

การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร
ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

Development of the Management of the Restaurant Business
in Salaya Community, Budhamonthon, Nakorn Prathom Province

สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์
Sudarat Pimonrattanakan

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ค้นหาความต้องการการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารของผู้ประกอบการ ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม (2) เพื่อวิเคราะห์และสร้างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค และ (3) เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร และนำรูปแบบถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติ โดยอาศัยระเบียบวิธีวิจัย 2 วิธี ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑลจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 ราย ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์และการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 สำหรับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเขตตำบลศาลายา จำนวน 68 ราย โดยเจ้าของธุรกิจได้ให้ความคิดเห็นว่าเป็นปัจจุบันนี้ การแข่งขันธุรกิจร้านอาหารที่สูงขึ้น ซึ่งคู่แข่งส่วนใหญ่จะทำลดราคาสินค้า โดยทางร้านใช้กลยุทธ์ทางการตลาดคือการมีส่วนลดให้ลูกค้า และใช้กลยุทธ์ด้าน Social Media

คำสำคัญ: การพัฒนา, รูปแบบการบริหารจัดการ, ธุรกิจร้านอาหาร

Abstract

This research aims to (1) develop a model for the management of the restaurant business entrepreneurs in Salaya community, Budhamonthon, Nakorn Prathom Province. (2) analyze the business management model of restaurants to meet the needs of enterprises and consumers in Salaya Budhamonthon, Nakhon Prathom Province. (3) develop a model for managing the restaurant business. The broadcast model into practice in Salaya Budhamonthon, Nakhon Pathom Province. The research methodology is based on two methods of quantitative research and qualitative research. The sample used in this research is quantitative. The sample population consisted of 400 residents of the population living in Salata Budhamonthan, Nakhon Prathom Province who received services at the restaurant. . The result of this research found that; analyze and model business management restaurants to meet the needs of enterprises

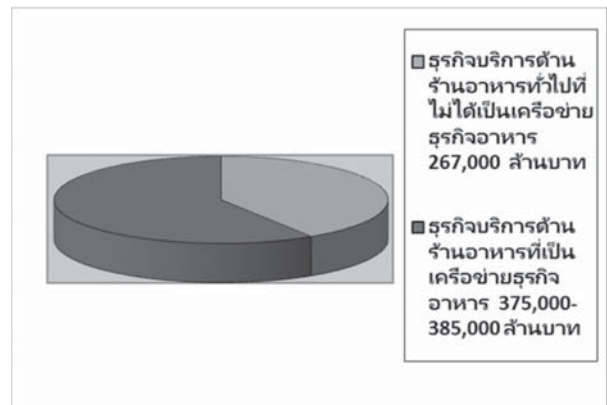
and consumers is 3.65. The quality research used in-depth interviews from 86 restaurant entrepreneurs in Salaya community. They all said that the restaurant business is highly competitive. Restaurants always use discounts and social media promotion strategies.

Keywords: development, management, restaurant business



บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องปรับตัวและคิดค้นกลยุทธ์ และการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร เพื่อการขยายฐานลูกค้าไปในวงกว้าง รวมถึงการดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการซ้ำควบคู่กันไป ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องปรับตัวโดยคำนึงถึงคุณภาพและความคุ้มค่า การสร้างนวัตกรรม การรักษามาตรฐานลูกค้า การซื้อกิจการหรือซื้อแบรนด์ใหม่ การปรับองค์กรให้กระชับขึ้น ดังเช่นธุรกิจร้านอาหารแบบ Chain Restaurant มีการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ เช่นร้านอาหารยังคงเป็นกลุ่มธุรกิจร้านอาหารที่เติบโตอย่างโดดเด่นกว่าการเติบโตของมูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารโดยรวม เช่นร้านอาหารสัญชาติเอเชียยังคงเติบโตโดยเฉพาะร้านอาหารประเภทร้านไก่และเบอร์เกอร์ สุกี้ชาบูอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารปิ้งย่างร้านอาหารไทย และร้านอาหารประเภทอื่น ๆ ซึ่งเป็นตลาดร้านอาหารที่เป็นเครือข่ายธุรกิจอาหารที่มีแนวโน้มเติบโตจะมีมูลค่าตลาดที่สูงขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนไทย จากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารรายเดิมในตลาดยังคงขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง แนวโน้มการซื้อแบรนด์ร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จจากต่างประเทศเพื่อนำเสนอสู่คนไทย อีกทั้งยังมีการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารรายใหม่เพื่อรองรับความต้องการการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนไทย ส่งผลให้ ในปี พ.ศ. 2558 เช่นร้านอาหารจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 108,000 – 110,000 ล้านบาท เติบโตอยู่ในกรอบร้อยละ 6.9 – 8.9 จากในปี 2557 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) โดยการเติบโตของมูลค่าตลาดร้านอาหารในปี 2558 ดังกล่าว มูลค่าตลาดธุรกิจบริการเกี่ยวกับอาหารปี 2558



ภาพ 1 แสดงมูลค่าตลาดธุรกิจบริการเกี่ยวกับอาหารปี 2558 ที่มา. จาก ธุรกิจร้านอาหารปี 2558, โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558, ค้นจาก <http://www.kasikorncesearch.com/portal/site/KResearch/rsh>

ในปี พ.ศ. 2558 ต้นทุนในการขยายสาขาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดกลยุทธ์การขยายสาขาของเช่นร้านอาหารเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งกลยุทธ์การขยายสาขาของเช่นร้านอาหารจะให้ความสำคัญกับการคัดเลือกทำเลที่ตั้งจะขยายสาขามากขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง โดยต้องเป็นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่ รวมถึงยังให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปแบบอาหารที่แปลกใหม่และสอดคล้องกับรูปแบบการรับประทานอาหารนอกบ้านของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อให้การลงทุนขยายธุรกิจร้านอาหารเป็นไปอย่างคุ้มค่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่จะกำหนดกลยุทธ์การขยาย โดยนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบการจัดโปรโมชั่น การรับส่วนลด ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้ารอที่จะเลือกรับประทานอาหารเฉพาะในช่วงการจัดโปรโมชั่นในรูปแบบส่วนลดเท่านั้น ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารควรมีทางเลือกในการนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบอื่น

