

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	การวิเคราะห์การจัดการร้านอาหารญี่ปุ่นในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
ผู้เขียน	นางสาวอัจฉรา อันสมศรี
ปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจเกษตร)
คณะกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.พัฒนา เจียรวิริยะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ พิกุล โคว์สุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษากการวิเคราะห์การจัดการร้านอาหารญี่ปุ่นในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสถานการณ์ธุรกิจอาหารต่างชาติในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก รวมถึงการวิเคราะห์การจัดการร้านอาหารญี่ปุ่นขนาดเล็กและการกำหนดกลยุทธ์ใหม่ให้เหมาะสมกับธุรกิจโดยทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ สำรวจสถานการณ์ร้านอาหารต่างชาติในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากเจ้าของกิจการร้านอาหาร ข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาและการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์การบริหารจัดการการผลิตและปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกิจร้านอาหารต่างชาติ และวิเคราะห์การจัดการร้านอาหารญี่ปุ่นขนาดเล็กโดยใช้แนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการ(4M) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ (SWOT Analysis) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร รวมถึงการวิเคราะห์ธุรกิจโดยใช้ทฤษฎีตามแนวทางของกลุ่มที่ปรึกษาแห่งบอสตัน (BCG) เพื่อประเมินตำแหน่งของธุรกิจและทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดเพื่อกำหนดกลยุทธ์ใหม่ๆที่เหมาะสมกับธุรกิจโดยใช้ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือ

ในการวิเคราะห์การจัดการร้านอาหารญี่ปุ่นขนาดเล็กในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากซึ่งได้ทำการศึกษาตัวอย่างจำนวน 1 ร้าน คือร้านอาหารญี่ปุ่นอากิโยชิโดยใช้แนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการ (4M) มาช่วยในการวิเคราะห์ผลการศึกษาพบว่าการจัดการด้านบุคคลมีการสรรหาและคัดเลือกโดยใช้ระบบอุปถัมภ์ การฝึกอบรมพนักงานด้วยการสอนงานจากเจ้าของร้านโดยตรงและทำการประเมินผลงานของพนักงานจากการสังเกตของเจ้าของร้านเอง ด้านการจัดการการเงิน ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อ

วัตถุดิบในแต่ละครั้งเจ้าของจะมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายในด้านต่างๆและจะเป็นผู้ดูแลจัดการบริหารการเงินแต่เพียงผู้เดียว สำหรับการบริหารวัสดุอุปกรณ์จะมีการจัดซื้อจัดหาโดยเจ้าของร้านจะเป็นคนจัดซื้อจัดหาเองทั้งหมดส่วนการดูแลซ่อมบำรุงตัวเจ้าของร้านและพนักงานในร้านจะต้องมีส่วนร่วมกันในการดูแลรักษา และผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของร้านอาหารญี่ปุ่นอาจิโยชิจากการศึกษาพบว่าจุดแข็งของร้านอยู่ที่สถานที่ตั้งของร้านซึ่งอยู่ใจกลางเมืองเดินทางสะดวก วัตถุดิบที่ใช้สดใหม่และมีคุณภาพซึ่งมาจากการส่งสินค้าจากซัพพลายเออร์ที่ตรงต่อเวลาและมีประสิทธิภาพ จุดอ่อนของทางร้านอาจิโยชิในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจพบว่าไม่มีการทำการตลาด ไม่มีการประชาสัมพันธ์ร้านและเน้นการขายเชิงรับมากกว่าเชิงรุก ส่วนโอกาสของทางร้านอาจิโยชิพบว่ามีโอกาสที่จะขยายกิจการมากขึ้นเนื่องจากเศรษฐกิจในอำเภอแม่สอดมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่วนอุปสรรคที่สำคัญคือฤดูกาลและความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

สำหรับการวิเคราะห์การเติบโตของธุรกิจตามแนวคิดของบอสตัน (BCG) พบว่าปัจจุบันร้านอาจิโยชิอยู่ในช่วงของ Cash cow นั่นคืออัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจเริ่มอืดตัว แต่ส่วนแบ่งทางการตลาดยังคงสูงทางร้านจึงจำเป็นต้องรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดให้คงสภาพเดิมโดยทำการประชาสัมพันธ์ร้าน จัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ หลังจากการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อธุรกิจแล้วได้ทำการจับคู่ปัจจัยต่างๆที่ได้จากการวิเคราะห์ข้างต้นเพื่อนำมาสร้างกลยุทธ์ใหม่ที่เหมาะสมกับธุรกิจโดยใช้ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ได้ผลดังนี้

