

## แนวทางการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านอาหาร อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว

### Guidelines for Developing and Increasing competitiveness of restaurant entrepreneur Lom Kao District Phetchabun Province to support tourism

พิมพ์พร เกษดี<sup>1</sup> และวิศิษฐ์ บิลมาต<sup>2</sup>

Pimporn Kesdee<sup>1</sup> and Wisit Binlamat<sup>2</sup>

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์<sup>1,2</sup>

Faculty of Management Science Phetchabun Rajabhat University<sup>1,2</sup>

pimpornkes@pcru.ac.th<sup>1</sup>, wisit.bin@pcru.ac.th<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านอาหาร อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหารอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ (2) เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการร้านอาหาร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจากผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าผู้ใช้บริการ หน่วยงานภาครัฐ พนักงาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการได้ใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการบริหารจัดการร้านเป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างยอดขาย ส่วนภาครัฐมีบทบาทในการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขอนามัยในการประกอบการร้านอาหาร และการกำจัดของเสียก่อนทิ้งลงสู่ท่อระบายน้ำเพื่อสุขอนามัยที่ดีของส่วนรวม ซึ่งมีความสำคัญและยากในการบริหารจัดการ และนักท่องเที่ยวทั้งที่ตั้งใจมาร้านอาหารจากการบอกเล่าปากต่อปาก และการรีวิวบนสื่อโซเชียล และมาจากการเดินทางมาท่องเที่ยวและได้พบเจอร้านอาหารโดยบังเอิญ ให้ความสำคัญกับรสชาติอาหาร รูปลักษณ์อาหาร และความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไปกับค่าอาหาร

**คำสำคัญ:** การพัฒนา เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้ประกอบการร้านอาหาร การท่องเที่ยว

#### Abstract

The study of the development and enhancement of the competitiveness of restaurant entrepreneurs in Lom Kao District, Phetchabun Province to support tourism has the following objectives. (1) to study the elements that affect the potential of restaurant entrepreneurs in Lom Kao District, Phetchabun Province; (2) to study the enhancement of the potential of restaurant entrepreneurs. This is a qualitative research. The research instruments include semi-structured interviews with entrepreneurs, tourists or customers, government agencies, and employees. The research results found that entrepreneurs use marketing mixes in restaurant management as a strategy to generate sales. The government plays a role in providing knowledge about hygiene in restaurant

operations and waste disposal before disposing of waste before disposing of it in the drain for good public hygiene, which is important and difficult to manage. In addition, tourists who intend to visit restaurants from word-of-mouth and reviews on social media, and tourists who accidentally visit restaurants, place importance on the taste of the food, the appearance of the food, and the value for money paid for the food.

**Keywords:** Development, Increase competitiveness, restaurant operators, tourism

## บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 หมายความว่า 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน มีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580) ใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ในเป้าหมาย ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ในเป้าหมายการกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามาเป็นกำลังของการพัฒนาประเทศในทุกระดับ และการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเองเพื่อสร้างสังคมคุณภาพ และยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในเป้าหมาย การใช้ประโยชน์และสร้างการเติบโตบนฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมดุลภายในขีดความสามารถของระบบนิเวศ นอกจากนี้ แผนกลยุทธ์ของหมายความว่า 8 ยังสนับสนุน 5 เป้าหมายหลักของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ดังนี้ เป้าหมายที่ 1 การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม โดยสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นและยกระดับผู้ประกอบการให้สามารถเชื่อมโยงกับห่วงโซ่มูลค่าของภาคการผลิตระดับประเทศ กระจายผลประโยชน์สู่เศรษฐกิจฐานราก เป้าหมายที่ 2 การพัฒนาคนสู่โลกยุคใหม่โดยมุ่งเน้นการพัฒนากำลังคนให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและส่งเสริมความมั่นคงในชีวิตของประชาชนผ่านการพัฒนาพื้นที่และเมือง เป้าหมายที่ 3 การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรมโดยมุ่งพัฒนาเมืองให้น่าอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีสำหรับประชาชนทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง โดยคำนึงถึงภูมินิเวศเป้าหมายที่ 4 การเปลี่ยนผ่านการผลิตและบริการไปสู่ความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นให้เมืองใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ ลดการสร้างขยะและมลพิษ เพื่อสุขภาพอนามัยของประชาชนทุกกลุ่มและเป้าหมายที่ 5 การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่ โดยส่งเสริมให้เมืองยกระดับสู่การเป็นเมืองอัจฉริยะ เป็นการเปลี่ยนผ่านไปสู่ภาครัฐดิจิทัลในระดับท้องถิ่น รวมทั้งผลักดันให้เมืองเตรียมความพร้อมในการรับมือกับภัยพิบัติและมีความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567)