นอกเหนือจากกลยุทธ์รสชาติอาหาร ความแตกต่างความหลายหลายของอาหาร การบริการและการตกแต่งร้าน และเนื่องจากเป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายในการรับประทาน อาหารของคนไทยต่อคนต่อครั้งปรับตัวสูงขึ้น จากการกระตุ้นการรับประทานอาหารเพิ่มขึ้นโดยผู้ประกอบการ ธุรกิจเช่นร้านอาหารแล้วส่วนหนึ่งยังเป็นผลมาจากการปรับตัวสูงขึ้นของต้นทุนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ในระดับที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำเป็นต้องปรับราคาอาหารให้สูงขึ้นตามไปด้วย ทำให้ลูกค้าที่เลือกรับประทานอาหารเฉพาะในช่วงการจัดโปรโมชั่นในรูปแบบส่วนลดเท่านั้น ความจำเป็นที่ต้องทำวิจัย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วเบื้องต้นจะเห็นได้ว่าตำบลศาลา อำเภอพุทธรณเขต จังหวัดนครปฐม เป็นชุมชนหนึ่งที่มี ธุรกิจร้านอาหาร แต่ยังคงต้นแบบธุรกิจร้านอาหารที่มีคุณภาพ อีกทั้งการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร ผู้วิจัย จึงเกิดแนวคิดในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในตำบลศาลา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเป็นต้นแบบร้านอาหารที่โดดเด่น และมีมูลค่าตลาดธุรกิจบริการเกี่ยวกับอาหารที่เติบโตขึ้น ดังนั้นงานวิจัย การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร จึงเป็นโครงการวิจัย ในการที่จะสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปในตำบลศาลา อำเภอพุทธรณเขต จังหวัดนครปฐม

ดังนั้นการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร โดยสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปในตำบลศาลา ให้สามารถเพิ่มมูลค่าตลาดธุรกิจบริการเกี่ยวกับอาหารให้เติบโตได้ยิ่งขึ้น อีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อค้นหาความต้องการการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารของผู้ประกอบการ ในตำบลศาลา อำเภอพุทธรณเขต จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อวิเคราะห์และสร้างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในตำบลศาลา อำเภ

พุทธรณเขต จังหวัดนครปฐม

3. เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร และนำรูปแบบถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติในตำบลศาลา อำเภอพุทธรณเขต จังหวัดนครปฐม

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การบัญชี หมายถึง กระบวนการจัดการในส่วนของบันทึกการขายทางการค้า ได้แก่การเขียนบันทึกการขายทางการค้า การจำแนกแยกประเภทหมวดหมู่ทางการค้า การสรุปผลการดำเนินงาน รวมไปถึงการวิเคราะห์และการแปลความหมายข้อมูลของนักบัญชี (อ่างใน คณาพร คำมูล, 2555)

การกำหนดราคาสินค้าราคาหมายถึงมูลค่าที่นำไปใช้ในลักษณะของการตลาด ราคาอาจจะเท่ากับต้นทุนหรือราคาอาจจะถูกปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของตลาด ราคาเป็นคุณค่าที่ผู้ทำผลิตภัณฑ์เป็นผู้กำหนดและปกติราคาจะสูงกว่าต้นทุนการผลิตและการจำหน่าย โดยมีการบวกกำไรที่คาดหวังเข้าไปในราคานี้แล้ว

ราคา (price) หมายถึงจำนวนเงินที่บุคคลต้องจ่ายเพื่อตอบแทนกับการได้รับกรรมสิทธิ์ ความสะดวกสบาย และความพอใจในผลิตภัณฑ์นั้นให้กับเจ้าของเดิม หรือในอีกความหมายหนึ่ง คือสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนการใช้เงินเป็นสื่อกลางนี้จำเป็นต้องมีการกำหนดจำนวนเงินหรือราคาสำหรับสินค้าแต่ละชนิดขึ้นเพื่อใช้เป็นมาตรฐานในการแลกเปลี่ยน

การจัดการหน้าร้านการวางแผนผังร้านค้า หมายถึง เป็นองค์ประกอบสำคัญอีกส่วนหนึ่ง ในการจัดการร้านค้า ให้มีประสิทธิภาพ เพราะการบริหารพื้นที่ภายในร้านที่เหมาะสมนั้น สามารถสร้างความพึงพอใจ และดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาที่ร้าน ซึ่งต้องสัมพันธ์กับพื้นที่ขายภายในร้าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ๆ คือ หน้าร้านและทางเข้าร้าน เป็นจุดสำคัญที่ต้องคำนึงถึงเนื่องจากเป็นจุดแรกที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในร้าน ทางเข้าร้านถ้ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจของลูกค้าว่าจะเข้ามาภายในร้านหรือไม่ พื้นที่ภายในร้าน แผนผังการจัดเรียงชั้นวาง ซึ่งควรอยู่ในตำแหน่งโอบล้อมภายในร้านและมีช่องทางเดินที่พอสมควรให้กับลูกค้า โดยความสูงของชั้นที่

คิดผนังควรจะสูงกว่า ชั้นวางสินค้าที่วางอยู่กลางห้อง จุดตั้งวางอุปกรณ์ต่าง ๆ และจัดเรียงให้สวยงามบนชั้นวางสินค้าหน้าร้าน (อ้างใน คณาพร คำมูล, 2555)

