

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ได้แก่ เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนและเพื่อประเมินกลยุทธ์ในการพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลสภาพแวดล้อมทั่วไปในการดำเนินธุรกิจ

ผู้วิจัยได้สรุปผลข้อมูลสภาพแวดล้อมทั่วไปในการดำเนินธุรกิจเป็น 3 ด้าน ดังนี้

5.1.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้า กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารไถ่อย่างบ้านแคน สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าในพื้นที่และกลุ่มลูกค้านอกพื้นที่ โดยกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุด คือ กลุ่มลูกค้านอกพื้นที่ โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่เคยมาใช้บริการจะมีการแนะนำลูกค้าหน้าใหม่ด้วยการบอกต่อกันแบบปากต่อปาก

5.1.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน จำนวน 12 ราย สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจต่อจากครอบครัวและกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ โดยกลุ่มผู้ประกอบการมีอายุระหว่าง 27-66 ปี ระยะเวลาในการดำเนินกิจการอยู่ระหว่าง 5-40 ปี มีรายได้อยู่ระหว่าง 50,000-80,000 บาท/เดือน และมียอดขายไถ่อย่าง 10-20 ตัว/วัน ลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นการดำเนินธุรกิจในรูปแบบครอบครัว

5.1.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะที่ตั้งของร้าน ร้านอาหารไถ่อย่างบ้านแคนตั้งอยู่บริเวณสองฝั่งของถนนแจ้งสนิท (จังหวัดอุบลราชธานี – จังหวัดยโสธร) บ้านดงแคนใหญ่ ตำบลดงแคนใหญ่ อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร ลักษณะของร้านส่วนใหญ่จะเป็นการก่อสร้างเพื่อการใช้งานชั่วคราวหลังคามุงด้วยสังกะสี พื้นของร้านเป็นพื้นดินทราย ไม่มีห้องน้ำ และที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับลูกค้าลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการจะซื้อกลับบ้านมากกว่านั่งรับประทานที่ร้าน

5.1.2 กลยุทธ์ในการพัฒนาผลประกอบการ

ในการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนจากการวิเคราะห์และสร้างกลยุทธ์ด้วยเครื่องมือ SWOT และ TOWS Matrix ทำให้ได้กลยุทธ์หลัก 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

5.1.2.1 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ย่อย ได้แก่ 1) กลยุทธ์การคงความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายตามช่วงเวลา 3) กลยุทธ์การปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในร้าน และ 4) กลยุทธ์การสร้างจุดเช็คอินไถ่อย่างบ้านแคน ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1) กลยุทธ์การคงความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ดำเนินกิจกรรมโดยการจัดอบรมการพัฒนาอาชีพเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งในกิจกรรมดังกล่าวจะประกอบด้วยการดำเนินกิจกรรม 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) กิจกรรมการบอกเล่า (2) กิจกรรมการสาธิต (3) กิจกรรมการลงมือปฏิบัติจริง โดยมีสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรม คือ ผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน ผู้ที่สนใจในการดำเนินธุรกิจไถ่อย่างบ้านแคน และตัวแทนปราชญ์ชาวบ้าน

2) กลยุทธ์การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายตามช่วงเวลา ดำเนินกิจกรรมโดยการจัดงานเทศกาลกินไถ่อย่างบ้านแคน ซึ่งภายในงานจะประกอบด้วยการจัดแสดงนิทรรศการประวัติความเป็นมาของไถ่อย่างบ้านแคน บูธขายไถ่อย่างบ้านแคนและกิจกรรมต่าง ๆ ตามความเหมาะสม เช่น การแข่งขันกินไถ่อย่าง การประกวดร้องเพลงลูกทุ่งและการประกวดธิดาไถ่อย่างบ้านแคน ในการจัดกิจกรรมดังกล่าวอาจมีการเชิญนักร้องลูกทุ่งหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียงมาสร้างความบันเทิงภายในงานเพื่อดึงดูดความสนใจให้คนจากนอกพื้นที่เข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น โดยกิจกรรมดังกล่าวจะจัดในช่วงฤดูกาลที่เหมาะสม คือ เดือนพฤศจิกายน – เดือนกุมภาพันธ์

3) กลยุทธ์การปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในร้าน ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจกรรมภายใต้เทศบัญญัติเทศบาลตำบลแคนใหญ่เรื่องควบคุมการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ พ.ศ. 2563 ได้ดังนี้

- 3.1) จัดตกแต่งร้านให้สวยงามตามรูปแบบร้านอาหารอีสาน
- 3.2) พื้นของร้านควรมีการปูพื้นด้วยอิฐบล็อกหรืออิฐสำหรับการปูพื้นเพื่อแก้ไขปัญหาฝุ่นละอองภายในร้าน
- 3.3) ดูแลทำความสะอาดร้านอย่างสม่ำเสมอ
- 3.4) ควรมีฉากกั้นระหว่างพื้นที่สำหรับการบริการลูกค้าและพื้นที่สำหรับการล้างจาน