ไทยโพสต์ (2564) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจของประเทศไปสู่ภาคบริการมากขึ้น รวมทั้งให้ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกมาอย่างต่อเนื่องโดยส่งเสริมและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตอาหารอันดับ 1 ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลกที่คำนึงถึงมาตรฐานสากลเป็นหลักไม่ว่าจะอยู่ต่างประเทศหรือในประเทศไทยก็สามารถทำอาหารไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานรับประทานได้ที่ผ่านมากระทรวงพาณิชย์มีการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยให้ใส่ใจด้านการบริการ รสชาติ และควมามีคุณภาพ อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญธุรกิจร้านอาหาร ร่วมกันสร้างสรรค์ 7 กิจกรรม เพื่อเสริมแกร่งผู้ประกอบการร้านอาหารไทย รองรับการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารที่ยังขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกลับมาคึกคักหลังจากพ่นโควิด 19 และการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการทำธุรกิจ ที่มีการเพิ่มข้อ

ทางการจำหน่ายผ่านระบบเดลิเวอรี การสั่งอาหารล่วงหน้าแล้วมารับที่ร้าน หรือบริการจองคิวผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อลดการรอคิวและความหนาแน่นของผู้ใช้บริการ ซึ่งส่วนแต่มีมีความจำเป็นให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจะต้องปรับตัว เพื่อให้มีการเติบโตต่อไปได้ นำมาใช้ในการพัฒนาผู้ประกอบการ ได้แก่ (1) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารอย่างมืออาชีพ ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค (2) ยกระดับมาตรฐานร้านอาหารไทยผ่านตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ซึ่งเป็นเครื่องหมายการันตีคุณภาพมาตรฐาน รสชาติอาหารไทยแท้ วัตถุดิบคุณภาพ บรรยากาศ และการบริการที่ดี (3) กระตุ้นยอดขายเพิ่มรายได้ร้านอาหาร ผ่านแคมเปญ “เที่ยว ฟิน กิน Thai SELECT” โดยร่วมกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยพลังเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Soft Power อาหารไทย และขยายโอกาสแก่ร้านอาหาร Thai SELECT (4) ส่งเสริมช่องทางการตลาด ผ่านการจำหน่ายอาหารในงานเทศกาลอาหารต่าง ๆ และแพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรีชั้นนำ ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร (5) เสริมสร้างการรับรู้ให้แก่ร้านอาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ผ่านผู้ทรงอิทธิพลบน Social Media (Influencer) รายการอาหาร และผู้มีชื่อเสียงที่มาช่วยรีวิวร้านอาหาร กระตุ้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับอาหารไทย และการจัดประกวดคลิปวิดีโอสั้น ภายใต้สโลแกน “อาหารไทย ต้อง Thai SELECT” เพื่อให้ร้านอาหารเป็นที่รู้จัก รวมถึงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้มาสัมผัสและลิ้มลองอาหารไทย (6) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับร้านอาหาร โดยจับมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองหลักเมืองรองกับร้านอาหาร Thai SELECT (7) สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการร้านอาหาร ผ่านกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ผลิตอุปกรณ์ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ให้บริการเครื่องมือและระบบบริหารจัดการร้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเพิ่มคุณค่า และต่อยอดธุรกิจ (ผู้จัดการออนไลน์, 2567)

จังหวัดเพชรบูรณ์มีตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ลักษณะทางกายภาพนั้นเป็นพื้นที่ราบลุ่มแบบท้องกระทะ ประกอบด้วยเนินเขา ป่า และที่ราบเป็นตอนๆสลับกันไป พื้นที่มีลักษณะลาดชันจากเหนือลงไปได้ ตอนเหนือมีทิวเขาสูง ตอนกลางเป็นพื้นที่ราบและมีเทือกเขานาบกันไปทั้งสองข้างมีลักษณะเป็นรูปเกือกม้า มีแม่น้ำป่าสักเป็นแม่น้ำสายสำคัญโดยไหลจากจังหวัดเลย เพชรบูรณ์ ผ่านไปสู่จังหวัดลพบุรี สระบุรี และพระนครศรีอยุธยา ลงสู่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตามลำดับ จึงส่งผลให้พื้นที่มีทรัพยากรธรรมชาติมากมาย ดินมีสภาพอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกพืชทำการเกษตร รวมทั้งส่งเสริมปัจจัยการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน บริเวณด้านทิศเหนือที่อำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่า และอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ ในปัจจุบันได้พบหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับชุมชนสมัยก่อนประวัติศาสตร์เช่นเดียวกัน ทั้งชิ้นส่วนโครงกระดูกมนุษย์ที่ฝังร่วมกับสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับทำจากโลหะ แก้ว หิน และพบตะกรันโลหะ ซึ่งเป็นหลักฐานทางด้านโลหะกรรมในพื้นที่แถบนี้ (สำนักงานจังหวัดเพชรบูรณ์, ม.ป.ป.)

โดยสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยปี 2566 จำนวน 257,822 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 5.89 สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 904.85 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 14.72 ล้านบาท (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, ม.ป.ป.) อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ มีสถานที่ท่องเที่ยวอดนิยมนามากมาย เช่น ภูทับเบิก ภูมโล่ วัดป่าภูทับเบิก วัดศรีมงคลหรือวัดนาทราย หลวงพ่อใหญ่วัดตาล พระศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคูเมืองหล่มเก่า เป็นต้น จึงนำพานักท่องเที่ยวจากหลายหลากพื้นที่เข้ามาเยี่ยมชมที่อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ในช่วงฤดูกาลต่าง ๆ อีกทั้งมาถึงพื้นที่ต้องมาทานอาหารยอดประจำถิ่นของอำเภอหล่มเก่า ได้แก่ ขนมจีนหล่มเก่า ขนมเทียนแก้ว และมะขามหวานเพชรบูรณ์ ดังนั้นการพัฒนาผู้ประกอบการในยุคใหม่จากการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของ Kotler & Keller (2012) ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotions) คุณลักษณะทางกายภาพ (Presentation) พนักงาน

(People) และกระบวนการ (Process) ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค โดยผู้บริโภคเกิดความต้องการกลับมาซื้อซ้ำ หรือการแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นมีทัศนคติเชิงบวกกับร้านอาหาร ในอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว เป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ที่มั่นคง ส่งผลให้ชีวิตครอบครัว และชุมชน เข้มแข็ง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหารอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการร้านอาหารอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ประโยชน์ด้านวิชาการ เกิดองค์ความรู้แนวทางการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านอาหาร
2. ประโยชน์ด้านสังคมและชุมชนสามารถพัฒนาฝีมือแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการร้านอาหาร ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหารอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ มีผลดีในการสร้างรายได้ที่สูงขึ้น เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง มีความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ
3. ประโยชน์ด้านเงินนโยบายในการกำหนดนโยบายการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว ร้านอาหารและเครื่องดื่ม เศรษฐกิจในท้องถิ่น พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพิ่มมูลค่าต้นทุนทางวัฒนธรรม

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเชิงคุณภาพภายใต้หัวข้อประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) รวมจำนวน 20 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริง จึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ เจ้าของ/ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม พนักงาน ประชาชนในชุมชน และลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยกระบวนการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยฉบับนี้มีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม 2566 ถึงเดือนกันยายน 2567

#### เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) แบบประเมินศักยภาพในการแข่งขันและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษางานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) สภาพการดำเนินงาน ปัญหา และอุปสรรค (2) กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจร้านอาหาร

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการใช้วิธีเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้วิจัยลงสำรวจพื้นที่ เก็บรวบรวมข้อมูล และลงมือเก็บข้อมูลด้วยตนเองแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ชักถาม พูดคุย ระหว่างผู้สัมภาษณ์ และผู้ให้สัมภาษณ์อย่างเจาะลึก และจัดบันทึกข้อมูลรวมทั้งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารโดยการเก็บรวบรวมจากหนังสือ วารสาร รายงาน ผลการวิจัยและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้

**การตรวจสอบคุณภาพ**

การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การตรวจสอบความถูกต้องโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้า ด้านข้อมูล (Data triangulation) โดยตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลที่ต่างกัน ประกอบไปด้วยข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าหรือผู้รับบริการ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อมูลจากหน่วยงานราชการในพื้นที่ การเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ต่างกันจะช่วยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

