

ปัจจัยความสำเร็จและหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพล ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ในกรุงเทพมหานคร

Success Factors and Principles of Creative Economy Influencing Business Success of Thai Food Business Entrepreneurs in Bangkok

นารีนี อุดลธิฐพัชร* อังคณา ขันตรีจิตรานนท์ และ นฤมล สราธพันธุ์
Narinee Adultithipatchara*, Angkhana Khantreejitranon and Narumon Saratapun

ABSTRACT

The objectives of this research were to investigate: 1) personal factors, management, operations, principles of the creative economy and the business success of Thai food business entrepreneurs in Bangkok; and 2) the success factors of management and operations, and the principles of the creative economy influencing the business success of Thai food business entrepreneurs in Bangkok. A questionnaire was employed to gather data using multi-stage random sampling from 263 entrepreneurs who had at least 10 continuous years of experience running a business. Data were analyzed to acquire descriptive statistics and stepwise multiple regression.

The findings revealed that more than half of the Thai food business entrepreneurs in Bangkok were female with an average age of 50.98 years, and their education level was lower than a bachelor's degree. The majority of these entrepreneurs were not members of an association or club, and did not use the internet or e-commerce for promotion of their business. Almost all of them had their signature dishes, and expressed the wisdom of an entrepreneurs's characteristics and services in their business. In addition, Thai food business entrepreneurs performed at a fairly high level of management, operations, using the principles of the creative economy, and business success.

The stepwise multiple regression results indicated that the influential factors for business success were planning management, personnel operations, using the technology of the creative economy, using specialized skills, integration of the creative economy and financial operations. Altogether, these factors accounted for 51.7 percent of the variance explained ($R^2 = .517$), with the statistical significance level of .001.

Keywords: success factors, creative economy, entrepreneurs

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคล การบริหารจัดการ การดำเนินงาน หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร และ 2) ปัจจัยความสำเร็จ ได้แก่ การบริหารจัดการและการดำเนินงาน และหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร ที่ดำเนินกิจการมาแล้ว 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 263 ราย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร มากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง และ จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อายุเฉลี่ย 50.98 ปี ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคม/ชมรม และไม่ใช้อินเทอร์เน็ต หรือ E-Commerce สำหรับการขายหรือส่งเสริมการตลาด เกือบทั้งหมดมีการจัดรายการอาหารเด่นประจำร้าน และระบุถึงภูมิปัญญาที่ใช้ประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการและการให้บริการของร้านอาหารไทย นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีการบริหารจัดการ การดำเนินงาน การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความสำเร็จอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า การบริหารจัดการด้านการวางแผน การดำเนินงานด้านบุคลากร การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการบูรณาการเทคโนโลยี การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการบูรณาการทักษะเฉพาะ

คน และ การดำเนินงานด้านการเงิน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และสามารถพยากรณ์ความสำเร็จได้ร้อยละ 51.7 ($R^2 = .517$)

คำสำคัญ: ปัจจัยความสำเร็จ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ

บทนำ

จากวิกฤตเศรษฐกิจโลกปี พ.ศ. 2550 – 2551 ส่งผลกระทบต่อนเศรษฐกิจไทย ทำให้ประเทศไทยต้องปรับโครงสร้างเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นประเทศไทยควรพลิกวิกฤตเศรษฐกิจให้เป็นโอกาสด้วยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจจากที่เน้นการผลิตภาคอุตสาหกรรมมาเป็นเศรษฐกิจที่เน้นการเกษตร การบริการ และ ภูมิปัญญาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ความหลากหลายให้กับสินค้าและบริการที่มีบนพื้นฐานเอกลักษณ์ความเป็นไทยอย่างยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจไทย จึงเกิดแนวความคิดการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้น แนวคิดดังกล่าวปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมสร้างความสำเร็จเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ เนื่องจากอาหารไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะด้วยวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย มีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับ ซึ่งร้านอาหารที่คำนึงถึงรูป รส กลิ่น เสียง (ดนตรี) การตกแต่ง บรรยากาศ ตลอดจนวิธีการบริการอาหารสามารถจัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ได้ (สุกวุฒิ และคณะ, 2552)

ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยสร้างหรือจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารไทยขึ้น โดยเผชิญความเสี่ยงและความไม่แน่นอนทางธุรกิจเพื่อแสวงหาโอกาสและผลกำไรจากธุรกิจ พยายามอย่างเต็มที่เพื่อความสำเร็จ

