



รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถาบันเชิง กรณีศึกษาฉบับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์



โดย
นางสาวกัญญกานต์ ทวีทิพย์รัตน์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถาบันเทিং กรณีศึกษาฉบับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**FORM AND STRATEGY OF ENTERTAINMENT BUSINESS : CASE STUDY JR
MUSIC HALL**



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2010

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง กรณีศึกษา ผับเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์” เสนอโดย นางสาวกัญญกานต์ ทวีทิพย์รัตน์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์วิญโญ)

...../...../.....

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นพนันท์ หอมสกล)

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

...../...../.....

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

51602301 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : รูปแบบการประกอบการ / กลยุทธ์การประกอบการ

กัญญกานต์ ทวีทิพย์รัตน์ : รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง กรณีศึกษา
ผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 71 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง
กรณีศึกษาผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ศึกษาปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการประกอบการ และแนวทาง
แก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการสัมภาษณ์ระดับลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 28 คน ได้แก่ เจ้าของกิจการ
ธุรกิจสถานบันเทิง ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร พนักงานและลูกค้า จากผลการศึกษาพบว่า
การประกอบธุรกิจสถานบันเทิงเป็นรูปแบบธุรกิจขนาดย่อม เริ่มจากตัวผู้บริหารเป็นคนชอบเที่ยว
และได้มีการร่วมหุ้นกับเพื่อนเปิดสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ขึ้น โดยผู้บริหารได้ใช้กลยุทธ์การ
วางแผนล่วงหน้าเป็นสำคัญ ในการดำเนินธุรกิจทุกด้าน กล่าวคือ ในด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความ
แตกต่างจากธุรกิจสถานบันเทิงรายอื่น และมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง
การบริการที่ผู้บริหารมีการจัดอบรมแก่พนักงานให้มีมาตรฐานเดียวกัน และการบริหารจัดการลูกค้า
ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ มีปัญหาเรื่องการขยายกิจการด้านของพื้นที่ในเรื่องของค่าเช่า ปัญหา
เศรษฐกิจผันผวน ผลที่ได้คือการประกอบธุรกิจสถานบันเทิงเป็นการสร้างอาชีพและรายได้เข้าสู่
ผู้ประกอบการรวมทั้งพนักงานที่ทำงานในสถานประกอบการนี้

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

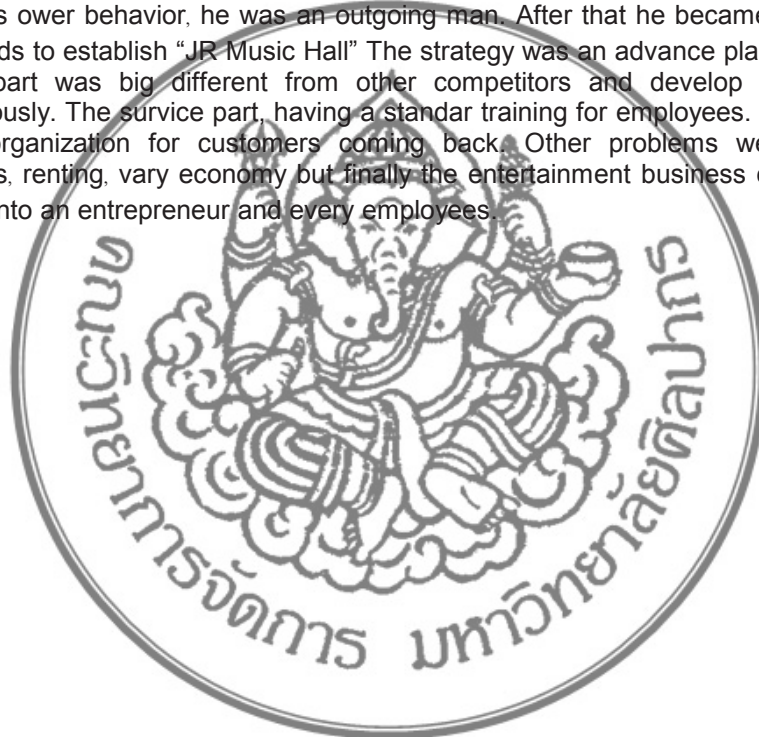
51602301 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : STRATEGIC MANAGEMENT/ENTREPRENEURSHIP

KANYAKAN Taweetiprat : FORM AND STRATEGY OF ENTREPRENEURSHIP
BUSINESS : CASE STUDY JR MUSIC HALL. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST. PROF.
PITAK SIRIWONG. Ph.D., 71 pp.

The objective of this research was to study form and strategy of Entertainment business "JR Music Hall". The concept was to study problems happening in this business and solve the solutions. The method of this research was interviewing deeply to 28 people, such as, the business owner, the Executive managers, Board managers, employees and the customers.

The result showed that JR Music Hall is a medium enterprise, started from the business owner behavior, he was an outgoing man. After that he became a share holder with his friends to establish "JR Music Hall" The strategy was an advance planning for overall. The goods part was big different from other competitors and develop to a modern goods continuously. The service part, having a standard training for employees. And the last one was about organization for customers coming back. Other problems were about extending business, renting, vary economy but finally the entertainment business created a career and benefit into an entrepreneur and every employees.



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง กรณีศึกษาผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์สำเร็จลงด้วยความกรุณาจาก ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ ผศ.นภนันทน์ หอมสุต กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำวิจัยครั้งนี้ ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ ผู้ทำวิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ คุณกิตติ ทวีทิพย์รัตน์ ผู้บริหารสถานบันเทิง เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ที่สละเวลากรุณาให้สัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการค้นคว้าอิสระนี้

ท้ายที่สุดต้องขอขอบคุณบิดา มารดา เพื่อนร่วมสาขาวิชาทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับเสร็จสมบูรณ์ด้วยดี



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

หน้า

	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
	กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
	สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่		
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	4
	ขอบเขตการการวิจัย.....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	5
2	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	6
	แนวคิดเกี่ยวกับสถานบันเทิง.....	6
	ความหมายของสถานบันเทิง.....	6
	ประเภทของสถานบันเทิง.....	7
	แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ.....	9
	ความหมายของกลยุทธ์.....	12
	ระดับของกลยุทธ์.....	13
	แนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจ.....	19
	ความสำคัญแผนธุรกิจ.....	19
	ส่วนประกอบของแผนธุรกิจ.....	20
	แผนธุรกิจที่ดี.....	20
	แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ.....	21
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	22
	ทฤษฎีทางสังคม.....	22
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24

ผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่	หน้า
3	28
วิธีดำเนินการวิจัย	28
ประชากรและผู้ให้ข้อมูล	28
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	28
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล	30
4	32
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	32
สภาพทั่วไปทางธุรกิจ สภาพทั่วไปของกิจการ	32
ความเป็นมาของการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง	32
สถานที่ตั้งและเส้นทางการเดินทาง.....	33
การเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง.....	33
รูปแบบการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง.....	34
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ.....	34
เงินลงทุน	36
ลักษณะของลูกค้า.....	36
จำนวนพนักงานในองค์กร.....	36
กลยุทธ์การบริหารและการตลาดการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง.....	37
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์.....	37
กลยุทธ์ด้านราคา.....	38
กลยุทธ์ด้านการบริการ.....	39
กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด.....	41
กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	43
กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการบุคลากร.....	45
กระบวนการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และผู้บริโภคน ให้กลับมา ใช้บริการซ้ำ.....	46
กลยุทธ์การดำเนินงาน ได้แก่ กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้า	47
ปัญหาและอุปสรรคจากการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง	48
ปัญหาผู้บริหารสถานบันเทิง.....	48

บทที่	หน้า
ปัญหาสำหรับผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ	49
ปัญหาจากการแข่งขันจากผู้ประกอบการรายอื่น.....	49
แนวทางในการแก้ปัญหา	49
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	51
สรุปผลการวิจัย.....	51
อภิปรายผล.....	53
ข้อเสนอแนะ.....	54
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้.....	54
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	55
บรรณานุกรม.....	56
ภาคผนวก.....	59
ภาคผนวก ก แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์.....	60
ภาคผนวก ข ประมวลภาพสถานที่ประกอบการ.....	63
ประวัติผู้วิจัย.....	71

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ป้ายร้าน เจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	33
2	บรรยากาศภายในร้าน เจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	35
3	การแสดงดนตรีสดภายในร้าน เจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	38
4	แจกรถ FINO ให้กับลูกค้าที่มาเที่ยวในผับ เจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	42
5	รถโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เจอาร์ มีวสิค สอด้.....	43
6	บรรยากาศภายนอกร้านสถานบันเทิงเจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	64
7	บรรยากาศหน้าร้านสถานบันเทิงเจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	64
8	บริเวณที่จอดรถสถานบันเทิงเจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	65
9	สุราที่กำหนดในสถานบันเทิงเจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	66
10	บรรยากาศในการจัดคอนเสิร์ตของสถานบันเทิงเจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	67
11	ภาพคาราวังร้องมาจัดกิจกรรมในสถานบันเทิงเจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	68
12	ผู้บริหารและคณะกรรมการบริหารในสถานบันเทิงเจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	69
13	นายกิตติ ทวีทิพย์รัตน์ ผู้บริหารสถานบันเทิงเจ อาร์ มีวสิค สอด้.....	70

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการพัฒนาประเทศในระยะที่ผ่านมา ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมอย่างกว้างขวาง มีการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต เกิดการจำหน่าย การให้บริการอย่างสลับซับซ้อน ทำให้วิถีการดำเนินชีวิตและการรับรู้ของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีโอกาสในการเลือกรับข่าวสารที่หลากหลายตามรสนิยมของแต่ละบุคคล สามารถที่จะเรียนรู้ และรับข้อมูลข่าวสารรอบโลกผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์และสื่อสำเร็จรูปต่าง ๆ อย่างไม่จำกัดในทางตรงกันข้าม กระแสวัฒนธรรมตะวันตกและข้อมูลข่าวสารที่ผ่านการกลั่นกรองผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจบันเทิง โฆษณา ฯลฯ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการดำรงชีวิตประจำวันของคนไทย โดยเฉพาะคนที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ จะมีการใช้ชีวิตที่ยึดติดกับวัตถุนิยม และบริโภคนิยม ตลอดจนความพึงพอใจในหมู่คนรุ่นใหม่ รวมทั้งการถูกรอบงำทางวัฒนธรรม สถานบริการประเภทต่าง ๆ เป็นสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่สังคมไทยรับเข้ามา (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ 2551:15)

ในอดีตประเทศไทยมีสถานที่บันเทิง ที่ใช้ในการพบปะสังสรรค์สำหรับ คนที่มีฐานะ และมีอาชีพรับราชการ คือ ร้านกาแฟนครสิงห์ เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2465 ซึ่งตั้งอยู่มุม สโมสรเสือป่า บริเวณลานพระบรมรูปทรงม้า สถานที่ดังกล่าว เป็นที่ชุมนุมของผู้มีบรรดาศักดิ์ พ่อค้า คหบดี และชาวต่างประเทศ มีอาหารว่างและเครื่องดื่มจำหน่าย มีดนตรีของกรมมหรสพ บรรเลง ในช่วงวันขึ้นปีใหม่ ในปัจจุบัน การนั่งทานกาแฟหรือการพักผ่อนหย่อนใจเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นที่ต้องการของมนุษย์ทุกคนทั้งทางด้านสรีระวิทยาและทางสังคม คือช่วยผ่อนคลายความเมื่อยล้า ทั้งทางร่างกายและจิตใจ โดยช่วยลดความตึงเครียดก่อให้เกิดความเพลิดเพลิน ในประเทศไทยสมัยที่มาจากวัฒนธรรมต่างชาติซึ่งก็คือ สถานที่ขายเหล้าและติดเครื่องปรับอากาศแต่งร้านให้ดูเป็นแบบตะวันตกหรือสวยงามด้วยของแปลก ๆ มีเสียงดนตรีคลอ บรรยากาศง่าย ๆ เป็นกันเอง (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ 2551:5)

ทั้งนี้การไปที่สถานบันเทิงนั้นมีจุดมุ่งหมายของ กลุ่มคนนั้นต่างกัน กลุ่มคนทำงาน เพื่อพบปะสังสรรค์พูดคุยกันระหว่างคนรู้จักคุ้นเคย หรือระหว่างคนในชุมชนละแวกเดียวกัน การ

มาพบปะสังสรรค์กันเนื่องในโอกาสฉลองความสำเร็จบางอย่าง เช่น ความสำเร็จในการแข่งขันหรือเชียร์กีฬา โดยเฉพาะกีฬาฟุตบอลบรัคบีซึ่งเป็นกีฬาอดนิยม มีการรวมตัวกันเพื่อฉลอง หรือมีการ

ครีกครื้นรื้นเรริงกัน บางครั้งจึงอาจมีกิจกรรมที่สนุกสนานร่วมกันในผับด้วย การมาพบปะสนทนา อาจเป็นโอกาสการพักผ่อนหลัง เลิกงานแล้ว การบริการในผับจะมีทั้ง อาหาร และเครื่องดื่ม หลายประเภท ส่วนใหญ่เครื่องดื่มจะเป็นประเภทแอลกอฮอล์ (พิมพ์ใจ ศรีคำ 2550 : 70) ซึ่งธุรกิจร้านอาหาร และผับเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมารุทธิกิจภัตตาคาร ประเภทผับนั้น มีแนวโน้มขยายตัวไปได้ไกลเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน เนื่องจากปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจนี้เติบโตเนื่องมาจาก ลักษณะการดำเนินชีวิตของผู้คนวัยทำงาน และประชาชนเปลี่ยนไปนิยมทานข้าวนอกบ้านและพักผ่อนในช่วงกลางคืน โดยวิธีนั่งดื่มและฟังเพลง และนิยมนัดพบปะสังสรรค์กันตามแหล่งต่าง ๆ ซึ่งผับเป็นสถานที่นัดพบที่ได้รับความนิยมสูงสุดประชากรหลังไหลเข้ามาทำงานในเมือง และศึกษาตามมหาวิทยาลัยอยู่ในเมืองใหญ่ ๆ จึงทำให้ธุรกิจภัตตาคารประเภทผับนั้นเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นและวิถีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป (กรมการค้า 2550 : 2)

ปัจจุบันผับเกิดขึ้นมากมายราวกับดอกเห็ด ก็เพราะผลประโยชน์ที่รายล้อมอยู่ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ผู้ประกอบการ ต้องศึกษา รูปแบบและกลยุทธ์ ของการบริการในสถานที่นั้นถึง ความพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ตลอดจนขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ความนิยมของกลุ่มคนที่เรียกว่าเป็นกลุ่มเป้าหมาย ที่จะดึงลูกค้าให้เข้าร้านตนเองมากที่สุด ผับต่าง ๆ มากมายทั่วโลกในทุกประเทศรวมทั้งผับที่เกิดขึ้นในประเทศไทยจึงอาจมีสภาพที่แตกต่างกันด้วยการตกแต่งร้านให้สวยงามดึงดูดใจและยังประมาณ 5-6 ปีที่ผ่านมา บรรดานักร่อนนักแสดงต่างสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้กันมาก อีกทั้งสื่อยังโฆษณาชักจูงทำให้ลูกค้าต่างอยากที่จะเข้ามาใช้บริการ และถือว่าธุรกิจนี้เป็นชุมทรัพย์เงินล้านของนักลงทุนในธุรกิจกลางคืน (กรมการค้าและการส่งออก 2550 : 7)

ผลงานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับผับปิ้งย่าง

จังหวัดนครปฐมจัดว่าเป็นจังหวัดที่สำคัญในภาคกลาง มีประชาชนทั้งสิ้น 798,016 คน จำแนกเป็น ประชากรชาย จำนวน 385,952 คน ประชากรหญิง จำนวน 412,064 คน (สำนักทะเบียนกลาง 2552) และประชากรในอำเภอเมืองนครปฐมทั้งหมด 167,544 คน (ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอเมืองนครปฐม 2552) นับว่าเป็นตลาดขนาดใหญ่สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจภายในจังหวัดเมื่อรวมกับจำนวนนักท่องเที่ยวแล้วทำรายได้ที่เกิดขึ้นมีมูลค่ามหาศาล โดยถือว่าเป็นเมืองศูนย์กลางทางธุรกิจและการท่องเที่ยว หน่วยงานของภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมโดยมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การพัฒนาธุรกิจโดยการดำเนินนโยบายตามโครงการการท่องเที่ยวเช่น โครงการท่องเที่ยวเมืองโบราณ โครงการท่องเที่ยวเชิง

อนุรักษ์ และอีกหลายโครงการส่งผลให้ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหารและเครื่องคืม รวมทั้งเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้สถานที่ท่องเที่ยว

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษามีความสนใจเกี่ยวกับธุรกิจทางด้านผับและภัตตาคาร โดยการขยายตัวของธุรกิจนี้เป็นผลโดยตรงที่มาจากการพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาทางธุรกิจและการเพิ่มของจำนวนประชากรภายในจังหวัด ซึ่งเห็นได้จากจำนวนของผับและภัตตาคาร ที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่จัดได้ว่า เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ และการท่องเที่ยว หน่วยงานของภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมโดยมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การพัฒนาธุรกิจโดยการดำเนินนโยบายตามโครงการการท่องเที่ยวเช่น โครงการท่องเที่ยวเมืองโบราณ โครงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และอีกหลายโครงการส่งผลให้ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหารและเครื่องคืม รวมทั้งเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้สถานที่ท่องเที่ยว

เนื่องด้วยในสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารที่ลดลง ทำให้ประชากรมีการควบคุมการใช้จ่ายอย่างประหยัดมากขึ้น จึงทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการตัดสินใจมากขึ้น ที่จะลงทุนประกอบธุรกิจบริการประเภทสถานบันเทิง เป็นธุรกิจที่มีการลงทุนที่สูง และมีการแข่งขันทางการตลาดสูง และให้สนองนโยบายเกี่ยวกับการจัดระเบียบสังคม โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานมิให้มีการกระทำผิดเกี่ยวกับสถานบริการในรูปแบบต่างๆ ที่ผิดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดีของประชาชน สถานบริการหากมีการฝ่าฝืนทั้งผู้เข้าใช้บริการและเจ้าของสถานบริการนั้น ๆ จะมีความผิดและถูกปรับและถ้าฝ่าฝืนจะมีการลงโทษตามกฎหมาย จึงเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการสถานบันเทิงต้องศึกษาหาทางแก้ไขเพื่อพัฒนาธุรกิจของตนให้ก้าวหน้ากว่าคู่แข่ง และเป็นสถานที่บันเทิงที่ได้มาตรฐานและถูกต้องตามกฎหมายไม่ผิดศีลธรรมอันดีของสังคมต่อไป

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะทำการศึกษาถึงรูปแบบกลยุทธ์ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสถานบันเทิงในผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ จากผู้ประกอบการในสถานบันเทิงนั้น กลุ่มลูกค้าของผับและภัตตาคารในจังหวัดนครปฐมจะมีทั้งประชาชนทั่วไป นักท่องเที่ยว และนักศึกษาที่ศึกษาที่อยู่ในจังหวัดนครปฐม และศึกษาปัญหาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสถานบันเทิงเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการผับและภัตตาคาร นำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจในธุรกิจนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์มีดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของฝับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหา

ขอบเขตการการวิจัย

การศึกษานี้มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาข้อมูลในด้านต่าง ๆ ของธุรกิจของฝับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหา ดังต่อไปนี้

1.1 สภาพทั่วไปของกิจการ ทำเลที่ตั้ง ประเภทของธุรกิจ ได้แก่ กิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด ลักษณะองค์กร ได้แก่ กิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด

1.2 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในงานที่เกี่ยวข้อง

1.3 ข้อมูลที่ทำให้ประสบความสำเร็จ

1.4 กลยุทธ์การดำเนินงานในฝับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ได้แก่

1.4.1 การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ ให้ความสำคัญกับเป้าหมาย มีการวางแผนทำงานล่วงหน้า โดยครอบคลุมสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

1.4.2 การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ ให้ความสำคัญกับเป้าหมาย แต่ไม่มีการวางแผนอย่างมีระบบ วางแผนเฉพาะกับงานที่สำคัญที่สุดก่อนเป็นลำดับแรก

1.4.3 การแสวงหาโอกาส ไม่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ แต่จะปรับเปลี่ยนไปตามโอกาส แสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจอยู่ตลอดเวลา

1.4.4 การตั้งรับ ไม่มีการวางแผนล่วงหน้าแต่คอยตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น การกระทำขึ้นอยู่กับสถานการณ์เป็นหลัก หรือถูกผลักดันจากสถานการณ์