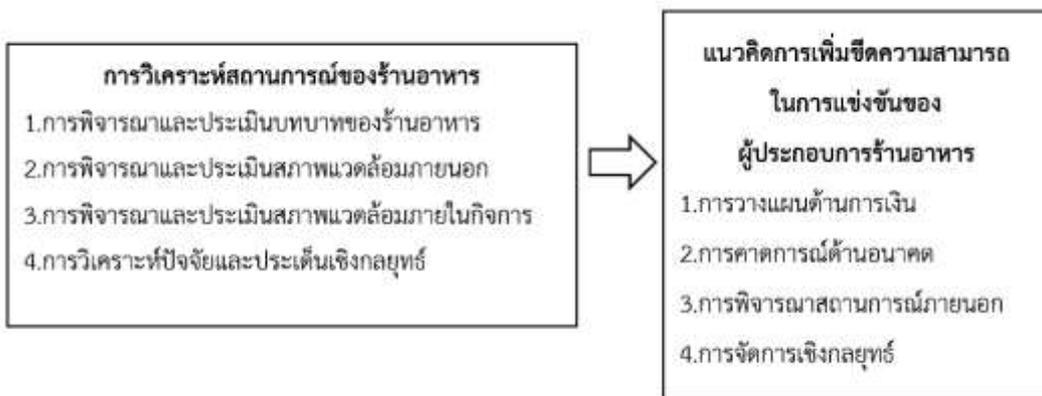
**การวิเคราะห์ข้อมูล**

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการจัดบันทึกข้อมูล ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อม ๆ กันได้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับแนวทางการเก็บข้อมูลให้เหมาะสมแก่บริบทนั้น ๆ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับการดำเนินงาน สภาพปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร

ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นกรวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย โดยระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความหรือสาระอย่างมีระบบ โดยมีวิธีการ 3 ขั้นตอน

1. ลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ด้วยการเลือกจุดที่น่าสนใจ ทำให้เข้าใจง่าย สรุปย่อปรับข้อมูลดิบที่เก็บรวบรวมได้ จนกระทั่งได้ผลสรุปและพิสูจน์บทสรุป
2. แสดงข้อมูล (Data Display) เป็นขั้นตอนของการจัดการเลือกเฟ้น สรรหาตัวอย่างข้อมูลหรือสารสนเทศ การสังเกตคำพูดจากการสัมภาษณ์หรือการกระทำของผู้ให้ข้อมูล นำมาเป็นหลักฐานของข้อสรุปชั่วคราว นำไปสู่การวิเคราะห์และสรุปผล
3. สร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป (Conclusion and Verification) เป็นการสังเคราะห์ข้อสรุปย่อย ๆ เพื่อให้บทสรุปมีความน่าเชื่อถือ

**กรอบแนวคิดการวิจัย**



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ผลการวิจัย

### 1. องค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหารอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์

#### 1.1. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและพนักงาน

ผู้วิจัยได้สรุปการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้จัดการร้านอาหารที่เป็นผู้รับผิดชอบแทนเจ้าของกิจการเพื่อช่วยบริหารและจัดการกิจการภายในร้านอาหาร ซึ่งอำเภอหล่มเก่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเยี่ยมชมตั้งแต่ช่วงปลายฝนต้นหนาว ได้แก่ช่วงเดือนตุลาคมจนถึงเดือนมีนาคม มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัดเก่าโบราณสถาน ไร่ฟาร์มสวนเกษตร รวมถึงการเดินทางมาปฏิบัติธรรมที่วัดป่าภูทับเบิก จึงทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภครีบประทานอาหารค่อนข้างมากในช่วงฤดูการท่องเที่ยวมากกว่าเดือนที่ไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภครีบเลือกร้านอาหารจาก การบอกเล่าปากต่อปาก และการรีวิวบนสื่อโซเชียล หลากหลายรูปแบบ เช่น Facebook, Youtube, TikTok, Instagram และตามรอยเส้นทางเพจท่องเที่ยวชื่อดัง บล็อกเกอร์รีวิวการเดินทาง รีวิวร้านอาหาร

โดยอาหารขึ้นชื่อที่นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภครีบต้องแวะ ได้แก่ ร้านขนมจีนหล่มเก่า ซึ่งมีให้บริการเป็นจำนวนมากในพื้นที่อำเภอหล่มเก่า รองลงมาได้แก่ร้านอาหารและร้านกาแฟที่ได้รับการรีวิวจากสื่อโซเชียล และผู้วิจัยได้วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของ Kotler & Keller (2012) มาใช้ในการอธิบายถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินการร้านอาหารของทุกร้านที่ได้สัมภาษณ์ ได้แก่ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ โดยทุก ๆ ร้านจะมีเมนูแนะนำเฉพาะของทางร้าน เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย (2) กลยุทธ์ด้านราคา ในบางร้านมีเมนูที่จัดทำโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า (3) กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ได้แก่ มีช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มทางออนไลน์ ตั้งแต่ช่วงโควิด 19 เพื่อกระตุ้นยอดขายภายในร้านสำหรับคนในพื้นที่ (4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภครีบประทานอาหารและได้เช็คอินทางสื่อโซเชียล เช่น Facebook จะได้รับส่วนลดค่าอาหาร (5) กลยุทธ์ด้านบุคคล ได้แก่การมีใจรักบริการ มีอัธยาศัยที่ดีของผู้ประกอบการ มีความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางอาหารที่ให้บริการและตอบสนองลูกค้าได้อย่างถูกต้อง (6) กลยุทธ์ด้านกายภาพและการนำเสนอ ได้แก่ การสร้างเพจของทางร้านอาหารเพื่อบอกเล่าให้นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภครีบรับรู้ข้อมูลข่าวสารของทางร้าน ได้แก่ เวลาเปิดและปิด ช่วงจัดโปรโมชั่นของทางร้าน หรืออาหารแนะนำประจำเดือน (7) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ ได้แก่ อาหารที่สด สะอาด คงคุณค่าทางสารอาหารอย่างครบถ้วน