ของธุรกิจและตนเอง ดังนั้นคุณลักษณะของผู้ประกอบการจึงเป็นพื้นฐานสำคัญแห่งความสำเร็จของธุรกิจ (กัตญญู, 2552; วิชัย, 2549) ทั้งนี้ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยประกอบด้วย ส่วนของการบริหารจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การเป็นผู้นำ และการควบคุมสอดคล้องกับ ภาณี (2545) พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและดำเนินวิธีการบริหารจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .001 โดยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในระดับสูงมีค่าเฉลี่ยวิธีการบริหารจัดการสูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จระดับต่ำ และส่วนของการดำเนินงาน ทั้งด้านการเงิน การตลาด การผลิต และบุคลากร ซึ่งการปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละด้านควรเป็นไปอย่างต่อเนื่องและสัมพันธ์สอดคล้องกันอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้การใช้ทรัพยากรขององค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และตอบสนองต่อการเติบโตของกิจการสอดคล้องกับ พัลลภา (2545) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมอย่างมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านการผลิต และด้านการเงิน ทั้งนี้ ศรีปริญญา (2543) พบว่า บุคลากรเป็นปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการบริหารงานธุรกิจขนาดย่อมด้วย

นอกจากนี้ หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยังเป็นแนวคิดที่ใช้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยให้ประสบความสำเร็จ โดยอาศัยการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรม องค์ความรู้หรือภูมิปัญญา ทักษะเฉพาะตัว และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน เพื่อสร้าง “คุณค่า” ให้กับสินค้าและบริการของร้าน ได้อย่างโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกของผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้าและบริการนั้น สอดคล้องกับ สถาพร และ ผ่องพรรณ (2549) ที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจชุมชนและ

กลยุทธ์เสริมสร้างความเข้มแข็ง: ประสพการณ์จาก 4 กรณีศึกษาในภาคกลาง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนประกอบด้วย 1) ศักยภาพของกลุ่มและชุมชน ได้แก่ การรวมกลุ่มและความเข้มแข็งของกลุ่ม ศักยภาพของผู้นำและการบริหารจัดการ และศักยภาพการผลิต 2) กระบวนการเรียนรู้เพื่อสืบสานภูมิปัญญา จากต้นทุนการสืบทอดกระบวนการผลิตผ่านระบบครอบครัว ขยายสู่ช่องทางการเรียนรู้ที่หลากหลาย ได้แก่ การตอบสนองตลาดและผู้บริโภค ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน กระบวนการเวทีชุมชนเครือข่าย และการถ่ายทอดในระบบโรงเรียน 3) บทบาทการหนุนเสริมจากภายนอก ได้แก่ หน่วยงานพัฒนาและสถาบันการศึกษา ซึ่งขับเคลื่อนการรวมกลุ่มสนับสนุนการระดมทุน การพัฒนากำลังคนและผลิตภัณฑ์ และการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ พบว่า กลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชน ได้แก่ 1) การพัฒนาเพื่อต่อยอดเทคโนโลยีในการผลิตและทรัพยากรการผลิตที่เหมาะสม 2) จัดระบบการบริหารจัดการแบบมีโครงสร้างและพัฒนาผู้นำแบบธรรมชาติ 3) สานต่อภูมิปัญญาในการผลิต ทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียน 4) เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม และ 5) ปรับทัศนคติและบทบาทในการสนับสนุนของหน่วยงานและองค์กร โดยยึดหลักการพัฒนาแบบพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน อีกทั้ง จิรศักดิ์ และ สุมาลี (2546) พบว่า ภูมิปัญญาในการประกอบอาชีพ การเป็นสมาชิกองค์กรชุมชน และความพอใจในองค์กรชุมชน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความเข้มแข็งของชุมชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลพัฒนานิคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วน สมนึก พัทธรผจง อัจฉรา และ ประจบ (2553) พบว่า นวัตกรรมและเทคโนโลยีนับเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โอกาสทางการตลาด และความสำเร็จของผู้ประกอบการ ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ประกอบการใช้เรื่องของการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาสในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ และขณะเดียวกันกลไกสำคัญใน

การสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีนั้นคือ ผู้ประกอบการ และ สุรัชย์ อารยานุพพรณ สุรัชย์และกฤษณา (2548) ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบการสร้างระบบธุรกิจร้านอาหารไทยมี้อาชีพ โดยศึกษากับผู้ประกอบการร้านอาหารไทยที่ประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยมาแล้วอย่างต่อเนื่อง 5 ปีขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการทำอาชีพธุรกิจร้านอาหารไทยแบ่งเป็น 5 ปัจจัย คือ คุณลักษณะผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมี้อาชีพ ความรู้ความสามารถพื้นฐานที่จำเป็นในการทำอาชีพธุรกิจร้านอาหารไทย ความรู้ด้านกฎหมาย ความสามารถในการบริหารงาน และความเอาใจใส่ตรวจสอบร้านอาหาร โดยร้านอาหารไทยที่ประสบความสำเร็จควรดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่องมาแล้วอย่างน้อย 10 ปีขึ้นไป (Anderson & Dunkelberg, 1990)

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการร้านอาหารไทยที่ประสบความสำเร็จอยู่หลายแห่งทั่วกรุงเทพมหานคร การบริหารจัดการและการดำเนินงานร้านอาหารไทยเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นเมืองสร้างสรรค์ และเนื่องจากไม่เคยมีผู้ใดเคยศึกษามาก่อน ดังนั้นเพื่อเป็นข้อมูลหรือแนวทางสำหรับการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการร้านอาหารให้ดีขึ้น หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการร้านอาหารไทยได้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่าผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีปัจจัยความสำเร็จและหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์อะไรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยความสำเร็จเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และการดำเนินงาน หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร และ 2) ปัจจัยความสำเร็จเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

และการดำเนินงาน และหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการร้านอาหารไทยที่ประกอบธุรกิจโดยไม่เป็นระบบแฟรนไชส์ในกรุงเทพมหานครที่ประสบความสำเร็จ คือ ดำเนินกิจการมาแล้วอย่างน้อย 10 ปีขึ้นไป (Anderson & Dunkelberg, 1990) ตามบัญชีรายชื่อร้านจำหน่ายอาหารสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นร้านอาหารไทยที่ให้บริการแบบอาหารตามสั่ง และขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเฉพาะปัจจัยความสำเร็จเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการดำเนินงาน หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทย

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยความสำเร็จและหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlational Research) ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยความสำเร็จและหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาค้นนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครที่ดำเนินธุรกิจร้านอาหารตามบัญชีรายชื่อร้านจำหน่ายอาหารสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร จาก 50 เขต จำนวน 12,694 ราย และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่ม

แบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 800 ราย ซึ่งถือว่าเพียงพอที่จะเป็นตัวแทนของประชากรโดยใช้ตาราง Determining Sample Size from a Given Population ของ Krejcie and Morgan (1970, pp. 607–610 อ้างใน สุภาพ, 2553) ซึ่งกำหนดไว้อย่างน้อย 375 ราย

เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามเลือกตอบ (Check list) และแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended) ตอนที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จและหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการประกอบธุรกิจ และ ตอนที่ 3 ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด ถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และมีความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face validity) นอกจากนี้เมื่อทดลองใช้กับผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความชัดเจนของแบบสอบถาม ปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจคำถามและตอบได้ตรงคำถาม และแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .99

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึง 29 กรกฎาคม 2555 ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืนมาทั้งหมด 263 ฉบับ จาก 800 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 32.88 ของแบบสอบถามทั้งหมด แต่หากพิจารณาจากจำนวนต่ำสุดที่เป็นตัวแทนของประชากรซึ่งระบุไว้ว่าต้องมีอย่างน้อย

375 ราย ดังนั้น จำนวนแบบสอบถามที่ได้คืนมา 263 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.13 ของตัวแทนประชากรกลุ่มนี้ สอดคล้องกับ Babbie (2011) กล่าวว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามอย่างน้อยร้อยละ 70 ของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดนั้นเพียงพอสำหรับการรายงานผลการวิจัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบลักษณะสำคัญของกลุ่มผู้ตอบซ้ำกับกลุ่มผู้ตอบก่อนพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงแสดงว่าผู้ตอบน่าจะเป็นตัวแทนของประชากรได้ ผลการวิจัยจึงนำไปใช้อ้างอิงประชากรได้ (ผ่องพรรณ และ สุภาพ, 2555) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยและอภิปราย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร มากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง และจบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (54.0% และ 58.9% ตามลำดับ) มีอายุเฉลี่ย 50.98 ปี อายุต่ำสุด 23 ปี และสูงสุด 80 ปี ส่วนใหญ่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต หรือ E-Commerce สำหรับการขายหรือส่งเสริมการตลาด (88.2%) และไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคม/ชมรม (89.0%) และเกือบทั้งหมดระบุถึงภูมิปัญญาที่ใช้ประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเด็นที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการและการให้บริการของร้านอาหารไทย (93.5%) อีกทั้งมีการจัดรายการอาหารเด่นประจำร้าน (95.8%)