กลยุทธ์ที่สำคัญของทางร้านอาจิโยชิที่ควรเลือกใช้ในสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อรักษาตำแหน่งทางการตลาด คือ กลยุทธ์คงที่หรือกลยุทธ์คงตัว (Stability Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งรักษาอัตราการเติบโต ปกป้องส่วนแบ่งทางการตลาด นั่นคือ อัตราการเติบโตของตลาดเริ่มมีความอืดตัวแต่ส่วนแบ่งทางการตลาดสูงและธุรกิจยังสามารถทำกำไรและเนื่องจากทางร้านมีสภาพคล่องทางการเงินที่ดีที่ถือว่าเป็นจุดแข็งสำคัญดังนั้นทางร้านควรนำเงินลงทุนหาสถานที่ตั้งของร้านใหม่โดยจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดควบคู่กันโดยเน้นในส่วนของกลยุทธ์ในเรื่องของสถานที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เช่นการจัดส่งถึงที่ (Delivery) และการรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับทางร้าน และควรมีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น ปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการวัตถุดิบ เสริมสร้างประสิทธิภาพการให้บริการ โดยเฉพาะพนักงานจะเน้นทักษะด้านภาษาต่างประเทศเพื่อใช้สื่อสารกับลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติรวมไปถึงการจัดจ้างพนักงานเพิ่มเพื่อให้เพียงพอต่อการบริการลูกค้า นั่นก็เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ

Independent Study Title	Management Analysis of Japanese Restaurant in Mae Sot District, Tak Province	
Author	Miss Atchara Ansomsri	
Degree	Master of Science (Agribusiness)	
Advisory Committee	Assoc. Prof. Dr. Pattana Jierwiriyan	Advisor
	Assoc. Prof. Pikul Kowsuwan	Co-advisor

ABSTRACT

This analytical study on the management of a Japanese restaurant in Mae Sot District of Tak Province was conducted with the objectives to explore the international cuisine business situation in Mae Sot and to analyze the business management of a small Japanese restaurant so as to determine new strategies for it to pursue more appropriately in its present circumstance. Primary information for this study was collected through a survey of international restaurant business situation in Mae Sot District and in-depth interview with restaurant business owners. Secondary information was also compiled from various relevant published documents and research works to substantiate the analysis on business management and factors affecting the running of international restaurant here. The concepts and theories used for the present investigation on the management of small Japanese restaurant included the 4M theory, SWOT Analysis about internal and external factors affecting the performance of restaurant business, BCG Matrix of Boston Consulting Group for assessing the business position, and TOWS Matrix for determining more appropriate new strategies.

The analysis of small Japanese restaurant in Mae Sot District of Tak Province was confined to the case of Ajiyoshi Japanese restaurant. With reference to the 4M theory, it was found that this restaurant handled its Man component by searching for and selecting workers through the patron-client system, providing workers and staff training directly by the restaurant owner, and evaluating workers and staff performance also by the restaurant owner himself. In terms of Money

management, the restaurant owner was the only person having authority in financial matters including the placing of purchasing orders and the keeping of income-expenditure account. Regarding the management of Materials, the restaurant owner assumed all responsibilities in buying and procuring raw materials and equipment while he and all restaurant workers had shared duties for the orderly use and maintenance of materials. From SWOT analysis, this Ajiyoshi restaurant was found to have strength in terms of location which is right in the heart of the town with conveniently access roads, and fresh and good quality raw materials for food preparation as a result of using efficient and punctual suppliers. Its weakness came from the fact that at the beginning of business establishment in Mae Sot, Ajiyoshi restaurant did not undertake any marketing activities, made no publicity about the place and services, and emphasized defensive marketing strategy rather than the proactive one. Its opportunity existed for further expansion of business scale as Mae Sot economy continued to grow. The major threat found for this Ajiyoshi restaurant was the seasonality and hence the fluctuating price of food raw materials.

By means of BCG Matrix, this Ajiyoshi restaurant at the time of this analysis appeared to be in cash cow situation as it was operating in a slow growing market but with its high market share. Thus it needed to maintain its present market share by arranging such marketing campaign as publicity and market promotion to get repeat customers.

From the results of SWOT analysis, a TOWS matrix was constructed by matching various external and internal factors for further analysis to design appropriate business strategies. Consequently, it was determined that the key option that this Ajiyoshi restaurant should take in order to keep its present market position was Stability Strategy by which it would focus on maintaining its on-going business growth rate and protecting its existing market share. This was because the local market began to grow slowly or even mature while the restaurant in question was still making favorable profit and having high financial liquidity. The excess money from taking Stability Strategy thus becomes the key strength that Ajiyoshi restaurant should exploit for finding and investing in its new business location taking into consideration the use of marketing mix strategy. Attention should be placed on the factors of place and distribution by adding delivery and catering services to increase the sale volume. Equally important would be the product factor by

attempting to improve product quality and increase efficiency in raw materials handling. In terms of personnel factor, emphasis should be placed on improving service quality especially by assuring foreign language communication skills of restaurant workers and employing more workers to be adequate for the scale of business. The good personnel management will enable the business to maintain the existing customers and attract new groups of consumer while contributing to the corporate image and creditability of the business.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved