

การศึกษารูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

วิไลวรรณ พันธุ์ศิริ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาลักษณะแนวคิดทางด้านการตลาดของรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี 2) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี งานวิจัยนี้จะเป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยใช้หลักการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์เป็นเจ้าของธุรกิจร้านอาหารชาบู จำนวน 14 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคล บันทึกข้อมูลจากการสังเกตการณ์และจดบันทึกการสัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นความรู้สึกต่างๆ ของผู้ให้ข้อมูล สามารถวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็น การวิจัย สรุปและตีความข้อมูลเนื้อหา

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ซีวรรณ เจริญสุข.(2577) ในปัจจุบันร้านอาหารชาบูกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ผู้คนให้ความสนใจในการรับประทานอาหารชาบูเป็นอย่างมาก โดยคำนึงถึงเรื่องกรรมวิธีในการปรุง รสชาติ คุณภาพ การบริการ ความสะอาด ด้วยเหตุผลข้างต้นทำให้เกิดแนวคิดการศึกษารูปแบบร้านอาหารชาบูเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทชาบูที่ให้บริการเป็นร้านอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ ที่เน้นคุณภาพของวัตถุดิบที่มีความสดใหม่และผักปลอดสารพิษ นอกจากนี้ยังเต็มไปด้วยเมนูอาหารที่หลากหลายทั้งน้ำซุ๊ป น้ำจิ้ม และรับประทานได้ไม่อั้น

วิถีชีวิตของคนไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในยุคปัจจุบัน ผู้คนให้เวลากับการปรุงอาหารน้อยลง ดังนั้นการพักผ่อนหรือการเลือกสถานที่พักผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ร้านอาหารจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ใช้พบปะสังสรรค์ระหว่างครอบครัว และเพื่อนฝูง ส่งผลให้ร้านอาหารเข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันมากขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ร้านอาหารต่างๆ มีอัตราการขยายตัวสูงขึ้น ร้านอาหารประเภทชาบู เป็นร้านอาหารที่ได้รับความนิยมจากคนไทยมากขึ้น มีการขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค มีการเปิดร้านชาบูมากมายตามแหล่งชุมชนต่างๆ ทั้งที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า อาคารพาณิชย์ หรือแม้ตามถนนคนเดินทั่วไป ซึ่งมีการให้บริการหลายรูปแบบ

โดยแผนธุรกิจร้านอาหารชาบูจะมีการวางแผนกระบวนการบริการจัดการร้าน ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ รูปแบบการให้บริการที่มีมาตรฐาน การทำการตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ในการโฆษณา เพื่อช่วยลดต้นทุนของกิจการ การเลือกทำเลที่ตั้ง และการบริหารจัดการพื้นที่ภายในร้าน การบริหารกำลังคนให้เพียงพอเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงการวิเคราะห์สภาพปัญหาและความเป็นไปได้ของกิจการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะแนวคิดทางการตลาดของร้านอาหารชาบู ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของร้านอาหารชาบู ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหวัดปราจีนบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาแนวคิดทางการตลาด ธุรกิจบริการ และปัญหาของร้านอาหารชาบู โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเป็นกรอบความคิดในการทำวิจัยนี้ โดยทำการสำรวจข้อมูลสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยใช้เวลาระหว่างเดือนธันวาคมถึงมีนาคม 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถทำให้ทราบถึงการตลาดของรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู และทำให้ผู้ประกอบการวางแผนกลยุทธ์ของกิจการ และหาข้อได้เปรียบในการแข่งขัน
2. สามารถทำให้ทราบถึงการบริการของรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู และทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น
3. สามารถนำผลที่ได้มาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุง แก้ไข พัฒนา ร้านอาหารชาบูให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วิธีการเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษารูปแบบแนวคิดแนวคิดทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารชาบู ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาสภาพปัญหาการตลาดของธุรกิจร้านอาหารชาบู ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษารูปแบบแนวคิดแนวคิดทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารชาบู ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

วิธีการดำเนินงานวิจัยในขั้นตอนที่ 1 มีดังนี้

1. กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของธุรกิจร้านอาหารชาบู จำนวน 14 ราย

เกี่ยวกับรูปแบบการตลาดและสภาพปัญหาธุรกิจร้านอาหารชาบู ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
ปราจีนบุรี

2. ประเด็นที่ศึกษาเกี่ยวกับ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ
3. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามปลายเปิด เพื่อสอบถามเกี่ยวแนวคิดทางการตลาดของเจ้าของธุรกิจ จำนวน 14 ราย ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้อุปกรณ์สำหรับบันทึกเสียงทำการเก็บการสัมภาษณ์เพื่อทบทวนและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาสภาพปัญหาการตลาดของธุรกิจร้านอาหารชาบู ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

