



## รายงานการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

**Factors Influencing the Success of Cafe Entrepreneurs in  
Songkhla Province**

รวีวรรณ พวงสอน

Rawiwan Pounsorn

กาญจนาพัฐ์ กลับทับถิ่ง

Karnjanapat Klabtublang

คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

งบประมาณรายได้ประจำปี พ.ศ. 2566



## รายงานการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

**Factors Influencing the Success of Cafe Entrepreneurs in  
Songkhla Province**

รวีวรรณ พวงสอน

Rawiwan Pounsorn

กาญจนาพัฐ์ กลับทับถิ่ง

Karnjanapat Klabtublang

คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

งบประมาณรายได้ประจำปี พ.ศ. 2566

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณรายได้ประจำปี พ.ศ. 2565 และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนด้วยดีตลอดมา หากคุณค่าและประโยชน์อันพึงมีได้ ๆ ที่เกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้เป็นความกตัญญูกตเวทิตาคุณแต่บิดามารดา ครูอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

คณะผู้วิจัย

สิงหาคม 2567

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

รวิวรรณ พวงสอน<sup>1</sup> และ กาญจนพัฐ์ กลับทับลัง<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณใช้ประเมินแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สำหรับแบบสอบถามจะสอบถามประชากร คือ ลูกค้าที่เดินทางมาใช้บริการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา จำนวน 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพใช้สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านกาแฟ และพนักงานวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา มี 2 ประเด็น ดังนี้ 1) การบริหารจัดการปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกาแฟในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการร้านกาแฟ คือ ด้านแรงงาน จะมีเกณฑ์การคัดเลือกพนักงานเข้ามาทำงานที่มีความแตกต่างกัน โดยทางร้านจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรู้และทักษะเกี่ยวกับกาแฟรวมถึงการให้บริการ ด้านเงินทุนผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพและอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการชงกาแฟ ด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต จะเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีการสต็อกสินค้า ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ มีการจัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการชงกาแฟและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีบริการซ่อมบำรุงหลังการขาย 2) ปัจจัยการวัดคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาออกเป็น 5 ด้าน พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ( $\bar{X} = 4.40$ ) ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ( $\bar{X} = 4.32$ ) การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการและความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X} = 4.30$ ) และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ( $\bar{X} = 4.29$ )

**คำสำคัญ:** ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ, คุณภาพการบริการ, ผู้ประกอบการ

<sup>1-2</sup> อาจารย์ หลักสูตรสาขาวิชาการโรงแรม สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อ. เมือง จ. สงขลา

## Factors Influencing the Success of Cafe Entrepreneurs in Songkhla Province

Rawiwan Pounsorn<sup>1</sup> and Karnjanapat Klabtublang<sup>2</sup>

### Abstract

The purpose of this research is to explore the factors contributing to the success of café entrepreneurs in Songkhla Province and to analyze the management practices employed by these café operators. The study employs a mixed-methods approach, integrating both quantitative and qualitative methodologies. Data were collected using questionnaires and semi-structured interviews. The study population includes customers who visit cafés in Songkhla Province. Due to the challenge of determining the exact number of customers, the sample size was determined to be 384, following the methodology proposed by W.G. Cochran (1977). Additionally, café owners and employees were included in the sample, with purposive sampling and quota sampling techniques employed to target key stakeholders involved in café management. Data analysis was conducted using percentage distributions, means, and standard deviations.

The results indicate that the overall quality of service provided by café owners in Songkhla Province is rated highly, with an average score of  $M = 4.32$ . The factors contributing to service quality, ranked from highest to lowest average score, are: Tangibility ( $M = 4.40$ ), Reliability ( $M = 4.32$ ), Understanding the Customer ( $M = 4.30$ ), and Credibility ( $M = 4.29$ ), with Responsiveness receiving the lowest score ( $M = 4.29$ ). In terms of service quality measurement, the study identified key factors including the tangibility of the service, the taste and variety of food and beverages, and the quality of service equipment. Reliability is indicated by adherence to the stated opening and closing hours and the staff's proficiency in addressing customer inquiries. Responsiveness encompasses staff's friendly demeanor, politeness, and availability of feedback channels. Credibility is associated with transparent pricing, while understanding the customer involves providing multiple payment options, being receptive to customer feedback, and effectively prioritizing customer service.

Interviews with café owners in Songkhla Province highlighted several factors influencing successful café management. These include labor considerations, with an emphasis on hiring staff with specific knowledge and skills related to coffee and customer service. Financial investment is directed towards procuring high-quality ingredients and coffee-making equipment. Operators also prioritize the quality of raw materials and inventory management. Furthermore, they ensure the acquisition of coffee-making equipment and other tools, coupled with maintenance services.

Interviews with café employees revealed that customers predominantly order black coffee or Americano, often customized with various ingredients unique to each café. Peak customer activity occurs between 11:00 AM and 1:00 PM, particularly on weekends and public holidays. Employees provide equitable and sincere service, aiming to create a welcoming environment and enhance customer satisfaction to encourage repeat visits.

**Keyword:** Influencing the Success, Service Quality, Entrepreneur

## สารบัญ

|                                                                       | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------|------|
| กิตติกรรมประกาศ.....                                                  | ค    |
| บทคัดย่อภาษาไทย.....                                                  | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....                                               | จ    |
| สารบัญ.....                                                           | ฉ    |
| สารบัญตาราง.....                                                      | ช    |
| สารบัญภาพ.....                                                        | ณ    |
| <b>บทที่ 1 บทนำ</b>                                                   |      |
| ความเป็นมาและความสำคัญ.....                                           | 1    |
| วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....                                      | 2    |
| ขอบเขตของการวิจัย.....                                                | 2    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ.....                                                  | 3    |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย.....                                             | 4    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....                                        | 4    |
| <b>บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>                                  |      |
| แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....                              | 5    |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....                           | 10   |
| แนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร.....                                         | 14   |
| แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ.....                                      | 18   |
| ข้อมูลทั่วไปของร้านค้ากาแฟในตำบลบ่ออย่าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา..... | 21   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                                            | 28   |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                 | หน้า |
|-------------------------------------------------|------|
| <b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย</b>            |      |
| การวิจัยเชิงปริมาณ.....                         | 33   |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....                    | 33   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....                 | 34   |
| เก็บรวบรวมข้อมูล.....                           | 36   |
| การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย..... | 36   |
| การวิจัยเชิงคุณภาพ.....                         | 36   |
| กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....                     | 36   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....                 | 37   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล.....                        | 37   |
| การวิเคราะห์ข้อมูล.....                         | 37   |
| <b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>             |      |
| สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....        | 39   |
| การแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....                | 39   |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....                       | 39   |
| <b>บทที่ 5 การสรุป การอภิปราย และข้อเสนอแนะ</b> |      |
| สรุปผลการวิจัย.....                             | 66   |
| อภิปรายผล.....                                  | 69   |
| ข้อเสนอแนะ.....                                 | 71   |
| บรรณานุกรม.....                                 | 72   |
| ภาคผนวก.....                                    | 76   |
| ภาคผนวก ก.....                                  | 77   |
| ภาคผนวก ข.....                                  | 84   |
| ประวัติผู้วิจัย.....                            | 85   |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่                                                                                                | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 1 จำนวนและคำร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ<br>ร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา.....     | 39   |
| ตารางที่ 2 จำนวนและคำร้อยละข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟ<br>จังหวัดสงขลา.....             | 42   |
| ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจ<br>ร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา..... | 46   |
| ตารางที่ 4 แสดงการตรวจสอบข้อมูลความเที่ยงตรงแบบสามเส้า (Triangulation<br>Validity Test).....            | 63   |

## สารบัญภาพ

|                                                               | หน้า |
|---------------------------------------------------------------|------|
| ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดวิจัย.....                               | 4    |
| ภาพที่ 2.1 ภาพบรรยากาศภายในร้านเดือนฉาย.....                  | 22   |
| ภาพที่ 2.2 เมนูน้ำแข็งใส หรือไอ้ะเอวของร้านเล่ากาแฟ.....      | 23   |
| ภาพที่ 2.3 ภาพบรรยากาศภายในร้าน ทองงามคาเฟ่ขนมไทย.....        | 23   |
| ภาพที่ 2.4 ร้านSongkhla Station.....                          | 24   |
| ภาพที่ 2.5 ร้าน E.P's café Patisserie.....                    | 25   |
| ภาพที่ 2.6 ร้าน Moon café.....                                | 26   |
| ภาพที่ 2.7 ร้าน Café Der See Nakornnok.....                   | 26   |
| ภาพที่ 2.8 ร้านเดอะสแตนด์บูวเบค.....                          | 27   |
| ภาพที่ 2.9 กระบวนการผลิตกาแฟสดของร้านฮาร์ทเมตโรสเตอร์รี่..... | 28   |

## บทที่ 1 บทนำ

### 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กาแฟจัดเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมของผู้ดื่มจากการจัดอันดับ 1 ใน 3 ของเครื่องดื่มที่ผู้คนทั่วโลกนิยมดื่มมากที่สุด แม้ว่าไทยจะไม่ติดอันดับประเทศที่ดื่มกาแฟมากเป็นอันดับต้นๆ แต่การบริโภคกาแฟในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 15.0 ต่อปี ปัจจุบันคนไทยบริโภค กาแฟเฉลี่ยอยู่ที่ 300 แก้วต่อคนต่อปี ขณะที่ในญี่ปุ่นบริโภคประมาณ 400 แก้วต่อคนต่อปี และเมื่อเทียบกับประเทศ ในยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีวัฒนธรรมในการดื่มกาแฟมานานนับร้อยปีมีอัตราการบริโภคสูงถึง 600 แก้วต่อคนต่อปี ขณะที่ชาวฟินแลนด์บริโภคกาแฟเฉลี่ย 1,000 แก้วต่อคนต่อปี แสดงให้เห็นถึงโอกาสการเติบโตของธุรกิจร้านคาเฟ่ในประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหารสถาบันอาหาร : 2562)

ร้านคาเฟ่เป็นร้านประกอบกิจการเกี่ยวกับกาแฟ ลักษณะร้านแบบคาเฟ่นั้น เป็นการบริการรูปแบบระหว่าง "ภัตตาคาร" และ "บาร์" เข้าด้วยกัน จะเน้นไปที่เครื่องดื่มประเภท กาแฟ ชา หรือ ช็อกโกแลต อาหารว่าง ในบางร้านอาจมีบริการอาหารจานหลัก แต่จะไม่มีบริการ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นร้านที่ลูกค้าสามารถเข้ามาพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ปัจจุบันธุรกิจคาเฟ่เป็นที่นิยมและมีการแข่งขันกันสูง ทำให้คาเฟ่หลายๆ แห่งพยายามสร้างจุดเด่นของร้านทั้งการดีไซน์ การตกแต่ง การสร้างบรรยากาศภายในร้าน ด้วยวิธีการนำเสนอที่หลากหลายและน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสรรค์เมนูทั้งอาหารและเครื่องดื่มที่แปลกใหม่ การให้บริการ การเลือกสถานที่หรือทำเลที่ตั้ง ทำให้เห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจคาเฟ่นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ทุกอย่างล้วนเป็นองค์ประกอบโดยเฉพาะการสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้จักร้านมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจคาเฟ่ในจังหวัดสงขลา ได้รับความนิยมจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก ดูได้จากขยายตัวของธุรกิจคาเฟ่ในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดสงขลา ด้วยสภาพพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน เพื่อเตรียมรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ เช่น ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีหาดขลาทัศน์ เป็นชายหาดที่ยาวต่อเนื่องมาจากหาดสมิหลา ย่านเมืองเก่าสงขลาประกอบด้วยถนน 3 สาย คือ ถนนนางงาม ถนนนครนอก ถนนนครใน และเกาะยอ ซึ่งเป็นเกาะที่ตั้งอยู่กลางทะเลสาบสงขลา เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ล้วนเป็นที่ตั้งของร้านคาเฟ่ที่ได้รับความนิยมของลูกค้า ด้วยการแข่งขันที่สูงขึ้นนี้จึงทำให้บรรดาธุรกิจร้านคาเฟ่ต่างๆ ได้นำกลยุทธ์การขาย ไม่ว่าจะเป็นโปรโมชั่นการขายในรูปแบบต่างๆ จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่หาวิธีการที่จะดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้น