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 2 ปัจจัยความสำเร็จหลัก คือ การบริหารจัดการ และการ

คำนิยาม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จเกี่ยวกับการบริหารจัดการและดำเนินงานโดยภาพรวม พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารไทยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการและดำเนินงานในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.97 เมื่อพิจารณาปัจจัยความสำเร็จเกี่ยวกับการบริหารจัดการ พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีการบริหารจัดการในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{x} = 3.96$) สอดคล้องกับ สุรัช และคณะ (2548) พบว่า ความสามารถในการบริหารงาน เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการทำอาชีพธุรกิจร้านอาหารไทย เช่นเดียวกับการศึกษาของ พัลลภา (2545) พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมอย่างมาก และการศึกษาของ ภาณี (2545) พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำมีวิธีการบริหารจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในระดับสูงมีค่าเฉลี่ยวิธีการบริหารจัดการสูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จระดับต่ำ โดยการบริหารจัดการด้านการจัดการองค์กร ด้านการเป็น

ผู้นำ ด้านการควบคุม และ ด้านการวางแผน อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{x} = 3.98$, $\bar{x} = 3.97$, $\bar{x} = 3.95$, และ $\bar{x} = 3.88$ ตามลำดับ) (ตารางที่ 1)

เมื่อพิจารณาปัจจัยความสำเร็จเกี่ยวกับการดำเนินงาน พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีการดำเนินงานอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{x} = 3.98$) สอดคล้องกับการศึกษาของ พัลลภา (2545) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมอย่างมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน โดยการศึกษาพบว่าแต่ละด้านควรเป็นไปอย่างต่อเนื่องและสัมพันธ์สอดคล้องกันตลอดเวลาเพื่อให้การใช้ทรัพยากรขององค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถตอบสนองต่อการเติบโตของกิจการได้ โดยการศึกษาในด้านบุคลากร และ ด้านการผลิต อยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.29$ และ $\bar{x} = 4.28$ ตามลำดับ) ส่วนการดำเนินงานด้านการเงิน และ ด้านการตลาด อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{x} = 3.98$ และ $\bar{x} = 3.86$ ตามลำดับ) (ตารางที่ 1)

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด สอดคล้องกับ Lussier and

ตารางที่ 1 ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

(n = 263)

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับการให้ความสำคัญ	$\bar{x}$	SD
การบริหารจัดการ (ภาพรวม)	ค่อนข้างสูง	3.96	0.53
- ด้านการจัดองค์กร	ค่อนข้างสูง	3.98	0.58
- ด้านการเป็นผู้นำ	ค่อนข้างสูง	3.97	0.55
- ด้านการควบคุม	ค่อนข้างสูง	3.95	0.73
- ด้านการวางแผน	ค่อนข้างสูง	3.88	0.75
การดำเนินงาน (ภาพรวม)	ค่อนข้างสูง	3.98	0.60
- ด้านบุคลากร	สูง	4.29	0.76
- ด้านการผลิต	สูง	4.28	0.67
- ด้านการเงิน	ค่อนข้างสูง	3.98	0.60
- ด้านการตลาด	ค่อนข้างสูง	3.86	0.61
ปัจจัยความสำเร็จโดยภาพรวม	ค่อนข้างสูง	3.97	0.55

Pfeifer (2001) พบว่า การจัดหาคนเข้าทำงาน สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อมในอเมริกาได้

นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีการดำเนินงานด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด สอดคล้องกับนิยาม/คตินิยม/คำสอน/ภูมิปัญญา/ทุนทางวัฒนธรรม ของผู้ประกอบการร้านอาหารไทย คือ มีน้ำใจต่อพนักงานในร้าน ใส่ใจและดูแลลูกน้อง เปรียบเสมือนคนในครอบครัว และสอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการร้านอาหารไทย คือ ควรเน้นให้พ่อครัว แม่ครัว และพนักงานเสิร์ฟรักษาความสะอาด และรักษากฎอีกทั้งความมีความเมตตา และการให้ผลตอบแทนเป็นสิ่งจูงใจในรูปแบบของค่าจ้าง โบนัส และสวัสดิการอย่างที่จะช่วยรักษาพนักงานให้ทำงานในระยะยาวได้

การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีการใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{x} = 3.76$) สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2555-2559) ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมุ่งที่การเชื่อมโยงระหว่างทุน 6 ทุน คือ ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ ทุนสังคม ทุนมนุษย์ ทุนการเงินและทุนวัฒนธรรม (ไกรฤกษ์, 2554; ศักดิ์ชัย, 2553)

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการบูรณาการวัฒนธรรม ด้านการบูรณาการภูมิปัญญา และด้านการ บูรณาการทักษะเฉพาะตนสูง อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{x} = 3.88$, $\bar{x} = 3.84$ และ $\bar{x} = 3.81$ ตามลำดับ) ส่วนด้านการบูรณาการเทคโนโลยีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.18$) ดังตารางที่ 2

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีการใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการบูรณาการวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการร้านอาหารไทยเน้นการใช้ตำรับอาหารแบบดั้งเดิมตำรับชาติดั้งเดิม สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการร้านอาหารไทย คือ การรักษารสชาติของอาหารไทยดั้งเดิมไว้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กิจการประสบความสำเร็จได้ ซึ่งธุรกิจร้านอาหารไทยสามารถพัฒนามาบนพื้นฐานของทุนวัฒนธรรมได้โดยการแปลงทุนทางวัฒนธรรมรูปแบบต่างๆ ให้เป็น “คุณค่า” สอดแทรกอยู่ในสินค้าและบริการของร้านผ่านการเล่าเรื่องราว ดำเนินประวัติศาสตร์ที่กระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภคให้ต้องการสินค้าและบริการนั้น

ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีความสำเร็จอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{x} = 3.55$) เมื่อพิจารณารายด้าน

ตารางที่ 2 การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

(n = 263)

การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ระดับการให้ความสำคัญ	$\bar{x}$	SD
ด้านการบูรณาการวัฒนธรรม	ค่อนข้างสูง	3.88	0.89
ด้านการบูรณาการภูมิปัญญา	ค่อนข้างสูง	3.84	0.84
ด้านการบูรณาการทักษะเฉพาะตน	ค่อนข้างสูง	3.81	0.83
ด้านการบูรณาการเทคโนโลยี	ปานกลาง	3.18	1.18
การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยภาพรวม	ค่อนข้างสูง	3.76	0.80

พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีความสำเร็จด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการได้รับความเชื่อมั่นผูกพันจากพนักงาน และด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{x} = 3.81$, $\bar{x} = 3.62$ และ $\bar{x} = 3.43$ ตามลำดับ) ส่วนความสำเร็จด้านสภาพความเป็นไปได้ทางการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$) ดังตารางที่ 3

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความสำเร็จด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งปัจจัยสำคัญ 2 อย่างในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คือ การมีความรู้สึกลึกซึ้งต่อความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการ และอีกอย่างหนึ่งคือ ความทันทั่วทั้งทีในการตอบสนองความต้องการและคามนิยมชมชอบของลูกค้า (Fry, Stoner & Hattwick, 2001)

ปัจจัยความสำเร็จและหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทย

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปร 5 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อการทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .001 ($F = 54.948$) โดย การบริหารจัดการด้านการวางแผน เป็นปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จได้มากที่สุด หรือกล่าวได้ว่ามีอิทธิพลต่อความสำเร็จสูงสุด โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จ ได้ร้อยละ 41.8 ($R^2 = .418$) ปัจจัยอื่นที่ช่วยอธิบายเพิ่มขึ้นได้ คือ การดำเนินงานด้านบุคลากร การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการบูรณาการเทคโนโลยี การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการบูรณาการทักษะเฉพาะคน และ การดำเนินงานด้านการเงิน เมื่อดัชนีทั้งห้านี้ร่วมกันอธิบายความสำเร็จ จะสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 51.7 ($R^2 = .517$) (ตารางที่ 4)