#### 1.2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าผู้รับบริการ

ผู้วิจัยได้สรุปการสัมภาษณ์จากนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าผู้รับบริการ ได้แก่ มีทั้งที่ตั้งใจมาร้านอาหารจากการบอกเล่าปากต่อปาก และการรีวิวบนสื่อโซเชียล และมาจากที่ผ่านทางมาจากการเดินทางมาท่องเที่ยวและได้พบเจอร้านอาหารโดยบังเอิญ โดยที่สรุปได้ว่า ทางด้านการบริการบางร้านอาหารสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีความรวดเร็วในการให้บริการ ส่วนด้านราคาอาหารบางท่านรู้สึกว่าคุณค่ากับราคาที่จ่าย และบางท่านรู้สึกไม่คุ้มค่ากับราคาที่จ่าย ทางด้านรสชาติอาหาร นักท่องเที่ยวมีความพอใจในระดับมาก รสชาติอาหารดี มีรูปลักษณ์ดีน่ารับประทาน ด้านการบริการของพนักงานภายในร้านอาหารส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวรู้สึกได้รับความพอใจในระดับปานกลาง

#### 1.3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานราชการในพื้นที่

ผู้วิจัยได้สรุปการสัมภาษณ์ ร้านอาหารในอำเภอหล่มเก่ามีผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและมีความชัดเจนเนื่องจากมีอาหารที่หลากหลาย เช่น ขนมจีนหล่มเก่า เป็นอาหารที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น และมีจำนวนร้านอาหารจำนวนมากทั้งอาหารริมทาง และร้านอาหารที่มีที่จัดจ้านที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และมีรสชาติอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น ขนมเทียนแก้ว ขนมจีนหล่มเก่า เป็นต้น

## 2. แนวทางการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านอาหาร อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก จากผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ภาวะเศรษฐกิจของเพชรบูรณ์ ในปี 2567 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นผลมาจากการใช้จ่ายภาครัฐได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากเงินงบประมาณการลงเงิน และอัตราเงินเพื่อปรับตัวสูงขึ้นโดยเฉพาะในหมวดของโรงแรมและภัตตาคาร และราคาอาหาร ผลิตภัณฑ์ใหม่และนมปรับราคาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ภาวะการเงินตึงตัว ธุรกิจต่างๆ ทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง อยู่ในภาวะขาดสภาพคล่อง และเงินทุนหมุนเวียน ส่งผลให้มีการปิดกิจการบางในบางราย และผลกระทบจากมาตรการต่าง ๆ ของรัฐการดึงตัวอัตราดอกเบี้ย และอัตราแลกเปลี่ยนเทียบกับดอลลาร์สหรัฐอเมริกาซึ่งค่าตามทิศทางนโยบายการเงิน การปล่อยสินเชื่อโดยรวม มีการชะลอตัวลง อีกทั้งปัจจุบันเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเผชิญกับภาวะหนี้ภาคครัวเรือนเทียบกับสัดส่วนจีดีพี (GDP) มีแนวโน้มและทิศทางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลต่อกำลังซื้อของภาคครัวเรือน หรือกำลังซื้อของประชาชน มีผลทำให้ตัดสินใจใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

ดังนั้น แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการร้านอาหาร สามารถใช้กลยุทธ์สร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง อาทิเช่น การจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้มีรูปแบบที่หลากหลายและเหมาะสมกับลูกค้า การโฆษณาสินค้าที่เป็นจุดเด่นของร้านอาหาร และการสร้างภาพลักษณ์ ให้กับร้านอาหารการทำการตลาดโดยใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencer Marketing) เพื่อชักจูง หรือสร้างความต้องการให้กับผู้บริโภค โดยผ่านการเขียน รีวิวร้านอาหาร การทำคลิปวิดีโอบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว

2.2 สภาพแวดล้อมการแข่งขัน แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการร้านอาหารโดยการหาพันธมิตรทางการค้า และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อเสริมสร้างสภาพคล่องทางธุรกิจ การใช้ระบบสารสนเทศด้านเทคโนโลยีเพื่อเผยแพร่และโฆษณาสินค้าในด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

2.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ภายใน แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จ ได้แก่ สายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) การถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กร เช่น ใจรัก การบริการ ใส่ใจคุณภาพ เป็นต้น และแนวทางการลดค่าใช้จ่าย เช่น การประหยัดพลังงาน การคำนวณวัตถุดิบที่ใช้ในแต่ละวันเพื่อลดการทิ้ง รักษาอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ใช้งานได้ดีอยู่เสมอ เป็นต้น

### อภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านอาหาร ใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของ Kotler & Keller (2012) มาใช้ในการอธิบายถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินการร้านอาหารของทุกร้านที่ได้สัมภาษณ์ ได้แก่ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (2) กลยุทธ์ด้านราคา (3) กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (5) กลยุทธ์ด้านบุคคล (6) กลยุทธ์ด้านกายภาพและการนำเสนอ (7) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยนันต์ ไชยเสน (2562) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถและนวัตกรรมบริการธุรกิจร้านอาหารยุค 4.0 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร การดำเนินงานธุรกิจร้านอาหารควรเพิ่มขีดความสามารถและนำนวัตกรรมบริการใหม่ ๆ มาปรับใช้เพื่อส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร พบว่า เพื่อให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จผู้ประกอบการ ควรพิจารณาองค์ประกอบจากการประยุกต์ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจร้านอาหาร 8Ps และการกำหนดทิศทางการพัฒนาร้านอาหารโดยยึดหลักการที่มุ่งเน้นความสำคัญไปที่ “PHUKET’s” คือ การออกแบบรายการอาหาร การพัฒนาบุคลากร การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะ การจัดการองค์ความรู้ การดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาสนับสนุนการพัฒนาความมั่นคงยั่งยืนให้ธุรกิจร้านอาหารยุค 4.0 ของจังหวัดภูเก็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง กนกพรรณ

ภัทรปริณูสิริ (2561) ได้ศึกษาวิจัยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจด้วยการยกระดับคุณภาพบริการของกระทรวงพาณิชย์ พบว่า อิทธิพลรวมของตัวแปรที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการทำธุรกิจมากที่สุด คือ คุณภาพบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ การยกระดับคุณภาพบริการ และสอดคล้องกับ สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2564) รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารในยุคปกติวิถีใหม่สำหรับผู้ประกอบการ เป็นการวิจัยเชิงผสมผสานวิธี พบว่า (1) รูปแบบของการบริหารจัดการร้านอาหารในยุคปกติวิถีใหม่ มี 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ด้านกระบวนการภายใน และด้านลูกค้า (2) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้ และพัฒนา และด้านกระบวนการภายใน มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในระดับมาก (3) รูปแบบสำหรับผู้ประกอบการ พบว่า การบริหารจัดการร้านอาหาร ทั้ง 4 ด้าน เป็นปัจจัยที่ ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในยุคปกติวิถีใหม่

การสร้างกลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านอาหาร การวางแผนทางการเงิน การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จ ได้แก่ สายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) โดยการถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กร เช่น ใจรักการบริการ ใส่ใจคุณภาพ และแนวทางการลดค่าใช้จ่าย เช่น การประหยัดพลังงาน การคำนวณวัตถุดิบที่ใช้ในแต่ละวันเพื่อลดการทิ้ง แนวทางการพัฒนาแผนกลยุทธ์ของการตลาดใหม่ให้พร้อมที่จะแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารในยุคดิจิทัลเพื่อการรองรับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ส่งเสริมการจัดการขยะในร้านอาหารหรืออาหารส่วนที่เหลือที่ขึ้นตอนการผลิตหรือจากที่ลูกค้าทานไม่หมด และส่งเสริมพนักงานดีเด่นให้รางวัลเพื่อส่งเสริมขวัญกำลังใจในการทำงาน ดำเนินการตรวจสอบพนักงานเป็นประจำและวางแผนการให้โบนัสและรางวัลแก่พนักงาน สอดคล้องกับ วิลาสินี เขมะปัญญา และคณะ (2563) ได้ศึกษาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของร้านอาหารริมทางเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของร้านอาหารริมทางเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ควรพัฒนาในประเด็นดังต่อไปนี้ (1) ด้านผลิตภัณฑ์อาหารริมทางควรพัฒนาด้านความปลอดภัยของอาหารและระบบสุขาภิบาลเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว (2) ด้านราคาควรควบคุมราคาสินค้าของร้านอาหารริมทางไม่ให้มีราคาสูงเกินความเป็นจริงและมีป้ายที่แสดงราคาอาหารอย่างชัดเจน (3) ด้านที่ตั้งของร้านอาหารริมทาง ควรจัดสรรพื้นที่ให้กับผู้จำหน่ายร้านอาหารริมทางอย่างเป็นระบบเพิ่มมากขึ้น และกำหนดเวลาในการขายที่ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และ (4) ด้านการส่งเสริมการขายและการบริการของร้านอาหารริมทางเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร้านอาหารริมทางใช้ระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยทั้งในด้านการเพิ่มช่องทางชำระเงิน หรือการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารริมทางผ่านสื่อออนไลน์