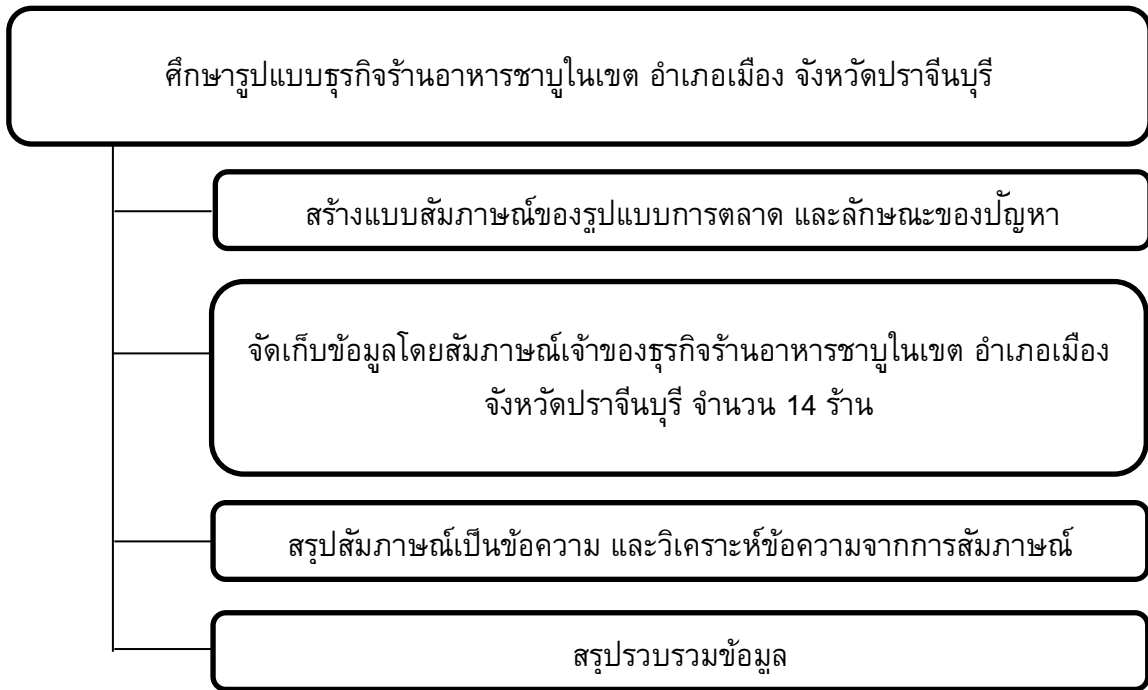
ผู้วิจัยนำข้อมูลแนวคิดทางการตลาดและสภาพปัญหาของรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี ที่ได้มาจากขั้นตอนที่ 1 โดยคัดเลือกประเด็นจากปัญหาการตลาดทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ราคา พฤติกรรมพนักงาน การให้บริการ และคุณภาพการให้บริการ โดยผู้วิจัยได้นำประเด็นความรู้ทั้ง 4 ด้านมาใช้ในการสร้างรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี ในการวิจัยครั้งนี้

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ทำการจัดเตรียมข้อมูลในการวิเคราะห์ มีขั้นตอนดังนี้

1. ถอดเทปการสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 14 ราย
2. เก็บข้อมูลที่ได้จากการ ถอดเทปการสัมภาษณ์ เพื่อนำประเด็นมาวิเคราะห์
3. ทำการกำหนดประเด็นหลักที่ได้ จากการสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย



ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีการศึกษาสภาพและปัญหา รูปแบบการตลาดบริการ ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษารูปแบบแนวทางการตลาด กรณีศึกษา รูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพปัญหาปัจจุบัน กรณีศึกษา รูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษารูปแบบแนวทางการตลาด กรณีศึกษา รูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

ผลการศึกษารูปแบบแนวทางการตลาด โดยสามารถจำแนกได้ 7 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์รูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่ามีร้านค้าที่หลากหลายให้เลือก โดยผู้ใช้บริการมีการศึกษารายละเอียดของร้านก่อนตัดสินใจเข้าใช้บริการ และวัตถุดิบที่ตรงกับความต้องการ