จากแนวโน้มของผู้ประกอบการร้านค้าแฟรรมถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านค้าแฟรรม มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าแฟรรม จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการร้านค้าแฟรรม ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมของลูกค้าในอนาคตและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการร้านค้าแฟรรมที่กำลังจะเปิดหรือขยายกิจการได้ตระหนักถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจคาเฟ่และเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และเป็นประโยชน์แก่นักศึกษา อาจารย์ผู้สอนหลักสูตรสาขาวิชาการโรงแรม ในการจัดการเรียนการสอนวิชาศิลปะการชงกาแฟ ซึ่งมีนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาหลายคนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแฟรรมและร้านกาแฟเล็กๆ เป็นของตนเอง จากข้อมูลการวิจัยจะเป็นประโยชน์แก่นักศึกษาจะได้ตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการร้านค้าแฟรรม เพื่อนำความรู้และข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาทักษะด้านวิชาชีพและธุรกิจร้านค้าแฟรรม

## 2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าแฟรรม จังหวัดสงขลา
- 2.2 เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าแฟรรม จังหวัดสงขลา

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตเนื้อหา คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าแฟรรมจังหวัดสงขลา

3.2 ขอบเขตด้านตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปร 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

3.2.1 ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ คือ ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) การบริหารจัดการ ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ (1) ด้านแรงงาน (2) ด้านเงินลงทุน (3) ด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และ (4) ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ 2) ปัจจัยการวัดคุณภาพการบริการ ได้แก่ 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) 5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

3.2.2 ตัวแปรตาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าแฟรรม จังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) ยอดขายและ (2) จำนวนลูกค้า

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม และกลุ่มผู้ให้การสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้า ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่เดินทางมาใช้บริการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา ขนาดตัวอย่างซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้วิธีของดับเบิลยู จี โคซาร์ล (W.G. Cochran, 1977) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ประกอบการร้านกาแฟ และพนักงาน ที่เกี่ยวข้องกับการปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดเป็นโควตา (Quota) ซึ่งเลือกสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา ทั้ง 9 ร้านที่เปิดกิจการไม่ต่ำกว่า 3 ปี และเป็นร้านที่จดทะเบียนพาณิชย์กับทางเทศบาลนครสงขลา และได้รับรางวัลจากหน่วยงานภาครัฐ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In- depth interview) แบบมีโครงสร้าง จำนวน 18 คน ดังนี้

3.1.1 ผู้ประกอบการร้านกาแฟ 1 คน จำนวน 9 ร้าน

3.1.2 พนักงานที่ทำงานร้านกาแฟ 1 คน จำนวน 9 ร้าน

3.2 ขอบเขตทางด้านพื้นที่ คือ ทุกร้านกาแฟในตำบลบ่อหย่าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

3.3 ขอบเขตทางด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ เดือนตุลาคม 2565 ถึง กันยายน 2566

### 4. นิยามศัพท์เฉพาะ

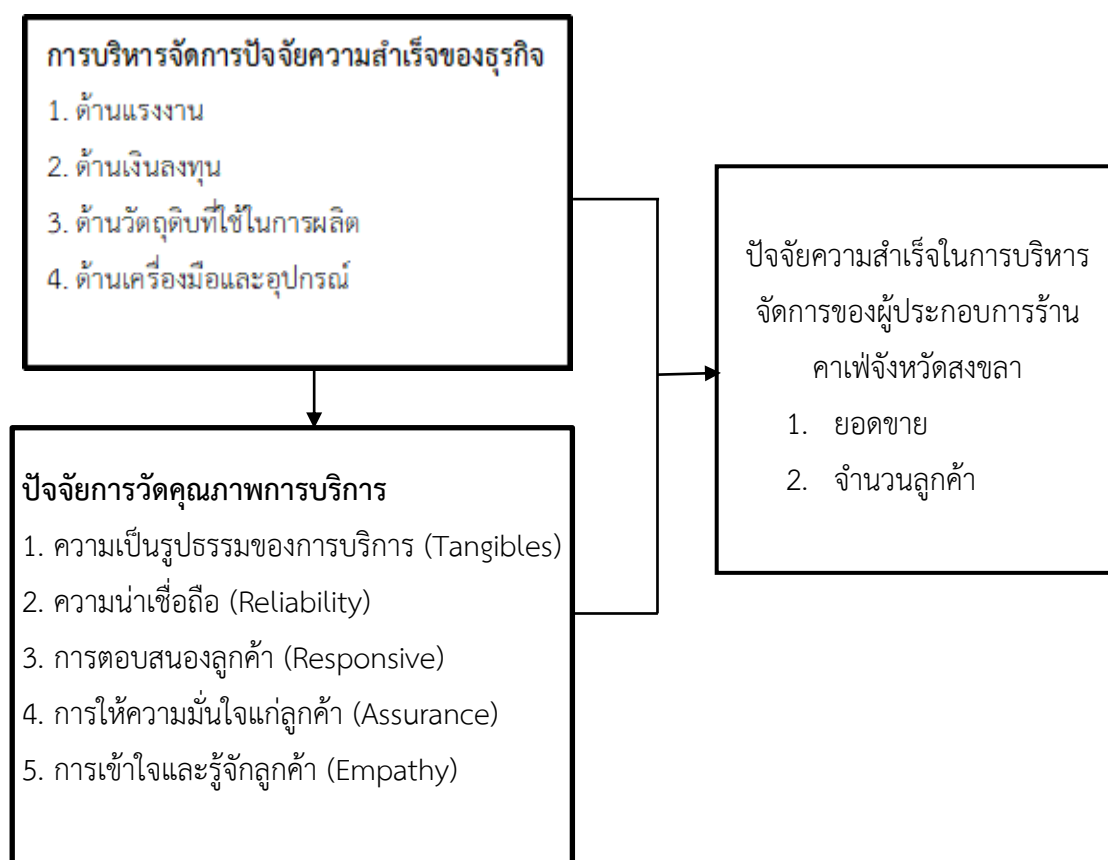
4.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ หมายถึง ปัจจัยในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ ให้ประสบความสำเร็จโดยต้องอาศัยปัจจัยด้านต่างๆ คือ ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านเงินลงทุน ปัจจัยด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และปัจจัยด้านเครื่องมือและอุปกรณ์

4.2 คุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งที่คุณให้บริการทำการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อ ผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น

4.3 ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้มีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการธุรกิจร้านกาแฟ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

4.4 ร้านกาแฟ หรือ คาเฟ่ หมายถึง ร้านประกอบกิจการเกี่ยวกับกาแฟมากกว่า 3 ปี มีจำหน่ายเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ อาหารว่าง ในบางร้านอาจมีบริการอาหารจานหลัก ในงานวิจัยฉบับนี้ร้านกาแฟจะไม่รวมถึงร้านกาแฟแบบแฟรนไชส์

## 5. กรอบการวิจัยของโครงการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 เพื่อเผยแพร่ข้อมูลงานวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ จังหวัดสงขลา
- 6.2 การนำเสนอบทความวิจัยระดับชาติ เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่หรือผู้สนใจ
- 6.3 การนำข้อมูลจากการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนวิชาศาสตร์และศิลป์การชงกาแฟให้นักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและบริการและผู้สนใจ เพื่อเตรียมพร้อมกับการเป็นผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ในอนาคต

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าแฟ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการศึกษาซึ่งผลลัพธ์ของงานวิจัย โดยแบ่งหัวข้อสำคัญ ออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
5. ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าแฟในตำบลบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ

##### 1.1 ความหมายของปัจจัยแห่งความสำเร็จ

นภาพร ณ เชียงใหม่ (2548 : 50) ได้กล่าวว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ การบริการ ลูกค้าความเร็วของตลาด และนวัตกรรม ปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้จะสอดคล้องกับกลยุทธ์ความ แตกต่างตลอดจนกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า สามารถวัดค่าความสำเร็จได้โดย การแบ่ง ปัจจัยแห่งความสำเร็จออกเป็น ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจ การเรียนรู้และการ สร้างนวัตกรรมใหม่และปัจจัยอื่นๆ สรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จไว้ 4 ปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านการเงิน ทางการเงินที่ใช้วัดความสำเร็จ ได้แก่ ผลกำไรจากการดำเนินงาน สภาพคล่องของกิจการ ทั้งกระแสเงินสด ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ผลตอบแทนของสินทรัพย์ ผลตอบแทนของสินค้างเฉลี่ยและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับ

ปัจจัยด้านลูกค้า ก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่วัดความสำเร็จของการดำเนินงาน สามารถวัด ค่าของปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านนี้ได้โดย วัดความพึงพอใจของลูกค้าว่ามีการตอบกลับจากลูกค้าเป็น อย่างไร หรือใช้วิธีการสำรวจจากลูกค้า การประเมินตัวแทนจำหน่าย ทั้งช่องทางการจัดจำหน่าย ครอบคลุมในพื้นที่ขาย จุดแข็งของตัวแทนจำหน่ายและความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่าย ความรวดเร็วและถูกต้องในการส่งสินค้า คุณภาพของสินค้า ค่าใช้จ่ายในการรับประกันสินค้า ความสามารถด้านการตลาดและการขาย โดยวัดจากแนวโน้มของยอดขาย กิจกรรมสำรวจตลาด และการฝึกอบรมพนักงานขาย

ปัจจัยด้านกระบวนการภายในธุรกิจ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจ เพราะหากระบบการบริหารและการดำเนินงานต่างๆ ไม่มีประสิทธิภาพแล้ว ถึงแม้จะมียอดขายสูงก็อาจไม่ได้รับผลตอบแทนอย่างที่ควรเป็น ดังนั้นจึงต้องวัดคุณภาพของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของสินค้าว่ามีจำนวนยอดของเสียอยู่ในระดับที่ควบคุมได้หรือไม่ มีค่าใช้จ่ายในการรับประกัน มีการผลิตซ่อมแซมสินค้าหรือชดเชยให้กับลูกค้ามากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านการเรียนรู้และการสร้างเสริมนวัตกรรมใหม่ ถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้กิจการมีการเติบโตอย่างยั่งยืน สามารถวัดค่าความสำเร็จได้จากการสร้างนวัตกรรมสินค้าของกิจการ ทั้งจากจำนวนสินค้าใหม่หรือการพัฒนาสินค้าเดิม ตลอดจนความรวดเร็วในการสร้างสินค้าใหม่ ทักษะและการพัฒนาทักษะของผู้วิจัย ขวัญกำลังใจของลูกจ้างจากอัตราผลตอบแทน การสำรวจความพอใจ และจำนวนการร้องเรียน สุดท้ายคือ การวัดความรู้ความสามารถของพนักงานจากการฝึกอบรม ประสิทธิภาพและการวัดผลการปฏิบัติงาน

มนตรีกร อีรานุสรณ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยด้านการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการจะเป็นผู้วางแผนด้านการเงินตนเอง เช่น การซื้อวัตถุดิบ ซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก ค่าแรงงานสำหรับสมาชิก ค่าขนส่ง เงินทุนสำรองเพื่อใช้ในกรณีสมาชิกต้องการเงินล่วงหน้าและมีการสั่งซื้อในปริมาณมากเงินทุนส่วนใหญ่เป็นเงินลงทุนส่วนตัวที่ทำธุรกิจค่อยเป็นค่อยไปตั้งแต่ต้น จึงมีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ
2. ปัจจัยด้านการตลาด พบว่า มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกอย่างหลากหลายมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีการส่งเสริมการตลาดหลายช่องทางและส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง
3. ปัจจัยด้านการผลิต พบว่า ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและมีการสั่งซื้อมาจากต่างจังหวัดบ้างแต่ก็ไม่มีปัญหาเนื่องจากพ่อค้าส่งให้อย่างต่อเนื่อง มีระยะเวลาการส่งที่แน่นอน ผู้ประกอบการควบคุมการผลิตเอง ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน
4. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการพบว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผนการดำเนินงานหรือวิธีการปฏิบัติงานเอง โดยดูจากการรับคำสั่งซื้อเป็นจากการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าเป็นเกณฑ์ธุรกิจมีโครงสร้างองค์การที่มีความกำหนดตำแหน่งต่างๆ ไว้ แต่เป็นการกำหนดเพื่อรองรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

จากปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้ 1.ปัจจัยด้านแรงงานส่งผลต่อคุณภาพในการทำงานของพนักงานไม่ว่าจะเป็น ความรู้ความสามารถ ความชำนาญ ทักษะ ประสิทธิภาพ 2. ปัจจัยด้านเงินทุนช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้ 3. ปัจจัยด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต การเลือกสรรและคัดสรรวัตถุดิบสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า 4. ปัจจัยด้านเครื่องมือและ

