

กลยุทธ์ทางการตลาดของร้านคุณน้อยไถ่ย่างเขาสวนกวาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

MARKETING STRATEGY OF KHUNNOI KAIYANGKWAOSUANKWANG RESTAURANT, MUANG DISTRICT, MAHA SARAKHAM PROVINCE

อุษา มิตรภานนท์¹

อารมย์ ตัดตะวะศาสตร์²

ศักดิ์ชัย เจริญศิริพกุล³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และเพื่อวางกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านคุณน้อยไถ่ย่างเขาสวนกวาง โดยใช้แบบสอบถาม 400 ชุด กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม แรงผลักดันต่างๆ สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป และสภาพการณ์ขององค์กร จากนั้นวางกลยุทธ์ทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นข้าราชการหรือพนักงานบริษัท เนื่องจากร้านมีทำเลที่ตั้งใกล้ศูนย์ราชการและบริษัทมากมาย ทำให้สะดวกต่อการเดินทางในช่วงเวลาเร่งด่วน ผลการสำรวจพบว่า มีเพียงด้านส่งเสริมการตลาดที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง นอกนั้นอยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์ผลด้านต่างๆ ทำให้ได้กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะเน้นในเรื่องการมีอาหารพื้นบ้านตามฤดูกาลที่หาได้ยาก ซึ่งทำให้ร้านแตกต่างจากคู่แข่ง รวมทั้งกำหนดโครงการเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด ร้านคุณน้อยไถ่ย่างเขาสวนกวาง

Abstract

This study aimed to study the behavior and satisfaction level of Khunnoikaiyangkwaosuankwang restaurant customers as well as establish marketing strategy for the restaurant. Questionnaire survey was conducted in the group of 400 customers. Data, then, was analyzed and brought in as part in the business environment analysis. Industry analysis, Five Forces Model Analysis, PESTEL Analysis and SWOT Analysis were employed. TOWS Matrix was performed as the strategy formation framework. The result showed that the largest group of customer was the working personnel, whose offices were located near the restaurant. These people had purchasing power and needed speedy service during the launch time. Result from survey found that the customers' satisfaction was on high level in every marketing mixes except in promotion. Marketing strategy of the restaurant was proposed. The restaurant should emphasis on serving seasonal and local food, which made the restaurant different from its rivals. In order to, increase number of customers and boost customer satisfaction.

Keywords: Marketing strategy, Khunnoikaiyangkwaosuankwang restaurant

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

โทรศัพท์ 0885688849 E-mail: lamon_nim1234@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ อาจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

อาหารอีสานถือเป็นอาหารประเภทหนึ่งที่มีความนิยมอย่างแพร่หลาย เป็นอาหารที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนนั้นคือรสชาติอาหารที่จัดจ้าน เป็นที่ยอมรับและรู้จักมายาวนาน ซึ่งหากพูดถึงอาหารอีสานแล้ว สิ่งแรกที่นึกถึงคงหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไข่ต้ม ส้มตำ ทำให้ธุรกิจประเภทร้านอาหารอีสานได้รับความนิยมและเปิดขึ้นจำนวนมาก ร้านคุณน้อยก็อย่างเขาสวนกวางเป็นร้านอาหารอีสานอีกร้านหนึ่ง ที่ตั้งอยู่บนเส้นเลี่ยงเมืองจังหวัดมหาสารคาม โดยอยู่ในพื้นที่ใกล้กับศูนย์ราชการหลายแห่ง ขายไข่ต้ม เขาสวนกวาง ส้มตำและอาหารอีสานที่หารับประทานได้ยาก มีสูตรหมักก็อย่างที่มีรสชาติที่อร่อยแตกต่างจากไข่ต้มอื่นๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของร้าน

ปัจจุบันร้านคุณน้อยก็อย่างเขาสวนกวาง เปิดให้บริการในช่วงเวลา 8.00 – 16.30 น. ซึ่งจะเน้นขายอาหารกลางวัน มีทำเลอยู่ใกล้กับศูนย์ราชการจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะเป็นข้าราชการ ลูกจ้าง พนักงานในศูนย์ราชการ พนักงานบริษัทห้างร้านบริเวณใกล้เคียง ผู้ที่เข้ามาติดต่องานในศูนย์ราชการ รวมไปถึงผู้ที่สัญจรในถนนเลี่ยงเมืองจังหวัดมหาสารคาม การเข้ามาใช้บริการของร้านโดยเฉลี่ยแล้วจะอยู่ในช่วงเวลาประมาณ 11.30-13.00 น. ซึ่งเป็นการรับประทานอาหารกลางวัน ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับเวลาเป็นอย่างมาก ทางร้านจึงต้องมีการวางแผนการจัดการที่ดีเพื่อที่จะสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา

ธุรกิจอาหารอีสานถือเป็นอีกธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ในบริเวณใกล้เคียงมีร้านอาหารอีสานเปิดแข่งขันกันจำนวนมาก จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ทางร้านจะต้องมีการสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านคุณน้อยก็อย่างเขาสวนกวาง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบกับการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะสามารถดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการและเพิ่มความถี่ในการใช้บริการของลูกค้า และนำมาปรับปรุงพัฒนาร้านคุณน้อย ก็อย่างเขาสวนกวางให้ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารคุณน้อยก็อย่างเขาสวนกวาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อวางกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านคุณน้อย ก็อย่างเขาสวนกวาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

วิธีดำเนินการ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลได้มีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณสำหรับกรณีไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอนของคอกแครง [1] ซึ่งในการศึกษาได้ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม 400 ชุด โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) [2] กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านคุณน้อยก็อย่างเขาสวนกวาง

โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม 3) ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ตามหลักส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) [3] และได้ทำการพิสูจน์แบบสอบถาม (Try out) จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ และมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical for Social Sciences) for Windows Version 19.0 (SPSS 2010) ในการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัท (Cron-

bachs alpha coefficient) [4] ซึ่งสามารถวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.807

ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามมีวิธีดำเนินการศึกษา ดังนี้ 1) การเก็บข้อมูล ใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ใช้วิธีการระดมสมองจากผู้บริหารของร้าน และใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ 2) การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม ลูกค้า/ผู้ซื้อ คู่แข่ง ปัจจัยที่สำคัญที่ต้องมีในอุตสาหกรรม วิเคราะห์แรงผลักดันต่างๆที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกทั่วไป และวิเคราะห์สภาวะการณ์ขององค์กร 3) การสังเคราะห์กลยุทธ์ ประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ การกำหนดตลาดเป้าหมายและจุดยืนทางการตลาด แนวทางการออกแบบส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการสังเคราะห์โครงการ

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ในตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.5 มี 206 คนและเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.5 มี 194 คน ด้านอายุ ช่วงอายุที่มีสูงสุด ได้แก่ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.5 มี 110 คน ด้านอาชีพ กลุ่มอาชีพที่มีสูงสุด ได้แก่ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 47.0 มี 188 คน ด้านรายได้ รายได้กลุ่มที่มีสูงสุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.0 มี 92 คนในตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด ได้แก่ ไถ่อย่างเขาสวนกวาง คิดเป็นร้อยละ 44.0 มี 176 คน จำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้บริการในรอบหนึ่งเดือนที่ผ่านมาผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ 2 – 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.5 มี 166 คนโดยทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาร่วมรับประทานอาหารกับ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 75.0 มี 300 คน โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ 3 – 4 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 มี 206 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเข้าใช้บริการช่วงเวลา 12.01 – 14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 78.0 มี 312 คน เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมารับประทานอาหารที่ร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง คือ รสชาติดี คิดเป็นร้อยละ 35.7 มี 308 คน สะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 24.8 มี 214 คน บรรยากาศการตกแต่งร้านสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 24.8 มี 214 คน ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวางจาก เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 83.4 มี 352 คน ในตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร อาหารมีคุณภาพ รสชาติอาหาร และมีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ มีอาหารให้เลือกหลากหลาย รสชาติและคุณภาพมีความคงที่ และปริมาณเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านราคา ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เมนูระบุราคาชัดเจนและราคาเหมาะสมกับอาหาร มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ที่ตั้งของร้านสามารถเดินทางสะดวก บรรยากาศ การตกแต่งร้านสวยงาม ความสะอาดภายในร้าน และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่จอดรถสะดวกสบาย ความสะอาดห้องน้ำ และมีบริการจัดส่ง มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่โทรเข้ามาสำรองที่นั่ง และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบัตรสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล และมีบัตรสะสมยอดเพื่อรับส่วนลด มีระดับความพึงพอใจในด้านบุคคล ซึ่ง

มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มารยาทและความสุภาพของพนักงาน ความเอาใจใส่ และกระตือรือร้นของพนักงาน ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ และพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถให้คำแนะนำได้ มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านกายภาพและการนำเสนอ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ แสงสว่างภายในร้าน รูปแบบการตกแต่งร้าน ความเย็นสบายของเครื่องปรับอากาศ และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การแต่งการของพนักงาน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านกระบวนการ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีบริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง และมีบริการที่รวดเร็วทันใจ

ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ได้นำข้อมูลในเรื่องพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ มาประกอบกับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อให้ได้กลยุทธ์ทางการตลาดของร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง โดยผลการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจมีดังต่อไปนี้ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม กลุ่มลูกค้าหลัก คือ ข้าราชการ ลูกจ้างของส่วนราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และกลุ่มลูกค้ารอง คือ ลูกค้าสัญจร และ บุคคลทั่วไป ที่เดินทางผ่านเส้นทางเลี่ยงเมืองจังหวัดมหาสารคาม คู่แข่งทางตรง คือ ร้านอาหารอีสานที่นำเสนอรูปแบบและบริการใกล้เคียงหรือเหมือนกับร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง คู่แข่งทางอ้อม คือ ร้านอาหารทุกประเภทที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจร้านอาหารประสบความสำเร็จ ได้แก่ ด้านคุณภาพของสินค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านความรวดเร็ว ในการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นในธุรกิจโดยใช้แรงกดดัน 5 ประการ พบว่า ภาวะคุกคามของคู่แข่งรายใหม่อยู่ในระดับสูง แรงที่เกิดจากการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง อำนาจต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในระดับสูง อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบอยู่ในระดับต่ำ และภาวะคุกคามของสินค้าทดแทนอยู่ในระดับสูง ในการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกทั่วไป พบว่า ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรมและด้านเทคโนโลยี ส่งผลกระทบในด้านบวก ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านกฎหมาย ส่งผลกระทบในด้านลบ ในการวิเคราะห์สภาวะการณ์ทางธุรกิจ พบว่า จุดแข็งของร้าน คือเจ้าของร้านมีประสบการณ์ในการทำอาหารอีสาน ร้านมีอาหารให้เลือกหลากหลาย มีอาหารพื้นบ้านที่หารับประทานได้ยาก เป็นร้านที่ขายไถ่อย่างเขาสวนกวางเจ้าแรกของจังหวัดมหาสารคาม วัตถุดิบที่ใช้สดใหม่ทุกวัน โดยเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สดสะอาด มีทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง จุดอ่อน คือ ยังมีการให้บริการที่ไม่รวดเร็วทันใจ บริการจัดส่งยังไม่สามารถจัดส่งในระยะไกลได้ คุ้มครองแลกรส่วนลดและของรางวัลที่ไม่สะดวกต่อการสะสม บริเวณห้องรับรองยังไม่สามารถรองรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการพร้อมกันในเวลาเร่งด่วนโอกาส คือ ร้านตั้งอยู่ติดถนนเส้นเลี่ยงเมืองของจังหวัดมหาสารคาม สามารถดึงดูดลูกค้าจากรoad ให้เข้ามาใช้บริการ ค่านิยมของคนในสังคมมีรูปแบบที่เปลี่ยนไป ทำให้การรับประทานอาหารนอกบ้านมีบทบาทสำคัญ และเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในปัจจุบัน อุปสรรค คือ ธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีคู่แข่งเกิดขึ้นมากในอนาคต ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ และในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงขึ้น ทำให้มีตัวเลือกให้กับผู้บริโภคหลากหลายรูปแบบมากขึ้น จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจนำมาซึ่งการวางกลยุทธ์การตลาด มีเป้าหมายทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการให้มากกว่าเดิมและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการให้มากที่สุดทุกด้าน โดยมีตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย คือ จากปกติมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการประมาณ 100 – 120 คนต่อวัน ให้เพิ่มขึ้นจากเดิม 50 % คือเพิ่มเป็น 150 – 180 คนต่อวัน และผลที่ได้จากการประเมินโดยแบบสอบถามระดับความพึงพอใจ โดยสังเคราะห์เป็นกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้ กลุ่มลูกค้าของร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวางมีทุกกลุ่ม ทั้งเด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ แต่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าวัยทำงาน ข้าราชการหรือพนักงานบริษัท การวางตำแหน่งทางการตลาด จะวางในกลุ่มของอาหารพื้นบ้านอีสาน คือไถ่อย่างเขาสวนกวาง รับประทานกับส้มตำและอาหารพื้นบ้านตามฤดูกาลที่