2. ขอบเขตด้านเวลา ทำการศึกษาธุรกิจฝับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ที่เริ่มจัดตั้งดำเนินกิจการในช่วงปี พ.ศ. 2552 และยังคงดำเนินกิจการอยู่ถึงปัจจุบัน

3. ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้จัดการ พนักงาน ในฝับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้จัดการ พนักงาน ที่ทำงานอยู่ในฝับ เจ อาร์ มิวสิค สอส์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และลูกค้าที่มาเที่ยวในฝับ เจ อาร์ มิวสิค สอส์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในการวิจัยครั้งนี้มีดังต่อไปนี้

1. ทำให้ทราบรูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง อ.เมือง จ.นครปฐม
2. ได้ทราบปัญหาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง
3. สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสถานบันเทิงต่อไป



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารและงานวิจัย สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษารายละเอียดของ ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย ตามลำดับหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสถานบันเทิง ประกอบด้วย

- 1.1 ความหมายของสถานบันเทิง
- 1.2 ประเภทของสถานบันเทิง

2. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การค้าเป็นธุรกิจ

- 2.1 ความหมายของกลยุทธ์
- 2.2 ระดับของกลยุทธ์

3. แนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจ

- 3.1 ความสำคัญแผนธุรกิจ
- 3.2 ส่วนประกอบของแผนธุรกิจ
- 3.3 แผนธุรกิจที่ดี

4. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ

5. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 5.1 ทฤษฎีทางสังคม

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

1. แนวคิดเกี่ยวกับสถานบันเทิง

1.1 ความหมายของสถานบันเทิง

สถานบันเทิง หมายถึง สถานบริการ ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ที่ ออกมาบังคับใช้ เพื่อความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ในการควบคุมสถานบริการ โดยเนื้อหา ตามพระราชบัญญัติ มีดังนี้ (เสถียร วิชัชลักษณ์ และสีบวงส์ วิชัชลักษณ์ 2543 : 9)

ตามมาตรา 3 ในพระราชบัญญัติฉบับนี้ สถานบริการ หมายถึง สถานที่ ที่ตั้งขึ้น เพื่อให้บริการโดยหวังประโยชน์ทางการค้า ดังต่อไปนี้

1. สถานเด่นรำ รำวง หรือ ร่องเง็ง ประเภทที่มี และประเภทที่ไม่มีหญิงพาดเนอร์ ให้บริการตามกฎหมายมาตรา 3 (1) นี้ คือ สถานที่จัดเป็นบาร์รำวง สถานที่เด่นรำประเภทบอล룸 หรือเด่นรำอื่น ๆ เช่น ดิสโก้เทค หรือ ประเภทร่องเง็ง เป็นต้น

2. สถานที่ที่มีอาหาร สุรา น้ำชา หรือ เครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่าย และบริการ โดยมีหญิงบำเรอสำหรับปรนนิบัติลูกค้า หรือ โดยมีที่สำหรับพักผ่อนหลับนอน หรือ มีบริการนวดให้แก่ลูกค้า ตามกฎหมาย มาตรา 3 (2) สถานที่นี้คือ สถานบริการที่เป็นโรงน้ำชาต่าง ๆ นวดแผนโบราณ โรงแรมระดับเล็ก ม่านรูดที่มีหญิงบริการ ค็อกเทลเล่าน์

3. สถานอาบน้ำ นวด หรือ อบตัว ซึ่งมีผู้บริการให้ลูกค้า ตามกฎหมาย มาตรา 3 (3) สถานที่นี้คือสถานบริการอาบอบนวดแผนปัจจุบัน หรือ สถานอบซาวน่า สถานที่ออกกำลังกายต่าง ๆ

4. สถานที่มีสุรา น้ำชา หรือ เครื่องดื่มอื่น ๆ จำหน่าย โดยจัดให้มีการแสดงดนตรี หรือ การแสดงอื่นเพื่อการบันเทิง ตามกฎหมาย มาตรา 3 (4) สถานที่นี้ก็คือ สถานบริการประเภท คาเฟ่ หรือ คอฟฟี่ช็อป ผับ คลับ ไอเกะ ห้องอาหารที่มีเครื่องดื่ม

จากความหมายของสถานบันเทิงดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่าสถานบันเทิง หมายถึง สถานประกอบการที่จัดขึ้นเพื่อผลประโยชน์ทางการค้า ที่เป็นแหล่งให้ความบันเทิงแก่บุคคลทั่วไปในเวลากลางคืน ในปัจจุบันอนุญาตให้เปิดบริการแก่ลูกค้าตั้งแต่เวลา 20.00 – 02.00 น. ของวันรุ่งขึ้น มีการให้บริการเกี่ยวกับ อาหาร เครื่องดื่ม ฟังเพลง ร้องเพลง เต้นรำ มีการจัดบรรยากาศเพื่อดึงดูดใจให้เข้าไปใช้บริการด้วยระบบ แสง เสียง สี ที่ทันสมัย รวมทั้งมีที่นั่งในมุมมืดเพื่อปิดบังสายตาแก่คนทั่วไป

1.2 ประเภทของสถานบันเทิง

สถานบันเทิงในปัจจุบัน ได้จัดบริการเพื่อตอบสนองคนในสังคม โดยเป็นที่พบปะสังสรรค์ ในเวลากลางคืน และให้ความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น นักร้อง ดนตรี พร้อมกับจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อาหาร และของมีค่าอื่น ๆ ซึ่งสามารถจำแนกประเภทสถานบริการ ได้ดังนี้ (เสถียร วิชัยลักษณ์ และสืวงศ์ วิชัยลักษณ์ 25434 : 11)

1. คาเฟ่ สถานบันเทิงประเภทนี้ ด้อนรับผู้มาเที่ยวได้ทั้งครอบครัว (พ่อ แม่ ลูก) เน้นการโชว์ตลก นักร้องที่แต่งตัวชุดอวดทรวดทรงให้เห็นสัดส่วน นักเที่ยวผู้ชายที่เป็นผู้มีอันจะกินและอยู่ในวัยทำงาน จะนิยมเที่ยวบริการประเภทนี้ เนื่องจากสถานที่มีคิซิด มีมุมมืด ซึ่งหน้าร้านจะโชว์ความหรูหราของสถานที่ มีแสงไฟเข้าช่วย โชว์รูปนักร้อง ประตู่จะมีสีที่บมองไม่เห็นข้างใน

2. อาบอบนวด ลักษณะอาบอบนวด มีทั้งที่เป็นแผนปัจจุบัน คือ อาบอบนวดแบบธรรมชาติ และอาบอบนวดแผนโบราณ หรือ การนวดแผนโบราณ ผู้ใช้บริการมีตั้งแต่วัยรุ่น วัยทำงาน จนถึงผู้สูงอายุ

3. บาร์ร้าว เป็นสถานที่ให้ความบันเทิงแก่บุคคลทั่วไป โดยจัดเป็นลานกว้าง มีเวทีอยู่ส่วนกลางของลานกว้างนั้น เปิดเพลง หรือ แสดงดนตรีสด ผู้ใช้บริการจะต้องมีการซื้อตั๋วร่วมกับพนักงาน ส่วนของบาร์ร้าวมีการติดหรือประดับไฟแบบคิสโก้ มีแสงสีเร้าใจ

4. โรงน้ำชา เป็นสถานบริการให้กับเพศชายโดยเฉพาะ เนื่องจากเป็นที่รู้จักกันว่า จะมีหญิงสาวไว้คอยบริการกับผู้มาเที่ยว เป็นสถานบริการราคาถูก ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้น้อย ซึ่งปัจจุบันก็ยังได้รับความนิยมอยู่

5. คาราโอเกะ เป็นสถานบริการทางด้านการร้องเพลง ซึ่งแบ่งเป็นทั้งห้องรวมและห้องพิเศษ สำหรับการให้บริการเป็นหมู่คณะ ภายในห้องจะมีจอทีวี และมีเครื่องเสียงเป็นระบบสเตอริโอที่อังกังวานให้ความไพเราะ ซึ่งจะต้องมีไมโครโฟนให้ผู้บริการได้ร้องเพลง โดยจะมีเสียงดนตรี แต่ไม่มีเสียงนักร้อง เพื่อให้ผู้บริการได้ร้องเพลงตามตัวหนังสือที่เป็นเนื้อร้องซึ่งเลื่อนที่ไปตามจังหวะดนตรีของเพลงบนจอทีวี ทางสถานบริการจะมีเมนูเพลงให้เลือกเอง ผู้ใช้บริการมีทุกวัย ทั้งชาย หญิง

6. คิสโก้เชค เป็นสถานที่ให้บริการอาหาร เครื่องดื่ม และเต้นรำแบบอิสระ คือ ไม่มีแบบแผนการเต้น ภายนอกตกแต่งด้วยไฟแสงสีเร้าใจ เพื่อดึงใจให้คนไปใช้บริการ ภายในมีพลอร์เต้นรำขนาดใหญ่สำหรับผู้บริการเต้นรำ เป็นแหล่งมั่วสุมที่สำคัญของวัยรุ่น รวมทั้งมีการจำหน่ายและเสพยาเสพติดอีกด้วย ผู้ใช้บริการส่วนมากจะดื่มสุราและเต้นรำ

7. ในคัลลิป เป็นสถานบริการสำหรับผู้ที่ต้องการฟังเพลงค่อนข้างเก่า อาหารและเครื่องดื่มมีราคาค่อนข้างสูง ไม่เป็นที่นิยมของวัยรุ่น

8. ค็อกเทลเล้าท์ หรือ คอฟฟี่ชอป เป็นสถานที่ที่เี่ยวสำหรับคนกลางคืน ปัจจุบันมี 2 ลักษณะ คือ

8.1 เป็นสถานที่ที่มีนักร้องมีชื่อเสียง เป็นที่ที่เี่ยวของคนมีระดับ รสนิยมสูง ส่วนมากอยู่ตามโรงแรมใหญ่ ๆ ให้บริการคั่นเสียงเพลง ผู้ไปเที่ยวต้องแต่งตัวสุภาพ ห้ามสวมรองเท้าและผู้ใช้บริการมีทุกเพศ ทุกวัย ทั้งวัยรุ่น หนุ่มสาว วัยกลางคน และผู้สูงอายุ

8.2 สถานที่แต่งต่างจากประเภทแรก จะมีที่ตั้งเป็นเอกเทศ ความหรูหราขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของสถานที่

9. ผับ เป็นสถานที่ดื่มเหล้า ฟังเพลง เต้นรำ โดยสามารถลุกขึ้นเต้นรำได้ตรงโต๊ะที่นั่งของตนเอง ไม่มีพลอร์เต้นรำ เปิดให้คนเข้าไปเที่ยวได้ตลอดแม้จะไม่มีโต๊ะหรือเก้าอี้ให้ นั่ง ให้บริการด้วยระบบแสง สี เสียง ที่ทันสมัย บรรยากาศเป็นกันเองในกลุ่มเพื่อนฝูง หรือทำความรู้จักกับคนรอบข้างได้ รวมทั้งมีสิ่งเสพติดทุกอย่างในนั้น ปัจจุบันเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่น

10. บาร์ โดยมากเรียกกันว่า บาร์อะโกโก้ มีการโชว์ประเภทนึ่งน้อยหม่นน้อย หรือ เปลือยกายไปเดินบนเวที ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ

จากประเภทของสถานบันเทิงดังกล่าวข้างต้น จะเห็นว่า สถานบันเทิงมีหลายประเภท ซึ่งจะแบ่งตามความต้องการของประชาชน ได้แก่ คาเฟ่ สถานบันเทิงที่ต้อนรับผู้มาเที่ยวได้ทั้งครอบครัว (พ่อ แม่ ลูก) เน้นการโชว์ตลก อวอบนวด สำหรับวัยรุ่นวัยทำงาน บาร์ร่าวง เป็นสถานที่ทำให้ความบันเทิงแก่บุคคลทั่วไป โรงน้ำชา เป็นสถานบริการให้กับเพศชายโดยเฉพาะ คาราโอเกะ เป็นสถานบริการทางด้านการร้องเพลง ดิสโก้เธค เป็นสถานที่ให้บริการอาหาร เครื่องดื่ม และเต็นท์แบบอิสระ ไนต์คลับ เป็นสถานบริการสำหรับผู้ที่ต้องการฟังเพลงค่อนข้างเก่า เน้นอาหาร ค็อกเทลเล้าท์ หรือ คอฟฟี่ชอป เป็นสถานที่เที่ยวสำหรับคนกลางคืน ผับ เป็นสถานที่ดื่มเหล้า ฟังเพลง เต็นท์ โดยสามารถลุกขึ้นเต้นรำได้ตรงโต๊ะที่นั่งของตนเอง บาร์ โดยมากเรียกกันว่า บาร์อะโกโก้ มีการโชว์ประเภทนึ่งน้อยหม่นน้อย หรือเปลือยกายไปเดินบนเวที แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาสถานบันเทิงในจังหวัดนครปฐม ที่เป็นที่ยอมรับของวัยรุ่น ได้แก่ ดิสโก้เธค คาราโอเกะ คอฟฟี่ชอป และผับ มาใช้ในการอธิบาย และแนวการสัมภาษณ์ด้านสภาพทั่วไปของสถานบันเทิง

2. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การดำเนินงาน

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน เป็นประโยชน์ต่อองค์กร ในลักษณะที่ช่วยแสดงให้เห็นถึงชนิดของการวางแผนในทรรศนะที่กว้างขวาง รวมทั้งชี้ให้เห็นถึงทิศทางการทำงานขององค์กร โดยส่วนรวม กลยุทธ์จะเป็นเครื่องมืออธิบายให้ทราบในลักษณะที่เป็นภาพพจน์โดยผ่านเป้าหมายและนโยบายต่างๆ ว่ากิจการกำลังดำเนินธุรกิจชนิดไหน และจะมีกลยุทธ์ดำเนินการอย่างไรบ้าง (กระทรวงอุตสาหกรรม, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2529 : 96)

การวางแผน เป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยมี การคาดคะเนปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและทำการพัฒนาหาวิธีการแก้ไขเอาไว้ล่วงหน้า ทั้งนี้ โดย จะต้องพิจารณารายละเอียดสิ่งที่จะต้องทำว่า ต้องทำอะไร ทำเมื่อไหร่ พร้อมกับการระบุผลสำเร็จต่างๆ ที่ต้องการจะนำ กิจการมุ่ง ไปสู่วัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งใจเอาไว้ การวางแผนจึงเปรียบเสมือนแผนที่นำทางที่องค์กรจะนำมาเพื่อก้าวไปข้างหน้า ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า “การวางแผน คือการกำหนดวิธีการกระทำสิ่งที่จะต้องทำต่าง ๆ ไว้เป็นการล่วงหน้า เพื่อผลสำเร็จ ตามที่ต้องการ” ทั้งนี้ การวางแผนมักจะต้องมีการวิเคราะห์ ตรวจสอบ พยากรณ์หรือคาดคะเนสิ่งต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้าและกำหนดออกมาเป็นแผนงานที่จะใช้น้องค์กรให้ก้าวเข้าไปในอนาคตได้อย่างมั่นคง ซึ่งการที่จะใช้การวางแผนเพื่อประโยชน์ตามที่ได้กล่าวมา มักจะทำให้ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูง ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมากจึงมักไม่มีความพร้อม ซึ่งชงชัย สันติวงษ์ (2533 : 141) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับเรื่อง

นี้ไว้ว่า การวางแผนในกิจการส่วนใหญ่มักเป็นภาระยุ่งยากและสิ้นเปลือง กิจการจำนวนมากจึงไม่นำระบบการวางแผนมาใช้เนื่องจากเมื่อมีการวางแผนอาจทำให้ผู้คิดกับแผนมากเกินไปจนขาดความคล่องตัว

อย่างไรก็ตาม การวางแผนช่วยให้กระบวนการจัดการดำเนินไปอย่างเป็นระบบ และช่วยกำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญสำหรับทุกกลุ่ม นอกจากนี้ผู้บริหารต้องวางแผนเพื่อกำหนดถึงความสัมพันธ์ภายในองค์กร คุณสมบัติของพนักงาน ลักษณะของระบบควบคุม ซึ่งเราอาจจะกล่าวได้ว่า การวางแผนเป็นจุดเริ่มต้นและช่วยให้หน้าที่ต่าง ๆ ทางการจัดการเกิดประสิทธิผล ซึ่งความสำคัญของการวางแผนแบ่งออกได้ ดังนี้ (พะยอม วงศ์สารศรี 2542 : 70)

1. เป็นการลดความไม่แน่นอนและปัญหาความยุ่งยากซับซ้อนที่จะเกิดในอนาคต
2. ทำให้เกิดการยอมรับแนวคิดใหม่ๆ เข้ามาในองค์กร
3. ทำให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมาย
4. เป็นการลดความสูญเปล่าของหน่วยงานที่เข้าซื้อ
5. ทำให้เกิดความแจ่มชัดในการทำงาน

ลักษณะที่สำคัญของการวางแผนอยู่ที่ กระบวนการคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจ กำหนดแผนงานขึ้นมาใช้ ซึ่งจะเห็นได้จากลักษณะของการวางแผนว่า เป็นการสะท้อนความคิดให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ต่าง ๆ ออกมา คือให้รู้ว่าต้องการจะทำอะไร และจะให้สำเร็จเป็นผลงานสูงถึงขนาดไหน การวางแผนมีจุดเด่นที่ มีการคิดก่อนลงมือทำ ซึ่งย่อมจะเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติตามกระบวนการ เพราะจะทำให้เกิดความรอบคอบ การได้วางแผนทำให้ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารได้ผ่านการคิดวิเคราะห์ขั้นหนึ่งก่อน เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และกาคิดหาหนทางแก้ไขไว้ล่วงหน้า ดังนั้นเมื่อถึงขั้นลงมือทำจริง โอกาสที่จะปรับปรุงและทำให้ดีขึ้นไปอีกก็จะมีมากขึ้นในกระบวนการปฏิบัติ

ผลงานวิจัยมักที่ศึกษาเกี่ยวกับประเภทย่อยขึ้นอยู่กับความจำเป็นและ

ต้องการใช้ของกิจการ แต่อย่างไรก็ตามการแบ่งแยกประเภทนี้ก็เพื่อสะดวกในการเรียกชื่อเพื่อนำมาใช้อ้างอิงเท่านั้น แต่ในสภาพที่เป็นจริงนั้นแผนประเภทต่างๆ เหล่านี้ก็มีการคาบเกี่ยวกันตลอดเวลา การแย่งแยกประเภทแผนและประเภทการวางแผน อาจแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. การวางแผนตามหน้าที่งาน คือ การวางแผนกิจกรรมต่าง ๆ ตามหน้าที่งานหลักของกิจการ เช่นแผนงานด้านบุคคล แผนงานด้านการผลิต แผนงานด้านการตลาด และแผนงานด้านการเงิน เป็นต้น
2. การวางแผนตามระดับขององค์กร คือ การวางแผนหลัก แผนย่อย ที่เชื่อมโยงกันกับระดับขั้นของการจัดการ เช่น ผู้บริหารระดับสูงจะเกี่ยวข้องกับการวางแผนเชิงรวมของทั้งกิจการ

โดยจะมุ่งวางแผนหลัก หรือแผนแบ่งงานเป็นสำคัญ ขณะเดียวกัน ผู้บริหารระดับกลางก็จะทำการวางแผนงานด้านการบริหารและวางแผนโครงการงานใหม่ภายในขอบเขตของงานที่ตนรับผิดชอบอยู่ และ ณ ระดับผู้บริหารเบื้องต้นก็จะทำการวางแผนที่เกี่ยวกับการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เป็นงานประจำ ที่ต้องดำเนินงานต่อเนื่องไปในงวดทำงานใหม่

3. การวางแผนตามระยะเวลา คือ การแบ่งแยกตามระยะเวลาของแผน เช่น แผนระยะยาว (เช่น อาจ 5 ปี หรือมากกว่า) แผนระยะปานกลางเช่น 2-3 ปี และแผนระยะสั้น เช่นแผนประจำปี หรือแผนงานของช่วงไตรมาส หรือแผนงานประจำเดือน ประจำสัปดาห์ เป็นต้น

4. การวางแผนตามลักษณะชนิดของแผน คือ การแบ่งแผนตามลักษณะของแผนที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันในเนื้อหาความยากง่าย กลไกและวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้งาน เช่น วัตถุประสงค์ นโยบาย กลยุทธ์ แผนงาน กฎ ระเบียบ วิธีทำ เป็นต้น

กลยุทธ์นับได้ว่าเป็นแผนงานอย่างหนึ่ง ซึ่งมักใช้ในความหมายที่ครอบคลุมถึงแผนงานใหญ่ทั้งหมดของธุรกิจ หรือส่วนใหญ่ของงาน หรือ โครงการใหญ่ การจัดทำกลยุทธ์เป็นกระบวนการของการตัดสินใจเลือกจุดหมายขององค์กร นอกจากนี้ยังกินความรวมไปถึงนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดหา การใช้ และจำหน่ายทรัพยากรต่างๆ ขององค์กร