3.5) ถังขยะที่ใช้ควรมีฝาปิดเพื่อป้องกันแมลงวันและกลิ่นไม่พึงประสงค์

4) กลยุทธ์การสร้างจุดเช็คอินไถ่อย่างบ้านแคน ในการดำเนินกิจกรรมนี้จำเป็นที่จะต้องได้รับความอนุเคราะห์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เทศบาลตำบลแคนใหญ่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดยโสธรและความร่วมมือของกลุ่มผู้ประกอบการในการสร้างจุดเช็คอินไถ่อย่างบ้านแคน โดยจุดเช็คอินจะประกอบด้วยสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับไถ่อย่างบ้านแคน (อาทิ รูปปั้น ภาพพิมพ์ ภาพวาด ศิลปะประยุกต์ หรืออื่น ๆ) มุมถ่ายภาพ ห้องน้ำ ศูนย์จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

5.1.2.2 กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำมีเพียงกลยุทธ์ย่อย 1 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ ดำเนินกิจกรรมโดยการจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนในการเจรจาจัดทำข้อตกลงการซื้อขายไถ่สดแบบผูกขาดกับเจ้าของโรงงานเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ไถ่สดในราคาที่ถูกกลง อีกทั้งยังช่วยให้เจ้าของโรงงานสามารถบริหาร

จัดการไถ่สดได้ตามความต้องการของผู้ประกอบการและยังช่วยให้เจ้าของโรงงานสามารถลดต้นทุนในการจัดเก็บไถ่สดได้

5.1.3 สรุปผลการประเมินกลยุทธ์

ในการประเมินกลยุทธ์การพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน ผู้วิจัยได้นำกลยุทธ์ที่ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้ประเมินกลยุทธ์ โดยในการประเมินได้ยึดหลักในการประเมินกลยุทธ์ 3 ด้าน ได้แก่ ความเหมาะสม ความเป็นไปได้และความคุ้มค่า ซึ่งผลการประเมินสามารถสรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการประเมินกลยุทธ์

กลยุทธ์หลัก	กลยุทธ์ย่อย	สรุปผลการประเมินกลยุทธ์					
		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		ความคุ้มค่า	
		คะแนน	แปลผล	คะแนน	แปลผล	คะแนน	แปลผล
1. กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง	1.1 กลยุทธ์การคง ความเป็นอัตลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์	4.33	มาก	4.67	มากที่สุด	4.33	มาก
	1.2 กลยุทธ์การจัด กิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการขาย ตามช่วงเวลา	4.33	มาก	4.00	มาก	3.67	มาก
	1.3 กลยุทธ์การ ปรับปรุงภูมิทัศน์ ภายในร้าน	4.67	มากที่สุด	4.33	มาก	4.67	มากที่สุด
	1.4 กลยุทธ์การสร้างจุด เช็คอินไถ่อย่างบ้านแคน	5.00	มากที่สุด	4.33	มาก	4.67	มากที่สุด
ภาพรวม		4.58	มากที่สุด	4.33	มาก	4.33	มาก
2. กลยุทธ์ ต้นทุนต่ำ	2.1 กลยุทธ์การสร้าง เครือข่ายผู้ประกอบการ	4.67	มากที่สุด	4.33	มาก	4.33	มาก

จากตารางที่ 5.1 แสดงให้เห็นว่าผลการประเมินกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในภาพรวมมีระดับความเหมาะสมของกลยุทธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.58) มีระดับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33) และมีระดับความคุ้มค่าของกลยุทธ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33) และผลการประเมินกลยุทธ์ต้นทุนต่ำมีระดับความเหมาะสมของกลยุทธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.67) มีระดับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33) และมีระดับความคุ้มค่าของกลยุทธ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33)

5.2 อภิปรายผล

จากการสรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ในการพัฒนาผลประกอบการและผลการประเมินกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

5.2.1 ข้อมูลสภาพแวดล้อมทั่วไปในการดำเนินธุรกิจ

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้าสภาพแวดล้อมทั่วไปในการดำเนินธุรกิจเป็น 3 ด้าน ดังนี้

5.2.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารไถ่อย่างบ้านแคนสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าในพื้นที่และกลุ่มลูกค้านอกพื้นที่ โดยกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุด คือ กลุ่มลูกค้านอกพื้นที่ ทั้งนี้เพราะไถ่อย่างบ้านแคนเป็นไถ่อย่างที่มีชื่อเสียงในระดับท้องถิ่น มีราคาที่เหมาะสม และสามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งเป็นจุดแข็งของร้านอาหารไถ่อย่างบ้านแคนที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชชานันท์ ช่องรักษ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาพลักษณ์อาหารริมทางที่สอดคล้องจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาย่านเยาวราช แล้วพบว่า ลักษณะเด่นของร้านอาหารย่านเยาวราชที่ทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ คือ มีราคาที่เหมาะสม สามารถเข้าถึงง่ายและมีร้านอาหารริมทางที่มีชื่อเสียงและสอดคล้องกับงานวิจัยของ โอชญญา บัวธรรม (2563) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารกรณีศึกษาเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม แล้วพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเลือกร้านอาหารที่ตั้งอยู่บริเวณริมถนนและเข้าถึงได้ง่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐธนิชา เพชรแก้ว, ปริณทิพย์ ภูชะโร และเอมีลา แวฮือซอ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้ร้านอาหารเกาหลีในจังหวัดภูเก็ตประสบความสำเร็จ แล้วพบว่า จุดแข็งที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารเกาหลีประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ คือ ทำเลที่ตั้งของร้านติดกับถนนสายหลัก ลูกค้าสามารถมองเห็นร้านได้ชัดเจนและสะดวกต่อการเดินทาง

5.2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจต่อจากครอบครัวและกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกิจในรูปแบบธุรกิจครอบครัว ทั้งนี้เพราะ ไถ่อย่างบ้านแคนเป็นธุรกิจขนาดเล็กซึ่งสามารถดำเนินกิจการเองได้ภายในครอบครัวไม่จำเป็นต้องจ้างแรงงานเพิ่ม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนแรงงานได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ และพิชชาณีย์ นาครจรรยา (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านกาแฟขนาดเล็ก ในเขตอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี แล้วพบว่า ธุรกิจร้านกาแฟขนาดเล็กส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกิจเพียงคนเดียวหรือดำเนินธุรกิจในลักษณะธุรกิจครอบครัว โดยพบว่าคนในครอบครัวจะดำเนินการเองทุกอย่าง ซึ่งเป็นการช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดค่าใช้จ่ายในการจ้างงานได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัญญิวิญ แจ่มพลอย และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ในการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี แล้วพบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจด้วยตนเองเพียงคนเดียว และสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ดิษฐพงศ์ รัตนโอภา (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในเขต อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา แล้วพบว่า ต้นทุนที่สามารถควบคุมได้มากที่สุด คือ ต้นทุนแรงงาน

5.2.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะที่ตั้งของร้าน ร้านอาหารไถ่ย่างบ้านแคนตั้งอยู่บริเวณสองฝั่งของถนนแจ้งสนิท (จังหวัดอุบลราชธานี – จังหวัดยโสธร) ลักษณะของร้านส่วนใหญ่จะเป็นการก่อสร้างเพื่อการใช้งานชั่วคราวหลังคามุงด้วยสังกะสี พื้นของร้านเป็นพื้นดินทราย ไม่มีห้องน้ำ และมีพื้นที่จอดรถที่ไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการจะซื้อกลับบ้านมากกว่านั่งรับประทานที่ร้าน ทั้งนี้เพราะร้านอาหารไถ่ย่างบ้านแคนส่วนใหญ่มีพื้นที่ในการจอดรถไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า ไม่มีห้องน้ำไว้สำหรับบริการลูกค้าและมีสภาพแวดล้อมของร้านที่ไม่เหมาะสม เช่น บรรยากาศของร้าน ความสะอาดภายในร้านและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตติยาภรณ์ พิศาลวราพงศ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อการเข้าใช้บริการร้านยศข้าวต้มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วพบว่า ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะอาดของพื้นที่ในการปรุงอาหารและห้องน้ำในการให้บริการ รวมถึงความสะอาดภายในร้าน บรรยากาศของร้าน การจัดวางอุปกรณ์ที่เป็นระเบียบ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น อ่างล้างมือ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาศรียา หิรัญสุรงค์ (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องส่วนผสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟแบบตั้งอยู่ในพื้นที่ส่วนตัวในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วพบว่า เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของลูกค้า คือ มีห้องน้ำที่สะอาดและมีที่จอดรถ

5.2.1 กลยุทธ์และผลการประเมินกลยุทธ์ในการพัฒนาผลประกอบการ

ในการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่ย่างบ้านแคนจากการวิเคราะห์และสร้างกลยุทธ์ด้วยเครื่องมือ SWOT และ TOWS Matrix ทำให้ได้กลยุทธ์หลัก 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การสร้างแตกต่างและกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.1.2.1 กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง

กลยุทธ์การสร้างแตกต่างประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ย่อย ได้แก่ 1) กลยุทธ์การคงความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายตามช่วงเวลา 3) กลยุทธ์การปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในร้าน 4) กลยุทธ์การสร้างจุดเชิควินไถ่ย่างบ้านแคน ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1) กลยุทธ์การคงความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

จากข้อค้นพบปัจจัยด้านอัตลักษณ์ พบว่า ไถ่ย่างบ้านแคนเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีความเป็นอัตลักษณ์แตกต่างจากไถ่ย่างทั่วไป และพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจต่อจากครอบครัวไม่ได้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจในการประกอบอาชีพการขายไถ่ย่างบ้านแคนซึ่งทำให้มีความเสี่ยงต่อการสูญหายขององค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนั้นจากการสร้างกลยุทธ์ด้วยเครื่องมือ SWOT และ TOWS Matrix จะได้กลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาผลประกอบการ คือ กลยุทธ์การคงความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การคงความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถดำเนินกิจกรรมโดยการจัดอบรมการพัฒนาอาชีพเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ภูมิ