อุปกรณ์ ช่วยในการพัฒนาเทคนิคการทำงานให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ใช้เวลาในการปฏิบัติงานน้อย

## 1.2 การวัดความสำเร็จในการดำเนินกิจการ

ภาสกร แซ่มประเสริฐ (2545 : 15-16) ได้กล่าวว่า การวัดความสำเร็จในการดำเนินกิจการ เป็นการตรวจสอบว่า ผู้ประกอบการได้ดำเนินกิจการธุรกิจนั้น ประสบความสำเร็จหรือไม่ โดยอาศัยข้อมูลจากหลายด้าน เพื่อความเที่ยงตรงในการวัด และได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในอาชีพ 2 ลักษณะ คือ

ตัวชี้วัดด้านอัตวิสัย หมายถึง การรับรู้ถึงความสำเร็จส่วนตน ความพึงพอใจในอาชีพ ตัวชี้วัดด้านอัตวิสัย เป็นการรับรู้ความสำเร็จในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการซึ่งสามารถวัดโดยใช้แบบวัดการรับรู้ของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการดังเช่น การศึกษาเรื่อง การวัดความรู้ความสำเร็จในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบอุตสาหกรรมขนาดย่อมละขนาด (ภาสกร แซ่มประเสริฐ, 2545) ในด้านอัตวิสัย ประกอบไปด้วย ความสำเร็จเชิงภายใน คือ การรับรู้ถึงความสำเร็จในการทำงานเชิงจิตใจ เช่น ความภาคภูมิใจ ความรู้สึกถึงความก้าวหน้า และมั่นคงในชีวิตการทำงาน การบรรลุถึงเป้าหมายในการทำงาน และความสำเร็จเชิงภายนอก คือ การรับรู้ความสำเร็จของกิจการเชิงวัตถุ ประกอบด้วย ด้านกิจการ ลูกค้ากระบวนการทำงาน พนักงานและสังคม เช่น ผลกำไร ความมั่นคงของกิจการ ความพึงพอใจและการยอมรับนับถือของพนักงาน และผลประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ซึ่งเป็นการประเมินตนเองของผู้ประกอบการ

ตัวชี้วัดด้านภาววิสัย คือ ข้อมูลที่แสดงให้เห็นประจักษ์แจ้ง จากการวัดผลทางธุรกิจที่ได้จากการวิเคราะห์ทางการเงินและมีการรายงานไว้อย่างชัดเจน ดังตัวอย่างงานวิจัยของ (ภาสกร แซ่มประเสริฐ, 2545) ได้วัดความสำเร็จด้าน ภาววิสัยจากการรายงานผลประกอบการสำนักงานทะเบียนการค้าจังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาจากผลกำไรในการดำเนินกิจการ เช่น เงินเดือน และความก้าวหน้าในงาน

Kaplan และ Norton (1992 : 72) ได้ศึกษาวิธีการประเมินผลการดำเนินขององค์กรแนวใหม่ที่เรียกว่า บาลานซ์ สคอร์ดการ์ด (The Balance Scorecard) ซึ่งเป็นการประเมินผลทางด้านการเงินที่แสดงถึงผลจากการปฏิบัติงานที่ผ่านมาแล้ว กับการวัดผลการดำเนินงานซึ่งจะเชื่อมโยงไปสู่การดำเนินงานในอนาคต ประกอบด้วย 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองทางการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายในองค์กร และมุมมองด้านนวัตกรรมและการเรียนรู้ จากผลการศึกษาพบว่า วิธีบาลานซ์สคอร์ดการ์ด ช่วยให้มองเห็นภาพรวมทั้งองค์กรและยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรได้มาซึ่งกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้และสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร

Maltz and Aland (2000) ได้ศึกษาวิธีการประเมินความสำเร็จขององค์กร โดยใช้วิธีการดำเนินงานหลายมิติแบบเคลื่อนไหว ประกอบด้วย มิติด้านการเงิน มิติทางด้านการตลาดหรือลูกค้า มิติด้านกระบวนการ มิติทางด้านการพัฒนาบุคลากร และมิติทางด้านอนาคต จากผลการศึกษาพบว่า 1) มิติทางด้านการเงิน ตัววัดที่เหมาะสมซึ่งเป็นตัววัดที่ได้คะแนนในอันดับต้น ได้แก่ ยอดขาย กำไรสุทธิ และการเพิ่มขึ้นของรายได้ 2) มิติทางการตลาดหรือลูกค้าตัววัดที่เหมาะสม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า อัตราการรักษาลูกค้าและคุณภาพในการให้บริการ 3) มิติด้านกระบวนการ ตัววัดที่เหมาะสม ได้แก่ ระยะเวลาในการเข้าสู่ตลาดของสินค้าและบริการใหม่และคุณภาพของพัฒนาสินค้าใหม่และกระบวนการในการบริการใหม่ และคุณภาพของพัฒนาสินค้าใหม่และกระบวนการในการบริหารโครงการ 4) มิติทางการพัฒนาบุคลากร ตัววัดที่เหมาะสม ได้แก่ อัตรารักษานักงานที่มีความสามารถสูง คุณภาพของการพัฒนาเทคนิคและบุคลากรที่มาจากความสามารถและคุณภาพของพัฒนาความเป็นผู้นำ 5) มิติทางด้านอนาคตตัววัดที่เหมาะสม ได้แก่ ความลึก และคุณภาพในการวางแผนกลยุทธ์ และการเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมจากภายนอก ซึ่งตัววัดพื้นฐานทั้ง 5 มิตินี้ เป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบัน

(Leif Edvinsson and Michael S. Malone, 1997) ได้อธิบาย การวัดความสำเร็จในการดำเนินกิจการไว้ดังนี้

1. ทูทางปัญญา ทูทางปัญญาเป็นทุนที่มีบทบาทที่สำคัญในการจัดการธุรกิจ ในการสร้างคุณค่า องค์กรและสร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ โดยมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลต่อ คุณค่าของทุนทางปัญญา (Cheng-Jen Huang and Chun Ju Liu, 2005) การวิจัยครั้งนี้ศึกษาใน 2 องค์ประกอบ คือ ทุนมนุษย์ (Human Capital) และ ทุนขององค์กร (Structure Capital) ดังนี้ 1) ทุนมนุษย์เป็นคุณสมบัติของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เช่น ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ทักษะ ประสบการณ์ ความคิดสร้างสรรค์การทำงานเป็นทีม และความสามารถในการแก้ไขปัญหา เป็นสิ่งที่อยู่ติดกับตัวพนักงาน (Renato Sydlera, Stefan Haefligerb and Robert Pruksac, 2014) รวมถึงความรับผิดชอบ แรงจูงใจ และความจงรักภักดีของพนักงาน (Bernard Marr, Giovanni Schiuma and Andy Neely, 2004) เป็นสิ่งที่องค์กรสามารถเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน ในการทำงาน ที่ช่วยสนับสนุนประสิทธิภาพทางปัญญา ต่อผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร (Leif Edvinsson and Michael S. Malone, 1997) 2) ทุนองค์กร เป็นโครงสร้างพื้นฐานของ องค์กร ประกอบด้วย ทรัพย์สินทางกายภาพขององค์กร และสิ่งที่แปลงจากความรู้ที่เป็นผลลัพธ์ หรือผลิตภัณฑ์ เช่น เอกสาร ฐานข้อมูล คู่มืออธิบาย ขั้นตอนการทำงาน รวมถึงทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร เช่น สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ ความลับทางการค้า เครื่องหมายการค้า เป็นต้น (Aino Kianto, Pia Hurmelinna-Laukkanen and Paavo Ritala,

2010) โดยทุนองค์การส่งผลกระทบต่อมูลค่าและกำไร แก่งองค์การ (Ming-Chin Chen, Shu-Ju Cheng and Yuhchang Hwang, 2005)

2. เป้าหมายความสำเร็จ ประสิทธิภาพขององค์กร คือ ผลการดำเนินงานตามภารกิจขององค์กร ตาม วัตถุประสงค์โดยใช้ทรัพยากรและปัจจัยในการบริหารอย่างคุ้มค่า ประหยัดเวลา ทรัพยากรและ กำลังแรงงาน โดยปีเตอร์เซน และโพล์แมน (Elmore Petersen and E. Grosvenor Plowman, 1989) ได้สรุปองค์ประกอบของประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพของงาน ไว้ 4 ข้อ ได้แก่ 1) คุณภาพของงาน (Quality) หมายถึง ผลงานจะต้องมีคุณภาพตามที่กำหนดถูกต้อง เป็นไปตามมาตรฐาน ผลการทำงานจะต้องได้ประโยชน์ที่คุ้มค่า เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและเกิด ความพึงพอใจต่อลูกค้าหรือผู้ที่มารับบริการ 2) ปริมาณงาน (Quantity) หมายถึง จำนวนผลงานตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยกำหนดปริมาณงานที่เหมาะสมตามลักษณะงาน สอดคล้องกับแผนงานหรือเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงการบริหารเวลาเพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีปริมาณงานที่สมดุลกับกำลังแรงงานที่ใช้ 3) เวลาที่ใช้ในงาน (Time) หมายถึง ช่วงเวลาที่กำหนดในการดำเนินงานจะต้องกำหนดอย่างเหมาะสมตามลักษณะของงาน ความยากง่ายของงาน โดยอาจมีการพัฒนาเทคนิคการทำงานให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ใช้เวลาในการปฏิบัติงานน้อย ส่งมอบงานตรงตามกำหนด รวดเร็วและได้ผลงานที่ถูกต้อง 4) ค่าใช้จ่าย (Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกส่วน ต้องมีความเหมาะสมกับงาน โดยประสิทธิภาพในด้านค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน คือใช้ทรัพยากรด้าน บุคคล วัสดุ เทคโนโลยี และการเงิน ที่มีอยู่อย่างประหยัดและคุ้มค่าที่สุด ด้วยการวางแผนงานก่อนเริ่มปฏิบัติงานเพื่อลดความสูญเสียที่ไม่จำเป็น อันเป็นการลดต้นทุนของการดำเนินการ ดังกล่าวนี้นี้ เป็นผลลัพธ์จากการดำเนินงานที่มีลักษณะเป็นตัวชี้วัดได้ตามคุณลักษณะของตัวชี้วัดที่ดีตามหลัก SMART Objective ของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน ได้แก่ ความเฉพาะเจาะจง (Specific: S) สามารถนำไปวัดผลการปฏิบัติงานได้จริง (Measurable: M) สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ (Attainable/Achievable: A) มีความสมจริง เป็นจริงได้ (Realistic: R) และสามารถชี้วัดผลการปฏิบัติงานได้ภายในเวลาที่กำหนด (Time Bound: T)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการวัดความสำเร็จในการดำเนินกิจการของ ภาสกร แซ่มประเสริฐ, Kaplan และ Norton, Maltz and Aland สามารถสรุปได้ว่า ผลกำไร ยอดขายและจำนวนลูกค้า เป็นปัจจัยในการวัดความสำเร็จของธุรกิจ

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

### 2.1 ความสำคัญของคุณภาพการบริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1982) สมิธและฮุสตัน (Smith and Houston, 1982) พาราซูรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1988) ได้อธิบายและให้ความหมายเชิงปฏิบัติการไว้ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (service quality) เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (expectation) กับการรับรู้ (perception)

ลิวอิสและบลูม (Lewis, and Bloom, 1983) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็น สิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับ ความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (delivering service quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1990) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับ จากบริการนั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (product quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการ ประเมิน

ครอสบี้ (Crosby, 1988) กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “service quality” นั้นเป็น แนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความ ต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการโดยทำการ เปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตาม ความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผล ให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ ได้รับเป็นอย่างมาก (Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1988) พาราซูรามาน ซีแธมล์ และ เบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985) ได้ชี้ให้เห็นด้วยว่า คุณภาพการให้บริการเป็น การให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือ การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวม ในมิติของการ รับรู้ ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ ช่วยให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพการให้บริการตามการ รับรู้ของผู้บริโภคเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อบริการที่คาดหวังและการบริการ ตามที่รับรู้ว่ามีผลสอดคล้องกันเพียงไร ข้อสรุปที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือ การให้บริการที่มี คุณภาพนั้น หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่าง

สม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (confirm or disconfirm expectation) ของผู้บริโภค