แต่อย่างไรก็ตาม แม้การวางแผนจะเป็นรากฐานที่สำคัญของกลยุทธ์ขององค์กรต่างๆ แต่กลยุทธ์ก็ไม่ได้เกิดขึ้นมาจากการวางแผนเสมอไป กลยุทธ์สามารถเกิดขึ้นมาจากภายในองค์กรเองโดยทันทีทันใด โดยที่ไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้าเอาไว้ก่อน หรือที่เรียกว่ากลยุทธ์ฉับพลัน (Emergent Strategy) ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่ากลยุทธ์นั้นมีที่มาในสองลักษณะ คือ กลยุทธ์ เกิดจากการวางแผนและกลยุทธ์ที่ไม่ได้เกิดจากการวางแผนไว้ล่วงหน้า (พัคตร์ผอง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์ 2542 : 19)

กลยุทธ์ที่ไม่ได้เกิดจากการวางแผนเป็นกลยุทธ์ที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองสิ่งต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น โดยไม่ได้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ เช่น โอกาสในทางธุรกิจใหม่ๆ การพัฒนาของเทคโนโลยี รวมทั้งประสบการณ์ที่ได้ทั้งในแง่บวกและแง่ลบจากแผนกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ ถึงแม้การวางแผนเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์และสำคัญต่อกระบวนการในการจัดการเป็นอย่างสูง เนื่องจากในกระบวนการทางด้านกลยุทธ์นั้นองค์กรมีหน้าที่ในการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายและวางแผนกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้นๆ โดยมีการจัดสรรทรัพยากรภายในให้เหมาะสม แต่ทว่าด้วยความที่เป็นจริงแล้ว ยังมีผู้วิจารณ์ความแตกต่างระหว่างการจัดการทางกลยุทธ์กับการวางแผนอีกมาก เช่น เฮนรี มินซ์เบิร์ก (Henry Mintzberg) ได้ระบุไว้ว่าแนวคิดแบบดั้งเดิมที่บอกไว้ว่ากลยุทธ์ขององค์กรเป็นผลมาจากการวางแผนเพียงอย่างเดียวเป็นข้อสรุปที่ผิดพลาด เนื่องจากเป็นการละเลยความสำคัญที่ว่ากลยุทธ์สามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องมีการวางแผนมาก่อนก็ได้ กลยุทธ์สามารถ

เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่างๆ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่ไม่ได้คาดหวังไว้ มินซ์เบิร์ก (Mintzberg) จึงได้แบ่งกลยุทธ์ออกเป็นสองประเภท ได้แก่ Intend Strategy หรือกลยุทธ์ที่ได้มีความตั้งใจหรือวางแผนไว้แล้ว และ (Emergent Strategy) หรือกลยุทธ์ที่ไม่ได้มีการวางแผนไว้ก่อน ซึ่งมีหลายองค์การที่ประสบความสำเร็จจาก Emergent Strategy (พัคตร์พวง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์ 2542 : 25)

โดยสรุปแล้วกลยุทธ์ขององค์การต่างๆ เกิดมาจากการผสมผสานกันอย่างคิระหว่าง Intend Strategy และ Emergent Strategy ผู้บริหารขององค์การจะต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์และพิจารณา Emergent Strategy ต่างๆ ว่าอันใดมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใดและเลือกใช้แต่ละกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย นำกลยุทธ์ขององค์การเรื่อง มาใช้ในกรอบวิจัย และแนวการสัมภาษณ์ด้านสภาพทั่วไปของสถาบันเทิง

2.1 ความหมายของกลยุทธ์

ความหมายของคำว่ากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจไว้มากมายในแง่มุมต่างๆ ซึ่งผู้ศึกษาขอนำมาอ้างถึงดังนี้

มอร์ริสัน รีมมิงตัน และวิลเลียมส์ (Morrison, Rimington and William 1999 : 195) ได้อธิบายความหมายของกลยุทธ์ของผู้ประกอบการว่าเป็นกระบวนการบริหารอย่างไม่หยุดนิ่ง ที่ดำเนินการกับธุรกิจเพื่อให้บรรลุถึงความมีระหว่างองค์ประกอบของผู้ประกอบการ องค์การ และสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจที่ยั่งยืน

กึ่งพร ทองไข และคณะ (2542 : 9) ได้อธิบายถึงกลยุทธ์ว่า กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง วิธีการ (Means) ที่องค์การเลือกเพื่ดำเนินการจากจุดที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปยังจุดหมายปลายทางในอนาคตที่กำหนดไว้ รพีพรรณ แก้วรัสมิ และคณะ (2541 : 5) ได้ให้ความหมายของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจว่า กลยุทธ์เป็นการอธิบายถึงการวางแผนและการปฏิบัติสงคราม หรือการต่อสู้ทางธุรกิจ โดยแผนกำหนดวัตถุประสงค์ทางกลยุทธ์ และวิธีการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ อาจสำเร็จลงได้ด้วยการใช้ยุทธวิธีความคุ้มครอง ไรงคนและคน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542 : 38) กล่าวถึงกลยุทธ์ว่า กลยุทธ์เป็นรูปแบบของการกระทำซึ่งผู้จัดการ ใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ เป็นกลยุทธ์ที่เป็นจริงซึ่งบริษัทได้วางแผนไว้ และใช้ได้ตอบว่าการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ ผู้กำหนดกลยุทธ์เป็นบุคคลซึ่งมีความรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การ เช่น ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ประธานเจ้าของกิจการ ประธานกรรมการ ผู้อำนวยการบริหาร และผู้ประกอบการ และสรุปว่ากลยุทธ์ ประกอบด้วยเป้าหมาย (Goal) นโยบาย (Policies) และแผน (Plan) ผู้บริหารที่ต้องการประสบความสำเร็จในอนาคต จะต้องศึกษาการบริหารเชิง กลยุทธ์และโลกในการบริหารธุรกิจมีความสลับซับซ้อน และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการ

เปลี่ยนแปลงนั้น ถ้าผู้บริหารขาดความชำนาญในการกำหนดกลยุทธ์และการปฏิบัติตามกลยุทธ์จะทำให้ธุรกิจต่อสู้กับคู่แข่งไม่ได้ ดังนั้นผู้บริหารในระดับองค์กรต่างๆ จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรับผิดชอบในการกำหนดกลยุทธ์ และกระบวนการวางแผนกลยุทธ์

โดยสรุป กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจคือ กระบวนการในการบริหารองค์กรอย่างมีรูปแบบเพื่อให้การดำเนินธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ วิธีการ (Means) ที่องค์กรเลือกเพื่อดำเนินการจากจุดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ไปยังจุดหมายปลายทางในอนาคตที่กำหนดไว้ อธิบายถึงการวางแผนและการปฏิบัติสงคราม หรือการต่อสู้ทางธุรกิจ โดยแผนกำหนดวัตถุประสงค์ทางกลยุทธ์และวิธีการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ อาจสำเร็จลงได้ด้วยการใช้ยุทธวิธีควบคุมทรัพยากร โรงงานและคน กลยุทธ์เป็นรูปแบบของการกระทำซึ่งผู้จัดการใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เป็นกลยุทธ์ที่เป็นจริงซึ่งบริษัทได้วางแผนไว้ และใช้ได้ตอบว่าการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ ผู้กำหนดกลยุทธ์เป็นบุคคลซึ่งมีความรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย นำกลยุทธ์ขององค์กรเรื่อง มาใช้ในกรอบวิจัย และแนวการสัมภาษณ์ด้านสภาพทั่วไปของสถาบันแห่ง

2.2 ระดับของกลยุทธ์

ในการกำหนดหรือวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจขององค์กรที่มีหน่วยงานธุรกิจหลายหน่วย โดยทั่วไปจะมีกลยุทธ์ 3 ระดับ ดังนี้ (สมชาย ภคสาสน์วิวัฒน์ 2542 : 23-24)

1. กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate Strategy) มุ่งการพัฒนากลุ่มธุรกิจเพื่อพิจารณาว่าบริษัทควรดำเนินธุรกิจอะไรบ้าง และบริษัทควรจัดสรรทรัพยากรไปยังธุรกิจแต่ละอย่างอย่างไร
2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) มุ่งการปรับปรุงฐานะการแข่งขันผลิตภัณฑ์ของบริษัทซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมให้สูงขึ้น บริษัทจะรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันไว้ในหน่วยธุรกิจเชิง กลยุทธ์ (Strategic Business Unit หรือ SBU) เดียวกัน กลยุทธ์ระดับธุรกิจของ SBU จะพิจารณาถึงการเพิ่มกำไรของการผลิตและการรักษานายของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น

3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรของบริษัทให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยแผนงานตามหน้าที่จะพัฒนากลยุทธ์ตามหน้าที่ เช่น กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์ทางการเงิน กลยุทธ์ทางทรัพยากรมนุษย์ ภายใต้อำนาจของกลยุทธ์ระดับบริษัทและระดับหน่วยธุรกิจ

กลยุทธ์ทั้ง 3 ระดับนี้ จะประกอบกันเป็นลำดับของกลยุทธ์ภายในกิจการ โดยที่กลยุทธ์แต่ละระดับมีผลกระทบระกว้างกัน จึงต้องผสมผสานกันอย่างสอดคล้องเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยส่วนรวม

กลยุทธ์เหล่านี้ จะมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการอย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์นี้จะถูกปรับโดยสถานการณ์จริงของธุรกิจ (Gelderan and Frese 1998 : 234-248) การวางแผนอย่างสมบูรณ์ และการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญให้ความสำคัญต่อกระบวนการตั้งเป้าหมาย ในขณะที่การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญนั้นจะมีความยืดหยุ่นมากกว่าในช่วงแรกของการเริ่มดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการซึ่งมีความไม่แน่นอนสูงและต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็ว การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญจะค่อนข้างใช้ได้ผล เพราะสำหรับผู้ประกอบการจะต้องทำงานในระดับที่สูงกว่า

ดังนั้นกลยุทธ์ สามารถแบ่งได้ดังนี้ 1) กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate Strategy) มุ่งการพัฒนากลุ่มธุรกิจเพื่อพิจารณาว่า บริษัทควรดำเนินธุรกิจอะไรบ้าง และบริษัทควรจัดสรรทรัพยากรไปยังธุรกิจแต่ละอย่างอย่างไร 2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) มุ่งการปรับปรุงฐานะการแข่งขันผลิตภัณฑ์ของบริษัทซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมให้สูงขึ้น บริษัทจะรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันไว้ในหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Business Unit หรือ SBU) เดียวกัน กลยุทธ์ระดับธุรกิจของ SBU จะพิจารณาถึงการเพิ่มกำไรของการผลิตและการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น 3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรของบริษัทให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยแผนงานตามหน้าที่จะพัฒนากลยุทธ์ตามหน้าที่ เช่น กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์ทางการเงิน กลยุทธ์ทางทรัพยากรมนุษย์ ภายใต้ข้อจำกัดของกลยุทธ์ระดับบริษัทและระดับหน่วยธุรกิจซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย นำกลยุทธ์ขององค์กรเรื่อง มาใช้ในกรอบวิจัย และแนวการสัมภาษณ์ด้านสภาพทั่วไปของสถาบัน

2.2.1 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาด โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือเรียกว่า 7Ps ซึ่งประกอบด้วย 1) สินค้าและบริการ (Product and Services), 2) ราคา (Price), 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels), 4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) นอกจากนี้แล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541 : 337) 5) ผู้ให้บริการ (People), 6) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation), และ 7) กระบวนการในการให้บริการ (Process) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) (TQM) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction) โดยสร้างกลยุทธ์ในแต่ละประเภทของส่วนประสมทางการตลาดอันได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services) หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย เพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตน (Tangible) หรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Intangible) ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล

ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product line)

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า ของผลิตภัณฑ์กับราคา ของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

ผลงานวิจัยนี้ศึกษา ระดับปริญญาตรี

3.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคร หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญต่อไปนี้

3.2.1 การขนส่ง (Transportation)

3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

3.3.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication (IMC)) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยอุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์การโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

4.1.1 กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา (Creative strategy) และยุทธวิธี การโฆษณา (Advertising tactics)

4.1.2 กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจุดตลาด โดยใช้บุคคล งานในข้อนี้เกี่ยวข้องกับ

4.2.1 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy)

4.2.2 การจัดการหน่วยงานขาย (Salesforce management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมที่ นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ในช่องทาง การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

4.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion)

4.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)

4.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Salesforce promotion)

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) และการตลาดเชื่อมต่อตรง (Online marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย

4.5.1 การขายทางโทรศัพท์

4.5.2 การขายโดยใช้จดหมายตรง

4.5.3 การขายโดยใช้แคตตาล็อก

4.5.4 การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้รูปธง แกดหรือ

5. ผู้ให้บริการ (People) ในธุรกิจบริการ ผู้ที่ให้บริการเป็นบุคคล เราสามารถสร้างความแตกต่างในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่งได้ ดังนั้นในการที่จะพัฒนาศักยภาพของผู้ที่จะให้บริการ สามารถทำได้ตั้งแต่การคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการสร้างแรงจูงใจ (Motivation) และคุณภาพของผู้ให้บริการที่ดีควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

5.1 ทักษะการแสดงออก

5.2 ทักษะที่ดีต่อการดูแลเอาใจใส่

5.3 การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

5.4 การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ

5.5 การแก้ไขปัญหา

5.6 มีบุคลิกภาพที่ดี

6. ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) ผู้ให้บริการพยายามที่จะสาธิตการให้บริการ โดยการนำเสนอ ผ่านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ

(Physical evidence) ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ รูปแบบสถานที่เพื่อสร้างความดึงดูด และความสนใจแก่ผู้รับบริการ เช่น การตกแต่งหน้าร้าน ความสะอาดเรียบร้อย เป็นต้น ซึ่งจะต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อลูกค้าในแต่ละศูนย์ จะมีรูปแบบการฝึกพนักงานที่มีมาตรฐาน และขั้นตอนที่กำหนดไว้ เช่น ต้องทำอะไร ก่อนหลังในเวลาเท่าไร เป็นต้น

7. กระบวนการให้บริการ (Processes) ในการให้บริการบริษัทผู้ให้บริการควรมีวิธีการหรือกระบวนการให้บริการที่แตกต่างหรือให้ผู้รับบริการรับรู้เมื่อบริการได้อย่างราบรื่น เพราะเนื่องจากว่าการให้บริการมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถให้บริการในพร้อมกันครั้งละมากๆ ดังนั้นการสร้างกระบวนการในการรับบริการจะทำให้ผู้ให้บริการสามารถจัดการกับความต้องการของผู้รับบริการในคราวละมากๆ ได้ เช่น การนัดหมายเวลา การเรียงลำดับการให้บริการ เป็นต้น เพื่อให้เกิดมาตรฐานในการให้บริการ



แผนภูมิที่ 1 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for services)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่ (กรุงเทพฯ : ธรรมสาร, 2546), 434.

กลยุทธ์ในแต่ละประเภทของส่วนประสมทางการตลาดอันได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย เพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน (Tangible) หรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Intangible) 2) ราคา หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า 3) การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้าง

ของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจาก
 องค์กรไปยังตลาด สถาบันที่น่าผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย 4) การส่งเสริมการตลาด เป็นการ
 ติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ 5)
 ผู้ให้บริการ ในธุรกิจบริการ ผู้ที่ให้บริการเป็นบุคคล เราสามารถสร้างความแตกต่างในการ
 ให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่งได้ 6) ลักษณะทาง
 กายภาพของสถานที่ให้บริการ) ผู้ให้บริการพยายามที่จะสาธิตการให้บริการโดยการนำเสนอ ผ่าน
 ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) กระบวนการให้บริการ (Processes)
 การนัดหมายเวลา การเรียงลำดับการให้บริการ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย นำกลยุทธ์ขององค์กร มาใช้ใน
 กรอบวิจัย และแนวการสัมภาษณ์ด้านสภาพทั่วไปของสถานบันเทิง

3. แนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่ม
 จะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะ
 เปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็น โอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบ
 เหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ
 แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาดการแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การ
 คาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้แนะผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควร
 ระวังด้วยเช่นกัน

ถ้าเปรียบว่าแผนที่ที่ดีย่อมจะให้รายละเอียดถนนหนทาง และทิศทางที่ชัดเจนแล้ว แผน
 ธุรกิจก็ไม่ต่างกันในการที่จะให้รายละเอียดอย่างเพียงพอที่จะทำให้ผู้ร่วมลงทุนตัดสินใจได้ว่าธุรกิจ
 นั้นควรจะร่วมลงทุนด้วยหรือไม่จากแผนธุรกิจจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้าใจวัตถุประสงค์ของธุรกิจ
 อย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและปรัชญาของธุรกิจแผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรค และหนทางที่
 เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้เงินลงทุนของตัวเองไม่ต้องการผู้ร่วม
 ลงทุน หรือเงินกู้จากสถาบันการเงินแผนธุรกิจก็ยังจำเป็นอยู่ดีเพื่อให้ผู้ประกอบการมีแผนที่ในการ
 บอกทิศทางของการดำเนินกิจการในอนาคต

3.1 ความสำคัญแผนธุรกิจ

สำหรับผู้ประกอบการแล้ว แผนธุรกิจเป็นเอกสารที่มีความสำคัญยิ่งกว่าเอกสารใดๆ
 ที่เคยมีการรวบรวมมาความสำคัญเหล่านี้ได้แก่

1. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่จะให้รายละเอียดของการเริ่มต้นธุรกิจ แผนธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการมีเป้าหมายที่ชัดเจน กำหนดแนวทางของความคิด และช่วยให้ผู้ประกอบการแน่วแน่ต่อการใช้ทรัพยากรและกำลังความพยายามเพื่อไปสู่เป้าหมาย

2. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือที่จะแสวงหาเงินทุนจากผู้ร่วมลงทุน จากกองทุนร่วมลงทุน และจากสถาบันการเงินต่างๆ

3. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่เป็นเสมือนพิมพ์เขียวที่ให้รายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ทั้งกิจกรรมในการจัดหาเงินทุน กิจกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการตลาด และอื่นๆ ในการบริหารกิจการใหม่ แผนธุรกิจยังใช้เพื่อกำหนดการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องในอนาคตของกิจการอีกด้วย

3.2 ส่วนประกอบของแผนธุรกิจ

เนื่องจากแผนธุรกิจที่ดีช่วยในการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุน แผนจึงควรประกอบด้วยการวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวแปรหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

1. สินค้าหรือบริการที่จะขาย
2. กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง
3. จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ
4. นโยบายการตลาด เช่น นโยบายด้านราคา การส่งเสริมการตลาด การกระจายสินค้า
5. วิธีการหรือกระบวนการในการผลิต รวมถึงเครื่องจักร อุปกรณ์ที่ต้องใช้
6. ตัวเลขทางการเงิน นับตั้งแต่รายได้ที่คาดว่าจะได้ ค่าใช้จ่าย กำไร ขาดทุน จำนวนเงินลงทุนที่ต้องการ และกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาหรือใช้ไป

3.3 แผนธุรกิจที่ดี

1. การก่อตั้งธุรกิจเป็นรูปร่างชัดเจนขนาดไหน เสร็จสมบูรณ์แล้วหรือยัง
2. ธุรกิจนี้มาจากไหน
3. ธุรกิจมีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เมื่อแรกตั้งมากน้อยขนาดไหน
4. ธุรกิจนี้มีความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด
5. สินค้าที่จะผลิตมีวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด
6. สินค้าที่ผลิตสามารถวางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด
7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้านั้น มีทางเลือกอื่นๆ ที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่

8. หน้าที่ต่างๆ เช่นการผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มี การจัดการที่ดีและเหมาะสมเพียงใด

9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

โดยสรุปแล้วแผนธุรกิจที่มีการรวบรวมและเขียนขึ้นอย่างคึกคัก ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูล ที่เป็นข้อเท็จจริงเท่านั้น ตัวแผนต้องสามารถเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ดีที่จะส่งผ่านความคิด ผลการวิจัยและแผนที่จะนำเสนอให้กับผู้อ่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของเงินต้องเป็นพื้นฐานสำคัญ ของการบริหารและดำเนินกิจการที่จะจัดตั้งขึ้นนอกจากนี้ยังต้องเป็นเครื่องมือในการวัดผล ความก้าวหน้าของกิจการ รวมถึงการประเมินถึงความเปลี่ยนแปลงที่จำเป็น ดังนั้นนับได้ว่าการ วางแผนธุรกิจเป็นเรื่องที่ต้องพิถีพิถัน ใช้เวลาใช้ความพยายามเสียค่าใช้จ่ายแต่ผลลัพธ์ที่ได้กลับมา คือความแตกต่างระหว่างความสำเร็จและความล้มเหลวของกิจการทีเดียว ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้แนวคิด เกี่ยวกับแผนธุรกิจมากำหนดเป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

4. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ

ในการประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดย่อม ขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ สิ่งสำคัญที่ ผู้ประกอบการต้องการ คือความสำเร็จในการทำธุรกิจ ในการให้ความความหรือคำจำกัดความของ ความสำเร็จนั้น สามารถที่จะอธิบายได้หลายวิธี วิธีหนึ่งที่นิยมใช้กันมากคือ การดูการเจริญเติบโต ของธุรกิจหรือจากผลกำไรของธุรกิจ ในบางธุรกิจอาจใช้วิธีกำหนดเป้าหมายและวัดการประสบความสำเร็จ โดยการเทียบผลกับเป้าหมายที่กำหนดผู้ประกอบการบางคนที่ทำกิจการเกี่ยวกับงาน ศิลปกรรม อาจพิจารณาความสำเร็จของตนจากความพึงพอใจในงาน หรือผู้ประกอบการบางคนอาจ พิจารณาความสำเร็จของตนจากความสำเร็จในการคิดค้นหรือออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การที่เกณฑ์การ พิจารณาความสำเร็จของธุรกิจมีได้หลากหลายนี้ ผู้ประกอบการที่มองว่าตนเองประสบความสำเร็จ อาจถูกมองว่าไม่ประสบความสำเร็จในสายตาของบุคคลอื่น (Feley and Green 1980 : 1-2)

ในการวัดความสำเร็จของธุรกิจมีนักวิชาการให้แนวคิดไว้หลายแนวคิดดังนี้

แมคเคลลีและวินเตอร์ (McClelland and Winter 1996 : 20) ได้พบว่า ความต้องการ ความสำเร็จเป็นพลังขับเคลื่อนทางจิตวิทยาที่สำคัญประการหนึ่งที่อยู่เบื้องหลังการกระทำของมนุษย์ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการ โดยผู้ที่มีคุณสมบัติเป็น ผู้ประกอบการจะมีลักษณะความต้องการความสำเร็จที่สูงมาก สอดคล้องกับการทดสอบ เปรียบเทียบความต้องการความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการกับเกณฑ์ปกติของบุคคลทั่วไป พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการความสำเร็จสูงกว่าเกณฑ์ปกติอย่างมีนัยสำคัญ (Hisrich 1998 : 20)

ฉะนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการความสำเร็จ คือ ความอยากที่จะประสบความสำเร็จ ชอบที่จะแก้ปัญหา ตั้งเป้าหมายและอยากจะทำบรรลุเป้าหมายนั้นด้วยตนเอง

จากข้อมูลความสำเร็จหมายถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุถึงเป้าหมาย หรือได้ผลเป็นที่พึงพอใจ และผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการที่มีความสามารถดำเนินธุรกิจผ่านวิกฤตการณ์เศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2539 – 2540 หรือผู้ประกอบการที่เริ่มดำเนินการตั้งแต่ก่อนปี พ.ศ. 2539 และยังคงดำเนินกิจการอยู่จนถึงปัจจุบัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จที่กำหนดเป็น ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ในกรอบวิจัย และแนวการสัมภาษณ์ด้านสภาพทั่วไปของสถานบันเทิง

5. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของประชาชนที่ใช้บริการสถานบันเทิง เพื่อใช้ในการศึกษารูปแบบ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ดังต่อไปนี้

5.1 ทฤษฎีทางสังคม

5.1.1 ทฤษฎีความทันสมัย

ทฤษฎีนี้อธิบายว่า ความทันสมัยเกิดจากการสื่อสารสมัยใหม่ ซึ่งก่อให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งเป็นตัวทำให้มีการปลูกฝังจินตภาพสมัยใหม่ และเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวต่าง ๆ อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และเป็นตัวนำความทันสมัยมาสู่สังคม โดยได้ให้ความหมายและรายละเอียดเนื้อหาทฤษฎี ดังนี้ (Lemer, อ้างถึงใน สัจญา สัจญาวิวัฒน์ 2539 : 19 – 20)

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล และระหว่างบุคคลต่อกันและกันโดยมีสื่อ (Medium) เข้าช่วย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

ภาวะความเป็นสมัยใหม่ (Modernity) หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ในขณะที่กระบวนการสร้างความเป็นสมัยใหม่ (Modernization) เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอีกทอดหนึ่ง แตกต่างจากการพัฒนา (Development) ที่หมายถึงความเจริญของคนและระบบสังคมซึ่งลึกซึ้งกว่า

การขัดเกลาทางสังคม (Socialization) หมายถึง การถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนชั่วอายุหนึ่งไปยังคนอีกชั่วอายุหนึ่ง รวมถึงการเรียนรู้ระหว่างกันของคนชั่วอายุเดียวกันด้วย กระบวนการถ่ายทอดที่มีทั้งเนื้อหาสาระและการฝึกความชำนาญในการใช้เนื้อหาสาระนั้นด้วย

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social change) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมรวมกัน โดยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relationship) เช่น ขนาด ลักษณะ สถานภาพ บทบาท ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเฉพาะวัฒนธรรมทางวัตถุและไม่ใช่วัตถุ

จินตภาพใหม่ (New image) หมายถึง ภาพของบุคคลและสังคมสมัยใหม่ที่บุคคลในสังคมวาดขึ้นมาในความคิด เนื่องจากได้รับข่าวสารจากกรณาคมนาสื่อสารสมัยใหม่ ทำให้บุคคลพยายามที่จะทำตนและสังคมของตนเองเป็นเช่นนั้น ทางหนึ่งที่สังคมทำก็คือการถ่ายทอดภาพนี้ไปยังกระบวนการขจัดเกลตาทางสังคม ทำให้คนรุ่นใหม่เกิดความปรารถนาที่รุนแรง

การเคลื่อนไหวทางสังคม (Social mobility) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงรวมที่เกิดขึ้นกับประชากรจำนวนมากของสังคมที่อยู่ในภาวะไหลเลื่อน จากสังคมประเพณีไปสู่สังคมสมัยใหม่ การเคลื่อนที่ทางสังคม การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical mobility) และการเคลื่อนที่ทางจิต (Psychic mobility) เกิดจากแรงผลักดันของสื่อสารมวลชนสมัยใหม่

จากทฤษฎีความทันสมัยที่กล่าวถึง สรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นตัวนำเอา ความรู้ ความคิด ค่านิยม วัฒนธรรม เกี่ยวกับสังคมสมัยใหม่ ทั้งในรูปวัตถุและไม่ใช่วัตถุเข้ามาในสังคม แล้วก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสังคมดั้งเดิมไปสู่สังคมสมัยใหม่ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมสมัยใหม่นั้นขึ้นอยู่กับ จินตภาพของคนในสังคม การขจัดเกลตาทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และการเคลื่อนไหวของสังคม ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ของทฤษฎีนี้มาเป็นพื้นฐานในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันบันเทิงของประชาชน และใช้อภิปรายผลการวิจัย

5.1.2 ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม

ผลงานอันมีค่าที่เป็นการค้นพบที่สำคัญที่สุด

ทางวัฒนธรรมนั้น จะต้องอาศัยการติดต่อเชื่อมโยงของมนุษย์ ที่มีการติดต่อ สื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา ทำให้ส่วนต่าง ๆ ของโลกได้รับรู้ และมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่สามารถกักเก็บไว้เป็นของชาติหนึ่งชาติใดได้ ทรายใดที่มนุษย์มีการเคลื่อนย้ายจากถิ่นหนึ่ง ไปยังแหล่งอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยว ค้าขาย เผยแพร่ศาสนา การศึกษา เป็นต้น ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะนำเอาวัฒนธรรมของตนเองติดตัวไปด้วย และรับเอา วัฒนธรรมจากสังคมที่ติดต่อกลับมา รวมทั้งความเจริญก้าวหน้าของการสื่อสาร คมนาคม ก็ช่วยให้การเผยแพร่ วัฒนธรรม และการรับวัฒนธรรมเป็นไปอย่างกว้างขวาง (เกศินี จุฑาวิจิตร 2540 : 55)

จากแนวคิด ของทฤษฎีนี้ สรุปได้ว่า ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ทั้งด้านการสื่อสาร การคมนาคม และการศึกษา ทำให้การเผยแพร่และรับวัฒนธรรมเป็นไปอย่าง กว้างขวาง โดยเฉพาะสังคมไทยในปัจจุบันนี้ จะพบว่าวัฒนธรรมจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศทางตะวันตก ได้หลั่งไหลเข้าสู่สังคมไทย เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ วิธีการดำเนินชีวิต การศึกษา จรรยาบรรณ การเที่ยวเตร่ในเวลากลางคืน ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตและ พฤติกรรมของคนไทย โดยเฉพาะวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยของการเรียนรู้ที่จะแสวงหา เอกลักษณ์ของตนเอง จากตัวแบบที่พึงพอใจ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดของทฤษฎีนี้มาเป็นพื้นฐานในการกำหนดประเด็นการ วิจัยเกี่ยวกับเหตุผลของการเที่ยวสถานบันเทิงของประชาชน ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาน บันเทิง และอภิปรายผลการวิจัย

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปวีณา นารถศิลป์ (2553) ได้ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับโรงงานน้ำแข็ง ในด้านผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มุ่งเน้นในเรื่องของการรักษาและพัฒนาคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาเป็นข้อตกลงร่วมกันของผู้ประกอบการโดยมีราคาขายเป็นมาตรฐาน เดียวกัน มีการจัดจำหน่าย 2 ช่องทาง คือ ขายผ่านตัวแทนจำหน่ายและขายไปยังผู้บริโภคโดยตรง การส่งเสริมการตลาดที่ใช้ ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายและพนักงานขาย การแถมหรือ/และเพิ่มปริมาณน้ำแข็ง การให้บริการที่ดีและความรวดเร็วตรงต่อเวลา

วราพร อางนันทน์ (2553) ได้ศึกษาการประกอบการตุ๊กตาผ้าตำบลบ้านสิงห์ เป็น รูปแบบธุรกิจขนาดย่อม เริ่มจากการใช้แรงงานในครอบครัวและขยายสู่ชุมชนบริเวณ โดยรอบ สถานประกอบการ การผลิตตุ๊กตาใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ การจัดหาวัตถุดิบของชุมชนบ้านสิงห์ใช้วิธี รวมกันซื้อจากผู้ค้าส่งรายใหญ่หลายรายและนำมากระจายลงสู่ผู้ผลิตรายย่อยในท้องถิ่น คุณภาพ ของสินค้าเหมาะสมกับราคา มีความหลากหลายของสินค้ามากกว่า 1,000 ชนิด และมีการพัฒนา รูปแบบของสินค้าให้ทันสมัยนิยมอย่างต่อเนื่อง การจัดจำหน่ายแบบปากต่อปาก และการบริหารจัดการลูกค้าให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าซ้ำรวมถึงการค้าปลีกในแหล่งผลิต ใช้คลังสินค้าเป็นสถานที่ จัดจำหน่าย การประกอบการ มีปัญหาเรื่องการขยายกิจการ ด้านของจำนวนเงินลงทุน พื้นที่ขยาย การผลิตสินค้าที่มีราคาแพง แรงงานที่มีฝีมือหายาก ผลที่ได้คือการประกอบการตุ๊กตาผ้า เป็น การสร้างอาชีพและรายได้เข้าสู่ผู้ประกอบการรวมทั้งชุมชนโดยรอบสถานประกอบการ

ณัชชา มณีวงศ์ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานบันเทิง กลางคืน ของนักศึกษา จังหวัดนครปฐม พฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานบันเทิงกลางคืนของนักศึกษา เพศ มีการร้องเพลง ฟังเพลง ดูภาพยนตร์ ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทำความรู้จักกับเพื่อนต่างเพศ

สวมนุหรี คุณากรแข่งขันกีฬา อบอบบววด เล่นการพนัน คุณคอนเสิร์ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การรับประทานอาหารอาหาร การสนทนา นวดแผนไทยผ่อนคลายกล้ามเนื้อ คืมเครื่องคืมที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และการเดินหรือ แคนซ์ ไม่แตกต่างกัน

อนุชิต ชัยมงคล (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการผับและกัตตาคาร ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20 ปี ศึกษาในสาขาวิชามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ชั้นปีที่ 2 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ อาศัยอยู่หอพักภายนอกมหาวิทยาลัย และมีรายได้เฉลี่ย 5,000-7,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการผับและกัตตาคาร ที่ใช้บริการร้านมั่งก็ผับ มากที่สุด วันที่นิยมไปใช้บริการคือ วันศุกร์ โดยเริ่มใช้บริการในช่วงเวลา 20.00 น. ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการในแต่ละครั้งประมาณ 2-4 ชั่วโมง เพื่อนเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้าน โดยใช้บริการครั้งละ 3-4 คน ใช้บริการ โดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อสัปดาห์

สุกานดา พรายอินทร์ (2547) ได้ทำการศึกษาระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจคาเฟ่ไอซ์ : กรณีศึกษา บริษัท ไช่ม่อน เชียงใหม่ จำกัด พบว่า ระบบรายรับ สำหรับระบบงานนี้จะเกี่ยวข้องกับการขายและรับจองตั๋ว และการรับเงินจากการให้เช่าพื้นที่ ในส่วนของการขาย และรับจองตั๋วจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ไช่ม่อน ในการปฏิบัติงาน ซึ่งโปรแกรมสำเร็จรูป ไช่ม่อนถูกพัฒนาขึ้นเพื่อมาช่วยในการขายและรับจองตั๋วสำหรับการรับเงินจากการให้เช่าพื้นที่ ผู้เช่าจะนำส่งเงินให้กับฝ่ายบัญชีและการเงินโดยตรง ระบบการจ่าย สำหรับระบบรายจ่ายจะเกี่ยวข้องกับการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์การแสดงและอุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันทางของระบบเนื่องจากด้านรายจ่าย ของบริษัท ไม่เกิดขึ้นบ่อย แต่ผู้บริหารมีความต้องการที่จะให้มีการจัดทำรายงานสำหรับการบริหารเพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย และการจัดทำงบประมาณ ระบบเงินเดือนและค่าแรง สำหรับระบบเงินเดือนและค่าแรง ทางบริษัทจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับระบบเงินเดือนและค่าแรง ซึ่งโปรแกรมนี้ใช้ในการบันทึกข้อมูลของพนักงาน บันทึกการขาดลาของพนักงาน และจัดทำรายงานข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน ส่วนการคำนวณเงินเดือนในแต่ละเดือนและการจัดทำ สลิปเงินเดือน

จาริณี นันทวัฒน์ (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้ใช้บริการสถานบันเทิงคิสโก้เชค ผับและคาราโอเกะ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-26 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานบันเทิงจากร้านประจำ มีความถี่ในการใช้บริการไม่แน่นอน ส่วนใหญ่ไปใช้บริการวันเสาร์ เวลา 21.31-23.00 น. โดยใช้เวลาเฉลี่ย 3-4 ชั่วโมงต่อครั้ง ผู้ใช้บริการชื่นชอบเพลงไทย

สากล นิยมสั่งเหล้า และเบียร์ไปใช้บริการแต่ละครั้งใช้เงิน 301-600 บาท เพื่อนมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการและมักจะไปเที่ยวด้วย ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ชอบฟังเพลงและไปเพื่อสังสรรค์ ส่วนใหญ่รู้จักสถานบันเทิงจากเพื่อน ผู้ใช้บริการสถานบันเทิงส่วนใหญ่เปรียบเทียบกับราคา ก่อนใช้บริการสถานบันเทิงแต่ละแห่งนอกจากนี้ สถานบันเทิงที่ผู้ใช้บริการสถานบันเทิงนิยมไปส่วนใหญ่คือ ผับรองลงมาคือ คิสโก้เชค และคาราโอเกะ

ชัชنامه นักไร่ (2545) อิทธิพลของผับต่อการมีเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่นนศึกษากรณีวัยรุ่นที่ เคยไปใช้บริการผับย่านถนนอาร์ชีเอ กรุงเทพมหานคร พบว่า วัยรุ่นที่ไปใช้บริการผับบ่อยครั้งมากเท่าใดก็จะมีแนวโน้มที่จะยอมรับการมีเพศสัมพันธ์มากขึ้นเท่านั้น เพื่อนที่เคยมีเพศสัมพันธ์จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการมีเพศสัมพันธ์ การดื่มสุราบ่อยครั้งมากเท่าใดก็จะมีแนวโน้มที่จะยอมรับการมีเพศสัมพันธ์มากขึ้นเท่านั้น

ยุวณิตย์ ทิศสกุล (2545) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยใช้กลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปที่ใช้บริการผับและภัตตาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย การคัดเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา โดยนำเสนอเป็นตาราง ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ยจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย มีอายุระหว่าง 20- 25 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัวและมีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักผับและภัตตาคารเป็นส่วนใหญ่คือ เพื่อนแนะนำในส่วนของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการผับและภัตตาคาร เหตุผลของการเลือกใช้ผับและภัตตาคาร คือ การมีบรรยากาศดีและการเลือกไปเที่ยงเนื่องในโอกาสเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะสั่งอาหารประเภทยำมารับประทาน โดยดูจากเมนูหรือรายการอาหารด้านเครื่องดื่มที่สั่งเป็นประจำคือ สุราหรือวิสกี้ เบียร์ต่างๆ บริเวณที่ชอบนั่งมากที่สุด คือ บริเวณที่มีอากาศดี ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในช่วงระหว่าง 18.00 – 21.00 น. โดยปกติจะใช้บริการในวันศุกร์และวันเสาร์มากที่สุด ระยะเวลาในการใช้บริการโดยเฉลี่ย ครั้งละ 3 – 4 ชั่วโมง มีผู้ร่วมใช้บริการ 3 – 4 คน และมีการใช้จ่ายต่อครั้ง 501 – 800 บาท เมื่อเวลาจ่ายเงินส่วนใหญ่จะเฉลี่ยกันจ่าย ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร คือ เพื่อนและผู้ร่วมงานด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก และเมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหารและเครื่องดื่ม) ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดได้แก่

ความสะอาดของอาหารและความสดของอาหาร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านคนตรี) ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความไพเราะของวงดนตรี ปัจจัยด้านราคาที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ราคาอาหาร ราคาเบียร์ ราคาเครื่องดื่ม ราคาเบียร์ต่อขวด ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม ซื่อ 1 แกรม 1 การลดราคาอาหาร แพคเกจจิ้งราคาถูก การลดราคาเครื่องดื่มลดราคาเบียร์ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ การลดราคาเบียร์ต่อขวด Happy Hour การเสนอเมนูอาหารใหม่ การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ การลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของร้าน ปัจจัยด้านพนักงานที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความเป็นกันเองกับลูกค้า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมีห้องน้ำที่สะอาด มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมีภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่สะอาด อาหารและเครื่องดื่มได้รับบริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง การทำความสะอาดและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินทางเข้ามาในร้าน แคมเปญรูดเงินได้ถูกต้องและรวดเร็ว มีการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค มีการประสานงานกันเป็นอย่างดี และรับรองการจ้องโตะล่วงหน้าได้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง ตรีศึกษา
ผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย
ดังนี้

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ประชากร ดังนี้

1. ประธานบริษัท จำนวน 1 คน
2. กรรมการบริษัท จำนวน 3 คน
3. ผู้จัดการ จำนวน 1 คน
4. พนักงานบริษัท คือ พนักงานประจำที่ทำงานบริษัท จำนวน 3 คน ลูกจ้างจำนวน 20 คน

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเลือกจากประชากรทั้งหมดเป็นตัวอย่างจากวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประธานบริษัท กรรมการบริษัท ผู้จัดการบริษัท พนักงานบริษัท ลูกจ้าง เพื่อการสัมภาษณ์

แบบเจาะลึก (Indent Interview) รวมทั้งสิ้น 28 คน

2. สถานที่ทำการศึกษา หมายถึง ผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
เท่านั้น
3. ระยะเวลาที่ทำการศึกษา ตั้งแต่ พฤษภาคม ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2553

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างเอง และผ่านการตรวจสอบ จากอาจารย์ที่
ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญ โดยจำแนกเป็นประเภทต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับระเบียบวิจัย ดังนี้

2.1 เชิงคุณภาพใช้ แนวการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.1 แนวสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