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่าการบริหารจัดการด้านการวางแผนมีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุดต่อความสำเร็จ ทั้งนี้การวางแผนเป็นกระบวนการคัดเลือกสรรภารกิจล่วงหน้าแบบมีเป้าหมาย กำหนดทิศทางและวิธีการปฏิบัติงานให้กับธุรกิจ คาดคะเนถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและหาวิธีแก้ไขไว้ล่วงหน้า ตลอดจนลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น ด้วยการคิดวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ในเรื่องของเวลา ทรัพยากร และสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และนอกองค์กร (ภาณี, 2545) ซึ่งสอดคล้องกับ Lussier and Pfeifer (2001) พบว่า การวางแผนเป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา แสดงให้เห็นว่า หากกิจการใดมีการบริหารจัดการด้านวางแผน กิจการนั้นย่อมประสบความสำเร็จได้

ตารางที่ 3 ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

(n = 263)

ความสำเร็จ	ระดับความสำเร็จ	$\bar{x}$	SD
ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	ค่อนข้างสูง	3.81	0.71
ด้านการได้รับความเชื่อมั่นผูกพันจากพนักงาน	ค่อนข้างสูง	3.62	0.98
ด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์	ค่อนข้างสูง	3.43	0.82
ด้านสภาพความเป็นไปได้ทางการเงิน	ปานกลาง	3.39	0.69
ความสำเร็จโดยภาพรวม	ค่อนข้างสูง	3.55	0.65

ค่อนข้างสูง ส่วนผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า การบริหารจัดการด้านการวางแผน การดำเนินงานด้านบุคลากร การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการบูรณาการเทคโนโลยี การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการบูรณาการทักษะเฉพาะตน และการดำเนินงานด้านการเงิน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และสามารถอธิบายความสำเร็จได้ร้อยละ 51.7 ($R^2 = .517$)

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ผู้ที่สนใจเริ่มการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย สำนักกอนามัย กรุงเทพมหานคร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร สมาคมหรือชมรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังต่อไปนี้

1. อายุของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีอายุตั้งแต่ 23 ถึง 80 ปี แสดงว่าอายุที่เพิ่มมากขึ้นนั้นไม่ใช่อุปสรรคสำคัญในการเริ่มประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย ซึ่งต่างจากการทำงานในระบที่มีเกษียณอายุที่ 60 ปี

2. ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมากกว่าครึ่งจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการร้านอาหารไทยประสบความสำเร็จได้โดยไม่ต้องมีการศึกษาสูง แต่การศึกษายังคงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาต่อยอดธุรกิจ เช่น การเข้าร่วมอบรม การศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ หรืองานวิจัย เป็นต้น นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์ แสวงหาความร่วมมือตลอดจนทำวิจัยสำรวจรูปแบบการจัดการอบรมที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยแต่ละขนาด โดยเฉพาะร้านอาหารไทยขนาดเล็ก ซึ่งพบประเด็นปัญหา คือ เมื่อส่งบุคลากรของร้านเข้าอบรมแล้วทำให้เปิดร้านไม่ได้

3. ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยไม่ได้เป็น

สมาชิกสมาคม/ชมรม แต่ทั้งนี้การเข้าร่วมสมาชิกสมาคมหรือชมรมนั้นมีประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจจากการศึกษาของ กวิญญา (2549) พบว่า การมีเครือข่ายในการดำเนินการ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคม/ชมรม ส่วนสมาคม/ชมรม ควรประชาสัมพันธ์ และสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมองค์กรให้มากขึ้น

4. ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต หรือ E-Commerce สำหรับการขายหรือส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการบูรณาการเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารไทยควรให้ความสำคัญในการปรับใช้เทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจมากขึ้น เช่น จัดทำหน้าเว็บไซต์เป็น social media อย่างน้อยเพื่อการประชาสัมพันธ์ร้านให้ผู้คนรับรู้ และค้นพบตำแหน่งที่อยู่ของร้านได้ โดยสร้างพื้นที่การสื่อสารกับลูกค้าเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น blogs, facebook หรือ my space ซึ่งไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงเหมือนกับการจัดทำเว็บไซต์

5. ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยเกือบครึ่งใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อบริหารจัดการและดำเนินงานร้านอาหารไทยแล้วมีอิทธิพลต่อความสำเร็จอย่างมาก ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมากกว่าครึ่งยังต้องการความรู้เกี่ยวกับการนำหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย และจากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า การใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการบูรณาการทักษะเฉพาะตนมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสำเร็จ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจให้ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในการปรับใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เข้ากับการประกอบธุรกิจ

6. จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า การบริหารจัดการด้านการวางแผนมีอิทธิพลต่อความสำเร็จสูงสุด ดังนั้น สำนักงานเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ผู้ที่สนใจเริ่มการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย สมาคมหรือชมรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้ ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงควรให้ความสำคัญกับการวางแผนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

7. จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า การดำเนินงานด้านการเงินมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสำเร็จ แม้ว่าผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างสูง เพราะการจัดการด้านการเงินอย่างมีประสิทธิภาพมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในทุกช่วงเวลา ตั้งแต่เริ่มต้นก่อตั้งกิจการกระทั่งกิจการเจริญเติบโต ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย และผู้สนใจประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย ควรมีข้อมูลทางการเงินที่เป็นระบบและมีความถูกต้องสำหรับการดำเนินธุรกิจ โดยศึกษาองค์ประกอบสำคัญของการจัดการด้านการเงิน ส่วนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับวิทยากร ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้สื่อสาร ในการฝึกอบรมที่มีศักยภาพสามารถสร้างประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการถ่ายทอดความรู้แนวทางการดำเนินงานด้านการเงินได้

8. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการศึกษา วิจัยพัฒนาผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในความดูแล ซึ่งเป็นการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้อีกช่องทางหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จและหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้หากมีการทำวิจัยครั้งต่อไป จึงควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในภูมิภาค หรือ

จังหวัดอื่น เป็นการเปรียบเทียบระหว่างจังหวัด หรือระดับภาค รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำมาอธิบาย สนับสนุนให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนและน่าเชื่อถือมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อนำไปใช้ต่อยอดการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จและหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยให้มีคุณภาพ และขยายวงกว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัตติญญ หิรัญญสมบุรณ์. (2552). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น.
- กวิญญา ถาวรล้ำเลิศ. (2549). *ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว: กรณีศึกษาโรงแรมโอเรียนเต็ล โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล และโรงแรมโซฟิเทล เซ็นทรัล พลาซ่า* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2554). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทุนวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจ. *วารสารนักบริหาร*, 31(1), 32–37.
- คุณากร วาณิชชัวิรุฬห์. (2552). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์: เข้ามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ แปลจาก J. Howkins. 2001. *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin Books Ltd.
- จิรศักดิ์ ปาลิพงศ์พันธุ์ และ สุมาลี สันติพลวุฒิ. (2546). การวิเคราะห์ความเข้มแข็งของชุมชนตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์*, 10(1–2), 1–10.
- ชนศ ยุคันตวนิชชัย. (2553). การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัย*

- หอการค้าไทย, 30(2), 99–115.
- ผ่องพรรณ ตรัยมงคลกุล และ สุภาพ นัทรารณณ์. (2555). *การออกแบบการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พลลภา สันธวารินทร์. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในจังหวัดเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- ภาณี อุบลศรี. (2545). *การเปรียบเทียบลักษณะความสำเร็จของผู้ประกอบการและวิธีการจัดการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินธุรกิจการค้าและการบริการขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2549). *ครบเครื่องเรื่องบริหารธุรกิจขนาดย่อม* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศรีปริญญา ถาวรประเสริฐ. (2543). *ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานธุรกิจขนาดย่อม: ศึกษาการบริหารงานบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศักดิ์ชัย เกียรติณินทร์. (2553). *ทุนความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: วัฒนา.
- ศุภกฤติ สายเชื้อ, ประเมธี วิมลศิริ, ริชาร์ด ไพบูลย์, ชัยประนิน วิสุทธีผล, ดวงฤทธิ์ บุญนาค และ อภิสิทธิ์ ไส่สตรูไกล. (2552). *ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: คอนแทคท์พับลิชิ่ง.
- สถาพร ถาวรธวัชสัน และ ผ่องพรรณ ตรัยมงคลกุล. (2549). *ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจชุมชนและกลยุทธ์เสริมสร้างความเข้มแข็ง: ประสพการณ์จาก 4 กรณีศึกษาในภาคกลาง*. *วิทยาสารเกษตรศาสตร์*, 27(2), 307–320.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 33(128), 49–65.
- สุรัช จิวเจริญสกุล, อารยา ยินดีกิจโกศล, นฤพรรณ วัลลิสุพรรณ, สุรัช จารุเคชา และกฤษฎา ไพศาล. *สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ*. (2548). *รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ ชุดโครงการวิจัยพัฒนาการผลิตอาหารไทยปลอดภัยสู่ครัวโลก โครงการวิจัยย่อย 5: การพัฒนารูปแบบการสร้างระบบธุรกิจร้านอาหารไทยมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ.
- Anderson, R. L., & Dunkelberg, J. S. (1990). *Entrepreneurship: Starting a new business*. New York, NY: Harper & Row Publishers, Inc.
- Babbie, E. R. (2011). *The practice of social research* (13th ed.). Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning Ltd.
- Fry, F. L., Stoner, C. R., & Hattwich, R. E. (2001). *Business: An integrative approach* (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill, Inc.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). *Educational and psychological measurement*. pp. 607–610. Cited in Chatraphorn, S. (2010). *Textbook of Research Methodology in Home Economics Education*. Vocational Education of Kasetsart University. (Mimeographed) [in Thai]
- Lussier, R. N., & Pfeifer, S. (2001). *A crossnational prediction model for business success*. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/04472778.00021/abstract>

