

# บทที่ 1

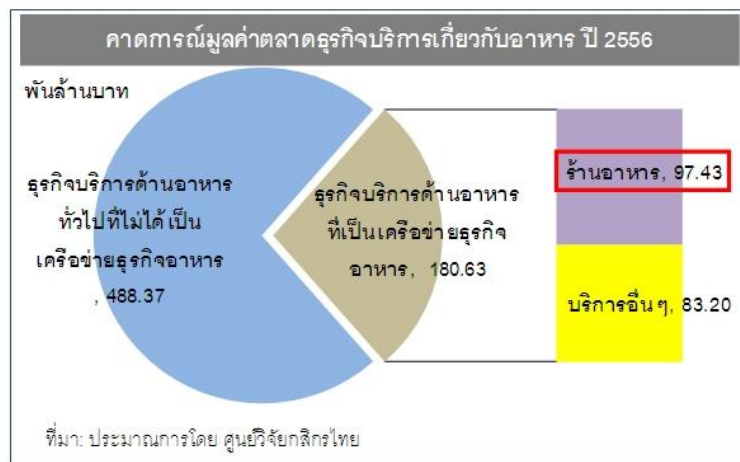
## บทนำ

### ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

อาหารจัดว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับร่างกาย จึงมีการกำหนดอาหารขึ้นเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งในการดำเนินชีวิต ดังนั้นคนทุกคนจำเป็นจะต้องรับประทานอาหารเพื่อให้ชีวิตดำเนินต่อไป หากมีลูกค้าซึ่งอาจเป็นคนไทย ชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวเข้ามารับประทานอาหารเช้าในร้านเป็นจำนวนมากย่อมทำให้มีการรับประทานอาหารเช้ามากขึ้น ซึ่งหมายถึงงานและรายได้สำหรับพนักงานจะมากขึ้น

งานบริการเป็นงานที่สร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการและผู้มาติดต่อ การให้บริการที่ดีจะส่งผลโดยตรงต่อการปฏิบัติงาน และความล้มเหลวในการบริการและจะเป็นผลเสียอย่างร้ายแรงหากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้นพนักงานบริการทุกคนจะต้องให้ความสำคัญและมีความรับผิดชอบในการบริการ เพราะ พนักงานบริการคือหน้าตาของร้าน

การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพอยู่จากตัวของพนักงานแต่ละคน ต้องอาศัยทัศนคติที่ดี การบริการที่แสดงออกถึงความพร้อมของการบริการ มีความสุภาพ อ่อนโยน มีเมตริจิตที่ดี เพื่อจะสามารถชนะใจลูกค้าที่มาใช้บริการ การบริการสามารถกระทำตั้งแต่ลูกค้าก้าวเข้ามายังร้าน จนกระทั่งลูกค้าเดินออกจากร้านซึ่งพนักงานบริการทุกคนสามารถปฏิบัติได้ การให้บริการที่ดีจะเป็นเสมือนเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับภัตตาคารหรือร้านอาหาร เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการในโอกาส ต่อไป (ประพัทธ์ ศิริวงศ์รังสรรค์, 2555)



### ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

โดยปี 2556 มีผู้ประกอบการร้านอาหารในประเทศไทยรวม 61,760 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในกลุ่มภัตตาคาร ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ที่ยังคงมีสถานะดำเนินกิจการรวม 6,933 ราย (ลดลงจากปี 2553 และปี 2554 ที่มีจำนวนรวม 7,907 ราย และ 7,099 ตามลำดับ) ซึ่งเป็นการจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด 6,002 ราย และเป็นการจดทะเบียนในรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้าง

หุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล บริษัทมหาชนจำกัด หอการค้า และสมาคมการค้า รวมกัน 931 ราย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

แม้ว่าจำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารในกลุ่มภัตตาคาร ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ที่ยังคงมีสถานะดำเนินกิจการจะมีแนวโน้มลดลงจากในอดีต อันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดที่ค่อนข้างรุนแรงจากการขยายตัวของร้านอาหาร ที่เป็นเครือข่ายธุรกิจอาหาร ทั้งในรูปแบบการขยายการลงทุนเอง และการขายแฟรนไชส์ แต่เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ประกอบการที่มีการจดทะเบียนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ กลับพบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 919 รายในปี 2553 ไปสู่ 1,169 รายในปี 2555 ข้อมูลดังกล่าวได้บ่งชี้ให้เห็นถึงความน่าสนใจในการประกอบธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ที่ยังคงมีผู้ขายรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วย