ตามแนวคิดของบัซเซลและเกลล์ (Buzzell and Gale, 1987) คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจและมีการให้ความสำคัญอย่างมากดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น มีผลงานวิจัยที่ค้นคว้าพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลของความคาดหวังของผู้บริโภคซึ่งพบว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนขึ้นอยู่กับการมองหรือทัศนคติของผู้บริโภค แนวคิดและคำอธิบายเรื่องคุณภาพการให้บริการที่น่าสนใจเห็นจะได้แก่ มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในสาขาความคาดหวังของลูกค้า (expert in the field of customer expectation) คือ ซีแธมล์ พาราซุรามาน และเบอร์รี่ (Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1990) ความแนวคิดของนักวิชาการกลุ่มนี้ คุณภาพการให้บริการ เป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นเลิศหรือความเหนือกว่าของบริการ นักวิชาการทั้งสามท่านดังกล่าว นับได้ว่าเป็นหนึ่งในคณะนักวิชาการที่สนใจทำการศึกษา เรื่องคุณภาพในการให้บริการ และการจัดการคุณภาพในการให้บริการขององค์การอย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1983 สิ่งที่ ซีแธมล์ พาราซุรามาน และเบอร์รี่ ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการนั้น เป็นการมุ่งตอบคำถามสำคัญ 3 ข้อ ประกอบด้วย (1) คุณภาพในการให้บริการคืออะไร (2) อะไรคือสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพในการให้บริการ และ (3) องค์การสามารถแก้ปัญหาคุณภาพในการให้บริการที่เกิดได้อย่างไร

วีรพงษ์ เกลิมจิรรัตน์ (2543) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ คือความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550) เสนอความเห็นไว้ว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูล ความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมี ระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละบุคคลที่ได้ใช้บริการ

จากความหมายของคุณภาพให้บริการ ผู้วิจัย สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (service quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการการให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับ ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่สำคัญ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ

## 2.2 รูปแบบคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) ได้พัฒนาแนวคิดรูปแบบคุณภาพบริการ (Service Quality Gaps Model) โดยจำแนกเป็น 5 ช่องว่าง (5 Gaps) หรือสาเหตุที่ทำให้การส่งมอบคุณภาพบริการผิดพลาดไม่ประสบความสำเร็จ ดังนี้

ช่องว่างที่ 1: ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ของผู้บริการ

ช่องว่างที่ 2: ช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารและการกำหนดคุณภาพมาตรฐานการบริการ

ช่องว่างที่ 3: ช่องว่างระหว่างการกำหนดคุณภาพมาตรฐานการบริการและการให้บริการจริง

ช่องว่างที่ 4: ช่องว่างระหว่างการให้บริการจริงและการติดต่อสื่อสารภายนอกไปยังลูกค้า

ช่องว่างที่ 5: ช่องว่างระหว่างการบริการที่ได้รับจริงและการบริการที่คาดหวังไว้

ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพบริการจะเกิดขึ้นจากการลดข้อผิดพลาดที่ไม่ประสบผลสำเร็จระหว่างความคาดหวังของลูกค้า และผลที่เกิดขึ้นจากผู้ให้บริการ เป็นการลดช่องว่างดังกล่าวโดยจะส่งผลถึงความพึงพอใจของลูกค้าในที่สุด ความคาดหวังของลูกค้าจะมีบทบาทที่สำคัญ เพราะคุณภาพบริการเป็นสิ่งที่สามารถเปรียบเทียบกันได้จาก คุณภาพที่ลูกค้าได้รับ(Perceived Quality)จากการใช้บริการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (Customer Expectations) ซึ่งตามหลักทฤษฎีความคาดหวังของลูกค้าจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ส่วนใหญ่จะมาจาก 3 ปัจจัย คือประสบการณ์ในอดีต(Past Experience) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Communications) และความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) เป็นสำคัญ

## 2.3 แบบจำลองคุณภาพบริการ SERVQUAL (Gap 5)

พาราสุรามาน, ไชธามลและแบร์รี (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) ได้นำแบบจำลองช่องว่างสร้างเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อใช้ประเมินคุณภาพบริการทางธุรกิจ โดยเครื่องมือนี้อาศัยพื้นฐานของช่องว่างที่ 5 เป็นเครื่องมือที่มีมาตรฐานที่ใช้ได้กับงานบริการทุกประเภท โดยยึดความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มารับบริการเป็นหลัก ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ การวิจัยเชิงสำรวจระบุ 10 เกณฑ์ในการวัด

คุณภาพการบริการลูกค้าด้านการรับรู้และการคาดหวังมีรายละเอียดดังนี้

1. ลูกค้าเข้าถึงบริการ (Access) การบริการที่มอบแก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลต้องมีความเหมาะสมที่สะดวกสบายในการเดินทาง

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถที่อธิบายลูกค้าเข้าใจอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

3. ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ความชำนาญ และความสามารถในงานที่ให้บริการ

4. ความมีอัธยาศัย (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

5. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) องค์กรและพนักงานต้องสร้างความเชื่อถือ และความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในการให้บริการโดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

6. ความไว้วางใจ (Reliability) การบริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความเหมาะสมและสม่ำเสมอ

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า

8. ความปลอดภัย (Security) การบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้าไม่มีอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ

9. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ลูกค้าได้รับการบริการที่สามารถประเมินถึงคุณภาพการบริการ

10. การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing Customer) พนักงานต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

จากข้อมูลดังกล่าว สรุปได้ว่า เกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการทั้ง 10 ด้าน สามารถวัดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้จริงหลังการใช้บริการ ซึ่งความคาดหวังอาจมาจากปากต่อปาก จากความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคน จากประสบการณ์ในอดีต หรือจากการสื่อสารจากภายนอก ทำให้ทราบว่าคุณภาพการบริการอยู่ในระดับใด และควรมีการปรับปรุงพัฒนาการบริการด้านไหน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการที่ได้รับ หรือคุณภาพการบริการเหนือความคาดหวัง ซึ่งสามารถสรุปเป็นมิติคุณภาพบริการจากการประเมินของลูกค้า

ปัจจัยในการพัฒนาคุณภาพการบริการได้ถูกพัฒนามาเรื่อย ๆ ต่อมา Parasuraman, Zeithamal, and Berry (1990) ได้ทำการวิจัยเพิ่มเติม โดยปรับลดความซ้ำซ้อนกัน หรือมีรายละเอียดมากเกินไป การประเมินคุณภาพการบริการจากเดิม 10 ด้าน ได้ถูกรวบรวมเหลือเพียง 5 ด้านหลัก โดยเรียกเครื่องมือนี้ว่า SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วย 1.การนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) 2.ความเชื่อถือได้หรือไว้วางใจได้ (Reliability) 3.การตอบสนองลูกค้าทันที (Responsiveness) 4.การทำให้ลูกค้ามั่นใจ (Assurance) 5.การเข้าใจลูกค้า (Empathy) สำหรับเกณฑ์ใหม่ทั้ง 5 ด้านนี้ ได้มีการรวมองค์ประกอบบางด้านที่มีเกณฑ์คล้ายของเดิมมาไว้ด้วยกัน ซึ่งด้านที่ยังคงมีเหมือนเดิมคือ ด้านการนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangible) ความน่าเชื่อถือได้ของการ บริการ (Reliability) และการตอบสนองลูกค้าทันที (Responsiveness) ในด้านของการทำให้ ลูกค้ามั่นใจ (Assurance) เป็นการรวมเกณฑ์ที่มีความใกล้เคียงกันไว้ด้วยกัน 4 ด้าน คือ ความสามารถ (Compentence) ความสุภาพ ความมีน้ำใจ (Courtesy) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความปลอดภัย (Security) ส่วนด้าน

การเข้าใจลูกค้า (Empathy) ได้มีการรวม 3 ด้านคือ การเข้าถึงลูกค้า (Access) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และความเข้าใจ (Understanding Customer)

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหาร

#### 3.1 ความหมายของการบริหาร

คำว่า การบริหาร ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้ ซึ่งความหมายเหล่านี้ต่างก็กล่าวไปในทำนองเดียวกันโดยให้ความสำคัญ แก่ผู้บริหารว่าเป็นผู้นำ องค์การไปสู่ความสำเร็จทั้งสิ้นการให้ความหมายของการบริหารจึงอาจแตกต่างกัน ไปบ้าง ตามแนวทางของการบริหารหรือนักการศึกษาแต่ละคนที่ได้ศึกษามาดังนี้

ปัทมพร วงศ์เณร (2555 : 10) สรุปไว้ว่าการบริหาร หมายถึง กระบวนการนำ ทรัพยากรการบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป็นการปฏิบัติงานร่วมกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตามขั้นตอนการบริหารคือการวางแผน การจัดองค์การการขึ้นนำ และการควบคุม เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

สมหมาย เจริญภูมิ (2555 : 12) สรุปไว้ว่า การบริหาร หมายถึง การดำเนินงานที่ ผู้บริหารจะต้องยึดเป็นแม่บทในการดำเนินงาน ให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

นัยนา ตรงบรรทัด (2557 : 12) ได้สรุปไว้ว่าการบริหารเป็นการดำเนินกิจกรรมโดยกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยใช้ทรัพยากรทางการบริหารต่าง ๆ ได้แก่ คน เงิน วัสดุการจัดการ เป็นเครื่องมือในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

แมสซี และดักลาส (Massie & Douglas, 1981 อ้างถึงใน สุทธิชัย ริทาสรี, 2553 : 22) ได้ แสดงทัศนะว่า การบริหารเป็นทั้งศิลปศาสตร์และวิชาชีพ กล่าวคือกรณีที่เป็นศิลป์ (Art) หมายถึง ทักษะและความรู้ที่แต่ละบุคคลได้พัฒนาขึ้นเพื่อให้บรรลุจุดหมายใดจุดหมายหนึ่ง โดยทักษะและความรู้ที่พัฒนาขึ้นนั้น อาจเกิดจากการฝึกฝนหรือการทำงานร่วมกันบุคคลอื่นที่มีความชำนาญ ทักษะทางการบริหารมาเป็นอย่างดีแล้ว เสมือนนักดนตรีหรือจิตรกรที่ได้ฝึกฝนหรือเรียนรู้จาก

ดนตรีหรือจิตรกรที่มีความชำนาญ หรือมีทักษะสูง กรณีที่เป็นศาสตร์ (Science) หมายถึง องค์ความรู้ที่ เกิดจากการสืบค้นหาความรู้ใหม่ ๆ ด้วยวิธีการเชิงวิทยาศาสตร์มีการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลการตั้งสมมุติฐานและทดสอบสมมุติฐาน เป็นต้น ดังเช่นใน ศตวรรษที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ก่อให้เกิดทฤษฎีทางการบริหารขึ้นมากมาย หลายทฤษฎีซึ่งผู้บริหารสามารถนำไปประยุกต์ใช้ผสมผสานกับความเป็นศิลป์ที่มีการฝึกฝนพัฒนาขึ้น ในแต่ละ บุคคลจนเกิดความเชี่ยวชาญ กล่าว ง่าย ๆ ก็คือศิลป์ (Art) เป็นเรื่องของกระทำการ ฝึกฝนเพื่อ ความชำนาญ ส่วนศาสตร์ (Science) เป็นเรื่องของความรู้ว่าจะทำอะไรและทำอย่างไร

กรณีเป็น วิชาชีพ (Profession) นั้น เกิดขึ้นจากทั้งความเป็นศิลปะและความเป็นศาสตร์โดยมีเกณฑ์ที่แสดงถึง ความเป็นวิชาชีพใด ๆ ดังนี้

1. วิชาชีพเกิดขึ้นจากการมีองค์ความรู้ในวิชาชีพนั้น ๆ อย่างเป็นระบบ โดยบุคคลใน วิชาชีพนั้น ๆ จะต้องได้รับการพัฒนาในเชิงสติปัญญาอยู่เสมอ
2. วิชาชีพต้องการความมีทัศนคติเพื่อการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นบุคคลในวิชาชีพนั้น ๆ จะต้องมีการสืบค้นหาความคิดใหม่ (New Ideas) อยู่เสมอ
3. วิชาชีพให้บริการต่อผู้อื่น ดังนั้นในวิชาชีพหนึ่ง ๆ จึงต้องการหลักการเชิง จริยธรรมว่า เงินไม่ได้เป็นปัจจัยที่จะใช้วัดผลสำเร็จในวิชาชีพที่สำคัญ
4. วิชาชีพมีมาตรฐานทางวิชาชีพ ดังนั้นวิชาชีพหนึ่ง ๆ จะมีมาตรฐานทางวิชาชีพที่ กำหนดขึ้นโดยสมาคมทางวิชาชีพนั้นการเข้าเป็นสมาชิกก็จะต้องได้รับการยอมรับ มีการฝึกฝนอบรม และการปลูกฝังทัศนคติค่านิยมต่อวิชาชีพนั้น ๆ