ปัญหาท้องถิ่น ซึ่งในกิจกรรมดังกล่าวจะประกอบด้วยการดำเนินกิจกรรม 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กิจกรรมการบอกเล่า 2) กิจกรรมการสาธิต 3) กิจกรรมการลงมือปฏิบัติจริง โดยมีสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรม คือ ผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน ผู้ที่สนใจในการดำเนินธุรกิจไถ่อย่างบ้านแคน และตัวแทนปราชญ์ชาวบ้าน ทั้งนี้เพราะอาชีพการขายไถ่อย่างบ้านแคนเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ส่วนใหญ่ให้กับคนในพื้นที่ อีกทั้งรูปแบบของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนโดยส่วนใหญ่เป็นการดำเนินธุรกิจต่อจากครอบครัวโดยการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่นเท่านั้น ทำให้ผู้ที่สนใจในการดำเนินธุรกิจขายไถ่อย่างบ้านแคนหรือผู้ประกอบการรายใหม่ไม่สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ในการผลิตไถ่อย่างบ้านแคนที่เป็นอัตลักษณ์ได้และอาจทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่มีการพัฒนาสูตรการผลิตขึ้นเอง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสูญเสียความเป็นอัตลักษณ์และการสูญหายของอาชีพขายไถ่อย่างบ้านแคนในอนาคตได้ ดังนั้นจึงควรมีการจัดกิจกรรมการจัดอบรมการพัฒนาอาชีพเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ที่สนใจในการประกอบอาชีพขายไถ่อย่างบ้านแคนและกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ในการผลิตไถ่อย่างบ้านแคนให้คงความเป็นอัตลักษณ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตพนธ์ ชุมเกต, จุฑามาศ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา และปณิศา ขาดิสิริพิทักษ์กุล (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจสุชีแฮนดิคราฟท์ จังหวัดราชบุรี แล้วพบว่า การถ่ายทอดองค์ความรู้สามารถทำได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การถ่ายทอดองค์ความรู้แบบไม่เป็นทางการ คือ การถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านการบอกเล่าและการฝึกฝนกับสมาชิกภายในครอบครัว 2) การถ่ายทอดองค์ความรู้แบบเป็นทางการ คือ การจัดอบรมให้ความรู้กับคนในชุมชนและบุคคลภายนอกที่สนใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการและพัฒนาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเชื่อมโยงวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดแพร่ กรณีศึกษาการทำผ้าหม้อห้อมของชาวไทพวน แล้วพบว่า ในการถ่ายทอดภูมิปัญญาการผลิตผ้าหม้อห้อมสามารถทำได้ 3 รูปแบบ คือ 1) การถ่ายทอดความรู้ภายในครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น 2) การถ่ายทอดความรู้ภายในชุมชนในรูปแบบดั้งเดิมและการถ่ายทอดความรู้ในสถานศึกษา 3) การถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลภายนอกชุมชนที่สนใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวคนธ์ ศรีสุคนธ์รัตน์, สุนิสา ประทีป ณ กลาง และนุชรี คงมณี (2563) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการความรู้วัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านจังหวัดพังงา กรณีศึกษาอำเภอทับปุด แล้วพบว่า ผู้เชี่ยวชาญอาหารพื้นบ้านมีการถ่ายทอดความรู้ให้กับเครือข่ายลูกหลานและบุคคลที่สนใจด้วยวิธีการฝึกปฏิบัติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครลักษณ์ ราชพลสิทธิ์, วันชัย ธรรมสังการ และปรีดี โชติช่วง (2563) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องข้าวหลามหนองมน องค์ความรู้ ภูมิปัญญา และรูปแบบการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นไทยอย่างยั่งยืน แล้วพบว่า ในการสืบทอดภูมิปัญญาในการทำข้าวหลามของชาวบ้านชุมชนหนองมนสามารถจำแนกได้ 3 วิธี ได้แก่ การบอกเล่า การสาธิตและการปฏิบัติจริง

ทั้งนี้จากการประเมินกลยุทธ์การคงความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ด้านความเป็นไปได้มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุดและด้านความคุ้มค่ามีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะกิจกรรมการอบรมการพัฒนาอาชีพเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นกิจกรรมที่สามารถทำให้ผู้ที่สนใจในการประกอบอาชีพขายไถ่อย่างบ้านแคนและกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจและพัฒนาผลประกอบการได้ อีกทั้งยังสามารถช่วย