TRANSLATED THAI REFERENCES

- Aurjiraphongphan, S., Whattanasin, P., Chanchai, A., & Khuprat, P. (2010). Innovation: Terms,

- classifications and vital role of innovation to entrepreneurs. *Thammasat Business Journal*, 33(128), 49–65. [in Thai]
- Hiranyasomboon, K. (2009). *Small business management* (8th ed.). Text and Journal Publication. [in Thai]
- Jewcharoensakul, S., Yindeekitkhosol, A., Wallisuphan, N., Jarudecha, S., & Phaisal, K. (2005). *Professional Thai food business system creation pattern development*. Bangkok, Thailand: National Research Council of Thailand. [in Thai]
- Kieatnakin, S. (2010). *Capital idea in creative economy*. Bangkok, Thailand: Wai-Line. [in Thai]
- Paleepongpan, J., & Santipallavut, S. (2003). The strength analysis of community-base approaches to sustainable development. *Applied Economics Journal*, 10(1–2), 1–10. [in Thai]
- Pinkaeo, K. (2011). Creative economy, cultural capital and business opportunity. *Executive Journal*, 31(1), 32–37. [in Thai]
- Saicheua, S., Wimolsiri, P., Paiwis, R., Visudhipol, C., Boonnak, D., & Laisatooklai, A. (2009). *Why the “Creative Economy”?* Bangkok, Thailand: Contract Bangkok, Publishing. [in Thai]
- Sintuvarin, P. (2002). *Factors affecting success of small textile entrepreneurs in Chiang Mai* (Unpublished master’s thesis). Maejo University, Chiang Mai, Thailand. [in Thai]
- Tawonatiwas, S., & Traimongkolkul, P. (2006). Success factors of community enterprises and enhancing strategies: Experiences from 4 case studies in the central Region. *Kasetsart Journal: (Social Sciences)*, 27(2), 307–320. [in Thai]
- Thawornlumlert, K. (2006). *Key success actors in luxury hotel business operation in Bangkok: A case study of the oriental, intercontinental and Sofitel Central Plaza* (Unpublished master’s independent study). Kasetsart University, Bangkok, Thailand. [in Thai]
- Thawornprasert, S. (2000). Factors affecting success of small business administration: management study television production company. (Unpublished master’s thesis). Thammasat University, Bangkok, Thailand. [in Thai]
- Thosuwanjinda, W. (2006). *General small business administration* (7th ed.). Bangkok, Thailand: Technology Promotion Association Bangkok, (Thailand-Japan) [in Thai]
- Traimongkolkul, P., & Chatraphorn, S. (2012). *Research design* (7th ed.). Bangkok, Thailand: Kasetsart University Press. [in Thai]
- Ubonsri, P. (2002). *A comparison of entrepreneurial characteristics and managerial methods among small and medium trading and service entrepreneurs with high and low levels of success in Chiang Mai province* (Unpublished master’s Independent study). Chiang Mai University, Chiang Mai, Thailand. [in Thai]
- Wanichwiroon, K. (2009). *The creative economy: How people make money from ideas*. Bangkok, Thailand: Thailand Creative & Design Center. Translated from J. Howkins. 2001. *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin Books Ltd. [in Thai]
- Yukantavanichai, T. (2010). IMC (Integrated Marketing Communications). *University of the Thai Chamber Commerce Journal*, 30(2), 99–115. [in Thai]