วิลเลียม (Williams, 1980 อ้างถึงใน สุทธิชัย ธีราศรี, 2553 : 22) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารมีกิจกรรมหลัก 3 ประการ ในการบริหารคือ การดำเนินการให้สำเร็จตามเป้าหมาย การบำรุงรักษาองค์การให้อยู่รอด และการป้องกันองค์กรจากสิ่งแวดล้อมภายนอก

คอลลินส์ (Collins, 1989 อ้างถึงใน สุทธิชัย ธีราศรี, 2553 : 22) ได้ให้ความหมายว่า การบริหาร เป็นกลุ่มของกิจกรรมที่ร่วมกัน ในองค์การและแนะแนวทางให้เห็นถึงหน้าที่ให้กับ ประเทศ บริษัท หรือสถาบัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการดำเนินงานโดยใช้กระบวนการ ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ มีการวางแผน การจัดองค์กรการสั่งการและควบคุม ร่วมกันดำเนินการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้การบริหารการศึกษา จึงเป็นกระบวนการดำเนินงานทางด้านการศึกษาของผู้บริหาร เพื่อบูม่งไปสู่จุดหมายที่ต้องการด้วยการทำงานร่วมกันของกลุ่มคนที่เกิดจากความร่วมมือกันทั้งครูผู้ปกครองผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้ทรัพยากรทางการบริหารทั้ง คน (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Materials) และการจัดการ (Management) ให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลให้ได้ผู้เรียนที่มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของสังคม

แนวความคิดหลักของ Henri Fayol (Principle of Organization) ในขณะที่ Fayol ได้เสนอวิธีในการทำงานของพนักงานในองค์การซึ่งเป็นการมององค์การในระดับของการปฏิบัติงานนั้น Henri Fayol เสนอแนวความคิดในการบริหารงานขององค์การ ซึ่งพิจารณาวิธีการทำงานขององค์การ ข้อเสนอทางทฤษฎีของ Henri Fayol ดังนี้

แนวความคิดว่าด้วยหลักการจัดการในการในการบริหารงานของผู้บริหารงานทั้งภาครัฐและเอกชน ( Private and Public) หลักการจัดการดังกล่าวมีความยืดหยุ่นได้ (Flexibly) สารของหลักการจัดการมี 14 ข้อ ดังนี้

1. การจัดแบ่งงาน (division of work) หลักการก็คือการทำให้คนจำนวนมากที่ต้องมาทำงานร่วมกัน ได้มีการจัดแบ่งหน้าที่ตามความสามารถ หรือความเชี่ยวชาญพิเศษของแต่ละคน เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การมีอำนาจหน้าที่ (authority) ผู้จัดการต้องสามารถออกคำสั่งได้สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ทำให้คำสั่งที่ออกไปนั้นมีความถูกต้องและเกิดความรับผิดชอบควบคู่กันไป เมื่อใดที่มีการใช้อำนาจหน้าที่ เมื่อนั้นความรับผิดชอบก็ต้องติดตามไปด้วย

3. ความมีวินัย (discipline) ผู้ใต้บังคับบัญชา หรือพนักงานต้องเชื่อฟัง และเคารพกฎเกณฑ์ขององค์การ การที่คนจะมีวินัยที่ดีนั้นเกิดจากความเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ มีความเข้าใจที่ชัดเจนระหว่างฝ่ายจัดการและคนทำงาน ทั้งนี้ เมื่อมีการทำผิดกฎระเบียบขององค์การ ก็จะมีผลทำให้ได้รับโทษ

4. เอกภาพของสายบังคับบัญชา (unity of command) พนักงานหรือลูกจ้างทุกคนจะได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว สายบังคับบัญชาจะมีลักษณะเป็นทอดๆไป แต่ละคนจะรู้ว่าใครคือเจ้านายของตน

5. เอกภาพในทิศทาง (unity of direction) แต่ละคนในกลุ่มกิจกรรมขององค์การจะมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน รับแผนเดียว และจากหัวหน้าเดียว

6. ผลประโยชน์ของหมู่คณะจะต้องเหนือผลประโยชน์ส่วนตน (Subordination of Individual Interests to the General Interests) คนที่เข้ามาทำงานในองค์การนั้นจะต้องยอมรับว่าผลประโยชน์ขององค์การจะต้องมาเหนือผลประโยชน์ส่วนตน

7. มีระบบค่าตอบแทนที่ยุติธรรม (remuneration) คนทำงานแม้จะต้องเห็นผลประโยชน์ขององค์การเหนือผลประโยชน์ส่วนตน แต่องค์การก็ต้องทำหน้าที่จัดระบบค่าตอบแทนให้เหมาะสมแก่ความสามารถและเป็นไปอย่างยุติธรรม

8. ระบบการรวมศูนย์ (centralization) การรวมศูนย์ในที่นี้หมายถึงระดับของการที่ผู้ใต้บังคับบัญชาจะมีส่วนในการตัดสินใจอย่างไร การจะกระจายอำนาจ หรือรวมอำนาจเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ประเด็นจะอยู่ที่ว่าทำอย่างไรจึงจะรวมศูนย์ได้ในแต่ละกรณี แนวคิดนี้มองเห็นความจำเป็นขององค์การที่ต้องมีศูนย์รวมอำนาจ

9. สายบังคับบัญชา (scalar chain) หมายถึงสายบังคับบัญชาจากระดับสูงลงมาสู่ระดับต่ำสุด สายการสื่อสารติดต่อจะเป็นไปตามนี้ คือจะเป็นไปตามระดับชั้น อย่างไรก็ตาม ถ้าสาย

การบังคับบัญชาก่อให้เกิดการเสียเวลาล่าช้า ก็ให้มีการข้ามขั้นตอนได้ และทั้งนี้ต้องเป็นข้อตกลงระหว่างส่วน

10. ความเป็นระบบระเบียบ (order) หมายความว่า คนก็ดี หรือวัสดุอุปกรณ์ทั้งหลายก็ดี จะอยู่ในที่อันเหมาะสมในเวลาอันเหมาะสม ความเป็นระบบระเบียบนี้ในส่วนหนึ่งหมายความว่า ถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลง เช่นคนป่วยงาน ลางาน ก็สามารถมีคนทดแทนได้ เพราะมีความเป็นระบบทำให้รู้งานกัน

11. ความเท่าเทียมกัน (equity) ในที่นี้ ผู้เป็นหัวหน้าจะต้องมีการตอบสนองต่อผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างมีเมตตา และยุติธรรม การใช้อำนาจของผู้บริหารจะเป็นไปด้วยหลักการ มิใช่จะทำอะไรได้ตามใจ

12. ความมั่นคง และสามัญฐานะของบุคลากร (stability of tenure of personnel) ทั้งนี้โดยมองว่า การที่มีคนเปลี่ยนงานบ่อยๆนั้นจะทำให้งานไม่มีประสิทธิภาพ ฝ่ายบริหารควรวางแผนงานให้สามารถมีการทดแทนกำลังคนกันได้ เมื่อมีตำแหน่งว่างลง

13. การริเริ่มสร้างสรรค์ (initiative) ผู้ใต้บังคับบัญชาจะสามารถมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ที่จะทำงานออกมาได้ในระดับที่สูง

14. วิญญาณแห่งหมู่คณะ (esprit de corps) การสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน มีความราบรื่น และความเป็นปึกแผ่นในหัวใจของการบริหารจัดการเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมายนั้น มีองค์ประกอบด้วยกัน 5 ปัจจัย เรียกว่า POCCC มีดังนี้

1. การวางแผน (Planning) หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องทำการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ และกำหนดขึ้นเป็นแผนการปฏิบัติงานหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติเอาไว้ เพื่อสำหรับเป็นแนวทางของการทำงานในอนาคต

2. การจัดการองค์การ (Organizing) หมายถึง ภาระหน้าที่ที่ผู้บริหารจำต้องให้มีโครงสร้างของงานต่าง ๆ และอำนาจหน้าที่ ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องจักร สิ่งของ และตัวคนอยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสม ในอันที่จะช่วยให้งานขององค์การบรรลุผลสำเร็จได้

3. การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) หมายถึง หน้าที่ในการสั่งงานต่าง ๆ ของผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งกระทำให้สำเร็จผลด้วยดี โดยที่ผู้บริหารจะต้องกระทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี จะต้องเข้าใจคนงานของตน

4. การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง ภาระหน้าที่ที่จะต้องเชื่อมโยงของทุกคนให้เข้ากันได้ และกำกับให้ไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน

5. การควบคุม (Controlling) หมายถึง การที่จะต้องกำกับให้สามารถประกันได้ว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำไปนั้นสามารถเข้ากันได้กับแผนที่ได้วางไว้ล่วงหน้า

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

##### 4.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของ ผู้ประกอบการ ดังนี้

ผู้ประกอบการ (entrepreneur) เป็นผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้สั่งหรือนำเข้ามาเพื่อขาย หรือผู้ซื้อเพื่อ ขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ

สตีล นิชนิยาติ (2546: 96) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่พยายามสร้างผลกำไรที่เกิดจากความคิดริเริ่มของตนเอง เป็นบุคคลที่มีความสำคัญใน ระบบเศรษฐกิจ เป็นผู้จัดหาเงินทุนเพื่อก่อตั้งธุรกิจ ดูแลระบบงานภายในธุรกิจ และบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค

สุสดี รุมาคม (2538: 29) ได้ให้ความหมายว่า คือผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจและมองเห็นถึงโอกาสที่ธุรกิจจะทำกำไร ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่แสวงหาเงินทุน รวบรวมปัจจัยในการผลิตและจัดการบริหารเงินทุนและปัจจัยการผลิตเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้ประกอบการจะต้องมีความกระตือรือร้น คิดค้นวิธีที่จะนำเอาปัจจัย การผลิตต่าง ๆ ที่มีอยู่มาผ่านกระบวนการผลิตจนทำให้เกิดเป็นสินค้ามีการเสาะแสวงหาตลาดหรือช่องทางที่ทำให้เกิดกำไรอยู่ตลอดเวลา เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้นเพื่อลด ต้นทุนการผลิต พยายามหาข้อบกพร่องแล้วทำการปรับปรุงให้ดีขึ้นติดตามข่าวสารต่าง ๆ ที่ในปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ตลอดจนการศึกษาและนำ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อ เพิ่มประสิทธิภาพให้ดีขึ้น

จากความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการคือบุคคลที่พยายามสร้างผลกำไรให้เกิดกับธุรกิจและเป็นผู้ที่จะต้องมีความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จโดยคุณสมบัติที่ผู้ประกอบการควรมี คือ มีความมุ่งมั่น มีความซื่อสัตย์ มีความคิดริเริ่ม มีความเป็นผู้นำ มีความสามารถในการจัดการด้านต่าง ๆ ขององค์กรเป็นผู้นำองค์กรให้ไปสู่ความสำเร็จ

##### 4.2 ความสำเร็จของผู้ประกอบการ

สตีล นิชนิยาติ (2546: 98-99) กล่าวว่า คุณสมบัติของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จนั้น สำหรับผู้ที่อยากจะเป็นผู้ประกอบการอาจไม่จำเป็นต้องมีคุณสมบัติครบทุกข้อ แต่ในคนหนึ่ง ๆ ควรมี คุณสมบัติหลายข้อประกอบกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุด ดังนี้

1. พื้นฐานการศึกษาและความชำนาญ การศึกษาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างมี ระบบ เพื่อให้บุคคลมีความรู้ ทักษะ ทักษะคติในเรื่องทั่ว ๆ ไป การรู้หนังสือ คือการอ่านออก เขียนได้ใน ภาษาของตน และใช้ประโยชน์ได้ เช่น คนไทยอ่านเขียน พูดภาษาไทยได้ หรือภาษาสากล เช่น ภาษาอังกฤษ การรู้วิชาชีพ คือ เรียนรู้วิธีการทำงานเพื่อประกอบอาชีพอย่างใดอย่าง

หนึ่งได้ (สุภาภย์ อิน ทองคง, 2550) ความชำนาญ หมายถึง ความชำนาญในทักษะด้านวิชาชีพ และ ทักษะด้านการบริหาร

2. ความมุ่งมั่นตั้งใจ คนที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจต้องมีความตั้งใจ แน่วแน่ ต้องมอง ธุรกิจเป็นเรื่องสำคัญและจะต้องทุ่มเทกำลังกายกำลังใจทั้งหมดให้กับธุรกิจที่จะเลือก ทำความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จ

3. ความซื่อสัตย์ (loyalty) ผู้ประกอบการต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า หรือผู้ว่าจ้าง ความซื่อสัตย์ ต่อลูกน้อง ความซื่อสัตย์ต่อเจ้าหน้าที่

4. สุขภาพในการประกอบธุรกิจของตนเองต้องพร้อมที่จะทำงานหนัก ต้องทุ่มเท กำลังกาย กำลังใจให้กับธุรกิจอย่างเต็มที่ จึงต้องมีสุขภาพดี ไม่เช่นนั้นความวิตกกังวลในเรื่องต่าง ๆ อาจส่งผลเสียต่อ สุขภาพได้

ฉัตรยาพร เสมอใจ และ คณะ (2552 : 47-51 ) ได้ให้ความหมายของ ผู้ประกอบการที่จะ ประสบความสำเร็จไว้ว่าสาเหตุของความสำเร็จ (Reasons for Success ) เราสามารถจำแนกปัจจัย ที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการขนาดย่อมออกเป็น 6 ประการ ต่อไปนี้

1. การทำงานหนัก แรงขับ และความทุ่มเท (Hard Work, Drive and Dedication) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักจะมีแรงผลักดันของความต้องการความสำเร็จ ความมั่นคง ความมั่งคั่ง จึงสามารถที่จะทุ่มเทเวลาและความตั้งใจให้กับงาน โดยผู้ประกอบการจะทุ่มเทเวลาให้กับ ธุรกิจมากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน และการทำงานไม่มีวันหยุด

2. มีอุปสงค์ ต่อสินค้าหรือบริการ (Market Demand for the Product of Services) การวิเคราะห์และความเข้าใจในตลาด จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างผลิตภัณฑ์หรือ การบริการที่ต้องการของลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างรายได้และการเจริญเติบโตต่อไป

3. มีความสามารถในการจัดการ (Managerial Competence) การประกอบธุรกิจ มิใช่เพียงแต่ต้องการความอยู่รอดในช่วงก่อตั้งเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการจะต้องสามารถบริหาร การจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนักธุรกิจขนาดย่อมสามารถที่จะเรียนรู้ทักษะทางการจัดการ ฝึกอบรม การเพิ่มพูนของตนเอง หรือการเรียนรู้จากประสบการณ์ของบุคคลอื่น

4. มีการวางแผนกลยุทธ์ที่ดี (Good Strategy planning) การวางแผนกลยุทธ์ คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดเป้าหมาย และวางแผนดำเนินการเพื่อที่จะไปถึงเป้าหมายนั้น

5. โชค Luck นับว่ามีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะรอเพียงโชคชะตาก็คงไม่ได้ คงต้องหมั่นฝึกฝน และเตรียมตัวให้พร้อมถ้าเมื่อใดสามารถประเมินได้ว่าโอกาสทางธุรกิจของตนเปิดและเทียบเคียงแล้ว ว่าสามารถยอมรับต่อความเสี่ยงที่ธุรกิจอาจล้มเหลวได้

6. ข้อกำหนดอื่น ๆ ของความสำเร็จของธุรกิจ ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะต้องพิจารณาถึงข้อกำหนดอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

6.1 การจัดหาเงินทุนที่เพียงพอหากธุรกิจมีเงินทุนเวียนที่ไม่เพียงพอธุรกิจจะไม่สามารถดำเนินงานอย่างประสบความสำเร็จได้นาน การจัดหาเงินทุนทำได้ยากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ นักธุรกิจขนาดย่อมมักจะไม่มีวางแผนความต้องการเงินไว้ล่วงหน้าจึงไม่ได้เตรียมการเรื่องต่างๆ เช่น ลูกค้าไม่ชำระเงิน เงินทุนจมกับสินค้ามากเกินไปดังนั้นธุรกิจจะต้องมีการวางแผนการเงินอย่างระมัดระวัง

6.2 แหล่งเงินทุน เนื่องจากภาครัฐและสถาบันทางการเงินต่างเล็งเห็นความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม ทำให้มีการสนับสนุนด้านการลงทุนมากมาย ธุรกิจขนาดย่อมสามารถหาแหล่งเงินทุนได้จากหลายแห่ง ได้แก่

6.2.1 เงินทุนของเจ้าของ การใช้เงินเก็บบางส่วนของตัวเองเป็นเจ้าของเป็นแหล่งเงินทุนที่ปลอดภัยและประหยัด แต่หากเงินทุนของตนเองมีไม่เพียงพอ อาจพิจารณาจากแหล่งอื่นเพิ่ม

6.2.2 ธนาคารพาณิชย์ เป็นแหล่งเงินทุนในการกู้ยืมเงินในระยะยาว

6.2.3 สินเชื่อจากผู้ขาย ธุรกิจย่อมจะได้รับเครดิตในการจ่ายเงินค่าสินค้า โดยชำระเงินภายใน 30-60 วัน หรือทำมากกว่านั้น ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่ตกลงกัน

6.2.4 บริษัทที่ให้กู้ยืมโดยมีลูกหนี้เป็นหลักประกัน โดยจะให้เงินกู้กับธุรกิจ โดยการซื้อบัญชีลูกหนี้ของธุรกิจ โดยจะจ่ายเงินสดให้น้อยกว่าที่กำหนดไว้ของบัญชีลูกหนี้เล็กน้อย และจะคิดดอกเบี้ยในการให้บริการเมื่อบัญชีลูกหนี้ครบตามกำหนด

6.2.5 เงินทุนจากรัฐบาล รัฐบาลอาจจะให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำกับธุรกิจขนาดย่อมที่ไม่สามารถจัดหาเงินทุนจากแหล่งเอกชนได้

6.3 การเก็บบันทึกที่ดี การจัดทำบัญชีไม่เพียงแต่เป็นการทำตามข้อกำหนดของกฎหมายยังเพื่อตรวจสอบความโปร่งใสในการดำเนินงาน และเพื่อเปรียบเทียบและตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของธุรกิจในอดีตและปัจจุบัน นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นข้อมูลสำคัญ เพื่อวางแผนในอนาคตด้วย ซึ่งประเภทของเอกสารที่ควรมีการจัดบันทึกและจัดเก็บ

6.3.1 งบดุลและงบกำไรขาดทุน ซึ่งเป็นบันทึกพื้นฐานของธุรกิจ งบดุลจะแสดงให้เห็นระดับของทรัพย์สิน หนี้สิน และส่วนของเจ้าของ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ส่วนงบกำไรขาดทุนจะแสดงยอดขาย ค่าใช้จ่าย และกำไรหรือขาดทุน

6.3.2 งบแสดงการหมุนเวียนของเงินสด มีความสำคัญ เพราะการเก็บบันทึกดังกล่าวจะทำให้ช่วยคาดการณ์ถึงการขาดแคลนเงินสดได้ก่อนที่จะเกิดขึ้นจริง

6.3.3 บันทึกอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมคือ รายงานโดยละเอียดของบัญชีลูกหนี้ เจ้าหนี้ สินค้าคงเหลือ และยอดขาย เป็นต้น

จากปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยสรุปได้ว่าปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการคือ ด้านผู้ประกอบการต้องมีความรู้และทักษะมีความมุ่งมั่นทุ่มเทให้กับงาน รวมถึงรักษามาตรฐานการบริการเพื่อให้ลูกค้าประทับใจและต้องบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินลงทุนและจำนวนลูกค้าซึ่งจะสัมพันธ์กับยอดขายของร้านคาเฟ่

## 5. ข้อมูลทั่วไปของร้านคาเฟ่ในตำบลบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ร้านกาแฟสดในตำบลบ่อทรายที่จดทะเบียนพาณิชย์กับทางเทศบาลนครสงขลา มีจำนวน 14 ร้าน หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงส่งใบคำร้องขอรายชื่อร้านกาแฟสดทั้ง 14 ร้าน แต่เนื่องจากเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ทางเทศบาลนครสงขลาจึงไม่สามารถให้ข้อมูลในส่วนขอรายชื่อร้านได้ ผู้วิจัยจึงใช้การเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ ร้านกาแฟสดที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ทั้งหมด จำนวน 9 ร้าน ได้แก่ ร้าน บ้านเดือนฉาย ร้าน เล่ากาแฟ (LaowKaFae) ร้าน ทองงามคาเฟ่ขนมไทย ร้าน สงขลาสเตชั่น ร้าน E.P's café Patisserie ร้าน Moon café ร้าน Café Der See Nakornnok ร้าน เดอะสแตนดาร์ดบรูว์เบค (The Stand Brew Bake) และร้าน ฮาร์ทเมดโรสเทอรี่ (Heart Made Roastery) ทั้ง 9 ร้านนี้เป็นร้านที่จดทะเบียนพาณิชย์กับทางเทศบาลนครสงขลา และได้รับรางวัลหรือโอกาสจากหน่วยงานภาครัฐภายในร้าน

### 5.1 ร้าน บ้านเดือนฉาย

คาเฟ่บ้านเก่าเล่าเรื่องเมืองสงขลา ‘บ้านเดือนฉาย’ เปิดบ้านให้เยี่ยมชมประวัติศาสตร์วันวาน พร้อมให้บริการอาหารเครื่องดื่มทุกวันพุธ – อาทิตย์ 10.00-19.00 น. ในซอยหนองจิรามัญ ถนนนางงามตั้งใจจะไปนั่งจิบกาแฟกินสโคนที่ บ้านเดือนฉาย ช่วงสายๆ แต่ด้วยความอ้อยอิ่งแวะถ่ายรูปอาคารและสตรีทอาร์ตบนถนนนางงามเพลินไปมาก มาถึง ‘บ้านเดือนฉาย’ จึงเปลี่ยนใจรับประทานอาหารมื้อกลางวันแทน เปิดประตูหน้าร้านก็ถูกใจบรรยากาศเลย ในส่วนหน้าบ้านเป็นคาเฟ่ขนาดกะทัดรัดที่ตกแต่งด้วยดอกไม้และเครื่องถ้วยกระเบื้องจีน กาน้ำทองเหลือง พานทองเหลือง ตู้โชว์ขนมทำเป็นตู้กระจกขอบไม้จัดวางโซกูปังเอาไว้ดูสวยเก๋ มีสโคน คุกกี้ และเค้กอยู่ในถาดมีฝาแก้ว ปิดวางเรียงรายเดินทะลุโซนคาเฟ่เข้าไปจะเป็นส่วนร้านอาหารที่อยู่ในบ้านซึ่งเป็นอาคารเก่ามีอายุไม่ต่ำกว่า 80 ปี



ภาพที่ 2.1 ภาพบรรยากาศภายในร้านเดือนฉาย

## 5.2 ร้านเล่ากาแฟ (LaowKaFae)

ตั้งอยู่ที่ 715/1 ถนนไทรบุรี ตำบลบ่ออย่าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 08.00น.-17.00 น. หยุดทุกวันจันทร์และวันศุกร์ เป็นร้านกาแฟสดแบบสโลว์บาร์ เปิดดำเนินการกิจการเข้าสู่ปีที่ 10 เป็นร้านกาแฟสดที่ตกแต่งสไตล์โมเดิร์นคันทรี่ พื้นที่ภายในร้านมีจำกัด แต่สิ่งที่เป็นจุดเด่นของร้านเล่ากาแฟ คือ การใช้วิธีการชงแบบสโลว์บาร์ และใช้ส่วนผสมที่ประยุกต์จากวัตถุดิบพื้นบ้านมาผสมผสานกับกาแฟ เช่น กาแฟโรบัสต้าจากเกษตรกรภายในจังหวัดและภายในประเทศ น้ำผึ้งโตนด สุราพื้นบ้าน เป็นต้น พนักงานในธุรกิจร้านกาแฟสดกล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่ลูกค้านิยมสั่ง ได้แก่ อเมริโกโนที่ชงด้วยเครื่องไซฟอน เป็นต้น ร้านเล่ากาแฟจะนิยมขายเครื่องดื่มที่เป็นกาแฟดำมากกว่า เพราะอยากให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้ดื่มกาแฟที่เป็นรสชาติดั้งเดิมไม่มีส่วนผสมอื่นผสม แต่ทางร้านก็ยังมีเมนูแนะนำสำหรับลูกค้าที่ไม่ชอบดื่มกาแฟดำ ได้แก่ เมนูกาแฟตาจวง เป็นกาแฟที่ผสมนมกับน้ำผึ้งโตนดให้รสชาติหวานจากธรรมชาติ อีกทั้งยังมีเมนูน้ำแข็งใสหรือที่คนภูเก็ตเรียกกันว่า “โอ๊ะเอ๋ว” หากลูกค้าท่านใดที่ชอบขนมทางร้านเล่ากาแฟก็จะแนะนำเป็น SongKhla Tique และ Brownie’s Minnie เป็นต้น” (พนักงานของร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2566)