ขณะเดียวกันปีปลาย พ.ศ. 2558 การเป็นประชาคมอาเซียน คือ การทำให้ประเทศสมาชิกอาเซียนเป็น "ครอบครัวเดียวกัน" ที่มีความแข็งแกร่งและมีภูมิทัศน์ที่ดี โดยสมาชิกในครอบครัวมีสภาพความอยู่ที่ดี ปลอดภัย และสามารถค้าขายได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้นโดยในปี พ.ศ. 2558 นี้เองจะมีการเปิดกว้างให้ประชาชนในแต่ละประเทศสามารถเข้าไปทำงานในประเทศ อื่น ๆ ในประชาคมอาเซียนได้อย่างเสรี เสมือนดังเป็นประเทศเดียวกัน ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการอาชีพและการมีงานทำของคนไทย ควรทำความเข้าใจในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกคน แต่ขณะเดียวกันก็มีผลในด้านเศรษฐกิจอยู่ อาทิ ธุรกิจบริการด้านต่างๆ ที่ถือว่าประเทศไทยเปรียบเสมือนจุดศูนย์กลางของกลุ่มประเทศอาเซียน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC) มุ่งเน้นให้เกิดการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจ และความสะดวกในการติดต่อค้าขายระหว่างกัน เพื่อให้ประเทศสมาชิกสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่น ๆ ได้ (<http://www.thai-aec.com>)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดว่าธุรกิจอาหารควรมีการเปลี่ยนแปลงให้เท่าทันเทรนด์และความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น เพื่อพัฒนาการสื่อสารการตลาดธุรกิจบริการอาหารเพื่อประชาคมอาเซียน บนพื้นฐานขององค์ความรู้หน่วยงานทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ใช้บริการ ธุรกิจบริการที่จะประสบความสำเร็จ จะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่แนบแน่นและยาวนานกับลูกค้า เนื่องจากธรรมชาติของการบริการที่ต้องอาศัยความมั่นใจหรือความเชื่อถือของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของผู้ให้บริการเป็นอย่างยิ่ง ทำให้เรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายในธุรกิจบริการเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จที่สำคัญของธุรกิจเลยทีเดียว ความสำเร็จของธุรกิจบริการจึงจะต้องขึ้นอยู่กับตัวบุคคลของพนักงานให้บริการที่จะต้องทำหน้าที่รักษาภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของธุรกิจไว้ในช่วงเวลาที่ได้รับบริการ เจ้าของหรือผู้บริหารธุรกิจให้บริการจึงต้องให้ความสนใจกับระดับการให้บริการของพนักงานด้วยคุณภาพที่เสมอต้นเสมอปลายตลอดเวลา งานบริการเป็นงานที่สร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการและผู้มาติดต่อ การให้บริการที่ดีจะส่งผลโดยตรงต่อการปฏิบัติงาน และความล้มเหลวในการบริการจะเป็นผลเสียอย่างร้ายแรงหากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้นพนักงานบริการทุกคนจะต้องให้ความสำคัญและมีความรับผิดชอบในการบริการ เพราะ พนักงานบริการคือหน้าตาของร้าน

การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพอยู่จากตัวของพนักงานแต่ละคน ต้องอาศัยทัศนคติที่ดี การบริการที่แสดงออกถึงความพร้อมของการบริการ มีความสุภาพ อ่อนโยน มีไมตรีจิตที่ดี เพื่อจะสามารถชนะใจลูกค้าที่มาใช้บริการ การบริการสามารถกระทำได้ดีตั้งแต่ลูกค้าก้าวเข้ามาในร้าน

จนกระทั่งลูกค้าเดินออกจากร้านซึ่งพนักงานบริการทุกคนสามารถปฏิบัติได้ การให้บริการที่ดีจะเป็นเสมือนเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับภัตตาคารหรือร้านอาหาร เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการในโอกาสต่อไป