แนวสัมภาษณ์แบบเจาะลึกครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งคำถามเพื่อสัมภาษณ์ ความคิดเห็น เกี่ยวการพัฒนารูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง ตรีศึกษา ผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ไว้ล่วงหน้า เพื่อให้สะดวกในการจัดทำข้อมูลให้เป็นระบบ ประกอบด้วยประเด็นใหญ่ ที่ถามใน ด้าน สภาพทั่วไปทางธุรกิจ ปัจจัยที่ทำให้ประสบผลสำเร็จ และกลยุทธ์การดำเนินงานในผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สภาพทั่วไปทางธุรกิจ สภาพทั่วไปของกิจการ ประกอบด้วย

1.1 ทำเลที่ตั้ง ประเภทกิจการ รูปแบบการดำเนินงาน ลักษณะของสินค้า และบริการ ความเป็นมาของกิจการ

1.2 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับ การศึกษา ประสบการณ์งานอาชีพที่เกี่ยวข้อง เหตุผลที่ตัดสินใจเข้ามาประกอบกิจการ

2. ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ

3. รูปแบบกลยุทธ์การดำเนินงานของผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ที่ผู้ประกอบการ ซึ่งประสบความสำเร็จเลือกจาก 4 รูปแบบ คือ กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ เหตุผลที่เลือก ลักษณะของกลยุทธ์ความเหมาะสมของกลยุทธ์ กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ เหตุผลที่เลือก ลักษณะของกลยุทธ์ ความเหมาะสมของกลยุทธ์ กลยุทธ์การแสวงหาโอกาส เหตุผลที่เลือก ลักษณะของกลยุทธ์ ความเหมาะสมของกลยุทธ์ กลยุทธ์การตั้งรับ เหตุผลที่เลือก ลักษณะของกลยุทธ์ ความเหมาะสมของกลยุทธ์

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผลงานวิจัยขั้นต้นที่ศึกษา ระดับปริญญาตรี

3.1 เชิงคุณภาพ

แนวสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีขั้นตอน ดังนี้

3.1.1 สร้างหัวข้อใน แนวสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เสนอต่ออาจารย์ ที่ปรึกษาเพื่อแก้ไข ข้อบกพร่องในด้านภาษา และความถูกต้องด้านเนื้อหา

3.1.2 นำประเด็นแนวสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเข้าใจ และการใช้ภาษา เพื่อความถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น

3.2.3 จัดทำประเด็นแนวสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ฉบับสมบูรณ์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แนวสัมภาษณ์เชิงลึก โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

4.1 ขอนหนังสือจากสำนักงานบัณฑิตศึกษา ถึงประธานโปรแกรมวิชาที่เป็นตัวอย่างเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล

4.2 เข้าพบประธานบริษัทที่เป็นตัวอย่าง เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการศึกษา พร้อมเข้าเก็บข้อมูลกับพนักงานบริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

4.3 คัดเลือกตัวแทนที่เป็นพนักงานบริษัทเพื่อขอความร่วมมือในการคัดเลือกพนักงานและประชาชนที่ไปเที่ยวสถานบันเทิง

4.4 ผู้วิจัย จะชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย และวิธีการตอบแนวสัมภาษณ์เชิงลึก แก่ประธานและพนักงานของบริษัท ลูกค้า ที่ถูกคัดเลือกด้วยตัวเอง

5. การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลที่ได้เพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยและให้ได้ข้อมูลอย่างครบถ้วนสมบูรณ์และมีความน่าเชื่อถือ โดยใช้วิธีสอบถาม การสังเกต และสัมภาษณ์จากบุคคลที่ให้ข้อมูล โดยการตรวจสอบข้อมูลในการวิจัยได้กระทำพร้อมๆกับการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการตรวจสอบทันทีและตรวจสอบในช่วงของการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นระยะๆจนสู่ขั้นตอนการสรุปผลการวิเคราะห์ จึงได้ตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้คำตอบที่ถูกต้องครบถ้วนสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้

วิธีการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลโดยการพิจารณาถึงเวลา สถานที่ บุคคล ถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเวลา สถานที่และบุคคลผู้ให้ข้อมูลแล้ว ข้อมูลที่ได้จะเหมือนเดิมหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ในเบื้องต้นไปพร้อมๆกับการเก็บข้อมูล โดยในแต่ละครั้งที่ทำการเก็บข้อมูลจะบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดแล้วนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ แยกประเภท และวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดเพื่อหาข้อสรุปแล้วจึงนำเสนอรายงานผลการวิจัยแบบบรรยาย

ตารางที่ 1 ระยะเวลาที่ทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย ระยะเวลาการทำ
วิจัย พ.ศ 2553 – ธ.ศ 2553

กิจกรรม	ระยะเวลา												
	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค	
1 ค้นคว้าข้อมูล และ ทบทวนวรรณกรรมใน การเขียนโครงร่างวิจัย	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓				
2.ระยะเวลาในการเก็บ ข้อมูล										✓			
3. วิเคราะห์ข้อมูล										✓			
4. สรุปและวิจารณ์ผล											✓		
5. ตรวจสอบความ ถูกต้อง โดยผู้เชี่ยวชาญ											✓		
6.จัดทำรายงานผลวิจัย และเผยแพร่ผลงาน													✓

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง กรณีศึกษา ผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยมีแนวคำถามการวิจัยที่มีรายละเอียดของคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง กรณีศึกษา ผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ เพื่อให้สะดวกในการจัดทำข้อมูลให้เป็นระบบ ประกอบด้วยประเด็นใหญ่ที่ถามในด้าน สภาพทั่วไปทางธุรกิจ ปัจจัยที่ทำให้ประสบผลสำเร็จ และกลยุทธ์การดำเนินงานในผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ โดยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้บริหารสถานบันเทิง และผู้ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งผู้วิจัยยังได้ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมเพื่อทำการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง การสัมภาษณ์ข้อมูลในครั้งนี้สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. สภาพทั่วไปทางธุรกิจ สภาพทั่วไปของกิจการ
2. รูปแบบการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง
 - 2.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ
 - 2.2 เงินลงทุน
 - 2.3 ลักษณะของลูกค้า
 - 2.4 จำนวนพนักงานในองค์กร

3. กลยุทธ์การบริหารและการตลาดการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

4. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ปัญหาจากการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

1. สภาพทั่วไปทางธุรกิจ สภาพทั่วไปของกิจการ

1.1 ความเป็นมาของการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีการจดทะเบียนการค้าเป็นคณะบุคคล เพื่อเปิดให้บริการสถานบันเทิง สถานประกอบการมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลัก โดยการศึกษารูปแบบร้านให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และศึกษาข้อมูลจากประกอบการหรือผู้จัดมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจสถานบันเทิงเป็นอย่างดี และดำเนินการอย่างถูกต้องตามกฎหมาย



ภาพที่ 1 ป้ายร้าน เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์

1.2 สถานที่ตั้งและเส้นทางการเดินทาง

สถานที่ตั้ง เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ตั้งอยู่เลขที่ 755/2 ถนนเพชรพรคาต.หัวขจรเช้ อ.เมือง นครปฐม 73000

การเดินทาง เส้นทางการเดินทางมา เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ หากเดินทางจาก กรุงเทพมหานคร ใช้เส้นทางไปตามถนนเพชรเกษมมุ่งตรงไปจังหวัดนครปฐมก่อนถึงตัวเมือง นครปฐม ผ่านบึงกิ้งสาขานครปฐมประมาณ 500 เมตรจะเห็นร้านเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์อยู่ด้านขวามือ บริเวณเดียวกับร้านเจอาร์คาราโอเกะ

ร้านตั้งอยู่ในพื้นที่ยุทธศาสตร์ ดัดถนนเพชรเกษมซึ่งเป็นถนนสายหลัก สะดวกในการเดินทาง (ชนวัด เกตุชัยมงคล 2554)

1.3 การเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

การเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง จากการสัมภาษณ์ ผู้บริหาร เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ถึงการเริ่มต้นทำธุรกิจนี้ว่า เป็นคนชอบเที่ยวสถานบันเทิงไม่ว่าจะเป็นในกรุงเทพมหานคร หรือต่างจังหวัด จึงทำให้เป็นจุดเริ่มต้นและร่วมหุ้นกับเพื่อนๆ ประกอบกับในปัจจุบันคนไทยนิยมเที่ยวกลางคืนกันมากขึ้น สังเกตได้จากสถานบันเทิงนี้เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน แต่สถานบันเทิงส่วนที่เปิด

ให้บริการส่วนมากต้องปิดตัวลงในเวลาไม่กี่ปี บางรายเปิดกิจการได้ไม่ถึงหนึ่งปีต้องปิดตัวลง เนื่องจากสถานบันเทิงนี้เพิ่มมากขึ้นทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคมีการตัดสินใจเลือกมากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนาและมีรูปแบบที่เฉพาะเป็นที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า มีกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้คงอยู่ถาวรตามยุคสมัยได้ยาวนาน ดังนั้นผู้บริหารเจ เออาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีความสนใจในการดำเนินธุรกิจสถานบันเทิงร่วมกันจึงรวมหุ้นกันเพื่อทำธุรกิจนี้และได้ประสบผลสำเร็จในระดับหนึ่งมาตั้งแต่ปี 2548 จนถึง ปัจจุบันยังคงดำเนินธุรกิจ จึงเป็นเหตุผลของความสนใจที่ศึกษาถึงรูปแบบกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของผับ เจ เออาร์ มิวสิค ฮอลล์ จังหวัดนครปฐม และเพื่อสามารถแก้ไขปัญหา อุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาธุรกิจผับและสถานบันเทิงยามราตรี ต่อไป

2. รูปแบบการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

2.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบในการดำเนินธุรกิจ เจ เออาร์ มิวสิค ฮอลล์ คือ แบบโทเดิร์นประเภทที่มีทั้งเปิดแผ่นและดนตรีสด ซึ่งเป็นแนวดนตรีที่ลูกค้าชื่นชอบมากที่สุดคือ ฮิบฮอป ร็อก พ็อพ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจเช่นนี้ เป็นรูปแบบที่ลูกค้าให้ความสนใจมากที่สุด ผู้บริโภคให้เหตุผลว่า ดนตรีถือเป็นปัจจัยอันดับต้น ๆ ที่เลือกมาใช้บริการถ้าลักษณะเพลงตรงกับความชอบของตัวเอง ในส่วนของผู้ประกอบการและนักดนตรีรวมถึงดีเจ ได้ให้ข้อมูลว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบเพลงที่มีการผสมผสานดนตรี เช่น ฮอบแนวเพลงที่เป็นฮิบฮอป แต่มีกลิ่นอายของอาร์แอนด์บี และแจ๊ส ผสมอยู่ และที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ป๊อบ ผสมร็อก ส่วนเพลงที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นคือ อาร์แอนด์บี แร็ป แก๊ง บลู แจ๊ส ซึ่งเป็นไปตามกระแสเพลงในต่างประเทศ ในส่วนของการบริการลูกค้าส่วนมากต้องการบริการที่คอยให้บริการ ส่วนผู้ที่ไม่ต้องการบริการมากอยบริการมักนั่งหน้าบาร์เพราะสามารถสั่งเครื่องดื่มกับพนักงานบาร์เอง เครื่องดื่มที่ลูกค้าชื่นชอบมากที่สุดส่วนมากจะนิยมดื่มสุรา เบียร์สด เบียร์ขวด และค็อกเทล ตามลำดับ แต่ตั้งงบประมาณสำหรับการใช้จ่ายในแต่ละครั้ง 500 บาทขึ้นไป ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า ในการใช้บริการส่วนมากผู้บริโภคมักนำสุรามารอง และสั่งเฉพาะเครื่องดื่มที่ใช้ผสม ทางร้านไม่สามารถเก็บค่าเปิดขวดได้ หากเก็บค่าเปิดขวดลูกค้าไม่มาใช้บริการลูกค้าส่วนมากให้เหตุผลว่าไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินจำนวนนี้ และทางร้านควรสมนาคุณให้แก่ลูกค้า หากร้านใดมีการเก็บค่าบริการเปิดขวดลูกค้าส่วนใหญ่มักเลือกจะไปใช้บริการร้านที่ไม่มีการเก็บค่าบริการเปิดขวด โดยเฉลี่ยแล้วลูกค้ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 130 – 200 บาท (กรณีลูกค้าที่นำสุรามารอง)



ภาพที่ 2 บรรยากาศภายในร้าน เจ ออร์ มิวสิค ฮอลล์

ในส่วนของสุรานั้น ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า การจำหน่ายสุร่าทำไมน้อยเพราะหากจำหน่ายแพงกว่าร้านจำหน่ายสุร่าทั่วไป ลูกค้านำสุร่ามาเอง ดังนั้นการจำหน่ายสุร่าจึงต้องจำหน่ายราคาให้ถูกกว่า ในกรณีที่จำหน่ายในราคาถูกลงนั้น ทางร้านจัดการส่งเสริมการขายร่วมกับหัวหน้าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการขาย ของสุร่ายี่ห้ออื่น จึงจำหน่ายสุร่าในราคาที่ถูกลงได้ ส่วนมากจัดช่วงเวลาและวันที่ลูกค้ามาใช้บริการน้อย เช่น จัดรายการส่งเสริมการขายในวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี เป็นต้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ส่วนเบียร์นั้นได้มีการส่งเสริมการขายร่วมกับหัวหน้าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการขายของเบียร์เช่นเดียวกัน แต่จัดไม่บ่อยเพราะเบียร์สามารถขายได้ตลอดเพราะผู้บริโภคไม่นิยมนำเบียร์มาเอง ส่วนมากจัดเฉพาะช่วงนักท่องเที่ยวน้อย เพื่อดึงดูดลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า เครื่องดื่มที่ลูกค้าดื่มมากที่สุดคือ สุร่าทำให้สินค้าใช้ประกอบกัน เช่น โซดา น้ำ หรือ ใค้ก มีปริมาณการจำหน่ายสูงตามยอดสุร่าไปด้วย นอกจากสุร่าที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งแล้วนั้น ผู้หญิงส่วนมากยังนิยมดื่มคืออกเทลและเครื่องดื่มผสมเสร็จกันมากขึ้น ส่วนผู้ชายนิยมดื่มทั้งเบียร์ขวดและเบียร์สด เนื่องจากสถานบริการทุกที่มีพนักงานผู้หญิงของเบียร์ยี่ห้อนั้น ๆ มาเสนอขายเบียร์และคอยให้บริการ ส่งผลให้ยอดขายเบียร์สูงตามไปด้วย

2.2 เงินลงทุน

เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ เปิดและปิดบริการตั้งแต่ 20.00 – 02.00 น. มีพื้นที่ประมาณ 1 ไร่ เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2548 ใช้เงินลงทุนประมาณ 15 ล้านบาท จากผู้ถือหุ้นคนละเท่าๆกันทั้ง 3 คน คือ

นายธนวัต	เกตุชัยมงคล
นายประสพการณ์	เผด็จมปราชญ์
นายกิตติ	ทวีทิพย์รัตน์

โดยแหล่งเงินลงทุนได้มาจากตัวผู้ถือหุ้นส่วนหนึ่งและได้มาจากการกู้ยืมธนาคารมาส่วนหนึ่ง

2.3 ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าส่วนมากเป็นนักศึกษาและวัยทำงาน อายุเฉลี่ยตั้งแต่ 20-40 ปี คนกลุ่มนี้มีช่วงอายุที่ใช้บริการในลักษณะของการกินดื่มปะสังสรรค์ร่วมวงสนุกสนานในกลุ่มเพื่อนฝูงรวมถึงการพูดคุยปรึกษาการงาน การเลี้ยงรับรองในกลุ่มของคนทำงานด้วยเช่นกัน ส่วนใหญ่เน้นการดื่มและพูดคุยกันมากกว่ามาดื่มและนั่งฟังเพลงรื่นรมย์กับบรรยากาศเพียงอย่างเดียว

ร้านเรามีเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าที่มาเที่ยวเพื่อความสุข เพื่อความสนุกสนาน ได้มาผ่อนคลาย ฐานลูกค้าเราลงไปในกลุ่มนักศึกษาหรือวัยรุ่นเป็นหลัก ใช้เงินเอง ตัดสินใจง่าย ชอบสิ่งที่เป็นทันสมัย กลุ่มวัยทำงานมีภาระมาก จึงไม่เน้นตรงนั้นมาก (ประสพการณ์ เผด็จมปราชญ์ 2554)

2.4 จำนวนพนักงานในองค์กร

มีพนักงานทั้งหมด 57 คน ได้แก่

พนักงานเสิร์ฟ 30 คน 3,000 บาทต่อเดือน

หัวหน้าพนักงาน 3 คน 6,000 บาทต่อเดือน

แคชเชียร์ 3 คน 6,000 บาทต่อเดือน

ดีเจ 2 คน 18,000 บาทต่อเดือน

นักร้องและนักดนตรีทั้งหมด 12 คน 18,000 บาทต่อเดือน

การ์ด (รักษาความปลอดภัย) 7 คน 9,000 บาทต่อเดือน

ทางร้านได้จ่ายเงินเดือนให้แก่พนักงานเป็นงวด เดือนละ 2 งวด คือ งวดแรกทุกวันที่ 5 ของทุกเดือน งวดที่สองทุกวันที่ 20 ของทุกเดือน เนื่องจากเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ ต้องการช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายรายเดือนแก่พนักงาน หากทางร้านจะออกเงินเดือนเพียงเดือนละหนึ่งงวดนั้น ระยะเวลานานเกินไป พนักงานอาจแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในเรื่องอุปโภค บริโภคไม่ไหว ทางร้าน

จึงกำหนดให้จ่ายเงินเดือนทุก 15 วัน ทั้งนี้ยังช่วยในการควบคุมการขาดงาน การลา หรือมาตรฐานการปฏิบัติงานได้อีกด้วย

3. กลยุทธ์การบริหารและการตลาดการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

จากการดำเนินธุรกิจสถานบันเทิงมาตลอดระยะเวลา 6 – 7 ปี ผู้บริการ คณะกรรมการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ของสถานประกอบการมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจคงอยู่มั่นคงตลอดไป โดยผู้ประกอบการได้ดำเนินการวางแผนล่วงหน้า ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

จากการดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์ของกิจการผับจากยุคเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน เจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น กล่าวคือ เจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีสถานที่โถงโล่ง กว้างขวาง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการต้องทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์และทำการกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์หรือคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า มีการออกแบบที่ทันสมัย เป็นการออกแบบ โทนสีมีคัลเลอร์บรรยากาศมีความเป็นกันเอง มีที่นั่งแบ่งออกเป็น โซนเลือกตามความชอบของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เนื่องจากทางร้านต้องการ ทำให้บรรยากาศของร้านมีจุดเด่นและแตกต่างจากผับอื่นๆ พร้อมกับแนวเพลงที่มีความโดดเด่น ในแบบที่ได้รับการยอมรับว่า เปรียบเสมือนผู้นำในการสร้างเทรนกระแสแนวเพลงฮิป ฮอป ให้ติดตลาดจนได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับมากที่สุดของกลุ่มวัยรุ่นนครปฐม ด้วยความลงตัวของบรรยากาศร้าน ไม่ว่าจะเป็นสไตล์การตกแต่ง อาหารเครื่องดื่ม การบริการ และแนวเพลงที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์มากที่สุด ทำให้เจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ ได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว จนได้เป็นสถานที่ที่เยาวชนนิยมของชนบท การตกแต่งร้านสไตล์ประยุกต์ สถานที่นั่งภายในโถง และแบ่งเป็นโซนให้เลือกนั่งตามความต้องการหลายโซน คือ โซนหน้าเวที สำหรับผู้นิยมการเต้นรำ และผู้ที่ต้องการความสนุกแบบใกล้ชิดกับวงดนตรีและ โซนบาร์ สำหรับผู้ที่ชอบความสนุกแบบเป็นส่วนตัว พร้อมเคาน์เตอร์บาร์ไว้บริการเครื่องดื่ม และสำหรับผู้ที่ต้องการความเป็นส่วนตัวและความสะดวกสบาย แนะนำให้นั่งโซนด้าน ในเพราะนอกจากมีชุดโซฟาที่สั่งทำเป็นพิเศษให้นั่งนุ่มสบายแล้ว ยังมีเคาน์เตอร์บาร์ไว้คอยบริการ โดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังได้สัมผัสกับการทำงานของกลุ่มดีเจแบบใกล้ชิดอีกด้วย และสำหรับนักเที่ยวที่ไม่ชอบอยู่นิ่ง นิยมทำประลองความสามารถกัน ทางร้านยังมีโต๊ะพูลไว้บริการบริเวณด้านหน้าร้านบริเวณ โซนสูบบุหรี่อีกด้วย เห็นได้ว่า ทุกพื้นที่ของเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ ถูกออกแบบจัดวางมาด้วยความพิถีพิถันเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสนุกสนานใน

แบบฉบับตามความต้องการของแต่ละคนได้มากที่สุด สำหรับแนวดนตรี เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีทั้งดนตรีเล่นสด สลับกับดีเจเปิดแผ่น โดยแนวเพลงจะเล่นทั้งเพลงไทย และเพลงไทยสากลที่กำลังเป็นที่นิยม โดยกลุ่มนักดนตรีที่นี้ล้วนแล้วแต่เป็นนักร้องนักดนตรีมืออาชีพ เป็นจุดขายที่ชัดเจนที่สุดของเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์



ภาพที่ 3 การแสดงดนตรีสดภายในร้านเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์

ร้านเราจะเน้นความทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นการเล่นดนตรีสด วงดนตรีไม่ประจำ ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงการเปิดแผ่นของดีเจวันศุกร์และวันเสาร์ ลูกค้าจะเยอะมาก (กิตติ ทวีทิพย์รัตน์ 2554)

3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า การตั้งราคาสินค้าที่จำหน่ายในสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ใช้กลยุทธ์ราคาต่ำเพื่อเจาะตลาด (Penetration Pricing) เป็นกลยุทธ์ราคาสินค้าที่ตรงข้ามกับกลยุทธ์ราคาสูง การตั้งราคาต่ำเพื่อเป้าหมายในการได้ส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้น การจำหน่ายในปริมาณมากได้ลูกค้าจำนวนมาก แต่ได้กำไรต่อหน่วยต่ำ อย่างไรก็ตามกลยุทธ์ราคาต่ำก่อให้เกิดกำไรรวมจากปริมาณขายสูงในระยะยาว ผลกระทบต่ออุปโภค บริโภค มีวัฏจักรชีวิตยาวนานควรใช้กลยุทธ์ราคาต่ำ ทั้งนี้อาจลดความต้องการเข้ามาร่วมตลาดของกลุ่มคู่แข่งได้ โอกาสในการทำกำไรจะมีมากขึ้น มีการกำหนดราคา ดังนี้ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ จำหน่ายสุราอยู่ 2 ยี่ห้อ คือ 100 piper Chivas Regal เนื่องจาก

สุราทั้ง 2 ยี่ห้อนี้มีผู้จัดจำหน่ายรายเดียวกัน และมีการดำเนินธุรกิจแบบท่อมตลาด กล่าวคือ เมื่อสถานบันเทิงของเราตกลงเป็นพันธมิตรกับบริษัทจัดจำหน่ายสุราดังกล่าว มีการขายสุราเพียง 2 ยี่ห้อนี้ทางบริษัทจัดจำหน่ายสุรา ก็ขายสุราให้กับทางสถานบันเทิง ในราคาถูกเป็นพิเศษ ส่งผลให้ทางสถานบันเทิงของเราสามารถจำหน่าย 100 piper ในราคา 390 บาท ส่วน Chivas Regal จำหน่ายในราคา 1,350 บาท ทั้ง 2 ยี่ห้อถูกกว่าคู่แข่ง ประมาณ 100 บาท นอกจากนี้ทางสถานบันเทิงของเรายังได้รับผลประโยชน์จากทางบริษัทจัดจำหน่ายสุราทั้ง 2 ยี่ห้อนี้ในการใช้สถานบันเทิงของเราเป็นสถานที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของสุราทั้ง 2 ยี่ห้อ เช่นการจัดคอนเสิร์ต ปาร์ตี้ การโชว์ตัวดารารหรือกิจกรรมชิงโชคต่างๆอีกด้วย ส่วนเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ราคาเท่ากัน คือ น้ำเปล่า Pepsi และโซดาขวดละ 30 บาท น้ำแข็งถังเล็ก 30 บาท ถังใหญ่ 60 บาท

จากการศึกษาพบว่า หลักเกณฑ์การตั้งราคาสินค้าสุรา คือ 100 piper Chivas Regal ได้มาจาก เมื่อตอนเริ่มเปิดสถานบันเทิงแห่งนี้ได้อ้างอิงราคาการจำหน่ายสุราจากสถานบันเทิงอื่นๆที่อยู่ในอำเภอเมือง มาเป็นเกณฑ์ในการตั้งราคาสุรา โดยตอนแรกจำหน่ายราคาที่เท่ากับสถานบันเทิงอื่นๆ แต่เมื่อเจ้าของสถานบันเทิงได้มีการปรับปรุงสถานบันเทิงให้แตกต่างจากสถานบันเทิงแห่งอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นบรรยากาศภายในร้าน ระบบความปลอดภัย เครื่องเสียงที่ทันสมัย รวมถึงการจำหน่ายสุรา ซึ่งทางร้านได้ร่วมกับหัวหน้าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการขายของสุรายี่ห้ออื่น จึงจำหน่ายสุราในราคาที่ถูกลงได้

การลดราคา ราคาลดต้องโดนใจผู้บริโภค ราคาคือปัจจัยผลักดัน ทำให้มีคนเที่ยวอย่างสบายใจ แซ่กันออก เช่น คนที่มีเงินแค่สองสามพันก็มาเที่ยวที่ร้านได้แล้ว ก็อาจแซ่กันออกกับเพื่อนๆที่มาเที่ยวด้วยกัน (นลัส จุลพงษ์ 2554)

3.3 กลยุทธ์ด้านการบริการ

การดำเนินงานด้านการบริการผู้บริหารเจอราร์ มิวสิค ฮอลล์ ได้ใช้กลยุทธ์การสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยก้าวสร้างมาตรฐานการคัดเลือกพนักงานและมาตรฐานการให้บริการ โดยทำการกำหนดขั้นตอนการจัดหาและคัดเลือกพนักงานให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ภายใต การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง หลักในการอบรมพนักงานในสถานบันเทิง เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีอบรมพนักงานร้านประจำทุกเดือน ๆ ละครั้ง ด้วยวิธีการอบรมแบบ On the job training คือ เป็นการพัฒนาพนักงานที่มีลักษณะเป็นการถ่ายทอดตัวต่อตัว หัวหน้างานหรือผู้ฝึกจะสามารถชี้แนะ สั่งสอน ถ่ายทอดความรู้และเทคนิคต่างๆให้แก่พนักงานได้อย่างละเอียดโดยตรง หัวหน้าหรือผู้ฝึกและพนักงานจึงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด มีความสนิทสนมและไว้วางใจกัน ทั้งช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานด้วย มีการจัดระบบอย่างสมบูรณ์ วิธีหนึ่งก็คือ JIT. (Job Instruction Training) ที่ได้พัฒนาขึ้นมาในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งวิธีการจะเริ่มต้น โดยให้

การฝึกอบรมแก่หัวหน้างานก่อน แล้วนำไปฝึกอบรมให้กับพนักงานอีกต่อหนึ่ง ขั้นตอนของวิธีการมีดังนี้ ลำดับแรกต้องทำเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการสอนงาน คือ กำหนดและตัดสินใจ ถ้าให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประหยัดและถูกต้องแล้ว พนักงานต้องได้รับการสอนในเรื่องอะไรบ้าง ต่อจากนั้นจึงจัดเตรียม ทั้งเครื่องมือ อุปกรณ์ วัสดุ ให้พร้อม จัดที่ทำงานให้ถูกต้องเหมาะสม และให้เป็นรูปแบบเดียวกับที่ต้องการ หรือหวังให้พนักงานรักษาให้อยู่ในสภาพที่กำหนดตลอดเวลา จากนั้นให้ลงมือสอนงานแก่พนักงาน โดยปฏิบัติตามลำดับทั้ง 2 ขั้นดังนี้

การจัดเตรียมเอกสารการอบรม ควรปฏิบัติตามข้อแนะนำ 6 ประการคือ

1. ก่อนเริ่มต้นการอบรม ควรจะให้ผู้เข้ารับการอบรม ได้เข้าใจเรื่องราวทั้งหมดอย่างกว้าง ๆ เสียก่อน ทั้งนี้จะเป็นประโยชน์ที่จะช่วยให้แต่ละคน ได้เห็นภาพรวมของเรื่องราว ก่อนที่จะศึกษาแยกแยะแต่ละส่วนลึกลงไป
2. พยายามยกตัวอย่างที่มองเห็นและเข้าใจได้ง่ายให้มากขึ้น เพื่อที่จะให้ผู้เข้าอบรมได้นึกคิดและติดตามเรื่องราวที่ได้จัดแจ้งขึ้น
3. ควรจะมีการจัดระเบียบเรื่องราวของเอกสาร เพื่อที่จะให้สามารถศึกษาได้ตามลำดับขั้นตอน และมีการแบ่งแยกเป็นบทต่อบท
4. ควรจะมีการเสริมโดยจัดให้เอกสารที่ใช้อบรมนั้นมีจังหวะหยุด หรือมีการเน้นเป็นส่วน ๆ ให้ชัดเจน มากกว่าการเสนออย่างต่อเนื่องไปเรื่อยเปื่อย โดยไม่มีจุดสังเกตได้เป็นประเด็น ๆ
5. พยายามใช้คำพูดและแนวความคิดที่ง่าย โดยเฉพาะควรเป็นเรื่องที่ผู้เข้ารับการอบรมคุ้นเคย หรือพบเห็นได้ง่าย
6. พยายามใช้เครื่องมือช่วยให้มากที่สุด

วิธีการถ่ายทอดความรู้มีลักษณะ 6 ประการด้วยกัน คือ

1. ต้องพยายามสร้างบรรยากาศของการฝึกอบรมนั้น ให้เหมือนสภาพการปฏิบัติงานที่เป็นจริง
2. ให้โอกาสผู้เข้าอบรมได้ฝึกฝนลงทำเอง จนกระทั่งมีความชำนาญมากพอในระหว่างการฝึกอบรม
3. ควรพยายามใช้ตัวอย่างหลาย ๆ แบบที่ต่างกัน ในกรณีการสอนเพื่อเพิ่มแนวความคิด (Concepts) และความชำนาญ (Skills) เพื่อให้เกิดความคิดที่กว้าง เข้าใจและลึกซึ้ง
4. ควรหมั่นชี้หรือย้ำให้เห็นถึงจุดหรือขั้นตอนที่สำคัญของงานนั้น ๆ ให้เห็นเด่นเป็นพิเศษ

5. ต้องมั่นใจได้ว่าผู้เข้าอบรมได้เข้าใจหลักการสำคัญ (General principles) อย่างถูกต้องแล้ว

6. ต้องมุ่งการกระตุ้นและจูงใจผู้เข้าอบรมให้เกิดความสนใจ และเห็นถึงประโยชน์ที่เขาจะได้รับกับตัวเองจากการฝึกอบรมดังกล่าว

โดยเน้นให้พนักงานร้านคำนึงถึงการบริการเป็นสำคัญ ลูกค้านิยมใช้บริการร้านที่มีบริการให้บริการอย่างเอาใจใส่ ตลอดระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่ เพราะปัจจุบันการบริการของธุรกิจสถานบันเทิง การบริการลูกค้าที่ดีถือเป็นจุดขายอันดับแรกของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ รวมถึงนักดนตรีหรือดีเจต้องสามารถสร้างบรรยากาศแห่งความสนุกสนานให้กับลูกค้าได้เช่นกัน

การให้บริการของพนักงาน เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส อยู่ตลอดเวลา (สันติ พูนขวัญ 2554)

3.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

การดำเนินงานของสถานบันเทิงเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ ใช้กลยุทธ์ ลด แลก แจก แถม เพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์ขององค์กร ผู้บริหารการตลาดในปัจจุบันใช้กลยุทธ์นี้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นหรือจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

จากการศึกษาพบว่า สถานบันเทิงแห่งนี้ได้มีการส่งเสริมการตลาด โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นหลัก คือ ในระยะเริ่มเปิดสถานบันเทิงใหม่แห่งนี้ได้มีการประชาสัมพันธ์ โดยวิทยุชุมชนและรถประชาสัมพันธ์ ในช่วงแรกของการเริ่มเปิดสถานบันเทิง รถที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ รถกระบะบรรทุกป้ายโฆษณาพร้อมด้วยเครื่องขยายเสียง เปิดเสียงโฆษณาเชิญชวนผู้บริโภคทุกเพศมาเที่ยวสถานบันเทิงแห่งนี้ โดยได้จับรถประชาสัมพันธ์ไปทั่วจังหวัดนครปฐม โดยใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 1 เดือน ถ้ามีกิจกรรมพิเศษที่สถานบันเทิงได้จัดขึ้นมักใช้รถประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าวที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารที่เกิดขึ้น

ผู้บริหารสถานบันเทิงได้วางกลยุทธ์ในการเรียกลูกค้า โดยลูกค้าที่มาเที่ยวสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ในช่วงเวลาไม่เกิน 5 ทุ่ม เมื่อสั่งสุรา 1 ขวด ทางร้านแถมฟรี 1 ขวด และได้มีการจัดกิจกรรม เช่น จัดคอนเสิร์ต งานสงกรานต์ งานปีใหม่ เป็นต้น และยังมีมอบของขวัญทุกๆปีให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่ เช่น โทรศัพท์ ตู้เย็น ตุ๊กตา เป็นต้น เพื่อเป็นการขอบคุณ

การส่งเสริมการตลาด ลด แลก แจก แถม เป็นพื้นฐานและเป็นตัวผลักดันให้คนตัดสินใจเที่ยว การลด แลก แจก แถม ต้องทำอย่างมีคุณภาพ ไม่ควรทำบ่อยครั้งและบริการต้องมีคุณภาพ (กิตติ ทวีทิพย์รัตน์ 2554)

ทางร้านลด แลก แจก แถม กันเป็นช่วง ในช่วงเทศกาลจะไม่มีการลด เพราะลูกค้าจะมากันเยอะมาก แต่ในช่วงฤดูฝนไม่มีใครมาเที่ยวต้องแข่งขันกันเยอะ แต่เดือนจะมีการลด แลก แจก แถม ไม่เหมือนกัน (ประสบการณ์ เติมปราชญ์ 2554)



ภาพที่ 4 แจกรถ FINO ให้กับลูกค้าที่มาเที่ยวในสัปดาห์ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 5 รถโฆษณาประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เจอาร์ มิวสิค ฮอลล์

เรามีรถโฆษณาวิ่งไปรอบจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียงเพื่อแจ้งข่าวสารต่างๆ (ประสบการณ์ เพลิดเพลิน 2554)

กิจกรรมจัดคอนเสิร์ต ในแต่ละเดือนได้กำไรมาก ทำให้ดึงดูดลูกค้าเพราะคนมาดูศิลปิน ทำให้ภาพลักษณ์โดยรวมของร้านดี (ประสบการณ์ เพลิดเพลิน 2554)

ทางร้านมีการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทาง SMS เนื่องจากมีฐานเลขโทรศัพท์ของลูกค้าอยู่ (เกิดดี ทวีทิพย์รัตน์ 2554)

3.5 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายของ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีการวางแผนจัดระบบการจัดจำหน่ายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพโดยอาศัยความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ของผู้บริหารและพนักงานในการให้ความร่วมมือของฝ่ายต่างๆ ทางการตลาดเพื่อให้ระบบการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์เป้าหมาย เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ จึงมีกลยุทธ์ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1. การวางกลยุทธ์เพื่อการสร้างรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายตามข้อกำหนดของกิจการและสภาพตลาดสถานบันเทิงขนาดใหญ่ และสามารถใช้ช่องทางการจัด

จำหน่ายที่มีลักษณะครอบคลุมส่วนแบ่งการตลาดได้ดี องค์ประกอบการสร้างรูปแบบเหมาะสม โดยอาศัยระบบสารสนเทศทางธุรกิจมาใช้เพื่อความรวดเร็วในการวางแผน ตลอดจนความพร้อมของกิจการในการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การชำระเงิน การบริการลูกค้า เป็นต้น มีการกำหนดลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึง พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า ทำเลที่ตั้งของร้าน ภัยของลูกค้าส่วนใหญ่ และเนื่องจากสภาพการแข่งขันในธุรกิจสถานบันเทิงในมีระดับความรุนแรงของการแข่งขันสูงส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในระบบการจัดจำหน่าย เช่น การลงทุนในระบบการสต็อกสินค้า การเก็บรักษาล่วงหน้า ค่าใช้จ่ายในการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

2. การวิเคราะห์พื้นที่เพื่อการวางกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ป๊อปปี้ที่นำมาพิจารณา ได้แก่ ความหนาแน่นของประชากร ในพื้นที่ต่างจังหวัดใหม่ๆ จะมีระดับความหนาแน่นมาก การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายจะสะดวกและคุ้มค่ากับการลงทุน การที่ตลาดมีลูกค้ามากส่งผลต่อการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย โดยไม่จำเป็นต้องใช้คนกลางเป็นตัวกระตุ้น แต่ให้สังเกตจาก พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า เช่น ลูกค้าอายุต่ำกว่า 35 ปีนิยมเที่ยวในผับ หรือบาร์ แต่ลูกค้าที่อายุ 35 ปีขึ้นไปนิยมเที่ยวคาราโอเกะ หรือ เสนอจ

ลูกค้าที่มเที่ยวเจ เออร์ มิวสิค ฮอลล์ ส่วนใหญ่มีแต่วัยรุ่นและชอบมีเรื่องทะเลาะวิวาทกัน (พลวัฒน์ จีระพัฒน์กิจ 2554)

3. การเลือกกลยุทธ์การครอบคลุมพื้นที่ในตลาด การครอบคลุมพื้นที่ในตลาดซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถทางการแข่งขันของกิจการนั้น การกำหนดกลยุทธ์ต้องอาศัยการพิจารณาว่า ในเขตพื้นที่ต่างๆ ควรจะมีจำนวนสถานบันเทิงมากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสม เพราะหากมีมากเกินไปจะเกิดการแย่งลูกค้ากันเอง เนื่องจากสถานบันเทิงอื่นๆตั้งอยู่ในตัวเมือง จังหวัดนครปฐม จึงทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกมากขึ้นและมีปัญหาในเรื่องบริเวณที่จอดรถ สถานบันเทิง เจ เออร์ มิวสิค ฮอลล์ มีการได้เปรียบในเรื่องของที่ตั้งที่ติดกับถนนสายเพชรเกษมเป็นถนนสายหลักในการสัญจรและบริเวณที่จอดรถกว้างขวาง ในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคกลับมาใช้ซ้ำนั้น ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นตลอดจนความพึงพอใจของลูกค้าทั้งปัจจุบันและอนาคตที่มีต่อสินค้าและสถานบันเทิงที่ให้บริการ

4. กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย เจ เออร์ มิวสิค ฮอลล์ ใช้กลยุทธ์ในส่วนการตลาดแบบ กลยุทธ์การขายปลีก และกลยุทธ์การขายตรง ควบคู่กันไป กล่าวคือ กลยุทธ์การขายปลีกเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดการขายสินค้าและบริการ โดยตรงสู่ลูกค้า เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการได้อย่างอิสระ โดยอาศัยพนักงานบริการคอยต้อนรับและอำนวยความสะดวกด้วยการแนะนำสินค้าและบริการ เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้า เช่น การขายสุรา การเสนอการส่งเสริมการขายต่างๆของทางร้าน เป็นต้น และในการบริการต้องเน้นความรวดเร็ว

เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการตลอดจนเพิ่มความนิยมให้ลูกค้า ส่วนกลยุทธ์การขายตรง เป็น กลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการร่ำขายสินค้าและบริการแบบถึงตัวลูกค้าโดยตรง โดยมีพนักงานประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ในการเสนอขาย พนักงานประชาสัมพันธ์มีความรู้โดยตรงเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้าและมีความสามารถในการบรรยายแนะนำ ตลอดจนพูดคุยจูงใจลูกค้า ถึงสรรพคุณของสินค้าชนิดต่างๆ เพื่อโน้มน้าวเชิญชวนให้ลูกค้าเข้าใจและตัดสินใจซื้อด้วยความเต็มใจ

จากการศึกษา พบว่า ในการเข้าถึงผู้บริโภค ไม่ว่าจะการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ ป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ เป็นต้น ท่าเลที่ตั้งเป็นอีกปัจจัยสำคัญของผู้บริโภคด้วย สถานะบันเทิงเจอร์ เออร์ มิวสิค ฮอลล์ มีสถานที่ตั้งติดถนนเพชรเกษมเป็นถนนสายหลัก บริเวณที่จอดรถกว้างขวาง มีทางเข้า-ออก สะดวก ไม่สับสน อีกทั้งรูปแบบสถานะบันเทิงที่ออกแบบ ตกแต่งร้านเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ระบบการขายสินค้าแบบขายตรงโดยพนักงานประชาสัมพันธ์ ยังส่งผลให้ผู้บริโภคนั้นเกิดความสะดวกสบาย ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

