บริหารตามหน้าที่งาน (Function Management) หมายถึง ผู้บริหารที่มีความรับผิดชอบเฉพาะงานด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น เช่น ผู้จัดการฝ่ายการคลังสินค้าจะดูแลเฉพาะสินค้าคงคลัง การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง เป็นต้น

1.3 ผู้บริหารโครงการ (Project Management) หมายถึง ผู้บริหารที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงบุคคลหลายฝ่าย เพื่อการปฏิบัติงานกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งให้สำเร็จภายในเวลาที่กำหนดที่เรียกว่า โครงการ (Project) เช่น ฝ่ายการเงิน การตลาด การบริหารงานบุคคล งานวิศวกรรม เพื่อให้สามารถทำงานตามโครงการที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จ

2. การพิจารณาจากระดับของการจัดการ สามารถแบ่งการจัดการออกเป็น 3 ระดับ คือ

2.1 ผู้บริหารระดับสูง (Top managers) คือ ผู้ที่มีหน้าที่ในการตัดสินใจเรื่องสำคัญในองค์กร เช่น การกำหนดนโยบาย (Policies) การกำหนดเป้าหมายขององค์กร (Missions) ส่วนมากตัดสินใจเรื่องเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อองค์กรโดยรวม

2.2 ผู้บริหารระดับกลาง (Middle managers) คือ ผู้ที่เป็นผู้ประสานงานกับผู้บริหารคนอื่น ๆ และรายงานต่อผู้บริหารระดับสูงอีกต่อหนึ่ง ผู้บริหารระดับกลางใช้เวลาส่วนมากในการวางแผนและการควบคุมมากกว่าที่จะใช้ในการชักจูงผู้ใต้บังคับบัญชา

2.3 ผู้บริหารระดับต้น (First line managers) คือผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้บริหารระดับนี้แม้ว่าจะไม่ได้เป็นผู้ปฏิบัติงานด้วยตนเอง แต่จะต้องมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติได้ ทั้งนี้เพื่อคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่พนักงานฝ่ายปฏิบัติการ

3. กระบวนการบริหารจัดการ

สมยศ นาวิการ (2550) ได้กล่าวว่า แม็คเค็นซี ได้พัฒนาแบบจำลอง 7-S (McKinsey 7-5 Framework) ขึ้นมาเพื่อการวิเคราะห์ทรัพยากรทางการบริหาร ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. กลยุทธ์ (Strategy) คือการวางแผนกิจกรรมภายในองค์กรโดยให้แผนที่วางไว้ ขึ้นมานั้น ได้สอดคล้องและเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก และภายใน องค์กรซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.1 ช่วยให้องค์กรกำหนด และพัฒนาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันขึ้นมา และจะเป็นแนวทางที่จะทำให้บุคคลภายในองค์กรรู้ว่าจะใช้ความพยายามไปในทิศทางใดจึงประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน

1.2 ส่งเสริมให้เกิดแรงผลักดันคิดค้นสิ่งใหม่ๆ เพื่อให้ได้วิธีการที่เป็นระบบ ในการกระตุ้นให้เกิดความคิดใหม่ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์

1.3 ทำให้เกิดส่วนร่วมของผู้บริหารทุกระดับ และมีความเข้าใจในแผนกลยุทธ์ มีวิสัยทัศน์ เป้าหมายร่วมกัน มีความเป็นเจ้าของ และมีความผูกพันกับการดำเนินการตามกลยุทธ์ ที่ร่วมกันกำหนดไว้

2. โครงสร้างองค์กร (Structure) ลักษณะของโครงสร้างองค์กรมีประโยชน์ต่อการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กรเป็นอย่างมากเนื่องจากโครงสร้างขององค์กรจะเปิดตัวรองรับแผน กลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งจะต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกันด้วย ถ้าโครงสร้างขององค์กรมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์แล้วก็เป็นจุดแข็งขององค์กร แต่ถ้าโครงสร้างขององค์กร ไม่เหมาะสมสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรก็จะทำให้เกิดเป็นจุดอ่อนขององค์กร อย่างไรก็ตาม การจัดการองค์กรจะต้องมีความชัดเจนในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

2.1 จุดประสงค์ขององค์กร และการวางแผนในการปฏิบัติงาน

2.2 กิจกรรมที่องค์กรต้องปฏิบัติ และหน้าที่หลักขององค์กร

2.3 ขอบเขตของอำนาจ หน้าที่ กฎ ระเบียบ ที่บุคลากรจะต้องปฏิบัติตาม

2.4 ในการปรับเปลี่ยนบทบาทโครงสร้างองค์กรให้เป็นไปตามยุคตามสมัย เพราะ โลกยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) นั้น เราจะต้องเปลี่ยนกระบวนการคิดให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง

3. ค่านิยมร่วม (Shared Values) เป็นการคิดวิเคราะห์ถึงค่านิยมร่วม ความเชื่อร่วมของ องค์กรนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร เพื่อให้เกิดปัจจัยแห่งความสำเร็จในการบริหารธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้น

4. ระบบและวิธีการ (Systems) เป็นการวิเคราะห์ถึงระบบการทำงานขององค์การในทุก ๆ เรื่อง ทั้งเรื่องระบบการบริหารจัดการ ระบบการปฏิบัติงาน เช่น ระบบสารสนเทศ ระบบการวางแผน ระบบงบประมาณ ระบบการควบคุม ระบบการจัดซื้อ ระบบในการสรรหา และคัดเลือกพนักงาน ระบบในการฝึกอบรม ตลอดจนระบบในการจ่ายผลตอบแทน หากว่าองค์การมีระบบงานที่ดีก็จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานได้อย่างชัดเจน และถูกต้อง ดังนั้น ระบบงานขององค์การจะต้องมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ และโครงสร้างขององค์การด้วย

5. ทรัพยากรมนุษย์, สมาชิกภายในองค์การ (Staff) งานหรือกิจกรรมขององค์การที่เกิดจากแผนกลยุทธ์ขององค์การ มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีผู้ปฏิบัติงานให้ตรงตามแผนและเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้น องค์การเองก็จำเป็นต้องมีพนักงานที่เข้ามาทำหน้าที่ปฏิบัติงาน ซึ่งผู้ที่เข้ามาทำหน้าที่ปฏิบัติงานนั้นจำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถ มีทัศนคติที่ถูกต้องเหมาะสมและแรงจูงใจในการทำงาน ก็จะทำให้เกิดผลสำเร็จขึ้นได้ ที่สำคัญคือการจัดคนในองค์การให้เหมาะสมกับงาน เช่น คนที่มีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ ก็ควรที่จะทำงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ หรือคนที่มีความรู้ทางด้านการตลาดก็ควรให้ทำงานด้านการตลาด ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นจุดแข็งขององค์การและทำให้งานนั้นมีประสิทธิภาพ ปัญหาที่สำคัญอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นภายในองค์การ คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะหรือความชำนาญ จึงเป็นอุปสรรคต่อองค์การที่กำลังขยายตัว ดังนั้น องค์การจึงจำเป็นต้องมีการฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากร ตลอดจนบริหารค่าตอบแทน การประเมินผล การปฏิบัติงาน การโยกย้ายและปรับเปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่ เพื่อเพิ่มขีดสมรรถนะสูงสุดของบุคลากร อันจะนำไปสู่ผลสำเร็จขององค์การ

6. สไตล์ (Style) ในการทำงานของผู้บริหารนั้น มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงแล้ว จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของพนักงานภายในองค์การ มากกว่าคำพูดของผู้บริหาร ซึ่งถ้าหากผู้บริหารมีความมุ่งมั่นในการทำงาน มีความเป็นผู้นำ มีความสามารถในการจูงใจ เป็นแบบอย่างในการทำงานที่ดี ซึ่งสไตล์เหล่านี้จะเป็นผลในการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นอย่างยิ่ง รูปแบบของความเป็นผู้นำสามารถจำแนกได้ 4 อย่างคือ

6.1 ผู้นำแบบเผด็จการ คือ ลักษณะของผู้นำที่สั่งการในสิ่งที่ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาต้องกระทำและคาดหวังว่าจะต้องมีการเชื่อฟังโดยไม่มีข้อสงสัย

6.2 ผู้นำแบบมีส่วนร่วม คือ ลักษณะของผู้นำที่ยอมรับให้ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แต่อย่างไรก็ตามอาจรักษาอำนาจหน้าที่ของการตัดสินใจที่สำคัญเอาไว้

6.3 ผู้นำแบบประชาธิปไตย คือ ผู้นำที่ได้พยายามจะทำในสิ่งที่ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาส่วนใหญ่ต้องการ ในสถานการณ์ปัจจุบันผู้นำแบบประชาธิปไตยมีความสำคัญมาก เนื่องจากเมื่อวิธีการดำเนินงานแบบที่ทีมงานได้รับความนิยม และขยายตัวออกไป การดำเนินงานในลักษณะของคณะกรรมการ และทีมงานเฉพาะกิจที่เกิดขึ้นในองค์กร มีส่วนสำคัญต่อการแบ่งเบาภาระ และช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารมากขึ้น

6.4 ผู้นำแบบเสรีนิยม คือ ผู้นำที่ไม่ได้ส่วนร่วมกับการดำเนินงานของผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาเลย การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ผู้นำจะปล่อยให้สมาชิกของกลุ่มตัดสินใจได้ทุกอย่าง

7. ทักษะ (Skill) เป็นการพิจารณาถึงทักษะหรือความเชี่ยวชาญขององค์กรโดยรวม ว่ามีความเชี่ยวชาญหรือชำนาญในด้านใด

โดยสาระสำคัญแนวความคิดของ McKinsey ชี้ให้เห็นว่ากลยุทธ์จะถูกดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อเมื่อเมื่อเอสเจ็ดตัวสอดคล้องกัน

Bartol and Martin (1991) ได้กล่าวว่าการบริหารจัดการองค์กรจะเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติต่อไปนี้

1. การวางแผน (Planning) คือ กระบวนการกำหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์ ตัดสินใจเลือกวิธีปฏิบัติเป็นขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อให้นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2. การจัดการองค์กร (Organizing) คือ กระบวนการจัดปัจจัยทรัพยากรต่าง ๆ รวมถึงบุคคลเข้าสู่โครงการของการแบ่งงานตามภารกิจหน้าที่ต่าง ๆ ที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน กำหนดลักษณะการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้

3. การนำหรือสั่งอาหาร (Leading or Directing) คือกระบวนการมอบหมายสั่งการให้บุคลากรปฏิบัติภารกิจหน้าที่ตามโครงสร้างงานที่กำหนดให้ ใช้ความเป็นผู้นำสร้างอิทธิพลโน้มน้าวบุคลากรให้ปฏิบัติงานอย่างได้ผล (Productive)

4. การควบคุม (Controlling) คือ กระบวนการติดตามตรวจสอบ กำกับ ดูแลและนำการแก้ไขให้บุคลากรปฏิบัติกิจกรรมหรืองานต่าง ๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพที่พึงปรารถนา และให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ต้องการ

พูลสุข หิงคานนท์ (2549) ได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารนั้นเป็นกระบวนการที่มีขั้นตอนการดำเนินงานตามหน้าที่ของผู้บริการ 5 ประการดังนี้

1. การวางแผนเป็นการกำหนดสิ่งที่จะต้องทำให้ในอนาคตเกี่ยวกับการกำหนดพันธกิจวัตถุประสงค์และกิจกรรมที่จะทำให้องค์การดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายขององค์การที่ตั้งไว้ ซึ่งบริการต้องมีความรู้ ความสามารถในการตัดสินใจที่จะเลือกทางเดินในสิ่งที่ต้องการจะไปให้ถึงในอนาคตที่เป็นไปได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวทั้งนี้ต้องคำนึงถึงทรัพยากรที่มีอยู่ขององค์การด้วยเป็นสำคัญ