การคาดการณ์ด้านอนาคต แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถด้านการคาดการณ์อนาคตสำหรับร้านอาหาร (Future Forecasting) สามารถทำได้โดยการวิเคราะห์ข้อมูลและแนวโน้มต่าง ๆ อย่างรอบด้านที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากสถานการณ์การระบาดของโรค โควิด-19 เพื่อนำไปสู่การปรับกลยุทธ์และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน การทำความเข้าใจและคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในด้านกลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย เน้นการเข้าถึงลูกค้าหลากหลายช่องทาง ทั้งออนไลน์และออฟไลน์โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก สอดคล้องกับ ประภาศรี พงศ์ธนาพานิช และคณะ (2565) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายในการตลาดสมัยใหม่ แบ่งได้เป็นสองกลยุทธ์หลัก คือ การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางตลาดสมัยใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนสถานะจากผู้เยี่ยมชมสินค้าให้เป็นลูกค้าใหม่ เปลี่ยนลูกค้าใหม่ให้เป็นลูกค้าที่มีการซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เปลี่ยนลูกค้าที่มีการซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอให้เป็นผู้สนับสนุนที่มีความจงรักภักดี และผู้สนับสนุนที่มีความจงรักภักดีให้เป็นลูกค้าที่พร้อมจะบอกต่อสินค้าให้กับผู้อื่นของธุรกิจ กลยุทธ์การจัดจำหน่ายจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดที่สามารถเปลี่ยนจากต้นทุนการผลิตมาเป็นกำไรของธุรกิจ ส่วนกลยุทธ์ที่สองเป็นกลยุทธ์การกระจายสินค้าเพื่อส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ปลอดภัย และเป็นที่ยังพอใจของลูกค้า

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้ามีความเป็นเจ้าของสินค้าทันทีที่มีการชำระเงินค่าสินค้า ดังนั้นกลยุทธ์การกระจายสินค้าที่ดีต้องมีประสิทธิภาพและมีต้นทุนการดำเนินการที่ต่ำที่สุด ซึ่งเป็นเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาระบบการกระจายสินค้าในปัจจุบันและอนาคต

การพิจารณาสถานการณ์ภายนอก แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จ ได้แก่ การพัฒนาบุคลากร มีการฝึกอบรมทุกระดับให้ตระหนักตัวตัวสินค้าและบริการ และการใช้เทคโนโลยี และพัฒนาเมนูอาหารและตรวจสอบความปลอดภัยของแหล่งที่มาของสินค้าเพื่อประกอบเป็นอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ ส่งเสริมการบริการเดลิเวอรี่หรือขายอาหารส่งตามบ้าน และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจหรือคู่ค้า (Business Partner) ที่จะช่วยส่งเสริมธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงโดยมีส่วนร่วมในการร่วมวางแผนการทำงานและกำหนดกลยุทธ์ของร้านอาหาร สอดคล้องกับ ชานนท์ มหาสิงห์ และคณะ (2563) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางที่มีสาขาเครือข่ายในกรุงเทพมหานครและ พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางที่มีสาขาเครือข่าย และนำเสนอเป็นรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหาร ประกอบด้วย (1) การบริหารงาน 6 ข้อ คือ ด้านกลยุทธ์ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านระบบการทำงาน ด้านบริหารงานบุคคลและการฝึกอบรม ด้านรูปแบบ การบริหารจัดการ และด้านการสร้างค่านิยมร่วม และ (2) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า 5 ข้อ คือ คุณภาพการให้บริการ ความรับผิดชอบและสื่อสารกับสังคม คุณภาพอาหารและความคุ้มค่าสำหรับลูกค้า ทำเลที่ตั้งร้านอาหารตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และการส่งเสริมการขายที่จูงใจ