ร้านตั้งอยู่ในพื้นที่ยุทธศาสตร์ ติดถนนเพชรเกษมซึ่งเป็นถนนสายหลัก สะดวกในการเดินทาง (ชนวิถี เศรษฐกิจ 2554)

3.6 กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการบุคลากร

การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการ เจอร์ มิวสิค ฮอลล์ ได้ใช้กลยุทธ์แต่ละหน้าที่ (Functional-level Strategic planning) เป็นการสร้างให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ในแต่ละหน้าที่ของธุรกิจไม่ว่าหน้าที่ทางการตลาด การวิจัยและพัฒนา การเงิน การซื้อ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ จะสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ต้องให้ทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสามารถและเหมาะสมแต่ละลักษณะหน้าที่ ตลอดจนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ในแต่ละหน้าที่

การบริการบุคลากรมีความสำคัญต่อผู้บริหาร เพราะผู้บริหารทุกคนไม่ต้องการให้มีความผิดพลาดเกิดขึ้นในการบริหารงาน ไม่ว่าเรื่องของการจ้างคนไม่เหมาะสมกับงาน อัตราการออกจากงานสูง การพบว่าพนักงานไม่ตั้งใจที่ทำงานให้ดีที่สุด การเสียเวลากับการสัมภาษณ์ที่ไม่ได้ประโยชน์ เป็นต้น

บุคลากรที่ดำเนินกิจการสถานะบันเทิงเจอร์ เออร์ มิวสิค ฮอลล์ แบ่งออกได้ดังนี้

1. ผู้บริหารสถานะบันเทิง ทำหน้าที่ดำเนินการจัดการรูปแบบของสถานะบันเทิงรวมถึงวางกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย ดูแลระบบทุกขั้นตอนของการดำเนินงานสถานะบันเทิงเจอร์ เออร์ มิวสิค ฮอลล์ ให้เป็นไปอย่างราบรื่น รวมถึงทำหน้าที่เสียภาษีโรงเรือน ภาษีป้ายโฆษณาให้กับเทศบาลนครนครปฐม

2. เสมียน มีหน้าที่จัดบันทึก จำแนก สรุปและรายงานเหตุการณ์เกี่ยวกับการเงินที่เกิดขึ้น ทางร้านได้แบ่งพนักงานการเงินและพนักงานบัญชีให้แยกจากกัน มีหน้าที่ทำงานด้านการเงินและบัญชีทั้งหมดของร้าน

3. ช่างซ่อมบำรุง มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยของระบบเครื่องเสียงและระบบไฟฟ้าทั้งหมด รวมถึงการซ่อมบำรุงรักษาให้มีสภาพพร้อมใช้งาน

4. พนักงานประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ในการจำหน่ายเครื่องดื่มให้กับลูกค้าโดยตรง และมีหน้าที่โดยตรงในการประชาสัมพันธ์ให้ร้าน เนื่องจากเป็นคนที่ใกล้ชิดลูกค้ามากที่สุด โดยทั่วไปพนักงานประชาสัมพันธ์จะเป็นผู้หญิง

5. หัวหน้าพนักงาน มีหน้าที่ดูแลทั้งด้านการบริการและควบคุมดูแลการทำงานของพนักงานทั้งหมด รวมถึงดูแลความเรียบร้อยต่างๆภายในร้านตามคำสั่งที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งนอกจากจะต้องมีความรู้ความสามารถและเป็นผู้นำแล้ว ยังมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเครื่องเสียงและอุปกรณ์ไฟฟ้าอีกด้วย

6. พนักงานบริการ มีหน้าที่ทำงานต่างๆในร้านตามที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งแบ่งออกไปตามความสามารถหรือความถนัด เช่น ทำหน้าที่เสิร์ฟ ทำหน้าที่ทำความสะอาด ทำหน้าที่ประจำบาร์ เป็นต้น ซึ่งคนงานประเภทนี้ไม่ต้องอาศัยทักษะเฉพาะด้าน ซึ่งจำนวนคนงานจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปริมาณลูกค้า โดยจะลงปฏิบัติงานในเวลาที่ประมาณ 20.00 - 03.00 น.

บริการมีพื้นฐานความรู้ไม่สูงก็จริง มีทั้งมาจากต่างจังหวัดและในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่เป็นเด็กที่จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ต้องมีการฝึกฝน เราต้องปลูกจิตสำนึก มีการอบรมบ่อยๆครั้ง เพื่อให้เขามีจิตใจรักงานด้านบริการ (กิตติ ทวีทิพย์รัตน์ 2554)

3.7 กระบวนการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และผู้บริโภคนำกลับมาใช้บริการซ้ำ

สืบเนื่องจากการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันนั้น การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งในภาคธุรกิจบริการและภาคอุตสาหกรรม โดยการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า นั้น ต้องเกิดจากความตั้งใจในการกระทำเสมอ สถานบันทั้งต้องมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และควรดำเนินการอย่างมีแบบมีแผน มีการก้าวอย่างที่มีมั่นคงแน่นอน ไม่ควรดำเนินการในลักษณะสุ่มหรือคาดเดา เอาเองว่าลูกค้าจะพึงพอใจ ทั้งนี้การดำเนินการในลักษณะมีแบบมีแผนนั้น ต้องเกิดจากการทำงานที่เป็นระบบ มีหลักคิดและกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ การตรวจจับความต้องการของลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญและเป็นขั้นตอนแรกของการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เมื่อได้ข้อเรียกร้องหรือทราบความต้องการของลูกค้า จึงสามารถแปรความต้องการเหล่านั้นเข้าสู่กระบวนการทำงานของสถานบันทั้ง จึงเป็นการตอบโจทยที่แท้จริง การสำรวจความต้องการของลูกค้า จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญ

เจ้าของสถานบันเทิงมีกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มุ่งหวังให้ผู้บริโภคได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ครอบคลุมในการมาเที่ยวสถานบันเทิง โดยมี 2 กระบวนการ คือ

1. กระบวนการออกแบบสถานที่ เจ้าของสถานบันเทิงได้ออกแบบโครงสร้างที่กว้างขวาง เพื่อช่วยลดปัญหาความแออัดของนักท่องเที่ยว
2. กระบวนการคัดเลือกพนักงาน ทางร้านไม่เน้นวุฒิทางการศึกษาแต่รับพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาก่อน เพื่อช่วยต่อการทำงาน
3. การตั้งราคาสินค้าของสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีราคาที่ถูกกว่าคู่แข่ง รวมถึงการให้บริการที่มีคุณภาพ ทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างและเกิดการเปรียบเทียบในการเลือกสินค้าและบริการที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป
4. ผู้บริหารสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีการปรับปรุงรูปแบบการบริการตลอด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้การรับฟังความต้องการของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญและต้องทำได้ดีกว่าคู่แข่งจึงครองใจลูกค้าได้
5. ผู้บริหารสถานบันเทิงมีทักษะความสามารถในการบริหารจัดการและประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 6-7 ปี มีการบริการที่เป็นระบบและแก้ไขสถานการณ์ต่างๆได้อย่างทันเวลา เช่น การทะเลาะวิวาทในสถานบันเทิง มีการจัดการกับลูกค้าที่มีปัญหา โดยการพาออกไปข้างนอกร้านเพื่อไม่ให้รบกวนการเที่ยวของลูกค้าท่านอื่นๆ เป็นต้น
6. การสร้างภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงที่ดีของสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและมีการตอบแทนสังคม เช่น การเป็นสนับสนุนการเงินให้กับโรงเรียนในการทำหนังสือรุ่น การสนับสนุนการเงินให้กับการแข่งขันฟุตบอล นครปฐม FC เป็นต้น

3.8 กลยุทธ์การดำเนินงาน ได้แก่ กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้า

กลยุทธ์การตั้งรับ กลยุทธ์การแสวงหาโอกาส กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ

กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้า ผู้บริหารสถานบันเทิง เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ได้เลือกกลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้ามาบริหารสถานบันเทิงแห่งนี้

กลยุทธ์ Position Defense ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตั้งรับแบบไม่เปลี่ยนแปลง Core Positioning และ Mainstream Strategy ที่ธุรกิจทำอยู่แล้วแต่เป็นการสร้าง Entry Barriers ให้กับผลิตภัณฑ์และตลาดของตนเพื่อทำให้คู่แข่งมีอุปสรรคมากขึ้นในการที่จะเข้ามาโจมตีผลิตภัณฑ์ในตลาดของเราจนอาจถึงกับต้องเลิกกันไปในที่สุด เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว ไม่มีการบริหารงานในด้านพนักงาน บริการ ถ้าผู้บริหารใช้กลยุทธ์นี้ในการดำเนินงานแต่เพียงกลยุทธ์เดียวอาจทำให้สถานบันเทิง เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้าก็ได้

กลยุทธ์การแสวงหาโอกาส โอกาส (Opportunity) คือ สิ่งที่เป็นไปได้และมีค่าพอที่จะแสวงหาไขว่คว้า ซึ่งเราไม่เคยรู้มาก่อนว่าเราต้องการมันจนกว่าเราจะพบมัน

ในเชิงธุรกิจ ความหมายของโอกาสจะแคบลงและชัดเจนมากขึ้น คือมันจะหมายถึงปัจจัยภายนอกและสถานการณ์ต่างๆ ที่สามารถช่วยให้ความพยายามในอันที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการตลาด และกลยุทธ์ในการบริหารขององค์กร เช่น โอกาสในการควบคุมหรือเข้าถือครอง (Take Over) องค์กรอื่น

กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ทำให้สถาบันบันเทิง เจ อาร์ มิวสิค สอด้ ดำเนินธุรกิจมาได้จนถึงปัจจุบัน ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาและวางแผนการดำเนินธุรกิจไว้ล่วงหน้าอยู่เสมอ ซึ่งธุรกิจต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้น โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มีความรุนแรงมากขึ้น ธุรกิจร้านอาหารและผู้ประกอบการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยทั่วไปแข่งขันด้านราคา ความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์และบริการ แม้ต้นทุนและค่าดำเนินงานสูงแต่ก็ให้ผลตอบแทนสูงเช่นกัน หากผู้ประกอบการรายใดสามารถยึดถือส่วนครองตลาดมากและยาวนานที่สุด ผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจก็จะสูงตามไปด้วย

สถาบันบันเทิง เจ อาร์ มิวสิค สอด้ ได้ดำเนินธุรกิจโดยเน้นผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยผู้ประกอบการมีประสบการณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานสถาบันบันเทิง และมีความชื่นชอบรักในอาชีพ จึงทำให้เข้าใจและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้ มีจุดขายที่เด่นชัด คือเป็นผับเต็มรูปแบบ มีเอกลักษณ์ในการตกแต่งร้านโดดเด่น รูปแบบเพลงที่โดดเด่นเพลงแนวฮิปฮอป อาร์แอนด์บี พ็อพ ร็อก ซึ่งเป็นแนวเพลงที่ลูกค้าชื่นชอบมากที่สุด และวางแผนไว้ล่วงหน้าเพื่อพร้อมที่จะรับมือกับทุกสถานการณ์เสมอ

4. ปัญหาและอุปสรรคจากการประกอบธุรกิจสถาบันบันเทิง

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการประกอบธุรกิจสถาบันบันเทิงส่งผลกระทบต่อประกอบการประกอบธุรกิจ สามารถจำแนกได้ ดังนี้

4.1 ปัญหาผู้บริหารสถาบันบันเทิง

1. การขยายพื้นที่สถาบันบันเทิงค่อนข้างทำได้ยาก กล่าวคือ การเพิ่มปริมาณของลูกค้าให้มากขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากการเกิดขึ้นของสถาบันบันเทิงมีอยู่โดยทั่วไป ด้วยในรอบสัปดาห์ในพื้นที่ใกล้เคียงสถาบันบันเทิงเปิดครบทั้ง 7 วันในรอบสัปดาห์

อยากขยายสถานบันเทิงให้มันใหญ่ขึ้น แต่ด้วยข้อจำกัดมันเยอะไม่ว่าจะเป็นค่าเช่าพื้นที่และจำนวนของลูกค้าและปัญหาเศรษฐกิจจะมีลูกค้าที่โหดมาเที่ยวทุกคืน (กิตติ ทวีทิพย์รัตน์ 2554)

2. สภาพเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจ ระวังระมัดระวังในการใช้จ่ายลดลง มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรจับจ่ายของตนเอง โดยผู้บริโภคที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมส่วนใหญ่เริ่มมีการประหยัดมากขึ้น มีการวางแผนในการออมเงินมากขึ้น อยู่บ้านมากขึ้น หันมาซื้อสินค้าที่จำเป็น ไม่ฟุ่มเฟือย เช่น อาหาร เครื่องแต่งกาย เป็นต้น

เศรษฐกิจไม่ดี คนตกงานไม่มีเงินมาใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ทางร้านก็มีผลกระทบไปด้วย แต่ไม่ถึงกับขาดทุนเลยนะ (ธนวัต เกตุชัยมงคล 2554)

4.2 ปัญหาสำหรับผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ

เกิดการขโมยของขึ้นในสถานบันเทิง โดยผู้ที่มาเที่ยวสถานบันเทิงบางคนนำกระเป๋าตังค์ โทรศัพท์มือถือ วางไว้บนโต๊ะ หรือวางบนโต๊ะไว้ในกระเป๋าข้างหลังกางเกง แล้วเกิดการสูญหายขึ้น

มาเที่ยวเพื่อความสนุก แต่พอร้านเลิกกลับพบว่ากระเป๋าตังค์หายไป (นภัส จุลพงษ์ 2554)

4.3 ปัญหาจากการแข่งขันจากผู้ประกอบการรายอื่น

การเกิดขึ้นของสถานบันเทิงที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับผู้บริหารเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ กล่าวคือ ผู้บริโภคมีตัวเลือกเพิ่มมากขึ้น ทำให้ปริมาณผู้บริโภคที่มาใช้บริการสถานบันเทิงเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ น้อยลง ทำให้รายได้ส่วนของผู้บริหารเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ ลดลงตามไปด้วย ซึ่งนับว่าเป็นผลกระทบที่ส่งผลตามกัน

4.4 แนวทางการแก้ปัญหา

ในงานบริการทำงานกล่าวได้ว่าทุกสถาบันประกอบการ ต้องพบกับข้อบกพร่องในธุรกิจที่ตนเองได้ดำเนินการมาทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการหรือผู้บริหารในองค์กรนั้นๆ สามารถมองเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและแก้ปัญหาเหล่านั้นได้ลุล่วงมากน้อยแค่ไหน ปัญหาในการประกอบการและแนวทางการแก้ปัญหาในธุรกิจสถานบันเทิงพอแยกออกได้ดังนี้

1. ส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเหมาะสม เพิ่มการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายแบบปากต่อปาก
2. ปรับพื้นที่หรือขยายลานจอดรถให้มีบริเวณพื้นที่มากขึ้น สามารถรองรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในช่วงวันหยุดเทศกาล

3. ขามรักษาความปลอดภัยดูแลรักษาของที่นำมาจอด สร้างความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของผู้มาใช้บริการอย่างสูงสุด มีการติดตั้งไฟฟ้าให้แสงสว่างทั่วทั้งบริเวณที่จอดรถ

4. ควรมีตำรวจอำนวยความสะดวกในช่วงของวันหยุดเทศกาล หรือมีการจัดกรรมของทางร้าน เพื่อลดปัญหาความโกลาหลในการเดิน เข้า-ออกในสถานบันเทิง

5. ผู้บริหารสถานบันเทิงควรมีการอบรมให้พนักงานบริการมีใจรักในงานบริการ เช่น ต้องมีรอยยิ้ม มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณค่า ให้บริการอย่างประทับใจ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ เป็นต้น



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง กรณีศึกษาผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ จังหวัดนครปฐม และเพื่อศึกษาสภาพปัญหาอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาธุรกิจผับและสถานบันเทิงยามราตรี ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เริ่มแรกด้วยการสังเกตสภาพพื้นที่ภายในสถานบันเทิง เจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีบริเวณพื้นที่กว้างขวางและเส้นทางการสัญจรรวมเนื้อที่ถึง 1 ไร่ มีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 57 คน คอยให้บริการ สถานบันเทิงแห่งนี้ยังได้ชื่อว่าเป็นสถานบันเทิงแห่งเดียว ที่มีการติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

วิธีการหาข้อมูลการประกอบการธุรกิจสถานบันเทิงอีกประการหนึ่งคือ การสัมภาษณ์ ระดับลึก จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร พนักงานและผู้บริโภคที่เข้ามาเที่ยวในสถานบันเทิงแห่งนี้ จากประวัติความเป็นมาของผู้บริหารเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ ก่อนที่จะประสบความสำเร็จ ต้องใช้แรงกายแรงใจทุ่มเทลงไปใน การก่อตั้งสถานบันเทิงแห่งนี้ขึ้น ประชาสัมพันธ์ สร้างมวลชนให้เข้ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเป็นเงินตรา ใช้แรงบันดาลใจ ความตั้งใจ ที่มีอยู่เดิม ความมุ่งมั่น ความอดทนอย่างสูง และพัฒนาสถานบันเทิงอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานลูกค้าที่ร่วมใช้บริการในสถานบันเทิงเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ให้ยั่งยืน

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย พบว่า การประกอบการธุรกิจสถานบันเทิงแห่งนี้ไม่ได้สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการสถานบันเทิงเท่านั้น แต่สร้างอาชีพให้แก่พนักงานที่หาเงินเลี้ยงครอบครัว และสร้างรายได้ให้แก่ประเทศชาติในรูปของการเสียภาษีบำรุงท้องที่อีกด้วย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย เพื่อให้ได้ทราบถึงรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงาน ธุรกิจสถานบันเทิง ด้านการบริหารจัดการ ด้านกลยุทธ์การตลาดที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ตามเป้าหมาย และทิศทางที่กำหนดไว้ อย่างเป็นระบบ ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค

ในการประกอบการธุรกิจสถานบันเทิง รวมถึงการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่ที่น่าสนใจในการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ สรุปได้ดังนี้

รูปแบบของการประกอบการธุรกิจสถานบันเทิงเป็นแบบโทเดิร์น ประเภทที่มีทั้งเปิดแผ่นและดนตรีสด เป็นแนวที่ลูกค้าชื่นชอบ ถือได้ว่าเป็นธุรกิจขนาดย่อม ที่ใช้แหล่งเงินทุนทั้งของตนเองหรือแหล่งเงินทุนจากภายนอก ผู้ประกอบการเองเป็นผู้กำหนดทิศทาง ออกแบบผลิตภัณฑ์ วางแผนการปฏิบัติงาน จัดระบบการทำงานของพนักงาน ประสานงานกับผู้จำหน่ายสินค้า ตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทดสอบการใช้งานจริงด้วยผู้ประกอบการเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ผู้บริหารสถานบันเทิงได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ของสถานประกอบการมาโดยตลอด เพื่อสามารถให้ธุรกิจคงอยู่มั่นคงตลอดไป โดยผู้ประกอบการได้ดำเนินการวางแผนล่วงหน้า ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ กลยุทธ์การดำเนินงาน ได้แก่ กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้า

กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ทำให้สถานบันเทิง เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ ดำเนินธุรกิจมาได้จนถึงปัจจุบัน ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาและวางแผนการดำเนินธุรกิจไว้ล่วงหน้าอยู่เสมอ ซึ่งธุรกิจจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้น โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มีความรุนแรงมากขึ้น ธุรกิจร้านอาหารและผับมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยทั่วไปแข่งขันด้านราคา ความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์และบริการ แม้ต้นทุนและค่าดำเนินงานสูงแต่ก็ให้ผลตอบแทนสูงเช่นกัน หากผู้ประกอบการรายใดสามารถยึดถือส่วนครองตลาดมากและยาวนานที่สุด ผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจก็จะสูงตามไปด้วย ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

1. กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในออกแบบสถานที่ของสถานบันเทิงเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ ให้มีความแตกต่างจากที่อื่นๆ กล่าวคือ เป็นสถานที่โถงโล่ง กว้างขวางในการรองรับนักท่องเที่ยว ไม่เหมือนกับสถานบันเทิงใกล้เคียงโดยทั่วไป ซึ่งแตกต่างกันทุกด้านไม่ว่าจะเป็นระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีการติดตั้งเครื่องสแกนอาวุธที่ทันสมัยแห่งเดียว