รักษาองค์ความรู้ด้านการผลิตไถ่อย่างบ้านแคนที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้กับลูกหลานได้นำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างอาชีพสร้างรายได้ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาริพร ชูศรี (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรงนกเขา OTOP ระดับ 5 ดาว เพื่อเข้าสู่ตลาดอาเซียน กรณีศึกษาจากผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนียว หมู่ที่ 8 อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา แล้วพบว่า สมาชิกยังขาดความรู้ความสามารถในการผลิตกรงนกแบบดั้งเดิมซึ่งอาจมีแนวโน้มต่อการสูญหายของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยแนวทางการรับมือและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นสามารถทำได้ด้วยวิธีการขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและอาสาสมัครที่มีความรู้ความสามารถในการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตกรงนกแบบดั้งเดิม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชีรา ธนาวุฒิ และ สุชีรา เจริญ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การแปรรูปข้าวหลามเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญา กรณีศึกษาบ้านไผ่ หมู่ที่ 5 ตำบลกระเบื้องใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา แล้วพบว่า การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เพื่อจัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปข้าวหลามสามารถรักษาองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับลูกหลานในการนำความรู้ที่ได้ไปสร้างรายได้ในอนาคต

2) กลยุทธ์การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายตามช่วงเวลา

จากข้อค้นพบปัจจัยด้านยอดขาย พบว่า ยอดขายของผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนมีแนวโน้มลดลงทุกปี เนื่องจากไถ่อย่างบ้านแคนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในระดับท้องถิ่นแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก และพบว่า เทศบาลตำบลดงแคนใหญ่ได้มีการช่วยเหลือผู้ประกอบการโดยการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ และทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ของหน่วยงาน แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นจากการสร้างกลยุทธ์ด้วยเครื่องมือ SWOT และ TOWS Matrix จะได้กลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาผลประกอบการ คือ กลยุทธ์การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายตามช่วงเวลา

จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายตามช่วงเวลา ดำเนินกิจกรรมโดยการจัดงานเทศกาลกินไถ่อย่างบ้านแคน ซึ่งภายในงานจะประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น นิทรรศการประวัติความเป็นมาของไถ่อย่างบ้านแคน บูธขายไถ่อย่างบ้านแคนและกิจกรรมต่าง ๆ ตามความเหมาะสม เช่น การแข่งขันกินไถ่อย่าง การประกวดร้องเพลงลูกทุ่งและการประกวดธิดาไถ่อย่างบ้านแคน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะจัดในช่วงฤดูกาลที่เหมาะสม คือ เดือนพฤศจิกายน – เดือนกุมภาพันธ์ ทั้งนี้เพราะไถ่อย่างบ้านแคนเป็นไถ่อย่างที่มีชื่อเสียงในระดับท้องถิ่นและเป็นที่รู้จักสำหรับลูกค้าในพื้นที่แต่ยังไม่มากนัก ในการจัดกิจกรรมดังกล่าวจะทำให้คนจากนอกพื้นที่เข้ามาร่วมงานมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีโอกาสที่จะได้ลูกค้าจากนอกพื้นที่มากขึ้น ในการจัดกิจกรรมดังกล่าวอาจมีการเชิญนักร้องลูกทุ่งหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียงมาสร้างความบันเทิงภายในงานเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจให้คนจากนอกพื้นที่เข้ามาร่วมงานมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา ปานเพชร และธีระ ฤทธิรอด (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการวางแผนการตลาดเพื่อธุรกิจแก่งตะวัน แล้วพบว่า แผนการตลาดของธุรกิจแก่งตะวัน คือ การจัดกิจกรรมเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่ไร่แก่งตะวันในช่วงปลายเดือนมกราคม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชา อารังโชติ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรมสำหรับผู้บริโภคกลุ่มครอบครัว

แล้วพบว่า ในการจัดกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรมอาจมีการเชิญนักร้อง นักแสดงมาสร้างความบันเทิงภายในงานเพื่อดึงดูดความสนใจให้คนจากนอกพื้นที่เข้ามาร่วมงานมากขึ้น

ทั้งนี้จากการประเมินกลยุทธ์การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายตามช่วงเวลาโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ด้านความเป็นไปได้มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากและด้านความคุ้มค่ามีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายตามช่วงเวลาเป็นการจัดกิจกรรมในลักษณะการตลาดเชิงกิจกรรม ซึ่งการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้จะทำให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม ซึ่งเป็นการสร้างความแปลกใหม่ทำให้บริโภคเกิดความประทับใจในตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และยังช่วยกระตุ้นยอดขายของผู้ประกอบการได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งตะวัน สินธุ์อนาม และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการด้านการส่งเสริมการตลาดของตลาดริมน้ำวัดดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม แล้วพบว่า การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาดของตลาดริมน้ำวัดดอนหวาย คือ การจัดกิจกรรมเทศกาลของดีอาหารเด่น ซึ่งการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้จะทำให้ประชาชนมีความรู้สึกแปลกใหม่ น่าสนใจ และสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายและเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชา อารังโชติ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรมสำหรับผู้บริโภคกลุ่มครอบครัว แล้วพบว่า การตลาดเชิงกิจกรรมเป็นการดึงดูดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งการใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงกิจกรรมจะสามารถทำให้เกิดกระแสในกลุ่มผู้บริโภค สามารถสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคและสามารถสร้างยอดขายได้มากกว่าการตลาดแบบเดิมและเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทำให้เกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

3) กลยุทธ์การปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในร้าน

จากข้อค้นพบปัจจัยด้านความจงรักภักดีของลูกค้า พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาฝุ่นละอองฟุ้งกระจายภายในร้าน เนื่องจากพื้นร้านของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นพื้นดินทรายไม่ได้มีการราดพื้นด้วยซีเมนต์ เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการหรือมีลมพัดเข้ามาภายในร้าน จะส่งผลให้ฝุ่นละอองฟุ้งกระจายไปยังโต๊ะอาหาร และพื้นที่ที่ใช้ในการปรุงอาหาร ทำให้สภาพแวดล้อมภายในร้านไม่เหมาะสมเท่าที่ควร ซึ่งส่งผลต่อความจงรักภักดีและการเข้าใช้บริการของลูกค้า ดังนั้นจากการสร้างกลยุทธ์ด้วยเครื่องมือ SWOT และ TOWS Matrix จะได้กลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาผลประกอบการ คือ กลยุทธ์การปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในร้าน

จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในร้านมีการดำเนินกิจกรรมดังนี้ 1) จัดตกแต่งร้านให้สวยงามตามรูปแบบของร้านอาหารอีสาน 2) ปรับปรุงพื้นร้าน 3) ใช้ฉากกั้นบริเวณล้างจานกับพื้นที่ให้บริการลูกค้า 4) ใช้ถังขยะที่มีฝาปิดเพื่อป้องกันแมลงวันและกลิ่นไม่พึงประสงค์ ทั้งนี้เพราะสภาพแวดล้อมภายในร้านยังไม่มีเหมาะสมเท่าที่ควร เช่น พื้นของร้านเป็นพื้นดินทรายเมื่อลูกค้าเดินเข้าร้านหรือมีลมพัดจะทำให้ฝุ่นละอองฟุ้งกระจายไปยังโต๊ะอาหารและพื้นที่ในการประกอบอาหาร อีกทั้งผู้ประกอบการบางรายเลือกใช้ถังขยะแบบไม่มีฝาปิดส่งผลให้เกิดกลิ่นไม่พึงประสงค์และมีแมลงวันตอม และพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีฉากกั้นระหว่างพื้นที่สำหรับการล้างจานและพื้นที่ในการให้บริการลูกค้า ทำให้บรรยากาศภายในร้านไม่เหมาะสมเท่าที่ควร ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ วัณวิริญ แจ้งพลอย และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี แล้วพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟจะพิจารณาจากความแตกต่างของบรรยากาศร้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และพิชชาณีย์ นาคจรรยา (2560) ที่ได้ศึกษากลยุทธ์การสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านกาแฟสดขนาดเล็ก ในเขตอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี แล้วพบว่า กลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านกาแฟขนาดเล็ก คือ จัดตกแต่งร้านให้เป็นเอกลักษณ์ตามรูปแบบของร้านกาแฟต่าง ๆ เช่น สไตล์แองค์เอาท์ สไตล์ญี่ปุ่น

ทั้งนี้จากการประเมินกลยุทธ์การปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในร้านโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความเป็นไปได้มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากและด้านความคุ้มค่ามีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะการปรับปรุงภูมิทัศน์และความสะอาดภายในร้านเป็นสิ่งที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหาร เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการร้านอาหารได้ให้ความสำคัญกับบรรยากาศและความสะอาดของร้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตติยาภรณ์ พิศาลวรพงศ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อการเข้าใช้บริการร้านยศข้าวต้มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วพบว่า ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะอาดของพื้นที่ในการปรุงอาหารและพื้นที่ในการให้บริการรวมถึงบรรยากาศของร้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌ์ณิชา ลิ้มปณวิสัย (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารประเภทร้านริมบาทวิถีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แล้วพบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงในการใช้บริการร้านอาหารริมบาทวิถีมากที่สุดคือ ความสะอาดของสถานที่บริเวณโดยรอบของร้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงตา อ่อนเวียง และคณะ (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ที่สัมฤทธิ์ผลของการประกอบการร้านอาหารถาวรขนาดเล็กในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แล้วพบว่า กลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจร้านอาหารถาวรขนาดเล็ก คือ กลยุทธ์ด้านบรรยากาศของร้าน

4) กลยุทธ์การสร้างจุดเช็กอินไถ่อย่างบ้านแคน

จากข้อค้นพบปัจจัยด้านความจงรักภักดีของลูกค้า พบว่า ในการดำเนินธุรกิจไถ่อย่างบ้านแคนส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกิจบนพื้นที่ที่มีการจัดสรรจากเทศบาลตำบลแคนใหญ่จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถสร้างห้องน้ำไว้สำหรับการบริการลูกค้าได้ ซึ่งส่งผลต่อความจงรักภักดีและการเข้าใช้บริการของลูกค้า ดังนั้นจากการสร้างกลยุทธ์ด้วยเครื่องมือ SWOT และ TOWS Matrix จะได้กลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาผลประกอบการ คือ กลยุทธ์การสร้างจุดเช็กอินไถ่อย่างบ้านแคน

จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การสร้างจุดเช็กอินไถ่อย่างบ้านแคนดำเนินกิจกรรมโดยการสร้างจุดเช็กอินไถ่อย่างบ้านแคน ซึ่งในจุดเช็กอินจะประกอบด้วยสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับไถ่อย่างบ้านแคน (อาทิ รูปปั้น ภาพพิมพ์ ภาพวาด ศิลปะประยุกต์ หรืออื่น ๆ) มุมถ่ายภาพห้องน้ำ ศูนย์จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ทั้งนี้เพราะกฎข้อบังคับห้ามผู้ประกอบการสร้างห้องน้ำในที่สาธารณะทำให้ผู้ประกอบการไม่มีห้องน้ำไว้สำหรับบริการลูกค้า ซึ่งอาจเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเลือกที่จะซื้อกลับบ้านมากกว่านั่งรับประทานภายในร้าน อีกทั้งบ้านดงแคนใหญ่ยังไม่มีสถานที่ที่

บ่งชี้ถึงจุดเด่นของสินค้าที่มีชื่อเสียงของชุมชนในเชิงสัญลักษณ์ที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนตรี คำวัน และคู่บุญ จารุมณี (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องโอกาสและความท้าทายของการพัฒนานครพนมเป็นเมืองท่องเที่ยวริมฝั่งโขง แล้วพบว่า พระธาตุพนมและประติมากรรมพญานาคเป็นจุดเช็คอินหรือจุดแลนด์มาร์คที่เป็นจุดแข็งในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐวิกร หารราชพันธุ์ และจำเริญ คังคะศรี (2564) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี แล้วพบว่า ในการจัดทำกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดจะต้องมีการพัฒนาชุมชนโดยการสร้างจุดเช็คอินสร้างแลนด์มาร์ค เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายภาพบอกต่อความประทับใจของวัฒนธรรมวิถีชีวิตดั้งเดิม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาธิตา สกุรัตนกุลชัย และกรรณิกา สงวนสินธุกุล (2564) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ที่มีบริบทต่างกัน: กรณีศึกษาจังหวัดนครปฐม แล้วพบว่า ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรมีการสร้างห้องน้ำสาธารณะและพื้นที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวและสำหรับผู้อื่น ๆ ที่เข้ามาในพื้นที่

ทั้งนี้จากการประเมินกลยุทธ์การสร้างจุดเช็คอินไถ่อย่างบ้านแคนโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความเป็นไปได้มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก และด้านความคุ้มค่ามีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะการสร้างจุดเช็คอินไถ่อย่างบ้านแคนจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่มากขึ้นและช่วยให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายไถ่อย่างบ้านแคนให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนตรี คำวัน และคู่บุญ จารุมณี (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องโอกาสและความท้าทายของการพัฒนานครพนมเป็นเมืองท่องเที่ยวริมฝั่งโขง แล้วพบว่า ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าบริเวณพระธาตุพนมมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายของฝากและของที่ระลึก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และธีระพงษ์ ทศวัฒน์ (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการปรับตัวของชุมชนท่าเสาอันทามกลางกระแสสังคมอุตสาหกรรม แล้วพบว่า การที่ชุมชนให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน สร้างจุดขายให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน เพื่อซื้อสินค้าต่าง ๆ รวมถึงการสัมผัสบรรยากาศในการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตวัฒนธรรมจะทำให้คนในชุมชนสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวด้วยการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวทางเรือ การท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม และการจำหน่ายอาหารของคนในชุมชน

5.2.2 กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ

จากข้อค้นพบปัจจัยด้านต้นทุน พบว่า ผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนประสบปัญหาต้นทุนในการผลิตสูงโดยเฉพาะไถ่สดซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต และพบว่าผู้ประกอบการแต่ละรายมีกำลังในการผลิตต่ำจึงไม่สามารถซื้อไถ่สดปริมาณมากในราคาที่ต่ำได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่มีอำนาจในการต่อรองราคา ดังนั้นจากการสร้างกลยุทธ์ด้วยเครื่องมือ SWOT และ TOWS Matrix จะได้กลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาผลประกอบการ คือ กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ

จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ต้นทุนต่ำมีเพียงกลยุทธ์ย่อย 1 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ ดำเนินกิจกรรมโดยการจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนเพื่อเจรจาจัดทำข้อตกลงการขายไถ่สดแบบผูกขาดกับเจ้าของโรงงานเพื่อให้ได้ไถ่สดที่มีคุณภาพใน