การบริหารสินค้าคงคลัง หมายถึงเป็นการจัดการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับรายการสินค้าในคลังสินค้าตั้งแต่การรวบรวม จัดบันทึกสินค้าเข้า – ออก การควบคุมให้มีสินค้าเหลือในปริมาณที่เหมาะสมการจัดการสินค้าคงคลังเป็นหัวข้อสำคัญเนื่องจากเจ้าของกิจการ จำเป็นต้องมีการบริหารสินค้าคงคลังที่ดี เพื่อให้ปริมาณสินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และควบคุมเงินทุนหมุนเวียนที่มีอยู่ ไม่ให้จมไปกับสินค้าที่ซื้อมากกตุนจนมากเกินไป ความหมายของสินค้าคงคลังและการบริหารสินค้าคงเหลือ

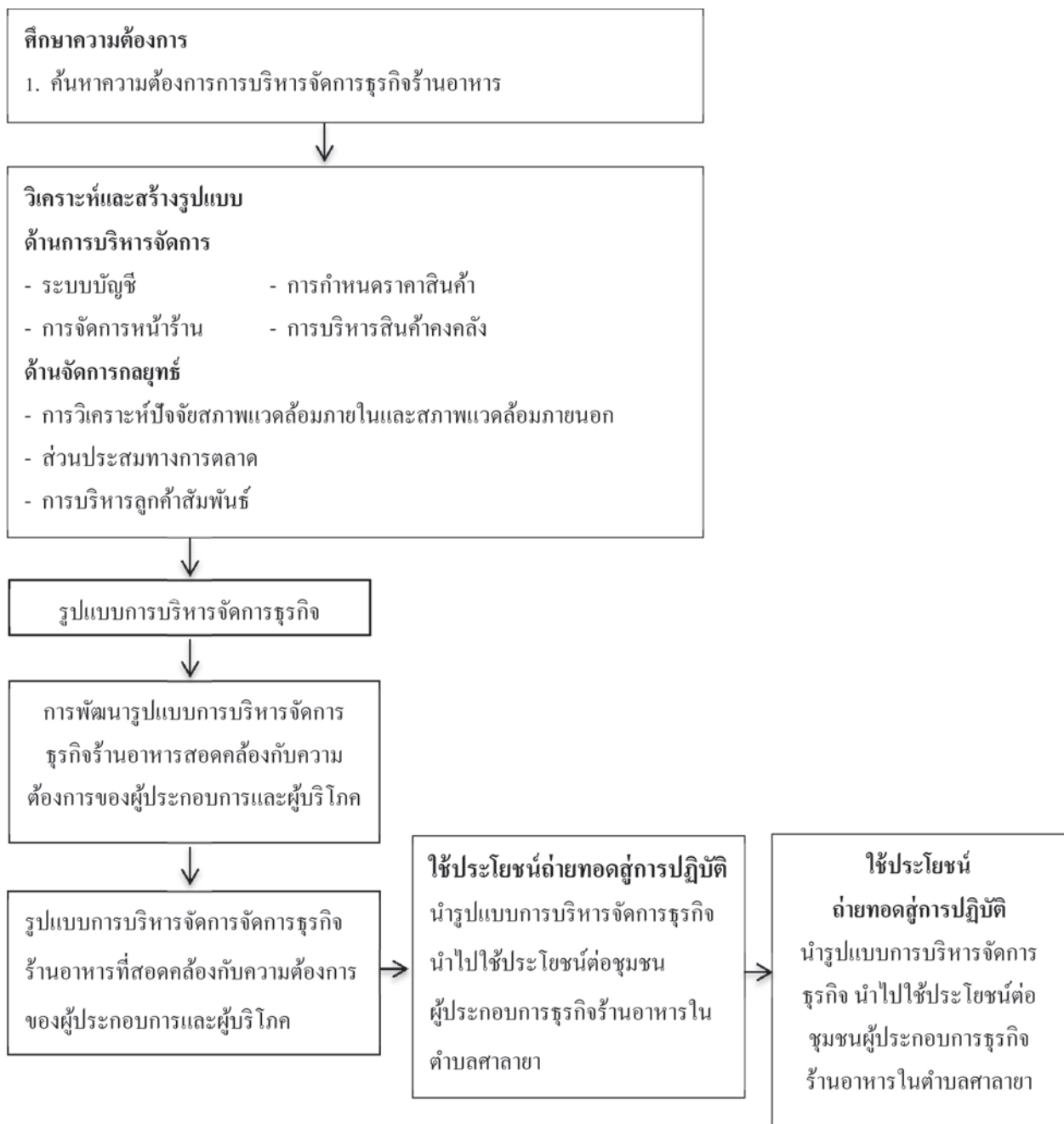
การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) หมายถึง การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก SWOT (อ้างใน อัมพร ไหลประเสริฐ, 2550) S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวกเป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กร บรรลุวัตถุประสงค์ T มาจาก Threats หมายถึง อุปสรรคซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก สถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวาง

การทำงานขององค์กรไม่ให้เกิดบรรลุวัตถุประสงค์

ส่วนประสมการตลาดบริการ (The services marketing mix) หมายถึงการตัดสินใจบริโภคสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นใช้ประกอบการพิจารณาแล้ว จึงตัดสินใจเลือกบริโภค ซึ่งปัจจัยดังกล่าวก็คือ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ซึ่งประกอบด้วย (อ้างใน จูติรัตน์ กำเงิน, 2554) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นส่วนประสมการตลาดตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจากผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดพฤติกรรมการณ์ซื้อ บุคคล หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจดังนั้นจึงต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจ ลักษณะทางกายภาพ หรือสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ธุรกิจบริการ จำเป็นต้องพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใด ๆ สามารถระบุดึงดูดและรักษาไว้ซึ่งลูกค้าที่สร้างผลกำไร (profitable customers) ด้วยวิธีการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในทุกรูปแบบ แนวคิดของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ประกอบไปด้วยความพยายามที่จะสร้างความแตกต่างเพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบแข่งขัน (อ้างใน วิทยา ด้านธำรงกุล)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยประเภทการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากแหล่งปฐมภูมิ ตลอดจนการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ สังเคราะห์ เอกสาร บทความทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ จากแหล่งทุติยภูมิควรมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีวิจัยและการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในที่นี้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือเชิงปริมาณศึกษาในกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม กลุ่มประชากรสถานประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่อาศัยอยู่ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่ได้ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดนครปฐม

และยังเปิดดำเนินการอยู่ในปี พ.ศ. 2558 จำนวนทั้งสิ้น 75 ร้าน

2. กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษานี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ที่มารับบริการในร้านอาหาร ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยในครั้งนี้เป็นไปตามกฎของของ Taro Yamane (1967) และกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเขตตำบลศาลายา ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 68 ร้าน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ใช้ตารางของ Krejicic & Morgan (1970)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบเครื่องมือการวิจัยนี้ ผู้วิจัยออกแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในภาคสนาม แบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ค้นหาความต้องการการพัฒนาแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร ส่วนที่ 3 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในภาคสนาม แบ่งแบบสัมภาษณ์เป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ประวัติของเจ้าของกิจการ ส่วนที่ 2 ค้นหาความต้องการรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร ตอนที่ 3 วิเคราะห์และสร้างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

การตรวจคุณภาพเครื่องมือ การวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการตรวจคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามโดยใช้วิธีทดสอบความเชื่อถือได้ (reliability test) นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจพิจารณา จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบเนื้อหาตลอดจนความเหมาะสมด้านอื่นๆ แก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้แบบสอบถามและแบบสำรวจมีความชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นำแบบสอบถามและแบบสำรวจที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ออกไปทดลองใช้

(try out) กับชุมชนอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน นำแบบสอบถามและแบบสำรวจที่ไปทดลองใช้กลับมาตรวจหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability coefficient) โดยใช้วิธีการของ Cronbach Alfa และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการคำนวณ พบว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.89 มากกว่า 0.70 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถยอมรับได้สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ จึงเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการสอบถามความคิดเห็นในการเก็บข้อมูลต่อไป

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth interview) การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (non-structured interview) แบบสัมภาษณ์นี้ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการลงพื้นที่ในครั้งแรกแล้วนำมาประมวลเพื่อตั้งเป็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะมีความแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง ตรวจวินิจฉัยพิจารณาและมีบางข้อนำมาปรับปรุงแก้ไข นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจพิจารณา จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบเนื้อหาตลอดจนความเหมาะสมด้านอื่น ๆ เพื่อให้แบบสัมภาษณ์มีความชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วออกไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน นำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้กลับมาตรวจสอบข้อมูลโดยการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มานั้นว่าถูกต้องหรือไม่ โดยแหล่งที่พิจารณาในการตรวจสอบได้แก่แหล่งข้อมูลเวลาสถานที่ และแหล่งบุคคลที่มีความแตกต่างกัน แต่ได้ข้อมูลที่ตรงกัน นำแบบสัมภาษณ์มาปรับปรุงแก้ไขตามข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะสรุปอีกครั้งหนึ่ง ก่อนจะนำไปแบบสอบถามไปใช้จริง

การวัดและมาตรวัด การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้มาตรวัดตัวแปรแบบ Nominal Scale และแบบ Interval Scale โดยใช้มาตรวัดคะแนน 1-5 ของ Likert Scale (scale 1-5) ตลอดจนกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าพิสัย (rang) เท่ากับ .80 และนำค่าพิสัยไปกำหนดช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิโดยศึกษาจากข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร โดยใช้แหล่งข้อมูล เช่น วารสาร เอกสาร ตำรา และงานวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติและเทคนิควิธีวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อหาความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ตอนที่ 2 ใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อหาความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ในการอธิบายลักษณะของข้อมูลหาความต้องการ ตอนที่ 3 ใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistics) สถิติที่ใช้คือค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยวิธีการสัมภาษณ์ นำมาทำการวิเคราะห์ สรุปผล และอภิปรายผล โดยจับหลักประเด็นหลักของเรื่อง (traits) และจำแนกเหตุการณ์ หลักด้วยการแยกประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้นนำเสนอรายงานแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (analytical description)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับ เรื่องการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อ ค้นหาความต้องการการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการ ธุรกิจร้านอาหารของผู้ประกอบการในตำบลศาลายาอำเภอ

พุทธมณฑลจังหวัดนครปฐม และเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภคในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑลจังหวัดนครปฐม

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาชั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท

1.2 ตอนที่ 2 การค้นหาความต้องการการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารของผู้ประกอบการและผู้บริโภคในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในความต้องการการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารของผู้ประกอบการในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีการนิยมใช้บริการร้านอาหารใช้บริการร้านอาหาร 2-3 ครั้งใน 1 สัปดาห์ เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาหารคือมีส่วนลด มีของแถม จำนวนมากที่สุด รูปแบบร้านอาหารที่เลือกใช้บริการบ่อยที่สุดเป็นร้านอาหารไทยทั่วไป ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยครั้งละ 101-200 บาท โดยส่วนใหญ่ไปร้านอาหารกับเพื่อน ไปร้านอาหารในโอกาสรับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษ การหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก ร้านอาหารที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความพอใจในระดับปานกลาง เห็นด้วยควรมีการพัฒนา รูปแบบธุรกิจร้านอาหาร

1.3 ตอนที่ 3 วิเคราะห์และสร้างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.65$) ดังข้อมูลในตารางที่ 1