การจัดการเชิงกลยุทธ์ แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ (Promotion) ให้มีรูปแบบที่หลากหลายและเหมาะสมกับลูกค้า และการโฆษณาสินค้าที่เป็นจุดเด่นของร้านอาหาร รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ให้กับร้านอาหารการทำการตลาดโดยใช้ผู้มีอิทธิพล เพื่อชักจูง หรือสร้างความต้องการให้กับผู้บริโภค โดยผ่านการเขียน รีวิวร้านอาหาร การทำคลิปลิวิดีโอบนแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ Facebook, Twitter, Instagram หรือ YouTube สอดคล้องกับ มณวิภา ยาเจริญ (2566) ได้ศึกษาแนวทางการบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว ย่านตลาดใต้รุ่ง ในเขตคูเมืองเก่า พบว่า สื่อที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารริมทาง คือ การบอกเล่าปากต่อปาก และ การรีวิวบนสื่อโซเชียล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารประเภทเส้น ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์หรือด้านอาหารเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงมากที่สุดในการเลือกรับประทานอาหารริมทาง ควรจะรักษาเอกลักษณ์ของรสชาติอาหารไทยและชูวัตถุดิบท้องถิ่น นักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญ กับการมีป้ายแสดงราคาและภาพเมนูอาหารที่ชัดเจน รวมทั้งการจัดสถานที่นั่งให้เป็นระเบียบและเพียงพอกับ จำนวนลูกค้า เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรค โควิด 19 ผู้ประกอบการร้านอาหารริมทางต้องการ ใช้การโฆษณาโดยโซเชียลมีเดียและขายออนไลน์โดยการบริการส่งอาหารถึงบ้าน ภาครัฐจึงควรส่งเสริมการ พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหารริมทางในด้านการตลาด

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

หากมีผู้สนใจศึกษาในประเด็นดังกล่าว ควรเพิ่มระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาด้วย เพื่อเสริมเติมเต็มจากงานวิจัย

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน โดยเฉพาะในพื้นที่อำเภอหล่มเก่า เทศบาลหล่มเก่า ให้มีการส่งเสริมแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในด้านการนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทส่งเสริมการขายและการให้บริการ และเสริมทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

## เอกสารอ้างอิง

- กนกพรรณ ภัทรมิทธิศิริ. (2561). การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจด้วยการยกระดับคุณภาพบริการของกระทรวงพาณิชย์. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 13(1), 77-89.
- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. (ม.ป.ป.). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2566*. สืบค้นเมื่อ 24 เมษายน 2567, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/796>
- ชัยนันต์ ไชยเสน. (2562). แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถและนวัตกรรมบริการธุรกิจร้านอาหารยุค 4.0 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(3), 491-504.
- ชานนท์ มหาสิงห์, จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และวิชัย เจริญธรรมานนท์. (2563). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางที่มีสาขาเครือข่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 3(3), 81-99.
- ไทยโพสต์. (2564). *พาณิชย์เดินหน้าขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคบริการ สนับสนุนนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก พร้อมเปิดรับสมัครร้านอาหารไทยรายใหม่เพื่อรับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT*. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/108698>
- ประภาศรี พงศ์นาพามิข, วิศนันท์ อุปรมัย และปภาวัลย์ สุทธิประสิทธิ์. (2565). กลยุทธ์การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการตลาดสมัยใหม่ ในยุคอินฟลูเอนเซอร์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 16(1), 194-208.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2567). *พาณิชย์จัด 7 กิจกรรมเสริมแกร่งผู้ประกอบการร้านอาหาร*. สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2567, จาก <https://mgronline.com/business/detail/9670000073085>
- มณวิภา ยาเจริญ (2566). แนวทางพัฒนาการบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยวย่านตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์*, 10(2), 51-67.
- วิลาสินี เขมะปัญญา, เสรี วงษ์มณฑา, ชุษณะ เตชคณา, และ ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ. (2563). แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของร้านอาหารริมทางเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. *วารสารเซนต์จอร์จ*, 23(32), 37-49.
- สำนักงานจังหวัดเพชรบูรณ์. (ม.ป.ป.). *ประวัติเมืองเพชรบูรณ์*. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.phetchabun.go.th/main/index.php>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13*. สืบค้นเมื่อ 24 เมษายน 2567, จาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=plan13>
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2564). รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารในยุคปกติวิถีใหม่สำหรับผู้ประกอบการ. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(7), 498-512.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 14<sup>th</sup>ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall International.