2. การจัดองค์การ เป็นการกำหนดโครงสร้างการปฏิบัติงานขององค์การ บทบาทของผู้ปฏิบัติในระดับต่าง ๆ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในองค์การได้ การกำหนดลักษณะงานการกำหนดมาตรฐานของงาน ซึ่งจะทำให้ผู้ปฏิบัติสามารถปฏิบัติได้ในทิศทางเดียวกัน

3. การบริหารบุคคล เป็นการดำเนินการเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรบุคคลในหน่วยงาน การวางอัตรากำลังคนในองค์การ การคัดเลือก การกำหนดความก้าวหน้า การจัดสร้างขวัญและกำลังใจ และการพัฒนาบุคลากรในองค์การ

4. การนำ เป็นการกระตุ้นให้บุคคลในองค์การได้ใช้ความสามารถในการปฏิบัติงานทั้งในบุคคลและกลุ่ม ซึ่งผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำ สร้างแรงจูงใจ และมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

5. การควบคุม เป็นการกำกับติดตามการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงาน เป็นการวัดประเมินผลงานและการแก้ไขการปฏิบัติงานไม่ถูกต้อง ซึ่งการประเมินผลงานจะประเมินตามวัตถุประสงค์ขององค์การที่กำหนดไว้

พัชสิรี ชมพู่คำ (2552) กล่าวถึงหน้าที่การจัดการ 4 อย่างได้แก่

1. การวางแผน คือ การกำหนดเป้าหมายที่องค์การต้องการบรรลุในอนาคตพร้อมกับวิธีการที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น กระบวนการวางแผนประกอบด้วย การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน การคาดการณ์ในอนาคต การกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่ต้องการบรรลุ วิธีการที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย และยังรวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ที่จะใช้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการตัดสินใจเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผน หน้าที่ในการวางแผนนี้จะช่วยให้องค์การเตรียมตัวรับมือถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2. การจัดองค์การ เป็นการประสานทรัพยากรไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรด้านการเงินสินทรัพย์ถาวร ข้อมูล และมนุษย์ รวมทั้งทรัพยากรอื่น ๆ ให้ทำงานประสานกันอันจะทำให้องค์การบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การจัดองค์การครอบคลุมถึงการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ จัดกลุ่มงาน

เป็นหน่วยงานต่าง ๆ การจัดสรรทรัพยากร รวมทั้งการจัดระบบการทำงานที่จะช่วยให้คนทำงานร่วมกันอย่างประสบความสำเร็จ

3. การนำ หมายถึง การกระตุ้นการทำงานของสมาชิกในองค์การเพื่อทำงานได้อย่างเต็มความสามารถ เป็นประโยชน์แก่ตนเองและองค์การ โดยการนำนั้นรวมถึงการติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ช่วยแนะนำแนวทางและสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกในองค์การบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

4. การควบคุม หมายถึง การติดตามตรวจสอบผลการทำงานและความก้าวหน้าที่เกิดขึ้น หากปราศจากหน้าที่นี้แล้ว องค์การจะไม่สามารถรู้ได้เลยว่าการดำเนินการนั้นเป็นไปตามที่วางแผนไว้หรือไม่ และการควบคุมช่วยให้ทราบว่าจะต้องมีการปรับเปลี่ยนอะไร อย่างไรบ้างเพื่อช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การควบคุมมีความสำคัญกับองค์การขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ โดยที่เครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมอาจแตกต่างกันไปตามความเหมาะสม องค์การขนาดเล็กอาจมีเพียงการจัดทำงบการเงิน เพื่อตรวจสอบดูผลการดำเนินงาน ในขณะที่องค์การขนาดใหญ่อาจมีการตั้งหน่วยงานขึ้นมาเฉพาะสำหรับการควบคุม

วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552) ได้กล่าวว่าทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมดเป็นปัจจัยพื้นฐานในการบริหาร ได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Materials) วิธีการจัดการ (Management) เครื่องมือ (Machine) และวิธีการทำงาน (Methodology and Information) หรือ 6 Ms ให้ประสิทธิภาพและได้ผลผลิตสูงที่สุดดังนี้

1. คน หมายถึง ปัจจัยที่เป็นคน หรือการจัดหากำลังคนให้เพียงพอในการประกอบธุรกิจเพราะการผลิตจะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการใช้กำลังคน ฉะนั้นจึงเป็นความจำเป็นที่จะต้องมีการคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจมาช่วยดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลงานที่ดี

2. เงิน หมายถึง ปัจจัยที่เป็นเงินและแหล่งเครดิตหรือสินเชื่อ ซึ่งเป็นปัจจัยอันสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้โดยราบรื่น ธุรกิจทุกชนิดไม่สามารถจะดำเนินไปได้โดยไม่มีต้นทุนหรือเครดิต แหล่งเงินทุนและเครดิตจะหาได้จากสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น ธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทเงินทุน เป็นต้น เครดิตเป็นการอาศัยสถาบันการเงินใช้ชั่วคราวระยะเวลาหนึ่งเพื่อก่อให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนโดยมีธนาคารเป็นสื่อกลางทุนในทางธุรกิจ แยกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

2.1 ทุนคงที่หรือทุนประจำ (Fixed Capital) คือ ทุนที่ธุรกิจนำมาใช้เพื่อซื้อทรัพย์สินที่มีอายุการใช้งานนาน ที่เรียกว่า “สินทรัพย์ถาวร” ซึ่งได้แก่ ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ ทุนคงที่มักจะเป็นจำนวนที่แน่นอนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนัก

2.2 ทุนหมุนเวียน (Working Capital) คือ เงินที่ถูกนำไปใช้หมุนเวียนภายในรอบการดำเนินงาน (Operating Cycle) เช่น ร้านค้าปลีก จ่ายเงินสดไปซื้อสินค้าเข้าร่วม ต่อมาเมื่อขายสินค้านั้นไป ก็ได้รับชำระสินค้าเป็นเงินสดกลับคืนมา และนำเงินสดนั้นไปซื้อสินค้าไว้ขายหมุนเวียนเช่นนี้อีกตลอดไป นอกจากนี้ทุนหมุนเวียนจะถูกใช้ไปเพื่อการชำระหนี้ค่าซื้อสินค้าเชื่อ จ่ายค่าแลงและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงาน ดังนั้นจำนวนเงินทุนที่ใช้หมุนเวียนมักจะผันแปรไปตามวัฏจักรธุรกิจ

3. วัสดุ หมายถึง วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตวัตถุดิบต่าง ๆ นั้นได้มาจาก พื้นดิน อากาศ และมหาสมุทร เช่น น้ำ แร่ธาตุต่าง ๆ และไม้ในป่า เป็นต้น นักธุรกิจต่างมีความวิตกในด้านความหายของวัตถุดิบบางอย่าง ทั้งนี้เพราะจำนวนประชากรโลกเพิ่มขึ้นเรื่อย แต่โลกมิได้ใหญ่ขึ้น ด้วยเหตุนี้ธุรกิจต่าง ๆ จึงพยายามที่จะค้นหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ เช่น โครงการเจาะน้ำมันให้ลึกกลงไปในพื้นดินยิ่งขึ้น การส่งจรวดไปดวงจันทร์ ดาวพระศุกร์ ดาวพระอังคาร ก็เพื่อจะได้ใช้เป็นแหล่งวัตถุดิบที่จะนำไปใช้ในการผลิตในอนาคต

4. การจัดการ หมายถึง ปัจจัยการจัดการการเลือกสรรบุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจใด ๆ จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ ในการประกอบธุรกิจนั้นเป็นอย่างดี จะต้องรู้จักวางนโยบายและมีความรับผิดชอบ ทั้งยังเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการนำที่ดิน แรงงาน และทุน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมารวมกันในวิธีทางที่จะสามารถทำให้มีการใช้ทรัพยากรทั้ง 3 อย่างข้างต้น เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะผู้ประกอบการจะเรียนรู้การเสี่ยงภัยของธุรกิจไว้ด้วย ผู้ประกอบการจะเรียนรู้การเสี่ยงภัยของธุรกิจไว้ด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจในฐานะเป็นหัวหน้าผู้จัดการ ได้แก่ผู้อำนวยการ หัวหน้าฝ่ายขาย หัวหน้าฝ่ายสินเชื่อ หัวหน้าฝ่ายการบัญชีการเงิน และการงบประมาณ

5. เครื่องมือ หมายถึง ด้านการจัดองค์กร ซึ่งหมายถึง การกำหนดรูปแบบและภารกิจขององค์กร การแบ่งส่วนขององค์กร การกำหนดกิจกรรมของแต่ละหน่วยงาน การกำหนดตำแหน่งงาน (Position) พร้อมหน้าที่ความรับผิดชอบและอำนาจ (Authority) ของแต่ละตำแหน่งแต่ละส่วนแต่ละระดับ (Level) และขององค์กรเป็นส่วนรวมและการดำเนินโครงสร้างและความสัมพันธ์ของ

งานส่วนต่าง ๆ ของแต่ละองค์กรและการสร้างระบบการควบคุมให้ทุกส่วนขององค์กรได้เป็นไปอย่างสืบเนื่องและมีเหตุผล (Unity)

6. วิธีการทำงาน (Methodology and Information) หมายถึง องค์ความรู้และข้อมูลข่าวสารอันมีค่าที่นักบริหารต้องนำมาใช้ในงานวางแผนงานการเลือกใช้กลยุทธ์ (Strategy) และกิจกรรม (Activity) ที่ควรดำเนินการ การจัดหน่วยงาน และวางระบบงาน การติดต่อสื่อสาร การอำนวยความสะดวก การตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา การติดตามและควบคุมงาน การประสานงาน การทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ หรือภาคเอกชน ประชาชน และอาสาสมัครกลุ่มและรูปแบบต่าง ๆ ให้ถูกต้องเหมาะสม มีประสิทธิภาพและได้ผล และประเมินผลการปฏิบัติงานและผลงานการแก้ไขปรับปรุงงานและวิธีการทำงานเพื่อให้งานของหน่วยงานบรรลุเป้าหมาย และเป็นที่ยังพอใจแก่สังคม ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และโดยทั่วไปในสังคม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการตามที่กล่าวไว้ข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากระบวนการบริหารจัดการเป็นกระบวนการปฏิบัติเพื่อให้บังเกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์การ โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในองค์การให้มีความตระหนักถึงความสามารถ ความถนัด และความมุ่งมั่นด้านความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์การควบคู่ไปด้วย ซึ่งประกอบกระบวนการปฏิบัติเกี่ยวกับโครงสร้างองค์การ การบริการงานบุคคล การวินิจฉัยสั่งการ การวางแผนปฏิบัติงาน และการจัดทำงานงบประมาณ

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

1. ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่า เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้ให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการติดต่อสื่อสารขององค์กร

ธงชัย สนิตวิงษ์ (2540) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และระบบจัดจำหน่าย ซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปความหมายของส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้ ส่วนประสมทางการตลาด คือ ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์การใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)

Philip Kotler (1997) อธิบายถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการ หรือ 7Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่น ๆ เพิ่มเติม ประกอบด้วย บุคคล (People) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง มีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น ได้แก่ รายการที่ให้บริการ, การบริการจากพนักงาน รวมไปถึงเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ

2. ราคา หมายถึง ต้นทุนที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ รวมถึงความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม ซึ่งต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่เป็นตัวเงินได้แก่ อัตราค่าบริการ และค่าบริการเสริมต่าง ๆ

3. การจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่จะนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาในส่วนของที่ตั้ง, สถานที่ในการบริการให้แก่ลูกค้า, ช่องทางการนำเสนอการให้บริการแก่ลูกค้าที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ไม่ต้องใช้ความยากลำบากในการมาขอรับบริการ รวมทั้งมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบในการนำเสนอบริการ มีการใช้เครื่องมือไปรษณีย์ การสื่อสารโดยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือโทรศัพท์ ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้มากขึ้น

4. การส่งเสริมทางการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ การสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและเห็นคุณค่าของสิ่งที่เสนอขาย