ตาราง 1

ค่าสถิติพรรณนาแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (n=400)

การพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร	\bar{X}	SD	ระดับ
1. ด้านระบบบัญชี	3.68	0.69	มาก
2. ด้านกำหนดราคาสินค้า	3.78	0.71	มาก
3. ด้านการจัดการหน้าร้าน	3.64	0.78	มาก
4. ด้านบริหารสินค้าคงคลัง	3.49	0.85	ปานกลาง
5. ด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก	3.56	0.75	มาก
6. ด้านส่วนประสมทางการตลาด	3.63	0.80	มาก
7. ด้านบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3.76	0.74	มาก
รวม	3.65	0.76	มาก

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกำหนดราคาสินค้า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.78$) รองลงมา คือ ด้านบริหารลูกค้าสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านบริหารสินค้าคงคลัง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.49$)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร 68 คน โดยมีคำถามเกี่ยวกับการด้านการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร

2.1 ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประวัติของเจ้าของกิจการพบว่า เจ้าของธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่เจ้าของร้านคือผู้ที่ดูแลร้านคนเดียวและก่อตั้งขึ้นมาโดยเจ้าของธุรกิจ ลักษณะของร้านอาหารส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารทั่วไป (fast dining) ที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัดและสามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก และร้านอาหารระดับกลาง (casual dining) ที่มีการออกแบบตกแต่งแบบพอเหมาะสมควร เน้นบรรยากาศแบบสบาย ๆ เป็นกันเอง ราคาอาหารระดับปานกลาง พนักงานบริการแบบเป็นกันเองไม่มีพิธีรีตอง แต่มีส่วนน้อยที่จะเป็นร้านอาหารร้านอาหารระดับหรู (fine dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งอย่างประณีตสวยงาม ใช้วัสดุและอุปกรณ์ราคาแพง จัดอาหารอย่างหรู มีการบริการระดับดีมาก ระยะเวลาในการดำเนินการส่วนใหญ่ทำการดำเนินการมากกว่า 1 ปีขึ้นไปกลุ่มลูกค้าหลัก

คือกลุ่มคนทำงานที่มีรายได้ประจำเช่นกลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัทห้างร้าน เป็นต้น กลุ่มลูกค้ารองคือกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มารับประทานอาหารเป็นครั้งคราว เวลาเปิดปิดร้านส่วนใหญ่ เริ่มเวลา 10.00 น. - 22.00 น. และธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่มีคนดูแลร้านที่เป็นเจ้าของร้าน 1 คน และมีพนักงานช่วยเหลือ 10-20 คน ซึ่งขึ้นอยู่กับขนาดกิจการของธุรกิจร้านอาหาร

2.2 ตอนที่ 2 การค้นหาความต้องการการพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร

พบว่า เจ้าของธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่ใช้การประชาสัมพันธ์โดยการได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก การมีแผ่นพับโฆษณาและการใช้ Social Media โดยทำการเปิดช่องการติดต่อทางร้านค้าโดยใช้ ID-Line และ Face book สิ่งที่ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่คือลูกค้าเน้นการมีคุณภาพมีคุณค่าและบริการที่ดี ในส่วนของกำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้นในระดับปานกลางถึงระดับดีซึ่งขึ้นอยู่กับวิธีการจัดโปรโมชั่นของร้านค้า ซึ่งการมีโปรโมชั่นหรือการส่งเสริมการขายที่ดี น่าสนใจจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของลูกค้าทำให้ลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น ในส่วนของความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ของร้านบริการอาหารโดยส่วนใหญ่เชื่อมั่นในภาพลักษณ์ของร้านบริการที่ระดับที่ดีซึ่งดูจากการที่ลูกค้ารับประทานและทำการเช็คอินใน Social Media ในช่องทาง ID-Line และ Face book เป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้น และในส่วนของพัฒนาารูปแบบธุรกิจร้านอาหาร

ส่วนใหญ่เจ้าของธุรกิจเห็นด้วยในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งเจ้าของธุรกิจทุกคนมีการใส่ใจและพร้อมที่จะพัฒนาปรับปรุงคุณภาพและการบริการของร้านอาหารต้องได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจได้

2.3 ตอนที่ 3 วิเคราะห์และสร้างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

จากผลการศึกษาพบว่า โดยส่วนใหญ่เจ้าของร้านคือผู้ที่ดูแลร้านคนเดียวโดยเจ้าของธุรกิจได้ให้ความคิดเห็นว่าสำหรับในปัจจุบันนี้การแข่งขันธุรกิจร้านอาหารที่สูงขึ้นซึ่งคู่แข่งส่วนใหญ่จะทำลดราคาสินค้า โดยทางร้านใช้กลยุทธ์ทางการตลาด คือการมีส่วนลดให้ลูกค้า และใช้กลยุทธ์ด้าน Social Media โดยทำการเปิดช่องทางการติดต่อทางร้านค้าโดยใช้ ID-Line และ Face book สำหรับแนวทางของรูปแบบการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารเจ้าของธุรกิจร้านอาหารได้มีแนวทางการพัฒนาธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งแนวทางนี้เจ้าของธุรกิจรายเก่าและรายใหม่ต้องอาศัยการปรับกลยุทธ์เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งผลที่ได้คือส่งผลให้มีผลประกอบการที่ดีและธุรกิจอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางของรูปแบบการพัฒนาธุรกิจร้านอาหาร

การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และ ผลสรุปจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล การบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม และการศึกษาเอกสารดังกล่าวข้างต้นพบว่า ได้รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารเห็นสมควรนำเป็นข้อมูลในการกำหนดรูปแบบและนำไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ตามประเด็นการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์ ซึ่งในการกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์ได้

3. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร และนำรูปแบบถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