2. กลยุทธ์ด้านราคา ผู้บริหารเป็นผู้กำหนดเรื่องราคาสินค้าตามต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง โดยไม่ได้คำนึงถึงคู่แข่งทางการค้า กลยุทธ์การกำหนดราคาต่ำเพื่อเจาะตลาดเช่นนี้คำนวณได้โดยการนำเอาผลรวมของราคาที่ซื้อสินค้าแล้วจึงบวกกำไรเข้าไปตามต้องการ

3 กลยุทธ์ด้านการบริการ การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยการสร้างมาตรฐานการคัดเลือกพนักงานและมาตรฐานการให้บริการ โดยทำการกำหนดขั้นตอนการจัดหาและคัดเลือกพนักงาน ให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ภายใต้การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดยอาศัยในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันสงกรานต์ วันปีใหม่ เป็นต้น โดยมีการจัดกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้าที่มาเที่ยว เป็นการเพิ่มผลประกอบการได้อีกทางหนึ่ง รวมถึงจัดของขวัญ สร้างความสัมพันธ์ ส่งบัตรอวยพรให้กับลูกค้า เป็นต้น

5. กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ โดยการเก็บประวัติและเบอร์โทรศัพท์ของลูกค้าที่มาเที่ยวสถานบันเทิงแห่งนี้ เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้ทราบ สิ่งเหล่านี้นอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตัวธุรกิจเองแล้ว ก็ยังจะเป็นสื่อสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้เห็น ว่า ทางร้านยังมีความผูกพันและต้องการการติดต่อกับลูกค้าอยู่เสมอ รวมถึงการให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสินค้าหรือบริการเพื่อทางร้านจะนำมาปรับปรุงแก้ไข โดยผลตอบกลับคือ มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจสถานบันเทิงเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า รูปแบบกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของผับ เจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ และแนวทางการแก้ไขปัญหาธุรกิจผับและสถานบันเทิง การวางแผน เป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยมีการคาดคะเนปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและทำการพัฒนาหาวิธีการแก้ไขเอาไว้ล่วงหน้า ทั้งนี้โดยจะต้องพิจารณารายละเอียดสิ่งที่จะต้องทำว่า ต้องทำอะไร ทำเมื่อไหร่ พร้อมกับการระบุผลสำเร็จต่างๆ ที่ต้องการจะนำ กิจกรรมมุ่งไปสู่วัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งใจเอาไว้ การวางแผนจึงเปรียบเสมือนแผนที่นำทางที่องค์กรจะนำมาเพื่อก้าวไปข้างหน้า ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า “การวางแผน คือการกำหนดวิธีการกระทำสิ่งที่จะต้องทำต่าง ๆ ไว้เป็นการล่วงหน้า เพื่อผลสำเร็จ ตามที่ต้องการ” ทั้งนี้ การวางแผนมักจะต้องการวิเคราะห์ ตรวจสอบ พยากรณ์หรือคาดคะเนสิ่งต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้าและกำหนดออกมาเป็นแผนงานที่จะใช้นำองค์การให้ก้าวเข้าไปในอนาคตได้อย่างมั่นคง ซึ่งการที่จะใช้การวางแผนเพื่อประโยชน์ตามที่ได้กล่าวมา ก็จะทำให้ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูง ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมากจึงมักไม่มีความพร้อม ซึ่งธงชัย สันติวงษ์ (2533 : 141) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ว่า การวางแผนในกิจการส่วนใหญ่มักเป็นภาระยุ่งยากและสิ้นเปลือง กิจการจำนวนมากจึงไม่นำระบบการวางแผนมาใช้เนื่องจากเมื่อมีการวางแผนอาจทำให้ผู้คิดกับแผนมากเกินไปจนขาดความคล่องตัว

สถานบันเทิงเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ ได้เริ่มก่อตั้งขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2548 บริเวณพื้นที่ของสถานบันเทิงเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ มีความกว้างขวาง พื้นที่สถานบันเทิงติดถนนเพชรเกษมซึ่งเป็นถนนสายหลัก เข้า-ออกสะดวก มีการออกแบบสถานที่และติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย

รวมถึงผู้บริหารสถานบันเทิงเจอร์ มิวสิค ฮอลล์ได้จัดพื้นที่สำหรับจอดรถที่มีความสะดวกและปลอดภัย มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม เปิดให้บริการทุกวัน ในช่วงเวลา 20.00 – 02.00 นาฬิกา

มีการโฆษณาวิทยุชุมชน ใบปลิว และรถประชาสัมพันธ์ตามชุมชนรอบจังหวัดนครปฐม และจังหวัดใกล้เคียง ทำให้ผลประกอบการดีขึ้น ผู้ใช้บริการเริ่มรู้จัก และเข้ามาใช้บริการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปวีณา นารดศิลป์ (2553 : 175) เรื่อง การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจโรงงานน้ำแข็งในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ที่มุ่งเน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง พบว่า การโฆษณา การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักตราสินค้าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ตราสินค้าและโรงงาน เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่า การโฆษณาช่วยให้จดจำตราสินค้าได้ และการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ตามโอกาสต่าง ๆ ช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้าอีกด้วย

กลุ่มผู้บริหารคือ ผู้บริหารสถานบันเทิงเจอร์ มิวสิค ฮอลล์ เป็นผู้ควบคุมดูแลกระบวนการประกอบธุรกิจสถานบันเทิงเจอร์ มิวสิค ฮอลล์ และพัฒนาธุรกิจสถานบันเทิงเจอร์ มิวสิค ฮอลล์ให้เติบโตยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวราพร อังนันทน์ (2552: 47) เรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี พบว่า การบริหารดำเนินงานธุรกิจตุ๊กตาผ้า ผู้บริหารเป็นผู้กำหนดทิศทาง ออกแบบผลิตภัณฑ์ ประสานงานกับแหล่งวัตถุดิบและผู้ซื้อสินค้า ลงมือผลิตหรือควบคุมการผลิต ตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทดสอบการใช้งานจริง จนกระทั่งดูแลระบบจัดส่งด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้การบริหารจัดการ และการประกอบการธุรกิจสถานบันเทิงเจอร์ มิวสิค ฮอลล์มีประสิทธิภาพดีขึ้น และตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะความคิดเห็น ดังนี้

1.1 จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทุกปัจจัยล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อลูกค้า ในการเลือกใช้บริการ สถานบันเทิงเจอร์ มิวสิค ฮอลล์ โดยเฉพาะปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีความสนใจในธุรกิจประเภทนี้ การสร้างความแตกต่างด้านบรรยากาศการตกแต่งร้าน เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อสามารถสร้างภาพลักษณ์ในทางบวกให้แก่ร้านได้ อีกทั้งยังเป็นแรงจูงใจให้กับลูกค้าในการเลือกใช้บริการอีกด้วย

1.2 จากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ จะเข้าใช้บริการ หลัง 22.00 น. ดังนั้นทางร้านควรมีกิจกรรมพิเศษ หรือ สิ่งจูงใจ เช่น มีการส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้าใช้บริการเร็วขึ้น

1.3 จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการควรที่จะแก้ไขปัญหาด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการเข้าใช้บริการอย่างเร่งด่วน เช่น ปัญหาเรื่องของที่จอดรถไม่เพียงพอ ควรจัดให้มีสถานที่จอดรถเพียงพอให้กับลูกค้าและควรจัดพนักงานรักษาความปลอดภัยเพื่อดูแลยานพาหนะและทรัพย์สินของผู้เข้าใช้บริการปัญหาเรื่องห้องน้ำไม่สะอาด ควรจัดให้มีพนักงานทำความสะอาดอยู่ประจำภายในห้องน้ำ ปัญหาเรื่องการเงินผิดพลาด ควรที่จะมีการควบคุมระบบการชำระเงิน และกำกับพนักงานที่เกี่ยวข้องเรื่องของการรอบคอบเพื่อป้องกันการคิดเงินผิดพลาด ปัญหาמיגזשיתที่เชื่อมโยงกับลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นต้น เพื่อที่จะรองรับความสะดวกให้แก่ลูกค้า รวมไปถึงการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจของท่านอีกด้วย

1.4 จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการควรรักษามาตรฐานการบริการในด้านต่าง ๆ ควรให้ความเสมอภาคในการบริการ และควรเน้นการให้บริการด้านบุคลากรให้มากยิ่งขึ้น เพราะธุรกิจประเภทนี้ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานบริการโดยตรง

1.5 จากการศึกษาพบว่า การเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นควรพิจารณาถึงเวลาที่เหมาะสมไม่ควรเก็บข้อมูลในเวลาติดกันไป เพราะอาจรบกวนเวลาและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า อีกทั้งข้อมูลที่ได้อาจขาดความถูกต้อง เนื่องจากผู้ให้บริการบางราย เริ่มมีอาการมีเมมา

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

พบว่าการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจสถานบันเทิงเจอาร์ มิวสิค ฮอลล์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม คงเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ซึ่งในอนาคตการศึกษาข้อมูลต่างๆ คงมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จึงมีการศึกษาข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรเลือกศึกษาปัจจัยด้านในด้านหนึ่ง

2.1 ควรศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังจากเข้าใช้บริการผับ หรือสถานบันเทิง ในจังหวัดหรือเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อทราบผลการศึกษาและสามารถนำมาเปรียบเทียบประยุกต์ใช้ได้

2.2 การศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้บริหารธุรกิจสถานบันเทิง

2.3 ควรศึกษาผลกระทบจากการที่มีกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อธุรกิจสถานบันเทิง

2.4 ควรศึกษาถึงข้อมูลเชิงลึกในด้านของการคุ่มทุนในธุรกิจสถานบันเทิง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมส่งเสริมการค้า. “ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซีย.”

31 กรกฎาคม 2550.

กรมส่งเสริมการค้าและการส่งออก. ภาวะ/สถานการณ์เศรษฐกิจการค้า [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ

20 มีนาคม 2554. เข้าถึงได้จาก <http://www.depthai.go.th>

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. แผนปฏิบัติการ 4 ปี พ.ศ. 2148-2551.

กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2548.

กระทรวงอุตสาหกรรม. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. สาระสำคัญวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2542.

_____. Sme สร้างไทยมั่นคง. กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2550.

กิ่งทอง ทองใบ. “กลยุทธ์การจัดการ.” ใน ประมวลการศึกษาศาสตรศาสตร์การจัดการ หน่วยที่ 9

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, 61-64. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2542.

กิตติ ทวีทิพย์รัตน์. ผู้บริหารผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์. สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2554.

เกศินี จุฑาวิจิตร. การศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2546.

จาริณี นันทวัฒน์. “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเขตอำเภอเมือง

จังหวัดอุบลราชธานี.” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2546.

ชัยนาม นักร้อง. “อิทธิพลของหีบต่ออารมณ์เพศสัมพันธ์ของวัยรุ่นนศึกษากรณีวัยรุ่นที่เคยไปใช้บริการ

ผับย่านถนนอาร์ซีเอ กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา

สังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

เขาว์ อินใย. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวิจัย. ขอนแก่น : เพ็ญพรินตัง, 2543.

ณัชชา มณีวงศ์. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานบันเทิงกลางคืน ของนักศึกษา

จังหวัดนครปฐม.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนศึกษา บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2550.

ธงชัย สันติวงษ์. กลยุทธ์การจัดการ. กรุงเทพมหานคร : รุ่งแสงการพิมพ์, 2533.

ชนวัต เกตุชัยมงคล. กรรมการบริหารผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์. สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2554 .

นภัส จุลพงษ์. ลูกค้าผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์. สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2554

ปกครอง ปรียากรณ์. การวางแผนกลยุทธ์:แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ประสพการณ์ เผด็จมปราชญ์. กรรมการบริหารผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์. สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2554.

ปวีณา นารตศิลป์. การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจโรงงานน้ำแข็งในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ที่มุ่งเน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2553.

พะยอม วงศ์สารศรี. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยครูสวนดุสิต, 2542.

พัศตร์ผอง วัฒนสินธุ์และพสุ เดชะรินทร์. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

พิมพ์ใจ ศรีคำ. “การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจผับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 2550.

รพีพรรณ ทองใบและคณะ. ผู้ความเป็นเลิศในการผลิตและธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2541.

วราพร อางนนท์. “รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตู้กดน้ำ ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2552.

วีรนาถ มานะกิจ .พฤติกรรมของบุคคลในองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2533.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์ม และไพทีทซ์, 2552.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชรรรมสาร, 2546.

ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอเมืองนครปฐม. ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2552. เข้าถึงได้จาก http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~sut/Works/Population_lost/y_stat47.pdf

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์, 2542.

สร้อยตระกูล(ดิทยานนท์) อรรถมานะ. พฤติกรรมองค์กร:ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. ทฤษฎีสังคมวิทยา. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สันติ พูนขวัญ. ลูกค้าผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์. สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2554

สำนักทะเบียนกลาง. กรมการปกครอง [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2552. เข้าถึงได้จาก

<http://www.dopa.go.th/>

ศุภานดา พรายอินทร์. “การศึกษาาระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจคาบาเร่ต์โชว์ : กรณีศึกษา บริษัท ไชยม่อน เชียงใหม่ จำกัด.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาศิลปศาสตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.

เสถียร วิชัยลักษณ์และสีบวงส์ วิชัยลักษณ์. พระราชบัญญัติสัญญาชาติ พ.ศ. 2508. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นิติเวชน์, 2543.

อนุชิต ชัยมงคล. “พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การเมือง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550.

อำนาจ ชีระวนิช. ผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา. นนทบุรี : บริษัท มาเออร์ บอด แพลนเก็ตจิ้ง จำกัด, 2544.

ภาษาอังกฤษ

Bandura, Albert. Social Learning Theory. New Jersey : Prentice-Hall, 1977.

Foldy, Green L. “The Sociology of Housing” Annual Reviews Sociology [Online]. Accessed 20 January 2011. Available from [http:// www.arjournals.annualreviews.org](http://www.arjournals.annualreviews.org)

Hisrich, R. Developing and Managing a new Enterprise. Chicago : Irwin , 1998.

Mcclelland, D. “Retrospective Commentary.” Harvard Business Review 15 (Jan-Feb 1996) : 138-139.

Morrison, A, M. Rimmington, and C. William. Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Liesure Industries 57 (1999) : 195-214.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสถานบันเทิง

เจ้าของและผู้บริหาร เจ อาร์ มิวสิคฮอลล์

1. ความเป็นมาของการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

1.1 ประวัติส่วนตัว เจ้าของและผู้บริหาร “ เจ อาร์ มิวสิคฮอลล์ ”

1.2 สถานที่ตั้งและเส้นทางการเดินทาง

มีพื้นที่ ประมาณเท่าไร

เริ่มก่อสร้างเมื่อใด

1.3 การเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

2. รูปแบบการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

2.1 สถานประกอบการมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างไร

2.2 สถานบันเทิงใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าไร

2.3 ลักษณะของลูกค้าอยู่ในช่วงอายุเท่าไร

2.4 จำนวนพนักงานในองค์กรมีจำนวนกี่คน ทำหน้าที่อะไรบ้าง

3. กลยุทธ์การบริหารและการตลาดการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

การออกแบบสถานที่เป็นอย่างไร แตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร

3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

การตั้งราคาสินค้าที่จำหน่ายในสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ เป็นอย่างไร

3.3 กลยุทธ์ด้านการบริการ

หลักในการอบรมพนักงานในสถานบันเทิงทำอย่างไร

3.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ระดับปริญญาตรี

มี Promotion อะไรบ้าง สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ

3.5 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

มีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใด และเป็นอย่างไร

3.6 กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน การให้ความรู้แก่พนักงาน

มีเกณฑ์การรับพนักงานอย่างไร

3.7 กระบวนการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และผู้บริหาร ให้อกลับมาใช้บริการซ้ำ

ทำอย่างไรเพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการสถานบันเทิง เจอาร์ มิวสิค ฮอลล์

ในครั้งต่อไป

3.8 กลยุทธ์ใดใน 4 กลยุทธ์ที่ทำให้สถานบันเทิง เจ เออร์ มิวสิค ฮอลล์ ประสบความสำเร็จ
 ในด้านการดำเนินธุรกิจและครองใจลูกค้าได้

4. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ปัญหาจากการประกอบธุรกิจสถานบันเทิง

ปัญหาและอุปสรรค ในการประกอบการ และแนวทางการแก้ปัญหาในการประกอบการ
 ในด้านการเงิน แรงงาน สถานที่และการบริการ

พนักงานสถานบันเทิง เจ เออร์ มิวสิค ฮอลล์

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพนักงาน
 เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้
2. ท่านมาทำงานในสถานบันเทิงแห่งนี้ได้อย่างไร
3. ทำงานที่นี่มานานเท่าไร เรื่องรายได้เพียงพอหรือไม่
4. ท่านคิดอย่างไรกับการทำงานในสถานบันเทิงแห่งนี้บ้าง
5. ปัญหาอุปสรรคที่พบภายในสถานบันเทิงแห่งนี้ ในความคิดของท่านต้องการให้มีการ
 แก้ไขหรือข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้บริโภครที่มาใช้บริการสถานบันเทิง เจ เออร์ มิวสิค ฮอลล์

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคร
 เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้
2. ทำไมหรือปัจจัยใดที่ท่านถึงมาเที่ยวสถานบันเทิงแห่งนี้ เพราะอะไร
3. ความถี่ในการมาเที่ยวสถานบันเทิงแห่งนี้
4. ท่านมีความประทับใจต่อสถานบันเทิงแห่งนี้หรือไม่ และประทับใจตรงไหน
5. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมาสถานบันเทิงแห่งนี้เท่าไร
6. ปัญหาอุปสรรคที่พบภายในสถานบันเทิงแห่งนี้ ในความคิดของท่านต้องการให้มีการ
 แก้ไขหรือข้อเสนอแนะอย่างไร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 6 บรรยากาศภายนอกร้านสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์



ภาพที่ 7 บรรยากาศหน้าร้านสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์



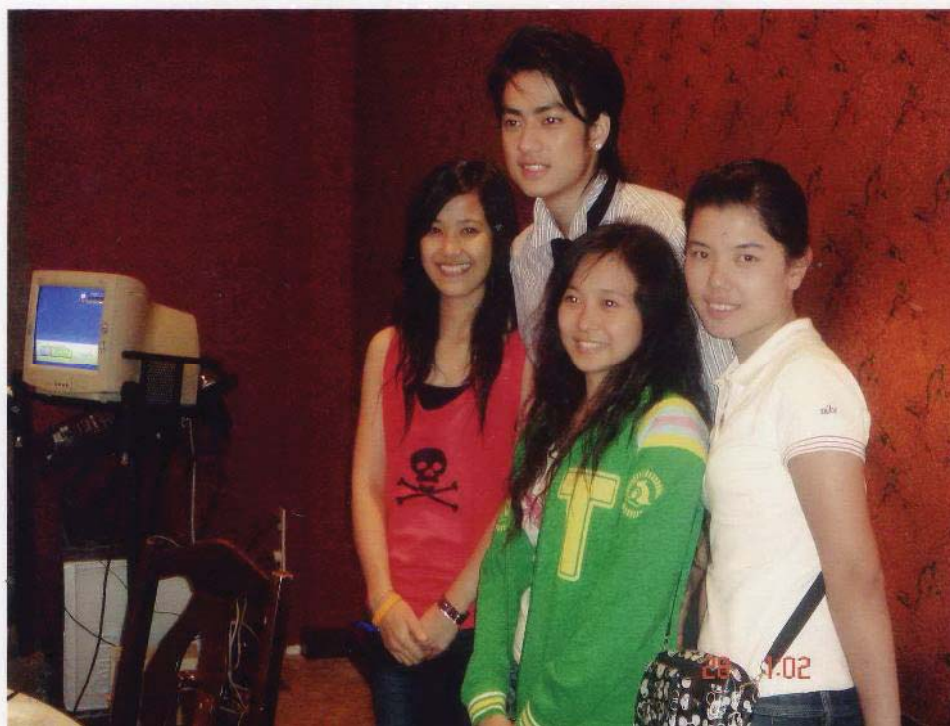
ภาพที่ 8 บริเวณที่จอดรถสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์



ภาพที่ 9 สุราที่จำหน่ายในสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์



ภาพที่ 10 บรรยากาศในการจัดคอนเสิร์ตของสถานบันเทจเอ อาร์ มิวสิค ฮอลล์



ภาพที่ 11 ภาพดารานักร้องมาจัดกิจกรรมในสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์



ภาพที่ 12 ผู้บริหารและคณะกรรมการบริหารในสถานบันเทิงเจ อาร์ มิวสิค สอด้



ภาพที่ 13 นายกิตติ ทวีทิพย์รัตน์ ผู้บริหารสถานบันเท็งเจ อาร์ มิวสิค สคูล