5. บุคคล หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจดังนั้นต้องอาศัย การสรรหาการฝึกอบรม การจูงใจเพื่อสร้างความความพอใจให้แก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง พนักงานต้องมีทัศนคติที่ดีมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ดี

6. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การแสดงให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าและรู้สึกพอใจในการบริการได้แก่ สภาพช่องทางการให้บริการ ลักษณะการแต่งกายของพนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในสถานประกอบการที่ผู้ใช้บริการสามารถมองเห็นจากภายนอกและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

7. กระบวนการบริการ หมายถึง การอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้า ประกอบด้วย ความรวดเร็วในการให้บริการ การตอบรับจากพนักงานในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด เป็นต้น ทั้งหมดจะส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าซึ่งมาใช้บริการทั้งสิ้น กระบวนการบริการจึงถูกยอมรับว่ามีความสำคัญต่อธุรกิจบริการสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Services Marketing Mix) ตามทฤษฎีของ Philip Kotler ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลិតภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่าที่เกิดขึ้น โดยบริการจะเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตนไม่สามารถจับต้องได้ บริการจะต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกันทั้งความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ของพนักงาน ความต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอธยาศัยไมตรีของพนักงาน ผลิตภัณฑ์ต้องมีประโยชน์หลัก ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง หรือเกินความคาดหวัง รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ เพื่อความสามารถแข่งขันในอนาคต

2. ราคา หมายถึง สิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ ซึ่งการตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น หากตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ และอาจนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตาม ก็มีได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามชอบใจ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสถานะของ

การมีคู่แข่ง หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก ในขณะที่บริการของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งจนเท่ากับราคาที่เพิ่มขึ้น ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทั้งนี้การตั้งราคา มีผลมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า ซึ่งมูลค่าของบริการในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้าเป็นผลให้ลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบระหว่างมูลค่าและราคากับคู่แข่ง หรืออย่างน้อยเปรียบเทียบกับความคุ้มค่า

3. ช่องทางการให้บริการ หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการที่ต้องการ ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้ง และช่องทางในการนำเสนอบริการ เพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่จะเข้าถึงลูกค้าได้ รวมถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่จะสนับสนุนการส่งมอบบริการจากผู้ผลิตไปยังลูกค้าได้

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย สำหรับธุรกิจบริการ การส่งเสริมการตลาดที่นิยมใช้กันมากได้แก่

4.1 การโฆษณา (Advertising) ใช้สร้างภาพพจน์ระยะยาวให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้เกิดการขายรวดเร็ว

4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการสื่อสารที่อาจนำลูกค้าไปยังผลิตภัณฑ์ หรือเป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าต่อลูกค้า ประกอบไปด้วยเครื่องมือมากมาย เช่น คุปอง การแจก และการแถม เป็นต้น

4.3 การประชาสัมพันธ์และการพิมพ์เผยแพร่ (Public Relations) เป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ หรือการดำเนินงานของบริษัทให้เข้าถึงลูกค้า

4.4 การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสร้างความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือ และตัดสินใจเลือก รวมถึงการก่อปฏิริยาซื้อโดยอาศัยบุคคลเป็นผู้แจ้งข่าวสาร

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการส่งข่าวสารสู่บุคคลหนึ่งโดยเฉพาะได้อย่างรวดเร็ว ผ่านเครื่องมือหลายรูปแบบ เช่น จดหมายตรง หรือโทรศัพท์ เป็นต้น

4.6 การสะสมคะแนน (Loyalty Program) เป็นการเน้นความจงรักภักดีจากลูกค้า ด้วยการให้สิทธิประโยชน์ทุกครั้งของการใช้บริการ ทำให้ลูกค้ารู้สึกผูกพันกับธุรกิจ

5. บุคคล หมายถึง การคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรม การจูงใจพนักงานเพื่อสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ เพื่อให้เกิดความแตกต่างในการบริการทำให้ลูกค้าพอใจเป็นอย่างมาก

6. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง อาคารของธุรกิจบริการ, เครื่องมือ, อุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์, เครื่องเอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์ให้บริการ, การตกแต่งสถานที่, ลานจอดรถ, สวน, ห้องน้ำ, ป้ายประชาสัมพันธ์, และแบบฟอร์มต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ เป็นการสร้างและนำเสนอทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายให้สะอาดเรียบร้อย, การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหรา และสวยงามเพียงใด บริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วย

7. กระบวนการให้บริการ หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ, การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น, การให้บริการความต้องการ และการชำระเงินเป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ว่าหลักการทางการตลาดที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัย ผลิตภัณฑ์และบริการ, ราคา, การจัดจำหน่าย, การส่งเสริมทางการตลาด, บุคคล, การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการบริการ

5. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด

1. ประวัติความเป็นมา

ร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด เปิดให้บริการมาแล้วเป็นระยะเวลา 5 ปี โดยเริ่มต้นที่คุณติมได้คิดขายก้วยเตี่ยว จึงคิดหาวิธีดัดแปลงให้ก้วยเตี่ยวให้แตกต่างจากร้านอื่น ๆ โดยได้คิดสูตรน้ำเย็นตาโพทรงเครื่อง ที่เป็นสูตรลับเฉพาะ ไม่มีใครเหมือน ที่มีรสชาติจัดจ้าน อร่อย โดยที่ไม่ต้องปรุงเพิ่ม และพิเศษด้วยวัตถุดิบที่ดีเพิ่มเข้ามาคือกึ่งทอด เมื่อลองผัดลองถูกจนได้รสชาติที่ดีแล้ว จึงได้ไปตระเวนหาทำเลร้าน และได้เช่าร้านที่ในตลาดบ้านโป่ง เส้นถนนวงเวียนช้าง โดยเปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่ 16:00 – 21:00 น.

2. จุดเด่นของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด

ร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด ให้บริการอาหารประเภทเส้นเป็นหลักที่มีความโดดเด่นในด้านก้วยเตี่ยวเย็นตาโพทรงเครื่อง ที่เป็นสูตรลับเฉพาะแค่ทางร้านเท่านั้น มีรสชาติจัดจ้าน น้ำซุ้ที่กลมกล่อม การคัดสรรวัตถุดิบที่สดใหม่ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ดีและมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตและการปรุงที่สะอาด ความพิถีพิถันในทุกขั้นตอนโดยราคาจะเริ่มต้นที่ 30 บาท ไปจนถึง 60 บาท นอกจากเย็นตาโพทรงเครื่องที่มีรสชาติจัดจ้านแล้วทางร้านยังมีเมนูที่เป็นที่นิยมไม่แพ้กันคือ ก้วยเตี่ยวหมูต้มยำทรงเครื่องมะนาวสด และก้วยกึ่งน้ำใส ที่มีรสชาติอร่อยไม่แพ้กัน เพื่อเป็นตัวเลือกในการรับประทานก้วยเตี่ยวของทางร้าน ให้ครอบคลุมในความต้องการของทุกกลุ่มผู้บริโภค

ด้านบริการทางร้านมีพนักงานทั้งหมด 4 คน ที่คอยให้บริการลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจอดรถ จัดหาโต๊ะ รับประทานอาหาร บริการน้ำดื่มฟรี โดยทางร้านจะเน้นให้พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เป็นกันเองกับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและเป็นกันเองเมื่อมารับประทานก้วยเตี่ยวที่ร้าน

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดที่กล่าวมานั้น ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่า ร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด เป็นร้านที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และมีความเจริญเติบโตของกิจการอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการจัดการคัดสรรวัตถุดิบที่ดี การดำเนินงานของบุคลากร และการบริการที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นกันเอง และหันกลับมาซื้อซ้ำเป็นลูกค้าประจำ แม้กระทั่งในภาวะเศรษฐกิจที่กิจการอื่นดำเนินกิจการไปได้อย่างยากลำบาก แต่ร้านคุณติมเย็นตาโพ

ทรงเครื่องก็ยังคงดำเนินการต่อไปได้ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้วิจัยเลือกศึกษาวิจัยกับร้านคุณดี๋มเย็นตาโพ
ทรงเครื่อง

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ
กรณีศึกษาร้านคุณดี๋มเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นแนวทาง
ในการทำการศึกษาคั้งนี้ได้แก่

วิภาดา เนียมรักษา (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร
เพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ
อาหารในตลาดน้ำอัมพวา โดยภาพรวมส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญ
ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในตลาดน้ำอัมพวา โดยภาพรวมส่งผลต่อ
การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในส่วนของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในตลาดน้ำอัมพวา พบว่า
ผู้ให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาเพื่อบริโภคอาหาร 1-2 ครั้ง ประเภทของ
อาหารในการบริโภคอาหารว่าง ช่วงเวลาในการมาบริโภคอาหาร คือ ช่วงเวลา 18:00-19:00 น.
บุคคลที่มาร่วมในการบริโภคอาหารเป็นเพื่อน บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจคือเพื่อน และค่าใช้จ่ายต่อ
ครั้งในการบริโภคอาหาร ต่ำกว่า 500 บาท จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
ที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในตลาดน้ำอัมพวา และจากการทดสอบ
สมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ
อาหารในตลาดน้ำอัมพวา ในภาพรวมพบว่ามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาเพื่อบริโภคอาหาร
ช่วงเวลาในการมาบริโภคอาหาร บุคคลที่มาร่วมในการบริโภคอาหาร และบุคคลที่มีส่วนในการ
ตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหาร

จิตติมา บุตรพันธุ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการผลิต
ก๋วยเตี๋ยวเส้นสดในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
ผลิตก๋วยเตี๋ยวเส้นสดเป็นธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) แบบเจ้าของคนเดียว ทำให้ง่ายต่อการบริหาร
เนื่องจากการสั่งงานโดยเจ้าของกิจการแต่เพียงผู้เดียว อำนาจในการตัดสินใจการดำเนินงานทั้งหมด
ขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการแต่เพียงผู้เดียว แต่เจ้าของกิจการควรมีการวางแผนการบริหารงานทั้งภายใน

และภายนอกให้ได้มาตรฐาน เพื่อลดความเสี่ยงในการบริหารงาน เนื่องจากการตัดสินใจขึ้นกับเจ้าของกิจการมากไป ควรมองไปถึงอนาคตหากจะมีการขยายกิจการมากขึ้นที่จะส่งผลต่อการขยายตลาดมากขึ้น ด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการผลิตกล้วยเดี่ยวเส้นสดประกอบด้วย

1. การคาดการณ์ความต้องการ ทางผู้ประกอบการคาดการณ์ความต้องการเพื่อการวางแผนการผลิตจากคำสั่งซื้อของลูกค้า ให้ลูกค้าได้รับเส้นกล้วยเดี่ยวที่สดและใหม่อยู่เสมอ
2. การจัดหาวัตถุดิบในการผลิตที่ใช้ผลิตเส้นกล้วยเดี่ยวส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่ได้มาจากสินค้าทางการเกษตร ทำให้วัตถุดิบมีราคาขึ้นลงตามราคาตลาด ซึ่งทางผู้ประกอบการจะต้องมีการตรวจสอบราคาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถเจรจาต่อรองราคากับผู้ส่งวัตถุดิบให้ได้
3. การผลิต จะต้องมีการตรวจสอบการผลิตในทุก ๆ ขั้นตอน เพื่อการควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้มาตรฐาน
4. การส่งมอบสินค้า ใช้รถยนต์บรรทุกกล้วยเดี่ยวเส้นสดไปส่งยังลูกค้าเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว
5. การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย มีช่องทางการจัดจำหน่ายได้หลายทางทั้งการจัดส่งกล้วยเดี่ยวเส้นสดโดยตรงจากผู้ผลิตสู่พ่อค้าคนกลาง จากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค
6. การรับคืนสินค้า ทางผู้ประกอบการจะรับคืนก็ต่อเมื่อสินค้าเกิดความเสียหายจากการผลิตและจากการขนส่ง ซึ่งจากการศึกษาผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ เพื่อการรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจ รวมถึงการรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ณัฐพงษ์ บุญกว้าง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า ร้านณัฐพงษ์ ท่าวังทอง การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า ร้านณัฐพงษ์ ท่าวังทอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าร้านณัฐพงษ์ ท่าวังทอง จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพสินค้า 2. ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า 3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ หากร้านง่าย เดินทางสะดวก 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม

พุทษชาติ อินทร์บำรุง (2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายในตลาดนัดธนบุรี ผลการศึกษา พบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน, ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าภายในตลาดนัดธนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านบุคลากรมากที่สุด ให้ความสำคัญในการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในด้านกระบวนการน้อยที่สุด

3. ปัจจัยจิตวิทยา พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าภายในตลาดนัดธนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านรับรู้มากที่สุด ให้ความสำคัญในด้านบุคลิกภาพ อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในการจูงใจน้อยที่สุด

พฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้า 1-2 ครั้งต่อเดือน โดยเลือกซื้อสินค้าช่วงเวลา 10:00 – 14:00 มีค่าใช้จ่าย 500 – 1,000 บาทต่อครั้ง โดยครอบครัว, ญาติ ถือเป็นบุคคลที่ไปซื้อสินค้าด้วยมากที่สุด ส่วนด้านการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง และวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเพื่ออุปโภค บริโภคมากที่สุด

ยุทธฉินย์ อ่องสกุล (2551) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารจานด่วนของผู้บริโภค ตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารจานด่วนในตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ตามหลักทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด บริการจำแนก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา คุณรับประทานอาหารจานด่วนบ่อยแค่ไหน อาหารจานด่วนที่คุณรับประทานคุณมีส่วนในการเลือกซื้อหรือไม่ และคุณรับประทานอาหารจานด่วนในร้านอาหารแบบไหนบ้างที่บ่อยที่สุด โดยใช้วิธีการศึกษาแบบสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้บริโภคอาหารจานด่วนในตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 397 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถามระดับการเลือกซื้ออาหารจานด่วนแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผลการศึกษาพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 219 คน มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 175 คน มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 122 คน มีสถานภาพสมรส โสด จำนวน 252 คน มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท มากกว่า 35,001 บาท จำนวนเท่า ๆ กัน โดยแต่ละกลุ่มมีจำนวน 115 คน ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี 233 คน มีการรับประทานอาหารเช้าทุกวัน, บ่อยทุกวัน, เกือบทุกวัน จำนวน 202 คน โดยเลือกซื้อมารับประทานเอง, มีส่วนการเลือกซื้อ จำนวน 362 คน และรับประทานอาหารเช้าจวนด่วนในร้านอาหารตามสั่ง จำนวน 224 คน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเช้าจวนด่วนของผู้บริโภคในตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ของผู้บริโภคเมื่อพิจารณารายชื่อในแต่ละด้านพบว่า ด้านสินค้าและบริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ พนักงานที่ให้บริการ มีอัธยาศัยดี ให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ราคาของอาหารเมื่อคิดเงินแล้ว ถูกต้องตามราคาที่แจ้งไว้ในเมนู ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ เมนูอาหารมีรูปอาหารแสดงประกอบไว้ ช่วยให้ง่ายต่อการตัดสินใจในการสั่งอาหาร

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเช้าจวนด่วนของผู้บริโภคในตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ความบ่อยครั้งในการรับประทานอาหารเช้าจวนด่วน และร้านอาหารที่รับประทานอาหารเช้าจวนด่วน มีผลต่อพฤติกรรม

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติ่มเย็นตาโพ ทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) ด้วยวิธีการปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Research) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตการณ์ (Observation) จากแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเฉพาะพื้นที่เป็นหลัก มีการค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) สอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ต่อการวิเคราะห์ให้ได้มากที่สุด โดยวิธีดำเนินการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกพื้นที่และผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. การตรวจสอบข้อมูล

1. การเลือกพื้นที่และผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง (Purposive Selection) ด้วยการเลือกพื้นที่ บริเวณวงเวียนข้างบ้านโป่ง เขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ตั้งประกอบธุรกิจกิจการของ คุณติ่มเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด โดยใช้แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลซึ่งได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ร่วมกับการสังเกตการณ์ และศึกษาจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป้าหมายของประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ผู้ประกอบการร้านขายก๋วยเตี๋ยว จำนวน 2 คน
2. พนักงานร้านขายก๋วยเตี๋ยว จำนวน 4 คน
3. ผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อก๋วยเตี๋ยว จำนวน 10 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยควรเตรียมความพร้อมก่อนลงพื้นที่ เช่น ร่างกาย แนวคำถาม เพื่อให้ได้รับคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง การรู้ถึงบริบทผู้ที่ให้ข้อมูล เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยจะต้องทำการศึกษาก่อนเข้าไปสัมภาษณ์

2. การใช้เครื่องมือบันทึกเสียง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ศึกษาวิจัยและก่อนดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยต้องขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ก่อน

3. กล้องถ่ายรูป ในการศึกษาวิจัยเพื่อช่วยให้การนำเสนอข้อมูลของผู้วิจัยน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

4. สมุดจดบันทึก, ปากกา

3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ แนวคำถามในการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

3.1 ศึกษาทฤษฎี แนวคิด หลักการจากหนังสือ ตำรา เอกสารและงานวิจัย สอบถามจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการขายก๋วยเตี๋ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาเป็นแนวทางในการสร้างแนวทางคำถาม

3.2 กำหนดหัวข้อประเด็นหลักและประเด็นย่อยของแนวคำถาม เพื่อให้แนวคำถามมีเนื้อหารายละเอียดครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษาครบถ้วน

3.3 เขียนและพัฒนาข้อคำถาม โดยนำข้อคำถามที่เขียนขึ้นมาไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบความเหมาะสม สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษาก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การศึกษาเอกสาร เพื่อให้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารวิชาการ รายงาน การวิจัย หนังสือ ตลอดจนข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งจากหน่วยงานราชการและเอกชน

4.2 การสำรวจข้อมูลพื้นฐานและการทำแผนที่ เป็นการสำรวจข้อมูลพื้นฐานให้ทราบถึงอาณาเขต บริเวณ จำนวนและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

4.3 การสัมภาษณ์ (interview) ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยการสร้างแนวคำถามอย่างกว้าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งข้อคำถามต่าง ๆ สามารถยืดหยุ่นได้ไม่กำหนดตายตัว โดยในการสัมภาษณ์ใช้การซักถาม พูดคุยสนทนาแบบเป็นกันเองมากที่สุด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดบุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลเกิดความกังวลใจในการให้คำตอบ ซึ่งอาจมีผลต่อความเชื่อถือของข้อมูล การซักถามในประเด็นและข้อคำถามต่าง ๆ อาจมีการปรับเปลี่ยนลำดับไปได้ตลอดเวลาตามสถานการณ์หรือความเหมาะสม ซักถามพูดคุยเพื่อให้ได้ข้อมูลระดับลึกที่เข้าถึงความเป็นจริงมากที่สุด

4.4 การสังเกต ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเข้าไปคลุกคลีในร้านที่ผู้วิจัยมีความคุ้นเคย ผู้วิจัยได้สังเกตและเข้าไปซักถาม ผู้ประกอบการ พนักงานภายในร้าน รวมไปถึงผู้ที่มาบริโภคถ้วยเดียว โดยจดบันทึกนอกจากนี้ยังมีการบันทึกภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อนำมาตีความหรือพิจารณารายละเอียดของเหตุการณ์ต่าง ๆ อีกครั้งภายหลัง

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 5 เดือน โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเพื่อนำมาประกอบการเขียนโครงการวิจัย

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยได้เข้าไปเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อม ๆ กัน และเริ่มเขียนให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบให้คำแนะนำปรับปรุงแก้ไข

ระยะที่ 3 หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จแล้ว อาจจะต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ชัดเจนสมบูรณ์ที่จะสามารถตอบคำถามได้ตรงประเด็นเพื่อเขียนรายงานผลการวิจัย

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการลงในพื้นที่ภาคสนามมาจัดลำดับเหตุการณ์เรียงเรียงเพื่อพรรณนาวิเคราะห์ หากข้อมูลส่วนใดยังไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยทำการเก็บเพิ่มเติมตลอดเวลาระหว่างทำการวิจัยเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล เมื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาอย่างถี่ถ้วนดีแล้วจึงนำข้อสรุปไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อความถูกต้องอีกครั้ง แล้วจึงจัดทำเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

7. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้ทำวิจัยเลือกการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากหลายแหล่งนั้นสอดคล้องถูกต้องหรือไม่ เป็นการตรวจสอบแหล่งข้อมูลในระยะเวลา สถานที่ และบุคคล กรณีข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความขัดแย้งไม่ตรงกันกับข้อมูลที่ได้จากผู้สัมภาษณ์คนใดคนหนึ่ง ผู้วิจัยนำคำถามเดิมสอบถามผู้ให้ข้อมูลอีกครั้งโดยเปลี่ยนเวลา สถานที่ ต่างกัน เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ตอบคำถามอีกครั้ง เป็นการยืนยันและหาข้อสรุปข้อมูลนั้นให้เกิดความชัดเจนส่วนข้อมูลที่เป็นที่สงสัยและไม่สามารถพิสูจน์ทราบได้หรือขาดความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลนั้นมาใช้และถ้าได้ข้อมูลไม่เพียงพอที่จะศึกษาก็เก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้สมบูรณ์



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติมเย็นตาโพ ทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยใช้แนวทางการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenology) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก รายละเอียดคำถามเกี่ยวข้องกับผลกระทบและการปรับตัวของร้านก๋วยเตี๋ยวที่ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของร้านเพิ่มมากขึ้นในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี โดยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบการร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด จำนวน 2 คน รวมถึงพนักงานที่ให้บริการจากร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด จำนวน 4 คน และผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อก๋วยเตี๋ยว จำนวน 10 คน โดยผู้วิจัยได้ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่อง ของผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านคุณติม โดยการสัมภาษณ์ เพื่อนำเสนอข้อมูลในการศึกษานี้ มีดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์วัตถุดิบและการบริการการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด

1. กลยุทธ์วัตถุดิบและการบริการ

1.1 วัตถุดิบ

ผู้ประกอบการร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องได้ให้ความหมายว่า วัตถุดิบคือสิ่งที่ใส่ลงไปให้อาหารเพื่อรับประทาน ดังนั้นวัตถุดิบที่ดีจึงมีความสำคัญมากที่สุดในการประกอบธุรกิจร้านขายก๋วยเตี๋ยว วัตถุดิบที่ดี ต้องมีประโยชน์ต่อผู้บริโภค มีคุณภาพดีที่ได้มาตรฐาน รสชาติอร่อย ถูกสุขอนามัย

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ พนักงาน และผู้บริโภค ร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ได้แก่

“การสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพของทางร้าน เราจะมีร้านเจ้าประจำที่เราสั่งวัตถุดิบโดยตรง และสั่งใหม่ทุกวัน ในช่วงเริ่มต้นของการเปิดร้าน การสรรหาวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารในการทำน้ำเย็นตาโฟทรงเครื่องสูตรที่เราคิดค้นขึ้นเอง และวัตถุดิบที่จะนำมาใส่ในเย็นตาโฟเราต้องคิดค้น และลองผิดลองถูกอยู่หลายครั้งกว่าจะลงตัว เราจะใช้วัตถุดิบชนิดใดบ้างในการทำน้ำเย็นตาโฟทรงเครื่อง และเลือกวัตถุดิบชนิดใดบ้างที่จะใส่ในชามเย็นตาโฟให้อร่อย และเข้ากันกับน้ำเย็นตาโฟที่เราคิดค้น ที่สำคัญคือต้องมีรสชาติที่แตกต่างจากร้านทั่ว ๆ ไปให้มากที่สุด และเมื่อเราได้วัตถุดิบที่ชัดเจนแล้วขั้นตอนต่อมาคือการหาร้านที่จัดจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องถ้วยเตี้ยเย็นตาโฟที่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่เราต้องการ การที่เราจะเลือกใช้บริการร้านที่จัดจำหน่ายวัตถุดิบเหล่านี้ต้องเลือกจากหลายสิ่งด้วยกัน เช่น คุณภาพของร้านค้า ความน่าเชื่อถือ ความสะอาด ราคาเป็นต้น และเมื่อเราได้ทุกอย่างที่เกี่ยวกับวัตถุดิบตามที่ต้องการแล้ว เราก็จะซื้อของเอง เพื่อให้ได้ของที่สะอาด มีคุณภาพทุกวัน เพื่อลดการเกิดปัญหาต่าง ๆ ที่สำคัญที่สุดคือทุกอย่างต้องสด ใหม่ สะอาด ได้มาตรฐาน” (สัมภาษณ์ คุณเพ็ญศรี และ คุณนิคม นักคุย, 2561)