ราคาที่ถูกลงกว่าเดิม ทั้งนี้เพราะไก่สดเป็นวัตถุดิบหลักและเป็นวัตถุดิบที่มีต้นทุนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับวัตถุดิบอื่น ๆ ทั้งนี้ในการลดต้นทุนด้านวัตถุดิบดังกล่าวของผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการไปอย่างบ้านแคนเพื่อให้ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองราคาเพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาที่ถูกลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และพิชชาณีย์ นาครจรรย์ศรี (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านกาแฟสดขนาดเล็ก ในเขตอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี แล้วพบว่า ผู้ประกอบการร้านกาแฟสดขนาดเล็กมีการนำกลยุทธ์ต้นทุนต่ำมาใช้ในการพัฒนาผลประกอบการ ซึ่งผู้ประกอบการได้ดำเนินกิจกรรมโดยการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบให้ต่ำที่สุดแต่ยังคงคุณภาพของสินค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยนันต์ ไชยเสน (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องประเด็นท้าทายและแนวทางประสบความสำเร็จในการควบคุมต้นทุนอาหารและเครื่องดื่มในธุรกิจโรงแรม แล้วพบว่า การทำข้อตกลงในการสั่งซื้อสินค้าจะช่วยให้ผู้ประกอบการได้สินค้าตามความต้องการและเป็นป้องกันการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าได้ ซึ่งการสร้างกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการในการจัดซื้อวัตถุดิบจะทำให้ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองราคาสินค้าและบริการได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทรทิพย์ ชาประดิษฐ์ และวิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม แล้วพบว่า ผู้ประกอบการโต๊ะจีนมีการรวมกลุ่มกันในการจัดซื้อวัตถุดิบจากโรงงานเพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาที่ถูกลง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติคุณ จินตวร และคณะ (2563) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกบัวของเกษตรกรในจังหวัดชลบุรี แล้วพบว่า การสร้างเครือข่ายโดยการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการจะทำให้ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองราคาปัจจัยการผลิตและช่วยชะลอการปรับขึ้นราคาของปัจจัยการผลิตทำให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนในการผลิตได้

ทั้งนี้จากการประเมินกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความเป็นไปได้มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก และด้านความคุ้มค่ามีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองราคาวัตถุดิบจากเจ้าของปัจจัยการผลิตได้และทำให้ผู้ประกอบการได้วัตถุดิบในราคาที่ถูกลงซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาติ อินกล้า (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องสถานะของสถานประกอบการโรงแรมและภัตตาคารขนาดย่อมและขนาดเล็กในจังหวัดตรัง จังหวัดกระบี่ และจังหวัดภูเก็ต แล้วพบว่า ผู้ประกอบการมีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อต้องการสร้างอำนาจในการต่อรองราคาสินค้า/ราคาวัตถุดิบให้ได้ราคาที่ถูกลง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนภูมิ อติเวทิน (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องเครือข่ายผู้ประกอบการแนวคิดสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการยุคใหม่ 4.0 แล้วพบว่า การสร้างเครือข่ายธุรกิจจะช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองและสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มลทิพย์ บำรุงกิจ และนพดล พันธุ์พานิช (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยกำหนดที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเชรามิกส์ ลำปาง แล้วพบว่า การรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการในการซื้อปัจจัยการผลิตจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองราคาและได้ปัจจัยการผลิตที่ถูกลง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับกลยุทธ์

5.3.1.1 ในการจัดกิจกรรมเทศกาลกินไถ่อย่างบ้านแคน กิจกรรมต่าง ๆ ภายในงานควรมีการพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการจัดงานภายใต้สถานการณ์โรคโควิด-19

5.3.1.2 ควรมีการเพิ่มกลยุทธ์รูปแบบการขายในช่องทางออนไลน์ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์ได้

5.3.1.3 ควรมีการนำเสนอภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้านึกถึงเป็นเจ้าแรก

5.3.1.4 ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บกลิ่นในขณะเดินทางได้

5.3.2 ข้อเสนอแนะที่ได้จากข้อค้นพบ

จากผลการวิเคราะห์กลยุทธ์จะเห็นว่าในบางกลยุทธ์จำเป็นที่จะต้องอาศัยความอนุเคราะห์จากหน่วยงานภายนอกหรือหน่วยงานจากภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนควรมีการจัดตั้งเครือข่ายผู้ประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสร้างจุดเช็คอิน การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรวม

5.3.3 ข้อเสนอแนะในมุมมองผู้วิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร พบว่า กลยุทธ์ที่มีความน่าสนใจในการนำไปใช้กับผู้ประกอบการมากที่สุด คือ กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้โดยไม่ต้องมีการลงทุนเพิ่มในการดำเนินกิจกรรม

5.3.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำกลยุทธ์ที่ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิได้ประเมินผลกลยุทธ์ตามความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิแต่ยังไม่มีการนำกลยุทธ์ที่ได้ไปใช้จริงกับผู้ประกอบการ ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการนำกลยุทธ์ที่ได้ไปใช้กับผู้ประกอบการแล้วทำการประเมินผลกลยุทธ์อีกครั้ง