#### **วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย**

1. เพื่อศึกษารูปแบบธุรกิจอาหารในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารธุรกิจบริการอาหารของอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานบริการ

#### **ขอบเขตของโครงการวิจัย**

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตของการศึกษาไว้ 3 ด้านดังนี้

**ขอบเขตด้านพื้นที่** ศึกษาพื้นที่ ตำบลมหาชัย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ครอบคลุมทั้ง 7 หมู่บ้าน ที่จะใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

**ขอบเขตด้านเนื้อหา** เนื้อหาที่จะศึกษาได้ครอบคลุม มีรายการดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากร
- ส่วนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจบริการอาหารของประชาชน
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร
- ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานบริการ
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

**ขอบเขตด้านเวลา** ระยะเวลาในการดำเนินการของโครงการวิจัย เป็นช่วงเวลาตามงบประมาณ 2559

#### **ข้อตกลงเบื้องต้น**

ในการทำการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ขอความร่วมมือกับบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด บริษัท แมคไทย จำกัด เพื่อขอข้อมูลวิธีการสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจบริการอาหารของทั้ง 2 บริษัท แล้วนำมาวิเคราะห์ต่อไป

2. ทำการสำรวจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจบริการอาหารของประชาชน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานบริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาวิธีการสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจบริการอาหารต่อไป

## แผนการดำเนินงาน

ขั้นตอน/กิจกรรม	ปีงบประมาณ พ.ศ.2559											
	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย
ทบทวนวรรณกรรม												
สร้างเครื่องมือวิจัย												
เก็บรวบรวมข้อมูล												
วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล												
เขียนรายงานผลการศึกษา												

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยในครั้งนี้จะเกิดประโยชน์กับผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ดังนี้

1. เกิดการเรียนรู้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจบริการอาหารของประชาชน ในตำบลมหาชัย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
2. เกิดการเรียนรู้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ในตำบลมหาชัย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
3. เกิดการเรียนรู้ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานบริการ ในตำบลมหาชัย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
4. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาวิธีการสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจบริการอาหาร
5. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทามีกระบวนการในการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีกระบวนการผลิตและพัฒนาภูมิปัญญา ลงการปฏิบัติในพื้นที่จริง และเป็นการบูรณาการในการจัดการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาสาขาการบริหารจัดการเครือข่ายร้านอาหาร ได้ประสบการณ์ตรง และมีส่วนร่วมในคิดและวิเคราะห์ระหว่างผู้ประกอบการภาครัฐ เอกชน และกับนักศึกษา เพื่อสร้างโอกาสให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สังเคราะห์ในสาขาการบริหารจัดการเครือข่ายร้านอาหาร

### นิยามศัพท์เฉพาะ

#### สื่อสาร

หมายถึง (Communication) หมายถึง กระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมา โดยคาดหวังให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งต้องการ (<https://principlesandtheoriesofcommunication.wikispaces.com>)

#### ธุรกิจบริการอาหาร

หมายถึง การประกอบกิจการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มแก่คนเดินทาง นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไป โดยจัดเตรียมที่นั่งให้ผู้บริโภคได้รับประทานภายในสถานที่ที่ให้บริการ หรืออาจให้บริการบรรจอาหารเพื่อให้ผู้บริโภคนำรับประทานที่อื่นได้ (<http://tourismindustrydpu004preecha.blogspot.com/2010/08/7.html>)

**สื่อสารทางการตลาด** หมายถึง การสื่อความหมายของกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้เกิดผลสำคัญคือช่วยกระตุ้นการขาย (Sale) และสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) กิจกรรมการสื่อสารการตลาดจึงประกอบด้วยส่วนสำคัญคือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง(<https://th.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080109193619AAwINMU>)

**ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC หรือ ASEAN Economic Community)**

หมายถึง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นเป้าหมายการรวมตัวกันของประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับคู่ค้า และเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจระดับโลก รวมถึงมีการยกเว้นภาษีสินค้าบางชนิดให้กับประเทศสมาชิก ส่งเสริมให้ภูมิภาคมีความเจริญมั่งคั่ง มั่นคง ประชาชนอยู่ดีกินดี (<http://aec.kapook.com/view50473.html>)