“ในส่วนของทางเลือกซื้อวัตถุดิบ ผมจะเป็นคนตรวจสอบวัตถุดิบในช่วงปิดร้าน จัดรายการของที่จะต้องซื้อของแผนกต่าง ๆ ทุกอย่างภายในร้านที่จะต้องซื้อเข้าร้านเพื่อใช้วันถัดไป และนำไปรายการไปให้เจ้าของร้านเพื่อให้ทราบว่าจะต้องซื้ออะไรบ้าง และเจ้าของร้านจะเป็นคนคำนวณเงินมาให้เพื่อนำไปซื้อของตามร้านต่าง ๆ ตอนเช้าตรู่ผมจะเป็นคนขับรถไปซื้อของ ตรวจสอบเช็ควัตถุดิบต่าง ๆ เพื่อให้ตรงตามคุณภาพที่ร้านเรากำหนด เมื่อซื้อของตามร้านต่าง ๆ เสร็จก็จะนำกลับมาเพื่อส่งต่อให้กับแผนกประกอบวัตถุดิบต่อไป ทุกครั้งหากเกิดปัญหา ก็จะปรึกษากับเจ้าของร้าน และแก้ไขทันที และผมจะเป็นฝ่ายรับผิดชอบเกี่ยวกับการซื้อวัตถุดิบ การเลือกวัตถุดิบทั้งหมด” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 1, 2561)

“ชอบพวกลูกชิ้นต่าง ๆ ที่อยู่ในเย็นตาโฟคะ รู้สึกว่ามันอร่อยเข้ากับน้ำเย็นตาโฟได้เป็นอย่างดีเลยคะ รสชาติของน้ำเย็นตาโฟที่นี้ก็แตกต่างจากที่อื่นคะ คือไม่ต้องปรุงมีรสชาติเผ็ดร้อน อร่อยลงตัวกับพวกลูกชิ้นที่อยู่ในชามคะ” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภคคนที่ 1, 2561)

“มาทานหลายครั้งแล้วครับ ชอบกุ้งทอดที่อยู่ในเย็นตาโฟ กินแล้วเข้ากันได้ดี รสชาติของน้ำเย็นตาโฟอร่อยครับ แม้จะเผ็ดไปหน่อยแต่ก็ชอบครับ เลิกงานก็มาประจำ ปกติจะสั่งเส้นใหญ่เย็นตาโฟทรงเครื่อง” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภคคนที่ 2, 2561)

“มาทานประจำครับ อร่อย รสชาติไม่เหมือนที่อื่น ที่สำคัญราคาไม่แพง มีกุ้งทอดด้วย ไข่เยอะ” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภคคนที่ 3, 2561)

“มาครั้งแรกค่ะ ผ่านมาเห็นคนเยอะ ร้านดูสะอาด นำรับประทานดีค่ะ วัตถุดิบ ดูสดใหม่สะอาดดี เลยลองเข้ามาทาน อร่อยดีค่ะ รสชาติดี กุ้ง ลูกชิ้นต่าง ๆ อร่อยลงตัวเข้ากับ น้ำเย็นตาโฟมากเลยคะ แบบไม่เผ็ดก็อร่อยอีกแบบคะ นี่ก็สั่งกลับไปฝากคนที่บ้านด้วยคะ มีโอกาสมาทานอีกแน่นอนคะ” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภคคนที่ 4, 2561)

“เลิกเรียนก็มาเลยคะพี่ มาทานกับเพื่อน ๆ บ่อยคะ ร้านนี้เค้าขายมานาน ไข่เยอะ กุ้งตัวใหญ่ รสชาติไม่เหมือนใคร บางทีก็มากับที่บ้านคะ ที่บ้านก็ชอบมาทานกันคะ ชอบเค้าทำหมูของร้านนี้คะ อร่อยคะ วันนี้สั่งบะหมี่เย็นตาโฟต้มยำคะ” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภค คนที่ 5, 2561)

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ พนักงาน และผู้บริโภคของร้านคุณติ่มเย็นตาโฟ ทรงเครื่องกุ้งทอดได้ให้ความสำคัญของวัตถุดิบเป็นอย่างยิ่ง ตั้งแต่ขั้นตอนเลือกสรรวัตถุดิบ เลือก ร้านค้าที่จัดจำหน่าย คุณภาพของวัตถุดิบ ความสดใหม่ที่ทางร้านให้ความสำคัญ รวมไปถึงรสชาติของ วัตถุดิบ จึงทำให้เป็นที่นิยมของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย

1.2 การบริการ

ผู้ประกอบการร้านคุณติ่มเย็นตาโฟทรงเครื่องได้ให้ความสำคัญ การบริการ ไว้ว่า การบริการที่ดีคือการทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และสบายใจมากที่สุด การบริการที่ใส่ใจและ เป็นกันเองกับลูกค้าทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการที่ร้านซ้ำ

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ พนักงาน และผู้บริโภค ร้านคุณติ่มเย็นตาโฟทรงเครื่องกุ้งทอดที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“ในการบริการเราจะให้พนักงานเป็นกันเอง และให้ความสำคัญกับลูกค้า มากที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่ลูกค้าที่เข้ามาบริโภคจะเป็นลูกค้าวัยทำงานเป็นหลัก การบริการ ที่ดีคือไม่แบ่งแยกชนชั้นของลูกค้า ไม่ว่าจะลูกค้าแต่ละคนที่เข้ามาบริโภคจะมีฐานะหรือไม่มีฐานะ ทางร้านก็จะให้พนักงานให้ความสำคัญทุกคนเท่าเทียมกันหมด เราจะใช้ความเป็นกันเองพูดคุย กับลูกค้า ทักทาย และสอบถามรสชาติที่ได้รับเพื่อเป็นการปรับปรุงในครั้งต่อไป การทำงาน

ช่วยกันเป็นทีมเป็นสิ่งที่ทำให้ลดปัญหาในการทำงานมากที่สุด แม้ว่าทางร้านเราจะจัดตำแหน่งของพนักงานอย่างชัดเจน แต่เมื่อเกิดปัญหาเฉพาะหน้าทุกคนก็สามารถช่วยเหลือหรือทำงานแทนกันได้” (สัมภาษณ์ คุณเพ็ญศรี และ คุณนิคม นักคู่, 2561)

“สำหรับหน้าที่รับลูกค้าดิฉันเป็นผู้รับมอบหมายหลักค่ะ เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้านดิฉันจะรีบเดินเข้าไปทักทายและสอบถามจำนวนลูกค้าที่เข้ามาให้บริการทันทีด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มสดใสค่ะ หลังจากทราบจำนวนลูกค้า ก็รีบหาโต๊ะให้ลูกค้า นำลูกค้าไปที่โต๊ะค่ะ เมื่อลูกค้านั่งเรียบร้อยแล้วสักพักดิฉันนำเมนูมาให้ลูกค้าพร้อมกับรจจรายการที่ลูกค้าสั่งเพื่อนำไปให้แผนกต่อไปค่ะ ในระหว่างที่ลูกค้ารอถวายเดี่ยวดิฉันก็รีบนำน้ำดื่มมาเสิร์ฟให้โดยน้ำดื่มนี้เป็นบริการฟรีจากร้านของเรา ซึ่งจะต่างจากร้านอื่นคือ หากมีน้ำบริการฟรีลูกค้าก็ต้องบริการตนเอง หรือบางร้านน้ำดื่มก็จะเสียเงินค่ะ เวลาในการรอถวายเดี่ยวไม่เกิน 10 นาที ก็จะมีพนักงานอีกท่านนำถวายเดี่ยวมาเสิร์ฟให้กับลูกค้าค่ะ” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 2, 2561)

“ในส่วนของการเสิร์ฟถวายเดี่ยวผมเป็นคนรับหน้าที่นี้ครับ เมื่อถวายเดี่ยวพร้อมเสิร์ฟผม จะนำมาเสิร์ฟให้กับลูกค้าบางครั้งก็จะช่วยรับลูกค้าหรือรับรายการของลูกค้าทางหน้าร้านด้วยครับ ทางร้านของเราจะเน้นย้ำให้พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส กระตือรือร้นในการทำงาน และใส่ใจลูกค้าทุกท่าน บางท่านที่เป็นลูกค้าประจำก็พูดคุยทักทายกันอย่างสนิทสนมเพื่อสร้างความเป็นกันเองและความผ่อนคลายให้กับลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เป็นลูกค้าประจำก็จะบอกว่าชอบทาน รสชาติอร่อย พนักงานตอนรับดี ทำงานเร็ว รอไม่นาน (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 3, 2561)

“ที่ร้านพนักงานบริการดีทุกคน ดูแล้วทุกคนตั้งใจทำงานมาก ใส่ใจลูกค้า แต่ก็ไม่จู้จี้จนเกินไป ผมว่าแบบนี้ดีนะ ดีกว่าทำเหมือนไม่สนใจลูกค้า บางร้านไม่สนใจลูกค้าเลย แบบนี้ก็ไม่ไหว” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภค 6, 2561)

“พนักงานตอนรับดีมากค่ะ ยิ่งว่าเวลารถติดหาที่จอดไม่ได้ พนักงานก็จะรีบเข้ามาให้บริการ สอบถามเป็นอย่างดี และช่วยจัดหาสถานที่ในการจอดรถให้ ถือเป็นความสะดวกสบายและใส่ใจลูกค้าอีกอย่างค่ะ” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภค 7, 2561)

“ทุกครั้งที่มา ส่วนใหญ่ผมจะมาร้านนี้กับแฟนประจำ พอมาที่นั่งที่โต๊ะ พนักงานก็จะรีบเข้ามาถามว่าจะรับอะไรดี แล้วก็รีบนำน้ำมาให้ ซึ่งต่างจากร้านอื่นที่ต้องบริการตนเอง

สำหรับร้านนี้จุดนี้ผมชอบมากครับ เหมือนเป็นการให้ความสำคัญกับลูกค้าอีกด้านหนึ่ง” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภค 8, 2561)

“หนูมาจอดซื้อหน้าร้านประจำค่ะ พี่ๆให้บริการดีมากค่ะ ไม่ต้องรอนาน รอสักครูก็ได้เลยคะ ที่นี่เค้ารสชาติอร่อย บริการดี ใส่ใจลูกค้าคะ ขนาดคนเยอะ ๆ ก็ยังคงแลดีคะ หนูมาบ่อยจนรู้จักกับพี่พนักงานที่ร้านคะ ะหวารอบบางครั้งพี่เค้าก็ชอบช่วยคุยเพื่อไม่ให้เราเบื่อในการรอคะ” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภค 9, 2561)

“ที่นี่เค้าเป็นการเองกับทุกคน ป้ามาประจำ ชอบมากินที่นี่เพราะของเค้าไม่เหมือนที่อื่น บางทีมาก็ได้เติม พวกเด็ก ๆ พนักงานก็รับหาโต๊ะให้ บางทีถ้าต้องรอป้าก็รอเพราะอยากกินจริง ๆ พนักงานเค้าก็จะรีบเอาเก้าอี้มาให้นั่งรอ ถ้าใกล้ถึงคิวเค้าก็จะมาถามว่าเราจะกินอะไรบ้างแล้วก็จัดไป พอได้โต๊ะสักครูก็เอาของมาเสิร์ฟ คือดูทุกคนให้ความสนใจกับลูกค้าดี ป้าชอบ” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภค 10, 2561)