2. ด้านราคา (Price) จากการศึกษาด้านราคาในรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่าผู้ใช้บริการมีการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้าน และจัดสรรราคาให้มีความเหมาะสม
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Location) จากการศึกษาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่าผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบายในการมาใช้บริการ โดยการที่ทางร้านจัดส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ให้ถึงที่ และมีความสะดวกสบายในการสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชัน
4. ด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาส่งเสริมด้านการตลาดรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่าพนักงานได้มีการแนะนำโปรโมชั่นและส่วนลดต่างๆให้กับผู้มาใช้บริการ และผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย
5. ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาด้านบุคลากรรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่าพนักงานให้บริการมีความสุภาพ อ่อนน้อม มีการใส่ใจลูกค้าเป็นอย่างดี และพนักงานให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ
6. ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาด้านกระบวนการรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี อันดับแรกพบว่า กระบวนการให้บริการที่ผู้ใช้บริการได้รับมีคุณภาพ รองลงมาคือผู้ใช้บริการได้รับบริการอย่างยุติธรรม เหมาะสม ระยะเวลาในการให้บริการมีความรวดเร็ว
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (physical Evidence) จากการศึกษาด้านกายภาพรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี อันดับแรกพบว่าธุรกิจกำลังไปได้ดี มีภาพลักษณ์ที่ดี อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ อยู่ในระดับมาก การแต่งกายของพนักงานมีความเรียบร้อยเหมาะสม อุปกรณ์ในการให้บริการมีความสะอาดและปลอดภัย

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพปัญหาปัจจุบัน กรณีศึกษา รูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

ผลการศึกษาสภาพปัญหา สามารถจำแนกได้ 7 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สำหรับด้านผลิตภัณฑ์รูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู พบว่าเจ้าของธุรกิจมีความคิดที่ล้าสมัยไม่มีการพัฒนาให้ทันสมัย และการไม่พัฒนาของเจ้าของธุรกิจ รองลงมาคือการชะลอตัวของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ไม่มีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงไปให้ต่างจากเดิม

2. ปัญหาด้านราคา (Price) สำหรับด้านราคารูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู คือ การตั้งราคาที่มีการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
3. ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Location) สำหรับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ที่พบปัญหาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย ไม่สามารถเข้าถึงทุกพื้นที่ และบางครั้งใช้เวลานานในการจัดส่ง
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำหรับด้านส่งเสริมการตลาดรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ที่พบปัญหาและอุปสรรค อันดับแรกคือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ลงรายละเอียดที่ไม่ชัดเจนโดยการลงรายละเอียดไม่ครบถ้วน รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ครอบคลุม ผู้ใช้บริการไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้โดยตรง
5. ปัญหาด้านบุคลากร (People) สำหรับด้านบุคลากรรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ที่พบปัญหา คือ พนักงานลาโดยไม่แจ้งล่วงหน้า ทำให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติงานเนื่องจากพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าและพบว่าพนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการบริการเท่าที่ควร
6. ปัญหาด้านกระบวนการ (Process) สำหรับด้านกระบวนการในการให้บริการรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ที่พบปัญหาคือขั้นตอนในการให้บริการในการจัดส่งและจัดเสิร์ฟมีความล่าช้าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านคู่แข่ง
7. ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ (physical Evidence) สำหรับด้านลักษณะทางกายภาพรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ที่พบปัญหาคือ สถานที่ให้บริการมีพื้นที่จำกัด และพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า

การอภิปรายผล

จากการวิจัยศึกษาเรื่อง รูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี สามารถอภิปรายผลตามแนวคิด ทฤษฎีรูปแบบตลาดการบริการ โดยการอภิปรายผล จะเปรียบเทียบ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาในรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่าผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง และหลากหลาย โดยปัจจุบันผู้ให้บริการมีการตัดสินใจศึกษารายละเอียดก่อนใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Armstrong and Kotler (2012) ได้อธิบายไว้ว่าผลิตภัณฑ์คือสิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดยการบริโภคหรือการบริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยความพอใจนั้นอาจจะสัมผัสได้หรือสัมผัสไม่ได้