ภาพที่ 2.2 เมนูน้ำแข็งใส หรือไอ้เอ๋อของร้านเล่ากาแฟ

### 5.3 ร้าน ทองงามคาเฟ่ขนมไทย

คาเฟ่ขนมไทยที่ส่วนใหญ่มักกระจุกกันอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอนนี้เริ่มขยายอาณาเขตไปจังหวัดต่างๆ กันแล้ว และล่าสุดจังหวัดสงขลาก็มีคาเฟ่ขนมไทยสวย ๆ เพิ่มมาอีกหนึ่งร้าน ทองงาม เป็นคาเฟ่ขนมไทยเปิดใหม่ในย่านเมืองเก่าสงขลา ที่ตั้งอยู่ในตึกสถาปัตยกรรมชิโน-โปรตุกีส แต่ก็มีควมโมเดิร์นแทรกอยู่ เมื่อเดินเข้าไปให้ความรู้สึกเหมือนเป็นคุณหญิงคุณนายมานั่งเล่นคุยกัน ยามบ่าย ขนมภายในร้านมีให้เลือกมากมายตั้งแต่ขนมไทยกินง่ายที่ทุกคนรู้จักกันดีอย่างขนมชั้น, ขนมเปียะส้ม, ขนมเปียกปูน, ขนมทองเอก, ขนมเสน่ห์จันทร์ ไปจนถึงขนมไทยที่ไม่ค่อยได้เห็นกันมากนัก อย่างขนมผกากรอง, ขนมขอม่วง หรือของว่างแบบไทย ๆ ที่หายากมากอย่างขนมจีบนก ก็เป็นหนึ่งในเมนูชิคเนเจอร์ของทางร้าน



ภาพที่ 2.3 ภาพบรรยากาศภายในร้าน ทองงามคาเฟ่ขนมไทย

#### 5.4 ร้าน สงขลาสเตชัน

Songkhla station ที่อยู่ : ย่านเมืองเก่า ถนนนครนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา(เยื้องโรงสีแดง หับโห้หิ้น) เวลาเปิด-ปิด : เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-19.00 น. เบอร์โทร : 093 771 1181 เป็นคาเฟ่สไตล์ชิคๆ ย่านสตรีทอาร์ต เมืองเก่าจังหวัดสงขลา ที่มาพร้อมกับคอนเซ็ปต์ “สถานีความสุข สถานีสร้างสรรค์” ที่อยากสร้างรอยยิ้มและความทรงจำดีๆ ให้แก่ผู้ที่ได้มาเยือน ภายในร้านแบ่งออกเป็น 2 โซน โซนคาเฟ่ และ โซนงานศิลป์

จุดเด่นของร้านนี้คือ ทั้งภายในร้านและบริเวณรอบๆ ตัวร้านมีมุมสวยๆ ให้ถ่ายรูปเพียบ เรียกได้ว่าถ่ายรูปจนเมมโมรี่การ์ดเต็มแล้วยังไม่พอ นอกจากบรรยากาศร้านจะดีแล้วอาหารและเครื่องดื่มก็ดี



ภาพที่ 2.4 ร้านSongkhla Station

### 5.5 ร้าน E.P's café Patisserie

การเปิดร้านกาแฟมาเป็นระยะเวลาประมาณ 25 ปี แนวคิดในการเปิดร้านทางผู้ประกอบการ เริ่มแรกของการเปิดร้านมาจากน้ำสละไก่ที่ที่เป็นชาวอินโดนีเซียได้นำสูตรเค้กมาทำการเปิดร้านกาแฟในรูปแบบโฮมเมดเป็นของตัวเอง ซึ่งชื่อของร้าน E.P's café Patisserie มาจากชื่อเล่นของน้ำสละไก่ ทางร้านจะเน้นไปในส่วนของขนมเบเกอรี่มากกว่ากาแฟ



ภาพที่ 2.5 ร้าน E.P's café Patisserie

### 5.6 ร้าน Moon café

มาสงขลาแล้วพลาดไม่ได้เลยกับคาเฟ่ที่นี้มูนคาเฟ่ (moon cafe) เป็นร้านโดนัทชื่อดังของหาดใหญ่ มาเปิดสาขาใหม่ที่ย่านเมืองเก่าสงขลา(moon cafe) ที่นี้มีเมนูเครื่องดื่มที่หลากหลายกาแฟลาเต้ ชาเขียวและอื่นๆนอกจากนี้ยังมีเมนูเค้กที่อร่อยมีขึ้นชื่อเป็นเบอร์ต้นต้นของจังหวัดสงขลาบรรยากาศภายในร้านตกแต่งวินเทจย้อนยุคสไตล์และด้านหลังสุดจะมีวิวทิวทัศน์ของแม่น้ำสงขลา  
พิกัด : มูนคาเฟ่ เมืองเก่า จังหวัดสงขลาครับ เวลาเปิด – ปิด : เปิด 10.00-17.30 (หยุดวันพุธ)



ภาพที่ 2.6 ร้าน Moon café

#### 5.7 ร้าน Café Der See Nakornnok

คาเฟ่ลับสุดซิดล ติดทะเล ย่านถนนนางงาม บรรยากาศดีมาก ที่นี้เลยค่า Café Der See Nakornnok มีมุมถ่ายรูปชิคๆ แนะนำมาทานช่วงบ่ายๆแก่ๆคอนไปทางเย็น นั่งริมระเบียงสามา มองเห็นวิวทะเล วิถีชาวบ้าน เรือผ่านไปผ่านมา มันดีมากค่า อาหารอร่อย เมนูแนะนำ หมีกไข่ต้ม หวาน แกงส้มกั้งยอดมะพร้าว หรือใครมาช่วงเช้า กลางวันมาสั่งกาแฟก็ได้ น้ำ เมนูเบเกอรี่ก็มีเช่นกัน ค่า ลมพัดดีตลอดวัน Cafe' Der See Nakornnok เปิดบริการทุกวัน 7.00 - 22.00 น..



ภาพที่ 2.7 ร้าน Café Der See Nakornnok

### 5.8 ร้านเดอะสแตนดาร์ดบรูวเบค (The Stand Brew Bake)

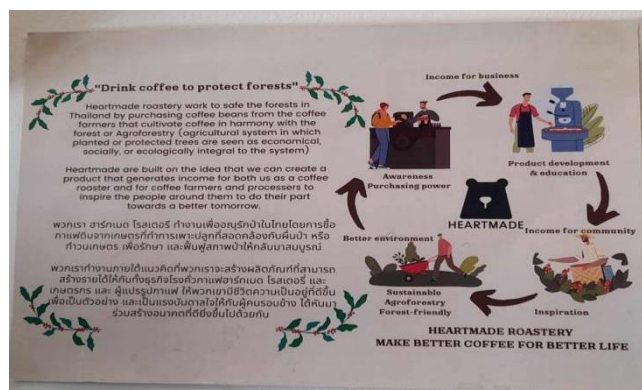
ตั้งอยู่ที่ 108/110 ถนนนครใน ตำบลบ่ออย่าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 07.30น.-17.00 น. เป็นร้านกาแฟสดแบบสปีดบาร์ย่านเมืองเก่า เปิดดำเนินกิจการเข้าสู่ปีที่ 3 เป็นร้านกาแฟสดที่ตกแต่งในสไตล์โมเดิร์น พื้นที่ภายในร้านมีความกว้างขวางขนาด 3 คูหา รวมไปถึงเมนูที่มีให้เลือกมากมายหลากหลาย ทั้งเมนูกาแฟสด โกโก้ และมัจฉะ พนักงานในธุรกิจร้านกาแฟกล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่เป็นที่นิยมสำหรับลูกค้านั้นก็คือ กาแฟดำ หรืออเมริกาโน่ ที่มีเมล็ดกาแฟให้เลือกมากมายหลายแบบ หากชอบดื่มกาแฟรสชาติเปรี้ยวก็สามารถเลือกเมล็ดกาแฟคั่วอ่อนได้ แต่ถ้าหากลูกค้าชื่นชอบรสชาติกาแฟที่มีความขม ก็สามารถเลือกเมล็ดกาแฟคั่วเข้มได้เช่นเดียวกัน ส่วนเมนูแนะนำของทางร้านก็จะแบ่งตามหมวดหมู่ ส่วนใหญ่เมนูที่ทางร้านแนะนำจะไม่ใช้กาแฟดำทั่วไป แต่จะเป็นการนำหมวดหมู่หลัก ๆ เช่น กาแฟ โกโก้ และมัจฉะ มาผสมกับตัวไซรัปหรือน้ำผลไม้อื่น ๆ เช่น โกโก้ยuzu หรือมัจฉะลิ้นจี่ เป็นต้น” (พนักงานของร้านเดอะสแตนดาร์ดบรูวเบค, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2566)



ภาพที่ 2.8 ร้านเดอะสแตนดาร์ดบรูวเบค

### 5.9 ร้านฮาร์ทเมดโรสเทอร์รี่ (Heart Made Roastery)

ตั้งอยู่ที่ 178 ถนนนครใน ตำบลบ่ออย่าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 07.30น.-17.00 น. เป็นร้านกาแฟสดแบบผสมผสาน มีทั้งเครื่องชงกาแฟแบบสปีดบาร์ และสโลว์บาร์ พื้นที่ในร้านมีจำกัด แต่จุดเด่นของทางร้านคือ การมีโรงคั่วกาแฟเป็นของตัวเอง มีเมล็ดกาแฟให้เลือกมากมายจากแหล่งเพาะปลูกทั่วโลก พนักงานในธุรกิจร้านกาแฟกล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่ลูกค้านิยมสั่ง คือ อเมริกาโน่ แบ่งตามประเภทการคั่วตามรสชาติของกาแฟที่ลูกค้าชื่นชอบ ส่วนเมนูของทางร้านที่เป็นเมนูแนะนำนั้น จะอยู่ในรายการ Heart Made Signature ได้แก่ เมนู Mr.Proud ซึ่งเป็นเมนูที่ทางร้านได้นำไปแข่งขันและได้รับรางวัลกลับมา ส่วนผสมของเมนูนี้ประกอบด้วย กาแฟผสม น้ำตาลมะพร้าวราดโฟมชีสและขนมขี้มอด” (พนักงานของร้านฮาร์ทเมดโรสเทอร์รี่, สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2566)



ภาพที่ 2.9 กระบวนการผลิตกาแฟสดของร้านฮาร์ทเมดโรสเทอร์รี่

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปรัชญา เหมสว่างและคณะ (2560) ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา การศึกษารั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการในความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐ เวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐ เวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศ สหรัฐอเมริกา จำนวน 215 คน ตอบคำถามในรูปแบบของแบบสอบถามและสัมภาษณ์ 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการ วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัย พบว่า (1) ระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศ สหรัฐอเมริกา พบว่า มีระดับความสำเร็จจากความพึง

พอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก (2) ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ด้านแรงงาน (Mean= 43.6) ด้านเงินทุน (Mean= 37.7) ด้านวัตถุดิบ (Mean= 66.4) และด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ (Mean= 76.4) มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา (3) ปัจจัยแวดล้อมของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ด้านการสนับสนุนจากทางสังคม อยู่ในระดับมาก (Mean=3.90) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับมาก (Mean= 3.56) ด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน อยู่ในระดับมาก (Mean=3.63) และด้านการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน อยู่ในระดับมาก (Mean=3.55)

เมธา ศิริประยูรศักดิ์ (2565) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารสถานการณ์โควิด-19 ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารสถานการณ์โควิด-19 ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ ปัจจัยด้านการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ และปัจจัยด้านการยืดหยุ่นต่อผู้กับสถานการณ์ ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการเองต้องแก้ไขโดยใช้ความรู้ ความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนในการลงทุน ใช้สติปัญญาความสามารถในการแก้ไขวิกฤตเพื่อความสำเร็จ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์รู้จักมองหาสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ โดยนำเอาประสบการณ์ที่ผ่านมาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิมเพื่อนำมาใช้กับการบริหารธุรกิจเพื่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารสถานการณ์ในโควิด-19