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ พนักงาน และผู้บริโภคของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดได้ให้ความสำคัญกับเรื่องบริการเป็นอย่างมาก ตั้งแต่ตอนรับลูกค้าจนกระทั่งลูกค้ารับประทานเสร็จ การบริการเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ นอกจากรสชาติที่ดีแล้วการบริการก็เป็นอีกกลยุทธ์ที่ทำให้ร้านคุณติมมีลูกค้าอย่างต่อเนื่องเสมอมา

ตอนที่ 2 ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด

2. กลยุทธ์บุคลากร

2.1 การสรรหาและคัดเลือก

ผู้ประกอบการร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องได้ให้ความหมายการสรรหาและการคัดเลือกไว้ว่า การสรรหาและการคัดเลือกคือขั้นตอนสำคัญในการที่จะได้พนักงานที่ดีมา เพื่อเป็นพนักงานของทางร้าน ในการสรรหาคัดเลือกจะเลือกจากบุคคลที่ใกล้ชิดก่อน เพื่อให้การทำงานเป็นระบบครบครันมากที่สุด

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ และพนักงาน ร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามาเป็นพนักงานภายในร้าน สิ่งแรกที่เราจะเลือกคือคนในครอบครัว ญาติ และบุคคลทั่วไป สิ่งที่เราคำนึงถึงและตั้งจุดประสงค์ไว้คือการเป็นธุรกิจของครอบครัว เราจึงสอบถามคนในครอบครัวที่สนใจในการทำงานกับเพื่อต่อยอดธุรกิจในวันข้างหน้า” (สัมภาษณ์ คุณเพ็ญศรี และ คุณนิคม นักคุย, 2561)

“ผมเข้ามาทำงานเป็นพนักงานในร้านก็ด้วยการเชิญชวนมาทำงานร่วมกันจากเจ้าของร้านโดยตรง เพราะผมเป็นญาติของเจ้าของร้าน โดยมีข้อเสนอคือการทำงานระบบครอบครัว ทำงานเหมือนเป็นร้านของเราเอง ผมจึงตัดสินใจมาเป็นพนักงานของร้าน” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 4, 2561)

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ พนักงาน ของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสรรหาและคัดเลือกเป็นอย่างมาก เนื่องจากการจะรับพนักงานเข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของทางร้าน ก็เปรียบเสมือนการทำงานร่วมกับคนในครอบครัว และทำงานด้วยระบบครอบครัว ซึ่งการทำงานระบบครอบครัวทำให้พนักงานรักดีกับทางร้าน และอยู่นาน ทำให้ปัญหาต่าง ๆ ภายในร้านน้อยลง

2.2 การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร

ผู้ประกอบการร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องได้ให้ความสำคัญการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรไว้ว่า การจะทำให้พนักงานอยากทำงาน และมีความคิดไปในทิศทางเดียวกันกับเป้าหมายของทางร้าน จะต้องมีการอบรมเพื่อให้พนักงานได้ทราบเป้าหมายและแนวทางกลยุทธ์ของทางร้าน

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ และพนักงาน ร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“หลังจากที่ได้พนักงานที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว ทางร้านจะมีนโยบายอบรมเพื่อพัฒนา และแจ้งวิธีการดำเนินธุรกิจของทางร้าน โดยการจัดอบรมนี้เราจะดำเนินการก่อนการทำงาน และเมื่อทำงานไปสักระยะ ทางเราจะมีการจัดหาวันหยุดเพื่อไปเที่ยวพักผ่อนร่วมกันทุกคน โดยการไปเที่ยวนี้เปรียบเสมือนการละลายพฤติกรรมของพนักงาน ทำความรู้จักกัน

มากขึ้น ทำกิจกรรมหลาย ๆ อย่างร่วมกัน สิ่งเหล่านี้จะทำให้พนักงานผูกพันกันมากยิ่งขึ้น และทราบถึงเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของทางร้านชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทุกครั้งที่กลับจากการพักผ่อนร่วมกันพนักงานทุกคนจะกระตือรือร้น และมีความสุขในการทำงานมากขึ้น” (สัมภาษณ์ คุณเพ็ญศรี และ คุณนิคม นักคู่ย, 2561)

“การทำงานของร้านเราเป็นระบบครอบครัวค่ะ ทุกคนมีหน้าที่ของตัวเอง แต่เมื่อตำแหน่งไหนต้องการความช่วยเหลือเราก็สามารถช่วยและทำงานได้ทันที ก่อนที่จะเริ่มงานจะมีการแจ้งเกี่ยวกับการทำงานต่าง ๆ ภายในร้าน และทุกครั้งที่มีการจัดไปเที่ยวทำใหู้รู้สึกเหมือนได้ผ่อนคลายและสนิทกับทุกคนในร้านกันมากขึ้น” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 2, 2561)

“เวลาเกิดปัญหาหรือทำงานผิดพลาด เจ้าของร้านไม่เคยดุด่าต่อหน้าลูกค้า แต่จะมาตักเตือนเวลาเลิกงานเท่านั้น ที่ร้านของเรามีการหยุดพักผ่อนเพื่อไปเที่ยวด้วยกัน การไปเที่ยวด้วยกันแบบนี้เหมือนเป็นการอบรมไปในตัว เราทำงานเป็นเหมือนพี่น้องทำงานร่วมกัน สิ่งที่สำคัญในทุก ๆ วันการทำงานคือการประชุมแจ้งความผิดพลาดข้อบกพร่องในแต่ละวัน เพื่อเป็นการพัฒนาในวันต่อ ๆ ไป” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 3, 2561)

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ พนักงานของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างมาก เพราะเป็นการละลายพฤติกรรมของพนักงานให้อยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข สามารถทำงานร่วมกันได้ดี และทำให้พนักงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อที่จะพัฒนาและปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ภายในร้านให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของผู้ประกอบการ

2.3 ค่าตอบแทนและสวัสดิการ

ผู้ประกอบการร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับค่าตอบแทนและสวัสดิการไว้ว่า ค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะทุกคนทำงานก็หวังผลตอบแทน สวัสดิการเป็นสิ่งที่เราเสริมมา ทำให้เข้าตัดสินใจอยู่กับเรามากขึ้น

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ และพนักงาน ร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“ร้านเราเน้นเรื่องค่าตอบแทนและสวัสดิการสำคัญไม่แพ้อย่างอื่น เพราะค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นสิ่งที่พนักงานและเราทุกคนต้องการ รวมไปถึงจะทำให้การตัดสินใจในการอยู่ของพนักงานมีมากขึ้น ค่าตอบแทนของทางร้านเราจะราคาสูงกว่าที่อื่น ส่วนเรื่องสวัสดิการเราจะทำประกันสุขภาพให้กับพนักงาน มีโบนัสประจำปีให้ พาไปพักผ่อนตามสถานที่ต่าง ๆ เพียงเท่านี้พนักงานก็จะอยู่กับเรา และตั้งใจทำงานให้ตรงตามเป้าหมายของเรา อย่างช่วงเปิดร้านในตอนแรก เราตั้งเรทค่าตอบแทนไว้ไม่ได้มากมายนัก พอขายได้ 2 ปี เราก็กเพิ่มค่าตอบแทนขึ้น” (สัมภาษณ์ คุณเพ็ญศรี และ คุณนิคม นักคุย, 2561)

“ค่าตอบแทนดีกว่าที่อื่นค่ะ เจ้าของร้านใจดีเป็นกันเอง อยู่มา 2 ปี แล้วค่ะ สวัสดิการก็ดีค่ะ ที่อื่นค่าตอบแทนน้อยสวัสดิการก็ไม่มี” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 1, 2561)

“ก็ไม่คิดจะไปไหนครับ อยู่ที่นี่ดีแล้ว เจ้าของร้านใจดี ชอบช่วยเหลือ บางวันก็ให้เอาก๋วยเตี๋ยวกลับไปกินที่บ้านได้ เวลาไปเที่ยวก็ให้ช่วยภรรยาจับลูกมาได้ ส่วนค่าใช้จ่ายเจ้าของร้านก็ออกให้หมด ค่าตอบแทนมากสุดในบรรดาร้านก๋วยเตี๋ยวเลยครับ ที่สำคัญทำงานแล้วมีความสุขอยู่แล้วสบายใจครับ” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 4, 2561)

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ พนักงานของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด ได้ให้ความสำคัญเรื่องค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นอย่างมาก ค่าตอบแทนที่แตกต่างจากที่อื่น สวัสดิการที่เพิ่มเข้ามาทำให้พนักงานเลือกที่จะทำงานอย่างตั้งใจ และไปในทิศทางเดียวกันกับที่เจ้าของกิจการหวังไว้

ตอนที่ 3 ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ด้านราคาในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโพ

ทรงเครื่องกึ่งทอด

3. กลยุทธ์ด้านราคา

3.1 ราคาและการตั้งราคา

ผู้ประกอบการร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดได้ให้ความสำคัญกลยุทธ์ด้านราคาไว้ว่า การกำหนดราคาเป็นสิ่งสำคัญมาเป็นอันดับต้นๆ สำหรับการดำเนินธุรกิจ เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้ากล้าตัดสินใจเข้ามาบริโภค และยังถือว่าเป็นการสร้างความได้เปรียบในแข่งขันทางธุรกิจกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีกิจการคล้ายกัน

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้า ร้านคุณ ตีมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“ในการตั้งราคาเรากำหนดให้ราคาเท่ากับร้านอื่น ๆ แต่เราให้คุณภาพและ ปริมาณวัตถุดิบที่มากกว่า สร้างความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด ราคาที่ตั้งเป็นราคาที่สมเหตุสมผล ต่อผู้บริโภค เรานั่นขายปริมาณมาก จึงทำให้กิจการดำรงอยู่ได้ และทำให้ร้านเป็นที่นิยมต่อ ผู้บริโภค” (สัมภาษณ์ คุณเพ็ญศรี และ คุณนิคม นักคุย, 2561)

“เจ้าของร้านกำหนดราคาไม่แพง เน้นให้เราทุกคนอยู่ได้ ไม่เอาเปรียบลูกค้า” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 1, 2561)

“ร้านเรามีลูกค้าเข้ามาเยอะค่ะ ลูกค้าประจำก็เยอะ เคยถามลูกค้าว่าทำไมถึง ชอบมาทานที่ร้านบ่อย ๆ ลูกค้าบอกว่า ให้เยอะ อร่อย ที่สำคัญราคาไม่แพง” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 2, 2561)

“มาอุดหนุนประจำครับ พี่เค้าขายราคาไม่แพง ราคาเท่ากับร้านอื่น ๆ แต่ให้ของ มากกว่า ราคาเหมาะสม เกินคุ้มครับ” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภค 4, 2561)

“มากินซามจั้มโบ้ประจำ ราคา 60บาท ได้กึ่งแม่น้ำตัวใหญ่ กึ่งทอด ของเพียบ คุ้มมากซามเดียวกินคนเดียวเกือบไม่หมด พี่ว่าคุ้มมาก ๆ นะ ราคาไม่แพงเลย” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภค 5, 2561)

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้าของร้านคุณ ตีมเย็นตาโพ ทรงเครื่องกึ่งทอดได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านราคาเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากการการตั้งราคา ที่ สมเหตุสมผล เป็นการไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และยังเป็นข้อได้เปรียบกับการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นการ สร้างฐานธุรกิจเพื่อดำเนินกิจการในระยะยาวอีกด้วย