2. **ด้านราคา (Price)** จากการศึกษาสภาพรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีการเปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจมาบริโภคกับเงินที่จ่ายไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ได้อธิบายไว้ว่า ราคาคือคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปตัวเงิน หรือจำนวนของเงินที่ต้องจ่ายไป เพื่อให้ได้สินค้านั้นๆ ราคาถือเป็นต้นทุนสำหรับลูกค้า ซึ่งลูกค้าทำการเปรียบเทียบคุณค่าราคาของสินค้า (Value) ที่จ่ายไปเสมอหากมีคุณค่าที่สูงกว่าราคา (Price) ที่ผู้บริโภคเสียไป
3. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Location)** จากการศึกษาสภาพรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ เพราะสามารถเข้าไปติดต่อได้ง่าย และได้ทราบละเอียดที่ครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2549) ได้อธิบายไว้ว่า การจัดจำหน่ายต้องพิจารณาถึง ความสะดวกสบาย(Convenience) ในการรับบริการ
4. **ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** จากการศึกษาสภาพรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ผ่านการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2012) ได้อธิบายไว้ว่า การติดต่อสื่อสารทางการตลาดของผู้ขายไปยังผู้บริโภคนั้นเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยการบอกต่อ ชักชวน
5. **ด้านบุคลากร (People)** จากการศึกษาสภาพรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า พนักงานให้บริการที่มีความสุขภาพ อ่อนน้อม มีความกระตือรือร้นในการให้บริการนั้น มีส่วนสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จจากการให้บริการ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2549) ได้อธิบายไว้ว่า บุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เนื่องจากบุคคลจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการมากที่สุด บุคลากรสามารถสร้างความพึงพอใจ ดึงลูกค้ากลับมา หรือไล่ลูกค้าไปได้จากการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับลูกค้าเพียงครั้งเดียว โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าสูง ดังคำกล่าวที่ว่า บุคลากรเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดในการ สอดคล้องกับแนวคิดของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556) ได้อธิบายไว้ว่า บุคลากรด้านการบริการจำเป็นต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้ให้และผู้รับบริการ ดังนั้น บุคลากรจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญ
6. **ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)** จากการศึกษาสภาพรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจที่ได้รับการบริการที่มี

คุณภาพ ระยะเวลาในการให้บริการมีความรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, et al. (2012) ได้อธิบายไว้ว่ากระบวนการ เป็นขั้นตอนในการให้บริการ เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าด้วยความ รวดเร็วและประทับใจ

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) จากการศึกษาสภาพรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่าผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี มีความเชื่อถือ และความมั่นใจ รวมถึงการแต่งกายของพนักงานมีความเรียบร้อย เหมาะสม และอุปกรณ์ในการให้บริการมีความสะอาด ทันสมัย และสถานที่ให้บริการมีความสะอาด สามารถติดต่อกันได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2551) ได้ อธิบายไว้ว่า ลักษณะทางกายภาพสามารถช่วยสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศ ให้กับองค์กรได้ ถ้าธุรกิจจัดลักษณะทาง กายภาพให้หน้าเชื่อถือ ลูกค้าจะรู้สึกเชื่อมั่นในความมั่นคง

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบูในเขต อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรียังอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ เนื่องจากเจ้าของธุรกิจยังมีการปรับปรุงและพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง และในบางส่วนที่ต้องหาแนวทางในการ แก้ไขและปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ในอนาคต และด้านบุคลากรโดยรวมที่เป็นไปในลักษณะ สนับสนุนที่จะช่วยกันแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นได้ สรุปได้ว่าในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกัน และหลากหลาย โดยปัจจุบันผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจศึกษา รายละเอียดก่อนใช้บริการ ด้านราคาพบว่าผู้ใช้บริการมีการเปรียบเทียบราคาก่อนการ ตัดสินใจมาบริโภค ด้านตำแหน่งที่ตั้งพบว่าช่องทางทางการจัดจำหน่ายมีน้อย ไม่สามารถเข้าถึง ทุกพื้นที่ และบางครั้งใช้เวลานานในการจัดส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่าการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ลงรายละเอียดที่ไม่ชัดเจนโดยการลงรายละเอียดไม่ครบถ้วน รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ครอบคลุม ผู้ใช้บริการไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้โดยตรง ด้าน บุคลากรพบว่าพนักงานลาโดยไม่แจ้งล่วงหน้า ทำให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติงานเนื่องจาก พนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าและพบว่าพนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการ บริการเท่าที่ควร ด้านกระบวนการพบว่าการให้บริการรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ที่พบ ปัญหาคือขั้นตอนในการให้บริการในการจัดส่งและจัดเสิร์ฟมีความล่าช้าเมื่อเปรียบเทียบกับ ร้านคู่แข่ง ด้านลักษณะทางกายภาพรูปแบบธุรกิจร้านอาหารชาบู ที่พบปัญหาคือ สถานที่ ให้บริการมีพื้นที่จำกัด และพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า

บรรณานุกรม

หนังสือ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2549) การจัดการและการตลาดบริการ . กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) พฤติกรรมผู้บริโภค . กรุงเทพฯ : วี ฟรีน (1991)

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ.(2552) การตลาดบริการ พิมพ์ครั้งที่ 10).กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ.(2556) กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

นชกฤต วันตะเมธ. (2557) การสื่อสารการตลาด กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Gronroos, G. T. (1990). Service management and marketing. Massachusetts : Lexington Books.

Lovelock. (2010). Services Marketing (4th ed). New Jersey, NJ:Prentice-Hall.

วิทยานิพนธ์

เจนจิรา เกสรขจรทิพย์.(2557) ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อในร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ชีวรรณ เจริญสุข.(2577) กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกไทยแบบดั้งเดิมบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม