

แนวทางการจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรม

ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

The Managerial Guidelines for Food and Drink Businesses in Industrial Area of Suengnoen Sub-District, Suengnoen District, Nakhonratchasima Province

ปฐมพงศ์ ไกรจันทร์¹ และ รุจิรัตน์ พัฒนธาบุตร²

Prathompong Kaijan¹ and Ruchirat Patanathabutr²

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อีเมล: prathompong.k@kkumail.com

วันที่รับบทความ (Received)	วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)	วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)
16 สิงหาคม 2564	6 กันยายน 2564	10 กันยายน 2564

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของแนวทางการจัดการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา นิยามและให้ความหมายองค์ประกอบ และกำหนดแนวทางการจัดการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีวิธีการศึกษาโดยใช้วิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเพื่อหาตัวแปรสังเกตได้และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อจำแนกองค์ประกอบ และใช้การประชุมระดมสมองเพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 347 ราย ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 41 ปี - ไม่เกิน 50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 9,001 บาท - ไม่เกิน 15,000 บาทที่ใช้บริโภคร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา อยู่ที่ต่ำกว่า 101-200 บาทต่อวัน ซึ่งสามารถจำแนกองค์ประกอบของแนวทางการจัดการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ได้ทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) คาเฟ่ที่สร้างความรู้สึกสะดวกสบาย (Comfortable Cafe) ใช้ตัวย่อว่า “C” (2) คาเฟ่ที่มีอัตลักษณ์เป็นของตัวเอง (Attractive Cafe) ใช้ตัวย่อว่า “A” (3) คาเฟ่ที่ให้บริการเหนือความคาดหมาย (Fantastic Cafe) ใช้ตัวย่อว่า “F” และ (4) คาเฟ่ที่ใส่ใจในความรู้สึก (Emotional Cafe) ใช้ตัวย่อว่า “E” โดยองค์ประกอบทั้งหมดสามารถอธิบายการจัดการธุรกิจร้านอาหารและ

เครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมาได้ร้อยละ 66.346 ซึ่งนำองค์ประกอบที่ได้กำหนดเป็นแนวทาง “CAFE” ให้นิยามว่า “กาแฟแห่งความสุข” สำหรับเป็นแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

คำสำคัญ: แนวทางการจัดการธุรกิจร้านอาหาร,แนวทางการจัดการธุรกิจเครื่องดื่ม, องค์ประกอบ

ABSTRACT

The purposes of this study were to study components of the managerial guidelines for food and drink businesses in industrial area of Suengnoen Sub-district, Suengnoen District, Nakhonratchasima Province, define meaning of the components, and specify the managerial guidelines for food and drink businesses in industrial area of Suengnoen Sub-district, Suengnoen District, Nakhonratchasima Province. The study were conducted with documentary research, together with semi-structured interview to find observable variables, exploratory factor analysis for the managerial guidelines for food and drink business components classification, and brainstorming to define the guidelines for of the managerial guidelines for food and drink business in the industrial area of Suengnoen Sub-district, Suengnoen District, Nakhonratchasima Province. The data was collected from a sample group, with 347 participants. The findings were found that general information of most respondents was female, at the age of 41 years up to 50 years, with bachelor's degree; salary was from 9,001 baht - up to 15,000 baht monthly. The consumption limit was lower than 101-200 baht per day. The managerial guidelines for food and drink business in the industrial area of Suengnoen Sub-district, Suengnoen District, Nakhonratchasima Province could be classified into 4 components which were Comfortable Cafe (C), Attractive Cafe (A), Fantastic Cafe (F) and Emotional Cafe (E). From all of these components, it can be explained that the managerial guidelines of food and drink business in the industrial area of Suengnoen Sub-district, Suengnoen District, Nakhonratchasima Province gained 66.346 percent, and it can be defined as a guideline “CAFE” for responding the needs of customers.

Keywords: The managerial guidelines of food business, The managerial guidelines of drink business, components.

บทนำ

ธุรกิจร้านอาหาร และเครื่องดื่มในประเทศไทยเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งในภาคส่วนการให้บริการและมีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องด้วยมีผู้ประกอบการตั้งแต่รายเล็กไปจนถึงผู้ประกอบการรายใหญ่ ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ มากมาย ผสมผสานกันเป็นธุรกิจที่มีความสามารถในการทำ

กำไรที่เพิ่มขึ้นทุกปี ในช่วงปี 2560 – 2561 ตลาดธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทยมีมูลค่าที่สูงถึง 4 แสนล้านบาทและมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามวิถีชีวิตในการดำรงชีพสำหรับมนุษย์เงินเดือนหรือพนักงานบริษัทในปัจจุบันนั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะในเขตพื้นที่เขตอุตสาหกรรมสูงเนิน ซึ่งมีประชากรในอำเภอสูงเนินอยู่ประมาณ 84,669 คน ในพื้นที่ 782.9 ตร.กม. (ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย, 2562) ด้วยวิถีชีวิตที่มีเวลาอยู่อย่างจำกัด ต้องใช้ชีวิตแข่งกับเวลาอยู่เสมอ และต้องเร่งรีบอยู่ตลอดเวลา ทำให้การเลือกบริโภคร้านอาหารและเครื่องดื่มนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงความสะดวกสบายในการใช้บริการ และจะต้องรวดเร็วเนื่องจากมีเวลาพักในกลางวันที่มีอยู่อย่างจำกัด

แต่เนื่องด้วยผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม ปี 2563 ทำให้ ประเภทธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในปี 2564 ยังคงมีความเสี่ยงที่สูง เนื่องจากในช่วงปลายเดือนธันวาคม 2563 ประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อ COVID-19 ในประเทศอีกครั้ง ส่งผลให้บางจังหวัดในประเทศไทยมีความจำเป็นต้องยกระดับมาตรการควบคุมโรคและป้องกันการระบาดของโควิด-19 ไปจนถึงต้นเดือน 2564 ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารในบางจังหวัดเช่น สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร ขณะที่หลาย ๆ จังหวัดในประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นกลุ่มเสี่ยงนั้นได้ขอความร่วมมืองดจัดกิจกรรม ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในช่วงเทศกาลงานปีใหม่ส่งท้ายปีเก่า โดยเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่เกิดขึ้นนั้นได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยก่อนหน้านี้หลาย ๆ ธุรกิจสามารถเปิดบริการได้เป็นปกติและกำลังจะทยอยกลับมาดีขึ้น หรือแม้แต่วานิช street food ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐ คือ นโยบาย “คนละครึ่ง” และ “เราเที่ยวด้วยกัน” ส่งผลให้ทั้งปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมีแนวโน้มอาจจะหดตัวลงร้อยละ 6.0 หรือมีมูลค่าประมาณ 4.05 แสนล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในปี 2564 สภาพแวดล้อมภายในประเทศนั้นยังคงไม่เปลี่ยนแปลง ความกังวลของผู้บริโภคต่อการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มขยายตัวเพียงร้อยละ 1.4 – 2.6 โดยเป็นระดับที่ต่ำกว่าประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ก็ยังเป็นที่ต้องการของตลาดและมีความท้าทายที่สูง โดยโอกาสในความสำเร็จในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ดังกล่าวยังคงขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ ที่สำคัญ อาทิ ช่องทางการทำตลาดที่หลากหลาย การบริหารจัดการต้นทุนและวัตถุดิบของร้าน รวมถึงมาตรฐานของการป้องกันโควิดในทุก ๆ จุดของบริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ การปรุง การจัดส่ง เพราะสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคคงจะเลือกซื้อจากผู้ประกอบการที่ทำเรื่องดังกล่าวได้อย่างน่าเชื่อถือมากกว่า (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563)

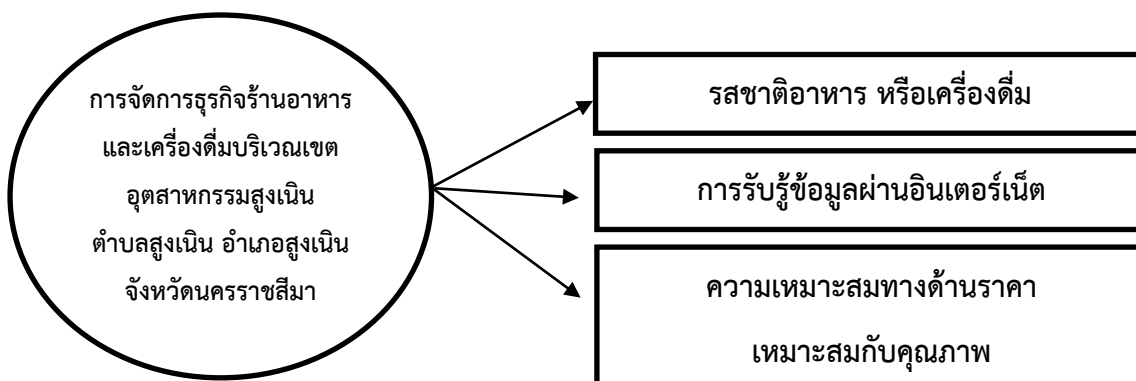
ด้วยโอกาสและความเป็นไปได้ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่กำลังจะกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง ทั้งยังได้รับการส่งเสริมจากทางนโยบายทางภาครัฐ “คนละครึ่ง” และ “เราเที่ยวด้วยกัน” การเปิดธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กไปจนถึงขนาดกลาง ทางผู้วิจัยนั้นเห็นถึงโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จ เพราะมีความหลากหลาย มีความยืดหยุ่น ในการบริหารจัดการที่รวมถึงความยืดหยุ่นในช่องทางตลาด หรือแม้แต่วิธีความสามารถในการปรับเปลี่ยนกระบวนการ ขั้นตอน และรูปแบบต่าง ๆ ในห่วงโซ่ธุรกิจ (ประชาชาติธุรกิจ, 2563) จึงได้ทำการวิจัยองค์ประกอบองค์ประกอบในการทำธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในเขตพื้นที่อุตสาหกรรม ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการจะเปิดธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

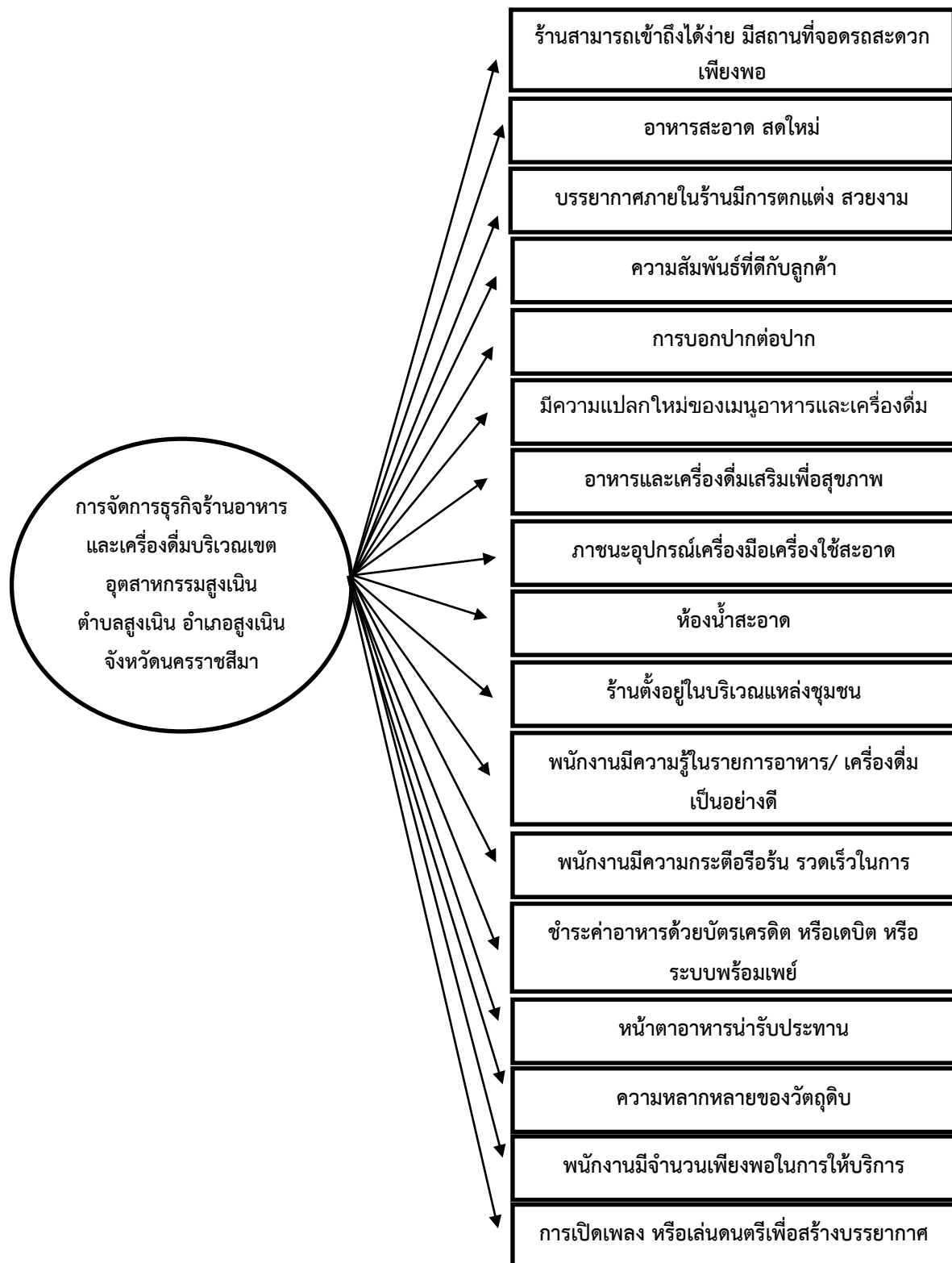
1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของแนวทางการจัดการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณเขตอุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อนิยามและให้ความหมายองค์ประกอบของแนวทางการจัดการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณเขตอุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณเขตอุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณเขตอุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้ ตัวแปรต้น (independent Variables) ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย (ต่อ)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย (ต่อ)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้รูปแบบผสม (Mixed Method) โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณเขตอุตสาหกรรมตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นเป็นกลุ่มวัยเรียนหรือทำงานที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรของ W.G.cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ

95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้การรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลปริมาณ สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด ซึ่งมีขั้นตอนในการออกแบบและเนื้อหาของแบบคำถามตามลำดับ ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย คำถาม 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และวงเงินที่ใช้บริโภคร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่เขตอุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยจะเป็นคำถามปลายปิดที่สามารถเลือกได้เพียงข้อเดียว

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลทางด้านปัจจัยที่มีส่งผลต่อความคิดเห็นต่อความสำคัญองค์ประกอบในการเลือกบริโภคร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณเขตอุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยจะเป็นข้อมูลความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแนวทางการเปิดธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณเขตอุตสาหกรรมสูงเนิน ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยชุดคำถามที่ได้ก็นำมาจากการพัฒนาจากการศึกษาทบทวน วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยคำถามเป็นลักษณะแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 34 คำถาม

3. วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการแจกแบบสำรวจโดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) และแจกแบบสำรวจเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการตอบแบบสำรวจใน Google Form สำหรับช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลคือตั้งแต่ 15 เมษายน 2564 – วันที่ 15 มิถุนายน 2564 รวมเป็นระยะเวลา 1 เดือน ได้การตอบกลับทั้งหมดจำนวน 347 ราย คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 90.12 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar and Day (2001) ที่ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามจะต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการเลือกวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเภททางสถิติ โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อตรวจสอบว่า องค์ประกอบร่วมทุกตัวมีความสัมพันธ์กันหรือเป็นอิสระต่อกัน และประเมินผลตามขั้นตอน EFA

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาองค์ประกอบของตัวแปรแนวทางการจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรม ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 1 องค์ประกอบที่ 1

องค์ประกอบที่ 1	Factor Loading
1.1 อาหารสะอาด สดใหม่	0.810
1.2 ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด	0.752
1.3 ความเหมาะสมทางด้านราคา เหมาะสมกับคุณภาพ	0.742
1.4 อาหารไม่มีสารปนเปื้อน	0.728
1.5 มีราคาอาหารตรงตามป้าย รายการอาหารมีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน	0.728
1.6 รสชาติอาหาร หรือเครื่องดื่ม	0.713
1.7 พนักงานบริการด้วยความสุภาพ	0.656
1.8 พนักงานมีความกระตือรือร้น รวดเร็วในการให้บริการ	0.652
1.9 ร้านสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีสถานที่จอดรถสะดวกเพียงพอ	0.630
1.10 โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	0.609
1.11 รสชาติอาหารคงที่	0.608
1.12 ภายในร้านกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ	0.599
1.13 ห้องน้ำสะอาด	0.585
1.14 เจ้าของร้าน/พนักงานบริการด้วยความเป็นกันเอง	0.585
1.15 หน้าตาอาหารน่ารับประทาน	0.496

ตารางที่ 2 องค์ประกอบที่ 2

องค์ประกอบที่ 2	Factor Loading
2.1 การเปิดเพลง หรือเล่นดนตรีเพื่อสร้างบรรยากาศ	0.714
2.2 ชำระค่าอาหารด้วยบัตรเครดิต หรือเดบิต หรือระบบพร้อมเพย์	0.637
2.3 การรับรู้ข้อมูลผ่าน อินเทอร์เน็ต	0.588
2.4 บรรยากาศภายในร้านมีการตกแต่ง สวยงาม ทันสมัย	0.562
2.5 ความหลากหลายของวัตถุดิบ	0.555
2.6 พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	0.464

ตารางที่ 3 องค์ประกอบที่ 3

องค์ประกอบที่ 3	Factor Loading
3.1 มีน้ำดื่มบริการฟรี	0.667
3.2 มีราคาให้เลือกหลายระดับ	0.616
3.3 มีการพัฒนาเมนูอาหารและเครื่องดื่มใหม่ๆตามเทรนด์อยู่เสมอ	0.609
3.4 มีห้องอาหารแยกบริการเป็นห้องส่วนตัว	0.588
3.5 บริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน	0.581
3.6 เมนูอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย	0.568
3.7 พนักงานแต่งกายสุภาพ	0.537
3.8 พนักงานมีความรู้ในรายการอาหาร/ เครื่องดื่ม เป็นอย่างดี	0.462

ตารางที่ 4 องค์ประกอบที่ 4

องค์ประกอบที่ 4	Factor Loading
4.1 การบอกปากต่อปาก	0.667
4.2 ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	0.646
4.3 ร้านตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชน	0.640
4.4 มีความแปลกใหม่ของเมนูอาหารและเครื่องดื่ม	0.625
4.5 อาหารและเครื่องดื่มเสริมเพื่อสุขภาพ	0.534

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจในการลดจำนวนองค์ประกอบแนวทางการจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรม ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จาก 34 องค์ประกอบ เหลือ 4 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 1 ได้ว่า คาเฟ่ที่สร้างความรู้สึกระบาย (Comfortable Cafe) หรือใช้ตัวย่อว่า “C” โดยนิยามองค์ประกอบที่ 1 หมายถึง การสร้างบรรยากาศภายในร้านให้มีความรู้สึกที่ สะดวก สบาย มีความเป็นกันเอง ทั้งผู้บริโภคร และพนักงานภายในร้าน มีรสชาติอาหาร และเครื่องดื่มที่อร่อยและถูกปากผู้บริโภค

องค์ประกอบที่ 2 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 2 ได้ว่า คาเฟ่ที่มีอัตลักษณ์เป็นของตัวเอง (Attractive Cafe) หรือใช้ตัวย่อว่า “A” โดยนิยามองค์ประกอบที่ 2 หมายถึง การจัดการคาเฟ่ให้มีอัตลักษณ์เป็นของตัวเอง มีเสน่ห์ สวยงาม มีการเปิดเพลงหรือเล่นดนตรีสดภายในร้าน มีเมนูที่แปลกใหม่และมีหลากหลายวัตถุดิบเพื่อให้เป็นที่น่าสนใจ ดึงดูดผู้บริโภค

องค์ประกอบที่ 3 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 3 ได้ว่า คาเฟ่ที่ให้บริการเหนือความคาดหมาย (Fantastic Cafe) หรือใช้ตัวย่อว่า “F” โดยนิยามองค์ประกอบที่ 3 หมายถึง เราจะสร้างความประทับใจที่

เหนือความคาดหวังจากผู้บริโภคได้คาดหวังเอาไว้ โดยจะมีการให้ความรู้เกี่ยวเมนูอาหารและเครื่องดื่มแก่พนักงานบริการเพื่อให้พนักงาน สามารถแนะนำเมนูอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องเหมาะสมแก่ผู้บริโภค

องค์ประกอบที่ 4 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 4 ได้ว่า คาเฟ่ที่ใส่ใจในความรู้สึก(Emotional Cafe) หรือใช้ตัวย่อว่า “E” โดยนิยามองค์ประกอบที่ 4 หมายถึง คาเฟ่ใส่ใจในความรู้สึกของผู้บริโภค พนักงาน ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยจะสร้างกระบวนการรับรู้และการสื่อสารต่อผู้บริโภค พนักงาน ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 41 ปี - ไม่เกิน 50 ปี และตั้งแต่ 31 ปี - ไม่เกิน 40 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 9,001 บาท - ไม่เกิน 15,000 บาท และตั้งแต่ 15,001 บาท - ไม่เกิน 30,000 บาท วงเงินที่ใช้บริโภคร้านอาหารและเครื่องดื่มต่อวันโดยประมาณอยู่ที่ตั้งแต่ 101 – 200 บาทต่อวัน และอยู่ที่ต่ำกว่า 100 บาทต่อวัน

สรุปผลการศึกษาตามองค์ประกอบของแนวทางการจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรม ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จากตัวแปรตั้งต้น 34 ตัวแปร นำมาวิเคราะห์เหลือจำนวน 4 องค์ประกอบดังนี้

แนวทางนี้เกิดจากการประยุกต์ใช้ผลการศึกษาขององค์ประกอบที่ 1 คือ พื้นที่ภายในร้านอาหารและเครื่องดื่มจะต้องให้ความรู้ถึงความสะดวกสบาย สอดคล้องกับ ทิพย์ปภา ขาวฉลาด (2561) มีการจัดระเบียบ และทำความสะอาด สอดคล้องกับ สุภารัตน์ ณรงค์ชัยกุล (2558) พื้นที่ทั้งภายในและภายนอกร้าน รวมถึงห้องน้ำให้มีความสะอาด เมนูอาหารสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และมีราคาของแต่ละเมนูอาหาร และเครื่องดื่มที่ให้เลือกละเอียดหลายระดับ สอดคล้องกับทิพวรรณ เอื้อใหม่สกุล (2560) ทั้งนี้ต้องควบคุมมาตรฐานรวมไปถึงรสชาติโดยการ ใช้แบบสอบถามประเมินหลังบริการ มีการจัดอบรมการให้บริการลูกค้ากับพนักงานอย่างเป็นระยะ

แนวทางนี้เกิดจากการประยุกต์ใช้ผลการศึกษาขององค์ประกอบที่ 2 คือ จะมีการจ้างช่างผู้เชี่ยวชาญออกแบบร้านอาหารและเครื่องดื่ม ให้มีอัตลักษณ์เป็นของตัวเอง มีเสน่ห์ สวยงาม เพื่อให้เป็นที่ดึงดูดใจสำหรับผู้บริโภค สอดคล้องกับณัฐธิดา แบลซุนทด (2561) จัดทำระบบชำระค่าบริการให้สามารถ ชำระค่าบริการผ่านพร้อมเพย์ แอปพลิเคชันมือถือ หรือสามารถชำระได้ผ่านบัตรเครดิต เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค สอดคล้องกับทิพย์ปภา ขาวฉลาด (2561) จัดหาพนักงานฝ่ายการตลาดเพื่อมาออกแบบการโปรโมชัน โปรโมทเพจของร้านและอัปเดตข้อมูลของร้านอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อให้เกิดความรับรู้และน่าสนใจแก่ผู้บริโภค มีการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นมาสร้างเมนูใหม่ตามฤดูกาล สอดคล้องกับศิริประภา นพขยา (2558)

แนวทางนี้เกิดจากการประยุกต์ใช้ผลการศึกษาขององค์ประกอบที่ 3 คือมีการจัดหาน้ำดื่มบริการฟรีแก่ผู้บริโภค โดยในแต่ละวันจะมีน้ำดื่มที่แปลกใหม่ ตัวอย่างเช่น น้ำใบเตย น้ำมะลิ เป็นต้น สอดคล้องกับทิพย์ปภา ขาวฉลาด (2561) จัดทำห้องส่วนตัวสำหรับให้บริการผู้บริโภคแบบกลุ่ม สอดคล้องกับศิริประภา นพขยา (2558) จัดทำเซตเมนูอาหารและเครื่องดื่ม ตามขนาดของปริมาณ และราคาให้ผู้บริโภค

สามารถเลือกได้ตามความต้องการสอดคล้องกับปรัชญา แนวคิด (2561) จัดโปรแกรมพิเศษ ประจำฤดูกาล พนักงานมีการเปลี่ยนชุดตามฤดูกาล และจัดช่วงเวลาพิเศษสำหรับบริการจัดส่งอาหารฟรี

แนวทางนี้เกิดจากการประยุกต์ใช้ผลการศึกษาขององค์ประกอบที่ 4 คือ หากผู้บริโภคได้ทดลองชิมอาหารในเพจของร้านจะมีโปรโมชั่นลด 5% สอดคล้องกับนวัตกรรม บุญเพียรผล (2560) และทางร้านจะมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าเป็นแบบเบอร์โดยมีโปรโมชั่นเพิ่มเติม เช่น เมื่อใช้บริการครบ 3,000 บาท จะได้คุกกี้ส่วนลด 100-200 บาทเป็นต้นสอดคล้องกับกษมรัตน์ มะลูลีม (2558) มีการช่วยเหลือและตอบแทนสังคมโดย การจ้างพนักงานในชุมชนเป็นหลัก จัดโครงการประจำปี ใช้ผักปลอดสารพิษหรือ ผักออร์แกนิกจากในชุมชนสอดคล้องกับโคศิษฐา แดงตา (2563) และมีการใส่ใจผู้บริโภคเพิ่มเติมโดยการจัดหาเมนูเพื่อสุขภาพ เช่น หวานน้อย หรืออาหารที่ไม่รสจัดสอดคล้องกับ นิตนา ฐานิธรนกร (2558)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับเจ้าของกิจการร้านอาหารและเครื่องดื่ม

เจ้าของกิจการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ได้ให้คำแนะนำว่าควรดำเนินกิจกรรมภายใต้การแนวทางการจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรม ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา “CAFE” และทำการประเมินผล ตรวจสอบข้อคิดเห็น เพื่อการนำไปสู่การพัฒนาการจัดการที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในครั้งต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป

ควรรวบรวมองค์ประกอบใหม่ 4 องค์ประกอบไปใช้ในการพัฒนาเป็นแบบสอบถามเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจและสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรม ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ตามแนวทาง “CAFE” หรือ “คาเฟ่แห่งความสุข” หรือนำแนวทางที่ได้ไปทำการวิจัยต่อยอดในงานวิจัยอื่น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กษมรัตน์ มะลูลีม. (2558). ปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ความสัมพันธ์กับลูกค้าคุณภาพความสัมพันธ์และการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเบเกอรี่คาเฟ่ของผู้บริโภคชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ณัฐนิชา แบนขุนทด. (2561). การออกแบบธุรกิจ ร้านอาหารเวียดนามนัดพบ เทศบาลตำบลด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ทิพย์ปภา ขาวฉลาด. (2561). คุณลักษณะของร้านอาหารฟิวชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

- ทิพวรรณ เอื้อใหม่สกุล. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรใน กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- นพรัตน์ บุญเพียรผล. (2560). แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวนานาชาติ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 10(1), 61-76.
- นิตนา ฐานิตธนกร. (2558). กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์เชิงประสบการณ์ (Experiential Relationship Strategy) ที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ด้านการเงินของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563) สํารวจชีวิตมนุษย์เงินเดือน. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.prachachat.net/d-life/news-361080>.
- ศิริประภา นพขยา. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย. (2562). จำนวนประชากรใน อำเภอสูงเนิน. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://www.sungnoen.go.th>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). เศรษฐกิจไทยปี 2563. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://kasikornbank.com/th/News/Pages/Thai-economy-2021.aspx>.
- โศศิษฐา แดงตา. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 10(3), 41-54.
- สุดารัตน์ ณรงค์ชัยกุล. (2558). การออกแบบธุรกิจ กรณีศึกษา ร้านอาหารเวียดนาม ครัวฮานอย ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 10(1), 1776-1782.
- Aaker, D. A., Kumar, V. and Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York: John Wiley & Son.