3.2 ต้นทุนทางวัตถุดิบ

ผู้ประกอบการร้านคุณ ตีมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ ต้นทุนทางวัตถุดิบไว้ว่า วัตถุดิบที่ดี ที่ได้มาตรฐาน คือวัตถุดิบที่เราสามารถรู้แหล่งที่มาที่ไปของวัตถุดิบ เหล่านั้นได้ และเป็นวัตถุดิบที่เราสามารถควบคุมการผลิต กำหนดต้นทุนได้เอง ทำให้เป็นอีกหนึ่ง กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้า ร้านคุณ ตีมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“วัตถุดิบที่สำคัญเราก็คือกุ้ง เรามีบ่อกุ้งเป็นของเราเอง เราเลยได้เปรียบทางด้าน ต้นทุน เพราะกุ้งถือว่าเป็นวัตถุดิบราคาสูงพอสมควร เนื่องจากร้านเราใช้ปริมาณที่มาก ใช้ทั้ง กุ้งขาวและกุ้งก้ามกราม ซึ่งเรามีของเราเองทั้งหมด ประหยัดต้นทุน ความคุมการผลิตได้ ซึ่งไม่มีเจ้าไหนนำกุ้งมาใช้เหมือนเรา และขายไม่แพง” (สัมภาษณ์ คุณเพ็ญศรี และ คุณนิคม นักคุย, 2561)

“เจ้าเค้ามีบ่อกุ้งเป็นของตัวเอง ไม่ต้องไปซื้อกับพ่อค้าคนกลาง เพราะราคากุ้ง ตามตลาดจะแพงมาก เจ้าก็จะได้ราคาต้นทุนเลย ทำให้ร้านเราได้เปรียบกว่าร้านอื่น ๆ” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 3, 2561)

“ถูกใจกุ้งมาก ทั้งกุ้งทอดและกุ้งก้ามกราม ชามจำโบใส่กุ้งก้ามกรามให้1ตัว และ พิเศษของอื่น ๆ อีก ชามใหญ่มาก ราคาแค่ 60 บาท ยังไม่เห็นมีร้านไหนขายเหมือนร้านนี้เลย” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภค 6, 2561)

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้าของร้านคุณ ตีมเย็นตาโพ ทรงเครื่องกึ่งทอดได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านต้นทุนทางวัตถุดิบพอสมควร เพราะเป็นข้อได้เปรียบ ของทางร้านที่ทำให้คู่แข่งไม่สามารถสู้ได้ และยังทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจในราคาที่จ่ายไป เมื่อ ได้รับคุณภาพของวัตถุดิบที่ได้ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป ยังทำให้กิจการได้วัตถุดิบที่มี คุณภาพ ทำให้ประหยัดต้นทุนและยังสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายของกิจการได้

ตอนที่ 4. ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณ ตีมเย็นตาโพ ทรงเครื่องกึ่งทอด

4. กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้ง

ผู้ประกอบการร้านคุณ ตีมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดได้ให้ความหมายกลยุทธ์ทำเล ที่ตั้งไว้ว่าทำเลที่ตั้งที่ดีต้องอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกสบายในการใช้สอย ผู้คนพลัดเปลี่ยนหมุนเวียนไป

มา มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รองรับ ใกล้แหล่งวัตถุดิบ เพื่อลดปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจ ทำให้กิจการดำเนินไปได้อย่างราบรื่น

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้า ร้านคุณติ่มเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นนี้ ได้แก่

“ร้านของเราอยู่แหล่งชุมชน เรียกว่าอยู่ใจกลางตลาดเลยก็ว่าได้ เป็นเส้นธุรกิจ มีโรงพยาบาล และคลินิกมากมาย ใกล้ๆกันนี้ก็โรงเรียน และโรงงานต่าง ๆ ทำให้มีผู้บริโภคมากหน้าหลายตาผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปมา โดยไม่ต้องรอลูกค้าเพียงแค่งุ่มเดียว ใกล้แหล่งวัตถุดิบที่จัดจำหน่ายในตลาด ใกล้ท่ารถทำให้สะดวกในการขนส่งและการเดินทาง ช่วยลดปัญหาและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในร้านได้เป็นอย่างมาก” (สัมภาษณ์ คุณเพ็ญศรี และ คุณนิคม นักคุย, 2561)

“ร้านเราอยู่ในตลาด ง่ายแก่การมองเห็น เมื่อต้องการวัตถุดิบเพิ่มเติมก็สามารถเข้าไปซื้อในตลาดได้ทันที ง่ายแก่การขนส่ง สะดวกเวลามาทำงาน ลูกค้าหลากหลาย” (สัมภาษณ์ พนักงานคนที่ 4, 2561)

“ร้านหาง่าย เด่นชัด การเดินทางมาร้านก็ง่าย บางครั้งตั้งใจมาหาห่มไม่ได้ ตั้งใจมากินก๋วยเตี๋ยวพอเห็นร้านก็ทำให้อยากกิน ระหว่างรอก็เข้ามากินก๋วยเตี๋ยว สะดวกดี” (สัมภาษณ์ ผู้บริโภค 7, 2561)

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้าของร้านคุณติ่มเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านทำเลที่ตั้งเป็นอย่างมาก เพราะทำให้ลูกค้าสะดวกในการเดินทาง และยังเป็นข้อได้เปรียบของทางกิจการในการลดปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นหากเลือกทำเลที่ตั้งไม่ดี การเลือกทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก แม้ราคาทำเลที่ตั้งที่ดีจะสูงกว่าทำเลที่ตั้งทั่ว ๆ ไป ก็คุ้มในการลงทุนระยะยาว เพราะทำให้กิจการได้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สะดวกในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น การจัดซื้อวัตถุดิบ การขนส่งวัตถุดิบ การเดินทางของลูกค้า และการเดินทางมาทำงานของพนักงานภายในร้าน ทำให้กิจการประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ด้วยแนวคำถามการวิจัยที่มีรายละเอียดของคำถามเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด รวมถึงกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาการจัดการด้านรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงพัฒนาศักยภาพ และเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. รูปแบบและกลยุทธ์วัตถุดิบและการบริการการดำเนินธุรกิจร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด
2. รูปแบบและกลยุทธ์การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด
3. รูปแบบและกลยุทธ์ด้านราคาในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด
4. รูปแบบและกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด

สรุปผลการวิจัย

1. รูปแบบและกลยุทธ์วัตถุดิบและการบริการการดำเนินธุรกิจร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกุ้งทอด

กลยุทธ์วัตถุดิบและการบริการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ พนักงาน และผู้บริโภคร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกุ้งทอดได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของการบริการเป็นอย่างมาก ตั้งแต่ตอนรับลูกค้าจนกระทั่งลูกค้ารับประทานเสร็จ การบริการเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ นอกจากรสชาติที่ดีแล้ว การบริการก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ทำให้ร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกุ้งทอดมีลูกค้าอย่างต่อเนื่องเสมอมา โดยแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1.1 วัตถุดิบ พบว่าวัตถุดิบคือสิ่งที่ใส่ลงไปในการอาหารเพื่อรับประทาน ดังนั้นวัตถุดิบที่ดีจึงมีความสำคัญมากที่สุดในการประกอบธุรกิจร้านขายก๋วยเตี๋ยว วัตถุดิบที่ดี ต้องมีประโยชน์ต่อผู้บริโภค มีคุณภาพที่ได้มาตรฐาน รสชาติอร่อย ถูกสุขอนามัย

1.2 การบริการ พบว่าเป็นการทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และสบายใจมากที่สุด การบริการที่ใส่ใจและเป็นกันเองกับลูกค้าทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการที่ร้านซ้ำ

2. รูปแบบและกลยุทธ์การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกุ้งทอด

กลยุทธ์บุคลากร

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ พนักงานของร้านคุณติมเย็นตาโฟทรงเครื่องกุ้งทอดได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างมาก เพราะเป็นการละลายพฤติกรรมของพนักงานให้อยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข สามารถทำงานร่วมกันได้ดี และทำให้พนักงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อที่จะพัฒนาและปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ภายในร้านให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของผู้ประกอบการ โดยแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

2.1 การสรรหาและการคัดเลือก พบว่าการสรรหาและการคัดเลือกคือขั้นตอนสำคัญในการที่จะได้พนักงานที่ดีมา เพื่อเป็นพนักงานของทางร้าน โดยการสรรหาคัดเลือกจะเลือกจากบุคคลที่ใกล้ชิดก่อน เพื่อให้การทำงานเป็นระบบครบครันมากที่สุด

2.2 การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร พบว่าเป็นการละลายพฤติกรรมของพนักงานให้อยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข และสงบสุข สามารถทำงานร่วมกันได้ดี ทำให้พนักงานเป็นอันหนึ่ง

อันเดียวกัน เพื่อที่จะพัฒนาและปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ภายในร้านให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของผู้ประกอบการ

2.3 ค่าตอบแทนและสวัสดิการ พบว่าค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เนื่องจากค่าตอบแทนที่แตกต่างจากที่อื่น สวัสดิการที่เพิ่มเข้ามาทำให้พนักงานเลือกที่จะทำงานอย่างตั้งใจ และมีทัศนคติไปในทิศทางเดียวกันกับที่เจ้าของกิจการหวังไว้

3. รูปแบบและกลยุทธ์ด้านราคาในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่อง กุ้งทอด

กลยุทธ์ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า การกำหนดราคาเป็นสิ่งที่สำคัญ สำหรับการดำเนินธุรกิจ เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเข้ามาบริโภค และยังถือว่าเป็นการสร้างรายได้เปรียบในแข่งขันทางธุรกิจกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีกิจการคล้ายกัน โดยแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

3.1 ราคาและการตั้งราคา พบว่าการตั้งราคาที่เหมาะสมผล เป็นการไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และยังเป็นข้อได้เปรียบกับการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นการสร้างฐานธุรกิจเพื่อดำเนินกิจการในระยะยาวอีกด้วย

3.2 ต้นทุนทางวัตถุดิบ พบว่าต้นทุนทางวัตถุดิบที่ดี ที่ได้มาตรฐาน คือวัตถุดิบที่เราสามารถรู้แหล่งที่มาที่ไปของวัตถุดิบเหล่านั้นได้ และเป็นวัตถุดิบที่เราสามารถควบคุมการผลิต กำหนดต้นทุนได้เอง ทำให้เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

4. รูปแบบและกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจของร้านคุณติมเย็นตาโพทรงเครื่อง กุ้งทอด

กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้ง

จากการศึกษาพบว่า ทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เพราะทำให้ลูกค้าสะดวกในการเดินทาง และยังเป็นข้อได้เปรียบของทางกิจการในการลดปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นหากเลือกทำเลที่ตั้งไม่ดี การเลือกทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก แม้ราคาทำเลที่ตั้งที่ดีจะสูงกว่าทำเลที่ตั้งทั่ว ๆ ไป ก็คุ้มในการลงทุนระยะยาว เพราะทำให้กิจการได้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สะดวกในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่นการจัดซื้อวัตถุดิบ การขนส่งวัตถุดิบ การเดินทางของลูกค้า และการเดินทางมาทำงานของพนักงานภายในร้าน ทำให้กิจการประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้

การอภิปรายผล

1. รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจร้านคุณติมเอ็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด

จากการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการร้านคุณติมเอ็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดประกอบกิจการรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียวซึ่งต้องอาศัยอำนาจการตัดสินใจเพียงคนเดียว เพื่อความคล่องตัวทันต่อสถานการณ์ การแข่งขันจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา บุตรพันธ์ (2557) อ้างถึง Ferrel Hirt (2005:85) ได้กล่าวว่า กิจการเจ้าของคนเดียวมีข้อดีในการก่อตั้งง่าย และมีต้นทุนต่ำ อีกทั้งยังมีการยืดหยุ่นสูง กำไรทั้งหมดที่ได้เป็นของเจ้าของเพียงผู้เดียว ซึ่งธุรกิจร้านคุณติมเอ็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดจำเป็นต้องมีกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ เริ่มจากการวางแผน แนวทางของกิจการ เลือกทำเล กำหนดกลุ่มเป้าหมาย เลือกประเภทสินค้า กำหนดปริมาณสินค้าคงคลังให้เหมาะสม สิ่งเหล่านี้เป็นจุดเริ่มต้นของรูปแบบในการดำเนินธุรกิจที่ดี รวมไปถึงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่จำเป็นที่จะต้องมียังยั้ง เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นซึ่งผู้ประกอบการร้านคุณติมเอ็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับ กลยุทธ์วัตถุดิบและการบริการ กลยุทธ์การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากร กลยุทธ์ด้านราคา รวมไปถึงกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้ง สิ่งเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญทั้งสิ้นทำให้สร้างความได้เปรียบทางธุรกิจด้านการแข่งขันกับคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน และยังทำให้ธุรกิจบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้อีกด้วย

2. ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินธุรกิจของร้านเอ็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด

จากการศึกษา พบว่าแม้ว่าผู้ประกอบการร้านคุณติมเอ็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอดจะมีรูปแบบและกลยุทธ์ที่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ แต่ก็ยังประสบพบเจอกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจเสมอมา นั่นคือการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ที่ยังเป็นปัญหาหลักที่สำคัญที่สุด เนื่องจาก ผู้บริโภค รายใหม่ ๆ ยังไม่ค่อยกล้าตัดสินใจเข้ามาบริโภคเท่าที่ควรนัก เนื่องจากผู้บริโภค รายใหม่ส่วนใหญ่จะวิตกกังวลในเรื่องการตัดสินใจการเลือกรับประทาน เพราะสภาพแวดล้อมของร้านคุณติมเอ็นตาโพทรงเครื่องมีธุรกิจที่คล้ายกันหลากหลายจึงทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้เวลาในการตัดสินใจพอสมควรโดยทางผู้ประกอบการได้นำกลยุทธ์ด้านการบริการเข้ามาช่วย โดยให้พนักงานเชื้อเชิญลูกค้า พูดคุย ทักทาย และช่วยแนะนำสินค้ากับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานที่ดีมีความกระตือรือร้น เข้าใจปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งจากการศึกษาผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ของการบริการ ด้วยวิธีชนะใจลูกค้าด้วยการบริการ มาเป็นกลยุทธ์ในการ

ดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธดนัย อ่องสกุล (2551) กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภค ได้ให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ พนักงานที่ให้บริการ มีอัธยาศัยดี ให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ

ประโยชน์จากการวิจัย

จากการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณดีมเย็นตาโพ ทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เช่น รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านคุณดีมเย็นตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด ทำให้ทราบแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริหารงาน การบริการของการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม รวมถึงปัญหาและอุปสรรค แนวทางการแก้ไขของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างวัตถุประสงค์และแนวคิดในการศึกษาวิจัย เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครบถ้วนรอบด้านในทุกประเด็น เพื่อให้งานวิจัยมีคุณภาพน่าเชื่อถือ จากผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนะประโยชน์เชิงการจัดการธุรกิจและประโยชน์เชิงทฤษฎี ดังนี้

1. ประโยชน์เชิงการจัดการธุรกิจ

1.1 ผลการวิจัย พบว่า กว๊วยเดี่ยวในปัจจุบันได้รับความนิยมในการบริโภคมากขึ้น ทำให้มีการแข่งขันทางด้านราคากันมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีกลยุทธ์ในการกำหนดราคาหรือจัดหาวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพเหนือคู่แข่งขึ้น เพื่อสร้างข้อได้เปรียบและความแตกต่างให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

1.2 ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการบุคลากรของกิจการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเมื่อเข้ามาใช้บริการ และยังสามารถช่วยลดปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในการทำงานได้อีกด้วย

1.3 ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เพื่อการรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจ

1.4 ผู้ประกอบการเล็งเห็นความสำคัญของปัญหา ข้อบกพร่อง และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น เนื่องจากการศึกษางานวิจัยทำให้ผู้ประกอบการรับรู้ถึงประสิทธิภาพของ

การจัดการปัญหาต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น และยังช่วย ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ

2. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

2.1 จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง อาทิ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกซื้อ ก๋วยเตี๋ยว แนวคิดการบริหารจัดการ สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ และแนวคิด รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติ่มเย็นตาไฟทรงเครื่องกึ่งทอด ทำให้ผู้วิจัย สามารถนำมาสร้างวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย และขอบเขตในการศึกษาการวิจัย เพื่อให้ได้ผล การศึกษาที่ครบถ้วน รอบด้านทุกประเด็นปัญหา และทำให้งานวิจัยมีคุณภาพ น่าเชื่อถือจาก ผลการศึกษาครั้งนี้

2.2 ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่ารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญต่อ การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านคุณติ่มเย็นตาไฟทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัด ราชบุรี การสร้างทฤษฎีในการวิจัยครั้งนี้ จึงสามารถเป็นตัวอย่างเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการ ต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

1. ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเพียงรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของ ผู้ประกอบการร้านคุณติ่มเย็นตาไฟทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีเท่านั้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งถัดไปควรมีการศึกษาจัดการด้านรูปแบบและกลยุทธ์เกี่ยวกับร้านก๋วยเตี๋ยวหรือ ร้านอาหารในพื้นที่อื่น ๆ ด้วย

2. ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเพียงรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของ ผู้ประกอบการร้านคุณติ่มเย็นตาไฟทรงเครื่องกึ่งทอด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ดังนั้นในการวิจัย ครั้งถัดไปควรศึกษาวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของธุรกิจ เพื่อการสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน ในภาคธุรกิจเดียวกัน

3. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อมุ่งศึกษาผู้ประกอบการร้านคุณติ่ม เย็นตาไฟทรงเครื่องกึ่งทอด ซึ่งได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้า ข้อมูลที่ได้จากงานวิจัย ครั้งนี้ จึงเป็นข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ศึกษาหรือนำไปใช้ประโยชน์ต่อ ควรศึกษาในงานวิจัยเชิงปริมาณในกลุ่มประชากรที่เพิ่มขึ้น

4. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าวัตถุดิบที่ใช้บางชนิดไม่สามารถควบคุมราคาได้ ทางผู้ประกอบการอาจมีการวางแผนหลักการตลาด แบบ 7P's มาใช้ในการสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน ด้วยปัจจัยทางด้านการตลาด 7 ปัจจัย คือ สินค้าและบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) ความรู้และความสามารถ ความน่าเชื่อถือของบุคลากร (People) สิ่งที่น่าเชื่อถือต่อสายตาลูกค้า (Physical Evidence) กระบวนการในการจัดการด้านการบริการ (Process) โดยผู้ประกอบการอาจมีการปรับเปลี่ยนตัววัตถุดิบหรือเพิ่มยอดขายให้มากขึ้นเพื่อจะได้ซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่มากขึ้นและราคาวัตถุดิบลดลง เพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจมากขึ้น



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กมล รัตนวิระกุล. (2549). **การจัดการยุคใหม่ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท แอดวานซ์ โฮลปีตาลีตี คอนซัลแตนท์ จำกัด.
- จรรยา โกสีย์ไกรนิรมล. (2543). **การประกอบการ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แม็ค.
- จิตติมา บุครพันธุ์. (2557). “การจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานการผลิต ก๋วยเตี๋ยวเส้นสดในจังหวัดนครปฐม.” วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2552). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2548). **การตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- โชติภา โอบาสาณนท์. (2549). **คู่มือสำหรับนักลงทุนก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการ**. กรุงเทพมหานคร.
- ณัฐพงษ์ บุญกว้าง. (2555). “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า ร้านณัฐพงษ์ ท่าวังทอง.” วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). **พฤติกรรมผู้บริโภคในองค์กร**. กรุงเทพมหานคร: เจริญพัฒน์.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2552). **ธุรกิจขายก๋วยเตี๋ยวแก๊ง**. เข้าถึงเมื่อ 20 มิถุนายน. เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/economy>.
- พัชสิริ ชมพู่คำ. (2552). **องค์กรและการจัดการ**. กรุงเทพมหานคร: แมคกรอ-ฮิล.
- พุทธชาติ อินทร์บำรุง. (2553). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายใน ตลาดนัดธนบุรี.” วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. (2552). **การบวนการจัดการเชิงธุรกิจ**. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม.
- วิภาดา คุปตานนท์. (2551). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กรเทคนิคการจัดการสมัยใหม่**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ส.เจริญการพิมพ์.

วิภาดา เนียมรักษา. (2558). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำอัมพวา.” วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การบริหารการค้าปลีก**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสาร.

สมยศ นาวิการ. (2551). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.

เสวี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: Diamond in business word.

ยุทธดนัย อ่องสกุล. (2551). “พฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารจานด่วนของผู้บริโภค ตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต.” วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภาษาต่างประเทศ

Bartol, K.M. and Martin, D.C. (1991). **Management**. New York: McGraw-Hill, Inc.

Ferrell and Hirl. (2548). **ธุรกิจเบื้องต้น (แปลและเรียบเรียงโดย พรพรหม พรหมเพศ)**. กรุงเทพมหานคร: ทิออป.

Kotler, Philip. (1997). **Marketing Management**. 9th ed. New Jersey: Prentice Hall.

Robbins, S.P. and M. Coulter. (2007). **Management**. New Jersey: Prentice Hall.



ภาคผนวก



แนวทางการสัมภาษณ์

รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษาร้านคุณติ่มเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด
อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

ประเด็นคำถามแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านคุณติ่มเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด

1. ข้อมูลทั่วไปผู้ประกอบการ

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา

2. ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

- ลักษณะของธุรกิจ
- ระยะเวลาดำเนินการ
- ขนาดธุรกิจ
- ทำเลที่ตั้ง
- การบริหารจัดการภายในร้าน
- มาตรฐานหรือคุณภาพของวัตถุดิบ
- การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

3. ผลกระทบของร้านที่ได้รับหลังจากมีการขยายตัวของร้านขายอาหารประเภทเดียวกันในเขตพื้นที่

ใกล้เคียง

- ผลกระทบทางด้านยอดขาย
- ผลกระทบทางด้านกำไร
- ผลกระทบทางด้านปริมาณลูกค้า
- กลยุทธ์ด้านการแข่งขัน

ประเด็นคำถามแบบสัมภาษณ์พนักงานภายในร้านคุณติ่มเขินตาโพทรงเครื่องกึ่งทอด

1. ข้อมูลทั่วไปพนักงานภายในร้าน

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา
- ระยะเวลาในการทำงาน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการของพนักงานภายในร้าน

- การฝึกอบรม และการจูงใจ
- การให้รางวัล
- ความรับผิดชอบ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ

- การต้อนรับ
- การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น
- การให้บริการความต้องการ
- การชำระเงิน



ประเด็นคำถามแบบสัมภาษณ์ผู้บริกร้านคุณต้มเย็นตาโฟทรงเครื่องกึ่งทอด

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

- เพศ
- อายุ
- อาชีพ

2. ทำศนคติของผู้บริโภค

- การเป็นลูกค้าประจำ
- การโฆษณาร้านค้า
- ผู้บริโภคมาจากอำเภอหรือจังหวัดใด
- เหตุใดถึงเลือกรับประทาน
- การบริการของทางร้าน
- ความคุ้มค่าและความเหมาะสมของราคาและวัตถุดิบที่ได้รับ
- การซื้อซ้ำ
- การจัดโปรโมชั่นของทางร้าน
- ข้อควรปรับปรุง



ประวัติผู้เขียน

| | |
|-------------------|--|
| ชื่อ-สกุล | นางสาวนิศารัตน์ นัคคุ้ย |
| วัน เดือน ปี เกิด | 19 มกราคม 2534 |
| สถานที่เกิด | จังหวัดราชบุรี |
| วุฒิการศึกษา | พ.ศ. 2556 สำเร็จการศึกษาปริญญาครุศาสตรบัณฑิต คณะครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา พ.ศ. 2559 ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| ที่อยู่ปัจจุบัน | 38 หมู่ 4 ตำบลโพหัก อำเภอบางแพะ จังหวัดราชบุรี 70160 |