หาทานได้ยาก พัฒนา ปรับปรุง และรักษาคุณภาพในด้านส่วนประสมทางการตลาด และวางโครงการ คือ 1) โครงการเช็ตอาหารทันใจ 2) โครงการเช็คอินลดเลย 3) โครงการฤดูกาลนี้มีเฮ 4) โครงการ Morning Talk กันสิ และ 5) โครงการระยะยาว All new คุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า การแข่งขันในธุรกิจประเภทร้านอาหารมีอยู่ค่อนข้างสูงในปัจจุบันและผู้บริโภคมีค่านิยมที่เปลี่ยนไปคือนิยมออกมารับประทานอาหารนอกบ้านกันมากขึ้น และมีวิถีการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ จึงทำให้มีตัวเลือกเกิดขึ้นใหม่จำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่ รายใหม่และรายเดิมควรศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นอย่างดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยจากการศึกษาในครั้งนี้ คาดหวังว่าจะสามารถนำข้อมูลที่ศึกษามาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเวียดนามของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมปัจจุบัน มีผลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก ทั้งในด้านความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน การทำงานที่ต้องแข่งขันกับเวลา จึงทำให้การทำอาหารรับประทานเองที่บ้านมีน้อยลง อีกทั้งการแสวงหาความสุขสนุกสนานในครอบครัวหรือในกลุ่มเพื่อนฝูง และความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดของประชาชน ด้วยเหตุนี้การพึงพาร้านอาหารและแนวโน้มในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านจึงเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับการขยายตัวของเมืองต่างๆ ได้ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารมีการเติบโต จึงทำให้บรรดาผู้ประกอบการร้านอาหารต่างเร่งรีบปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

สรุป

สรุปจากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยทำงานข้าราชการหรือพนักงานบริษัท เนื่องจากมีกำลังซื้อที่มากกว่า อีกทั้งร้านมีทำเลที่ตั้งใกล้ศูนย์ราชการและบริษัทมากมายทำให้สะดวกต่อการเดินทางมารับประทานอาหารในช่วงเวลาเร่งด่วน ผลการสำรวจด้านระดับความพึงพอใจ พบว่า มีเพียงด้านส่งเสริมการตลาดที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง นอกนั้นอยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์ผลด้านต่างๆ ทำให้ได้กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะเน้นในเรื่องการมีอาหารพื้นบ้านตามฤดูกาลที่หาทานได้ยาก ซึ่งเป็นจุดยืนที่ทำให้ร้านมีความแตกต่างจากคู่แข่ง รวมทั้งกำหนดโครงการเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยมีช่วงระยะเวลาในการดำเนินงานในปี พ.ศ.2558-2559 และมีงบประมาณในการดำเนินในแต่ละโครงการ ดังต่อไปนี้ 1) โครงการเช็ตอาหารทันใจ งบประมาณในการดำเนินการ ค่าสิ่งพิมพ์แผ่นโบรชัวร์แนะนำชุดเมนูอาหาร 4,000 บาท ค่าใบปลิวแนะนำเช็ตเมนูอาหาร 1,000 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 5,000 บาท 2) โครงการเช็คอินลดเลย งบประมาณในการดำเนินการ ค่าทำป้ายไวเนลแสดงโปรโมชั่น 400 บาท 3) โครงการฤดูกาลนี้มีเฮ งบประมาณในการดำเนินการ ค่าใบปลิวแนะนำอาหารแต่ละฤดูกาล 1,000 บาท 4) โครงการ Morning Talk กันสิ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเนื่องจากเป็นการอบรมโดยใช้บุคลากรภายในองค์กรเท่านั้น และ 5) โครงการระยะยาว All new คุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง งบประมาณในการดำเนินการ ค่าก่อสร้าง 1,421,440.50 บาท โดยงบประมาณประเมินจากสภาวการณ์ปัจจุบันราคาวัสดุอาจมีการเปลี่ยนแปลง

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการเก็บข้อมูลลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับเปลี่ยนการบริการให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม
ควรมีการประเมินผลกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ หลังจากได้นำไปปรับใช้แล้ว
ควรมีการประเมินและสำรวจศักยภาพของคู่แข่งชั้นอยู่เสมอ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้น

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาแนวทางในการพัฒนาด้านการบริการลูกค้าและด้านบุคลากรในองค์กร

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระในครั้งนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี พร้อมทั้งได้ผลงานที่มีคุณภาพเพราะได้รับความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างยิ่ง จากผู้ก่อตั้งธุรกิจร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง คุณประทุมทอง มิตรภานนท์ ที่ให้คำปรึกษาและให้ข้อมูลต่างๆ รวมทั้งร่วมระดมสมองถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ปัญหาต่างๆ จุดอ่อนจุดแข็งของธุรกิจร้านคุณน้อยไถ่อย่างเขาสวนกวาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

เอกสารอ้างอิง

- [1] อีรุฒิ เอกะกุล. (2543). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- [2] ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2538). **ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง**. ภาควิชาคณิตศาสตร์ : คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
- [3] ธนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ. (2547). **การจัดการการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เพียร์สันเอดดูเคชั่น อินโด ไชน่า
- [4] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