จากกิจกรรมการวิจัยได้นำรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร มาทบทวนพบว่าผู้ประกอบการไม่ได้ดำเนินการตามกิจกรรมต่าง ๆ และแต่ละคนต่างดูแลธุรกิจของตัวเองแบบที่เคยเป็นมา ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจึงได้ร่วมกันวางแผนพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารและนำรูปแบบถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติโดยการทำแผนปฏิบัติการ เมื่อจัดทำแผนปฏิบัติการเสร็จแล้วผู้ประกอบการได้ดำเนินการตามแผน ดังนี้

3.1 วิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมของบริหารจัดการ

3.2 การทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร

3.3 อบรมการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร

3.4 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารตามแผนปฏิบัติการ

3.5 ดำเนินการทดลองการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติ

3.6 ประเมินผลการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร ที่พึงประสงค์ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสดมีระดับการศึกษาขั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท

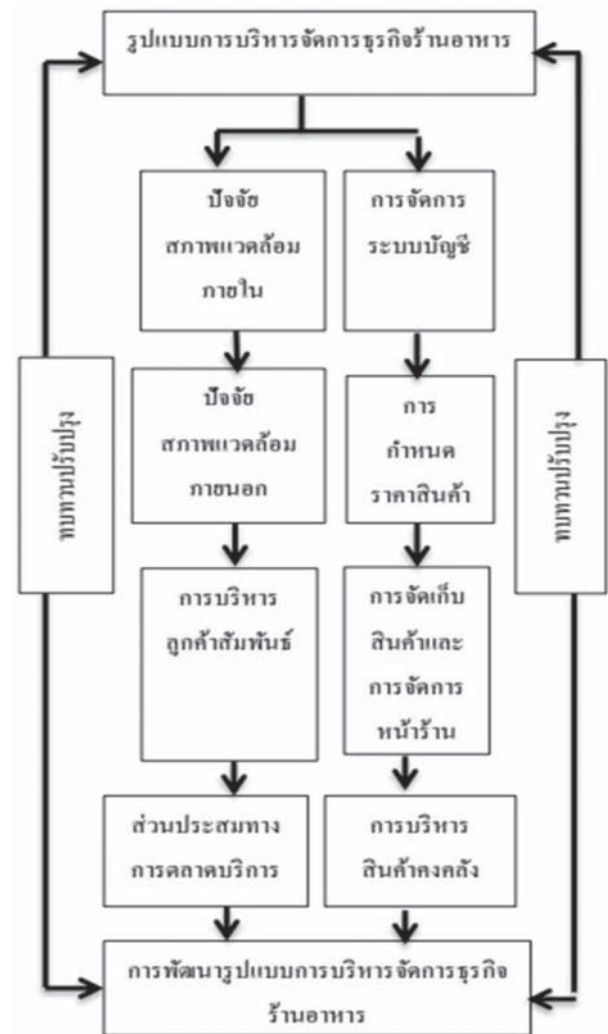
1. ค้นหาความต้องการการพัฒนาแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารของผู้ประกอบการ ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในความต้องการ

การพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารของผู้ประกอบการในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีการนิยมใช้บริการร้านอาหาร ใช้บริการร้านอาหาร 2-3 ครั้งใน 1 สัปดาห์ เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาหารคือมีส่วนลดมีของแถม จำนวนมากที่สุด รูปแบบร้านอาหารที่เลือกใช้บริการบ่อยที่สุดเป็นร้านอาหารไทยทั่วไป ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารโดยเฉลี่ยครั้งละ 101-200 บาท โดยส่วนใหญ่ไปร้านอาหารกับเพื่อน ไปร้านอาหารในโอกาสรับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษ การหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก ร้านอาหารที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความพอใจในระดับปานกลาง เห็นด้วยควรมีการพัฒนา รูปแบบธุรกิจร้านอาหาร

2. วิเคราะห์และสร้างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า อยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยเรียงเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านกำหนดราคาสินค้า อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ด้านบริหารลูกค้าสัมพันธ์ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ด้านระบบบัญชี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ด้านการจัดการหน้าร้าน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ด้านส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และด้านบริหารสินค้าคงคลัง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการศึกษาเอกสารดังกล่าวข้างต้น พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์ เห็นสมควรนำเป็นข้อมูลในการกำหนดรูปแบบและนำไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในตำบลศาลายา อำเภอ

พุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ตามประเด็นการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร จึงเป็นรูปแบบดังภาพที่ 3



ภาพ 3 รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารตามความเหมาะสมของขนาดธุรกิจซึ่งเป็นการส่งเสริมรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์โดยมีส่วนร่วมของชุมชนซึ่งจะก่อให้เกิดการร่วมคิดการแก้ปัญหาและการดมทรัพยากร ซึ่งเป็นวิธีการที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจชุมชนตำบลศาลายา ประสบความสำเร็จสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

บริบทของธุรกิจร้านอาหารในตำบลศาลายา รูปแบบของการจัดการธุรกิจร้านอาหาร รูปแบบเป็นระบบที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการธุรกิจ

ร้านอาหารที่สามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเองแบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้แก่ การจัดการระบบบัญชี การกำหนดราคาสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การจัดเก็บสินค้าและการจัดการหน้าร้าน และส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยในแต่ละด้านจะมีความสัมพันธ์กันเป็นระบบตามความสำคัญตามภาระงานแต่ละด้าน เมื่อได้รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจอาหารที่พึงประสงค์แล้ว รูปแบบนี้สามารถพัฒนาได้ตามสถานการณ์ของสภาพแวดล้อมภายนอกของการแข่งขันทางธุรกิจ โดยมีการนำรูปแบบการจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์มาดำเนินการทบทวนปรับปรุงอย่างต่อเนื่องได้ ซึ่งการนำเอาแนวคิดทฤษฎีตามที่กล่าวมาดำเนินการพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจร้านอาหาร

การเผยแพร่รูปแบบการบริหารจัดการจัดการธุรกิจร้านอาหารในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ให้แก่กลุ่มเจ้าของธุรกิจร้านอาหารด้วยการให้ความรู้ ซึ่งจะทำให้กลุ่มเจ้าของธุรกิจร้านอาหารได้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน พบว่ากลุ่มเจ้าของธุรกิจร้านอาหารให้ความสนใจที่จะเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจโดยนำรูปแบบการบริหารจัดการเข้ามาในการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้กลุ่มเจ้าของธุรกิจร้านอาหารในตำบลศาลายาประสบความสำเร็จ

3. การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร และนำรูปแบบถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

จากกิจกรรมการวิจัยการนำรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร มาทบทวนพบว่าผู้ประกอบการไม่ได้ดำเนินตามกิจกรรมต่าง ๆ และแต่ละคนต่างดูแลธุรกิจของตัวเองแบบที่เคยเป็นมา ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจึงได้ร่วมกันวางแผนพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารและนำรูปแบบถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติ โดยการทำแผนปฏิบัติการ เมื่อจัดทำแผนปฏิบัติการเสร็จแล้วผู้ประกอบการได้ดำเนินการตามแผน และจากการศึกษามีข้อค้นพบ ดังนี้

3.1 วิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมของบริหารจัดการ

วิเคราะห์ปัจจัยสภาพของบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารพบว่า มีจุดแข็งและจุดอ่อนได้แก่

3.1.1 จุดแข็งของธุรกิจร้านอาหาร

1) มีความพร้อมและศักยภาพสูง ในรสชาติคุณค่า และการให้บริการที่ดีมีคุณภาพตามวัฒนธรรมไทย

2) อาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ถึงแม้เศรษฐกิจโลกและอุตสาหกรรมต่าง ๆ จะลดตัว แต่ความต้องการในการบริโภคอาหารก็ยังคงมีต่อไป

3) ชนิดและประเภทของร้านมีความหลากหลาย ทำให้สามารถเลือกกลุ่มผู้บริโภคได้

3.1.2 จุดอ่อนของธุรกิจร้านอาหาร

1) ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่เปิดกิจการง่าย จึงมีการแข่งขันสูง

2) ให้ความสำคัญกับการบริหารงานบุคคลค่อนข้างน้อย โดยใช้การเรียนรู้จากพนักงานเก่าเป็นหลัก

3) ความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค

3.1.3 โอกาสของธุรกิจร้านอาหาร

1) การสนับสนุนจากภาครัฐที่มีการผลักดันการส่งออกอาหารไทยและขยายตลาดร้านอาหารไทยในประเทศต่าง ๆ เช่น ยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลก (kitchen of the world)

2) เมื่อเศรษฐกิจดีขึ้น รายได้ประชาชนสูงขึ้น อำนวยความสะดวกและความต้องการในการรับประทานอาหารมีมากขึ้น

3) ร้านอาหารไทยเป็นธุรกิจที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ผู้ประกอบการสามารถมองหาการขยายการลงทุนได้

3.1.4 อุปสรรคของธุรกิจร้านอาหาร

1) การเติบโตของร้านอาหารต่างชาติที่มีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูง ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารต่างชาติมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น

2) ปัญหาของต้นทุนสินค้าที่มีเพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากราคาน้ำมันในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น

3) ความเสียหายอันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ เช่น โรคระบาดที่เกิดขึ้น เช่น ไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ ทำให้การบริโภคอาหารมีน้อยลง

3.2 การทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร

หลังจากวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาสแล้ว ก็นำรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารมาทบทวนอีกครั้ง

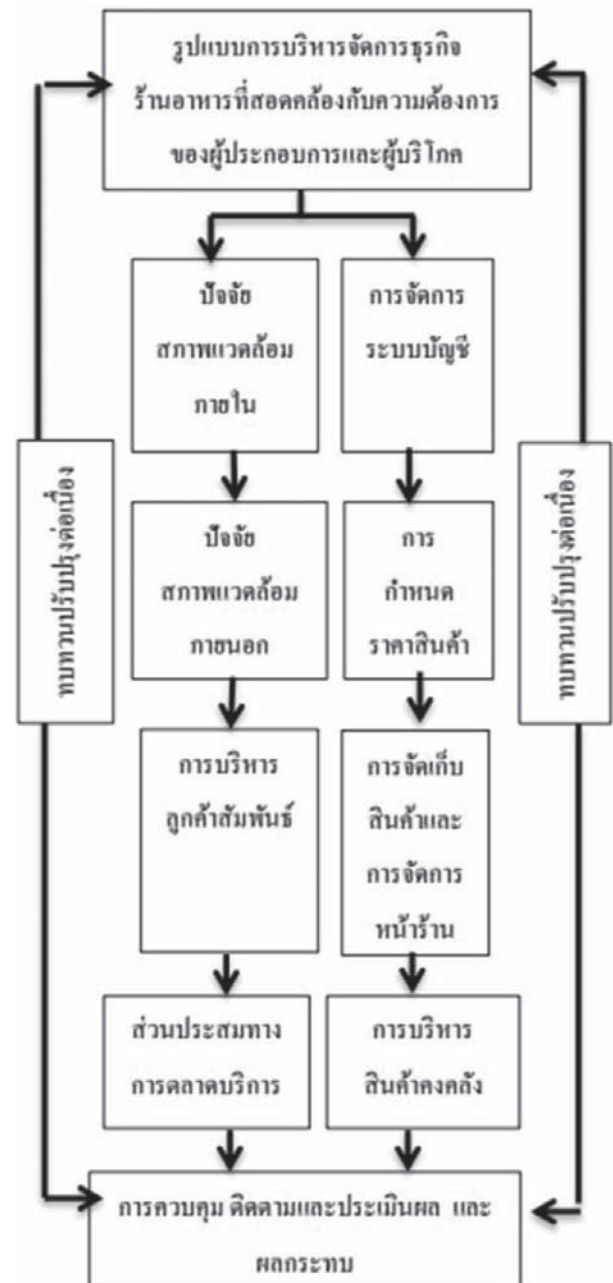
3.3 อบรมการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร

เมื่อสิ้นสุดการอบรมผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารได้ตามศักยภาพของชุมชน

3.4 การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารตามแผนปฏิบัติการ

การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร เพิ่มกระบวนการควบคุมติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ผลของกระบวนการ และผลกระทบ

จากการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารใน ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ดังกล่าวข้างต้น มีลักษณะดังภาพที่ 1.4



ภาพ 4 รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์ในตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

3.5 ดำเนินการทดลองการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติ

หลังจากการกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการร้านอาหารสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภคแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจัดทำแผนดูแลร้านอาหารให้มีคุณภาพ บันทึกการบริหารจัดการร้านอาหาร บันทึกการดูแลค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

ร้านอาหารในตำบลศาลาษา จำนวน 68 ร้านค้า ในตำบลศาลาษา

3.6 ประเมินผลการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร

ผู้วิจัยและผู้นำชุมชนได้เข้าตรวจเยี่ยมผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร รวมทั้งประกวดและมอบรางวัลแก่ผู้ชนะเลิศในการบริหารจัดการร้านอาหารที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในการบริหารจัดการร้านอาหาร

การอภิปรายผล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์ในตำบลศาลาษา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. จากผลการศึกษาค้นหาความต้องการการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารในตำบลศาลาษา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีความต้องการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะผู้บริโภคและสถานประกอบการ โดยส่วนใหญ่มีความคิดว่าการพัฒนารูปแบบธุรกิจร้านอาหารเพื่อการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวพร ชูศรี และชนภูมิ อติเวทิน (2558) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริการของธุรกิจที่พักและร้านอาหารย่านถนนข้าวสาร ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร่วมรับประทานอาหารกับเพื่อนโดยมีเหตุผลหลักที่เลือกใช้บริการคือราคาอาหาร รูปแบบบริการเสริมของร้านที่พึงพอใจคือร้านอาหารที่บริการฟรีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ระยะเวลาที่ใช้ในการรับประทานอาหาร ซึ่งร้านอาหารที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้สิ่งที่ผู้บริโภคมีความพอใจส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สำหรับในส่วนการพัฒนารูปแบบธุรกิจร้านอาหารซึ่งส่วนใหญ่มีวิธีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารที่ใช้บริการได้ทันที แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการบริการของธุรกิจร้านอาหารสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร

2. จากผลการศึกษาการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในตำบลศาลาษา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์ ตามความเหมาะสมของขนาดธุรกิจซึ่งเป็นการส่งเสริมรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารที่พึงประสงค์โดยมีส่วนร่วมของชุมชนซึ่งจะก่อให้เกิดการร่วมคิด ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบรูปแบบการบริการของธุรกิจร้านอาหารที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดนุรัตน์ ใจดี (2553) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด โดยพบว่ารายการอาหารให้เลือกหลากหลาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด โดยพบว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการบริการของธุรกิจร้านอาหารสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ต้องบริหารจัดการร้านอาหารโดยมุ่งเน้นในด้านของส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านกายภาพ ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้

1. เจ้าของธุรกิจร้านอาหารควรเข้ารับการฝึกอบรมหรือสัมมนาทางวิชาการสำหรับผู้ประกอบการ SME ในเรื่องการบริหารหรือการจัดการร้าน เพื่อเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ในการเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ
2. แนะนำให้ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ใช้ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อบอกลูกค้า อาทิเช่น การโฆษณาในสื่อ

ต่าง ๆ หรือการทำกิจกรรมที่ทำให้ลูกค้าสนใจ การจัดส่ง
ให้ได้ภายในหมู่บ้าน การสะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล
การบริการส่งสินค้าทางโทรศัพท์มีส่วนลดสำหรับลูกค้า
เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และกระตุ้นยอดขาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะการทำวิจัยอนาคต
คือ ผู้วิจัยควรนำตัวแปรที่เกี่ยวข้องที่ยังไม่ได้นำมาศึกษา
ในครั้งนี้อีกมาศึกษาเพิ่มเติม นอกจากนี้ควรนำวิธีวิจัยแบบ
Mixed Methods เป็นการผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพ
กับงาน



References

- Chusorn, S., & Ewtevation, T. (2015). The development of the business services: Accommodation and restaurant district road. *Journal of Business Psychology*, 6(2), 47-61. (in Thai)
- Danthamrongkul, W. (2004). *CR EMC EMC Yin Yang Market*. Bangkok: Circle. (in Thai)
- Jaidee, D. (2010). *Factors affecting the decision of the people in the choice of restaurants in the province*. Master of Business Administration Thesis, Surat Thani Rajabhat University. (in Thai)
- Kamngan Thitirat. (2011). *Factors influencing the use of Japanese university students*. The Independent Study, School of Economics, Chiang Mai University. (in Thai)
- Kasikorn Research Center. (2015). *The restaurant business in the year 2558*. Retrieved from <http://www.kasikorncesearch.com/portal/site/KResearch/rsh> (in Thai)
- Kommun, K. (2012). *Development of a management system retailers: A case study for Ar Boon Hee district, Loei Province*. Master of Education thesis, University of the Thai Chamber of Commerce. (in Thai)
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Laiprasert, A. (2007). *Analysis of the organization by using SWOT analysis*. Suphan Buri: College of Nursing, Suphanburi. (in Thai)
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper & Row.