ประภัสสร รังสิโรจน์ (2563) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน” ผลการศึกษาพบว่า จากวัตถุประสงค์ที่ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน มีปัจจัยดังนี้

1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืนมากที่สุด

2) ความรู้ความเข้าใจในธุรกิจที่จะดำเนินการ การพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ และต้องมีจิตสำนึกในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ เจ้าของร้านเองต้องเป็นแบบอย่างในการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ดีให้แก่พนักงาน มีการวางแผนร้านอย่างชัดเจนให้สอดคล้องกับทั้งกลุ่มของลูกค้าและมีราคาที่เหมาะสม

3) ด้านนโยบายภาครัฐ ก็มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการอยู่หลายด้าน ผู้ประกอบการเองก็ควรที่จะศึกษาข้อมูล และประสานงานกับหน่วยงานในท้องถิ่นของตน รวมถึงศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การบริหารงานที่ต้องมีรูปแบบชัดเจน และเป็นระบบ

ปรัชญา เหมินสว่ง และ ชาญซัย จิวจินดา (2563) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ สามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้านด้วยกัน ประกอบด้วย

1) ปัจจัยพื้นฐานด้านแรงงาน พบว่าประกอบด้วย 7 คุณลักษณะที่สำคัญของพนักงาน ได้แก่ ด้านความซื่อสัตย์ ด้วยความขยันและอดทน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการมีระเบียบวินัย ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านใฝ่เรียนรู้

2) ปัจจัยพื้นฐานด้านเงินลงทุน พบว่า ในการลงทุนเปิดร้านอาหารที่มีขนาดเล็กสามารถใช้เงินทุนของผู้ประกอบการเองได้ หรือใช้เงินสะสมภายในครอบครัวในการดำเนินการช่วงแรก ข้อดี คือ เป็นเงินกู้ที่ไม่จำเป็นต้องจ่ายดอกเบี้ยในการทำธุรกิจ ในส่วนของร้านอาหารขนาดกลางและร้านอาหารขนาดใหญ่จะมีความจำเป็นที่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากกว่าองค์กรขนาดเล็ก หากเงินทุนของตัวผู้ประกอบการไม่เพียงพอต่อการขยายธุรกิจ การทำเรื่องกู้ยืมจากธนาคารจึงถือว่าเป็นสิ่งที่จำเป็น ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการคืนทุนควรจะใช้เวลาระยะสั้นภายในเวลา 1-3 ปี และในส่วนของด้านจำนวนแรงงานที่เหมาะสมนั้นถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญต่อการลงทุน เพราะถ้าบริหารหรือกำหนดหน้าที่มากจนเกินความจำเป็นต่อพื้นที่การทำงาน อาจทำให้ผู้ประกอบการขาดทุนหรือเสียผลกำไร ในการดำเนินธุรกิจจำเป็นที่จะต้องใช้อยู่ที่มีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในการทำงานแต่ละด้านเพื่อที่จะสามารถกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมกับหน้าที่และสถานที่ซึ่งใช้ในการประกอบธุรกิจ

3) ปัจจัยพื้นฐานด้านวัตถุดิบ พบว่า ร้านอาหารไทยเป็นร้านอาหารที่มีรสชาติหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ ผู้ประกอบการจะทำการพิจารณาคัดเลือกวัตถุดิบจากแหล่งที่ดีที่สุด อีกทั้งยังคำนึงถึงปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ ควรเก็บรักษาวัตถุดิบอย่างถูกต้องตามหลักสุขอนามัย

4) ปัจจัยพื้นฐานด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ พบว่า ในส่วนของด้านเครื่องมือและอุปกรณ์เอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถจดจำได้ง่าย นั่นก็คือ เครื่องหมายการค้าของร้าน การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน มีความสวยงาม ทันสมัย โดยออกแบบอุปกรณ์ที่ใช้ในสถานประกอบการให้มีความสวยงาม รวมถึงจัดพิมพ์เมนูอาหาร โดยมีรูปภาพของอาหารและบรรยายลักษณะอาหารเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าใจรสชาติได้ดีขึ้น ควรมีเมนูอาหารแนะนำประจำร้านเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น สิ่งที่สำคัญควรคำนึงถึงราคาของอาหารที่อาจส่งผลโดยตรงต่อยอดขายของร้าน ผู้ประกอบการควรสำรวจตลาดร้านอาหารรอบข้างเพื่อประกอบการตัดสินใจในการตั้งราคาอาหาร การออกแบบตกแต่งอย่างประณีตซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย การจัดรูปแบบของอาหารที่งามชวนรับประทานและการให้ปริมาณของอาหารที่เหมาะสม

เจริญชัย เอกมาไพศาล และ บุษกร จุลบรรยงค์ (2562) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารไทยภายใต้รางวัลมิชลินสตาร์” ผลการศึกษาพบว่า

1) ความชื่นชอบในการทำอาหาร ซึ่งพบว่า พ่อครัวทุกท่านมีความชื่นชอบในการทำอาหาร บางคนเริ่มจากการทำอาหารในวัยเด็ก มีการสะสมเรียนรู้ จดจำสูตรต่าง ๆ เทคนิคและวิธีการในการทำอาหารเรื่อยมา จนก่อให้เกิดความเชี่ยวชาญ รู้ลึกไปถึงในสิ่งที่ตัวเองกำลังทำและสามารถปรับปรุงหรือประยุกต์เปลี่ยนแปลงให้เป็นเอกลักษณ์ของตนเองได้

2) การคัดเลือกวัตถุดิบ ก็ถือได้ว่าเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญในความสำเร็จของร้านอาหาร โดยทุกร้านก็จะให้ความสำคัญกับการเลือกวัตถุดิบที่ดีที่สุดจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วประเทศ

3) การเลือกทำเลที่ตั้ง เป็นส่วนสำคัญของปัจจัยความสำเร็จ ร้านอาหารที่ได้รับรางวัลมิชลินสตาร์ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน หรือย่านที่อยู่ใจกลางเมืองทำให้สะดวกต่อการเดินทาง

4) ระบบการบริหารจัดการที่มีเมนูอาหารคุณภาพระดับสูง (Fine Dinning) ผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า ร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จมักจะรับลูกค้าได้ในปริมาณที่มีจำกัด ในบางร้านมีระบบการจองโต๊ะล่วงหน้าก่อนที่จะมารับประทานอาหาร เพื่อที่ทางร้านสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสมที่สุด

5) การปรับปรุงเมนูอาหารอยู่เสมอ เนื่องจากมีลูกค้าบางส่วนที่เป็นลูกค้าประจำทำให้ทางร้านต้องมีการปรับปรุงเมนูตลอดเวลา เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้า แต่ในขณะเดียวกันก็ยังรักษาเมนูที่เป็นต้นตำรับของทางร้านที่สร้างชื่อเสียงให้กับร้านไว้อยู่ตลอดนั่นเอง

เกษม เนียมหอม และคณะ (2563) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ไถ่อย่าง 5 ดาวเพื่อการประกอบธุรกิจในจังหวัดนครปฐม” ประกอบด้วย

1) ด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ ดังนี้ ด้านปัจจัยส่วนบุคคลด้านทักษะและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ ด้านบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ และด้านการศึกษาเตรียมความพร้อม มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากการที่จะทำให้อธุรกิจประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องอาศัยประสบการณ์ในการที่จะให้อธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการทำธุรกิจ จะมีทักษะและความรู้ควบคู่ไปกับการทำธุรกิจ ในส่วนของบุคลิกภาพของผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงเรื่องของการแต่งกาย การมีมิตรไมตรีที่ดีกับผู้บริโภครวมถึงการเตรียมความพร้อมในเรื่องของเงินทุนซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญ รวมถึงทำเลที่ตั้งในการทำธุรกิจ

2) ด้านคุณลักษณะของธุรกิจ จากผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้บอกว่า ดังนี้ ระยะเวลาขนาดขององค์กร ผลประกอบการ เอกลักษณ์ของธุรกิจ ล้วนมีผลต่อความสำเร็จของกิจการเนื่องจากการที่จะทำให้อธุรกิจทราบถึงข้อบกพร่องและนำไปปรับแก้ไขได้ตรงจุดนั้น ขนาดขององค์กร เมื่อมีขนาดใหญ่ก็จะมีระดับของความสำเร็จที่สูงขึ้น ผลประกอบการเองก็จะแสดงให้เห็นถึงกำไรหรือว่า

ขาดทุนในการดำเนินธุรกิจ และการที่ทำให้ธุรกิจมีเอกลักษณ์ขึ้นมา ก็จะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจมากขึ้น เพราะทำให้ธุรกิจแตกต่างจากคนอื่นและเป็นที่ยึดจำ

### 3) ด้านความสามารถในแข่งขัน พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถการแข่งขันของ

ผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ไถ่อย่าง 5 ดาว จากผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้บอกว่า ปัจจัยด้านการแข่งขัน ในการดำเนินธุรกิจจะต้องควบคุมมาตรฐานของรสชาติให้คงที่อยู่เสมอเพราะจะทำให้ได้เปรียบคู่แข่งในการทำธุรกิจ ต้องมีความใส่ใจในการบริการทุกครั้ง รวมถึงต้องมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่จะเข้ามาใช้บริการ พยายามซื้อสินค้า พยายามสร้างความแตกต่างให้มากที่สุด ยิ่งมีความแตกต่างมากเท่าไร ก็ยิ่งมีความได้เปรียบในการทำธุรกิจมากเท่านั้น

จิราพร ประสารการ และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตผลการศึกษา พบว่า ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยหลักของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องดำเนินการ ประกอบด้วย การสร้างความน่าเชื่อถือ การสร้างเอกลักษณ์ การมีคุณภาพด้านการบริการ การสร้างความได้เปรียบด้านการเข้าถึงสถานที่ตั้งของร้านอาหาร การเป็นมืออาชีพด้านการจัดการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างความโดดเด่นด้านรสชาติและคุณภาพของอาหาร การนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกในร้านอาหาร และความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าแฟฟจังหวัดสงขลา เป็นวิจัยแบบเชิงผสม (Mixed Methodology Research) ใช้วิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมและสามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์งานวิจัยได้อย่างครบถ้วน ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ
  - 1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
  - 1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
  - 1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ
  - 2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
  - 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
  - 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การวิจัยเชิงปริมาณ

##### 1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้า ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่เดินทางมาใช้บริการร้านคาเฟ่ จังหวัดสงขลา ขนาดตัวอย่างซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีของดับเบิลยู จี โคชราล์ (W.G. Cochran, 1977) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{(e)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = แทนสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการต้องการสุ่มโดยนำค่าสถิติในอดีตมาใช้แทนได้  $P = (0.02)$

Z = แทนความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัย % ซึ่งเป็นระดับนัยสำคัญไว้ที่ 95 %

$$\begin{aligned}
 & \text{ทางมีค่าเท่ากับ } 1.96 \text{ (เชื่อมั่น } \% 95 \text{ หรือผิดพลาด } \% 5) (Z = 1.96) \\
 e &= \text{ แทนสัดส่วนในการคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (e=0.04) } \\
 n &= \frac{0.2(1-0.2)(1.96)^2}{(0.04)^2} \\
 &= 384 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงได้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการร้านร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา จำนวน 384 คน ซึ่งผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลโดยวิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเองและดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านดังกล่าว

## 1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา โดยมีลำดับการสร้างเครื่องมือดังต่อไปนี้

1.2.1 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้าน กาแฟ จังหวัดสงขลา เพื่อนำไปวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของข้อมูลให้มีความเชื่อมโยงกับงานวิจัยซึ่งจะได้ใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการกำหนดทิศทางการจัดเก็บข้อมูลงานวิจัยในลำดับ ขั้นตอนต่อไป

1.2.2 สร้างแบบประเมินสำหรับลูกค้าเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งมีประเด็น สอบถาม ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ

จังหวัดสงขลา เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales)

จากนั้นนำมาหาค่าคะแนนเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล ดังนี้

|           |         |                                         |
|-----------|---------|-----------------------------------------|
| 4.51-5.00 | หมายถึง | ระดับการจัดคุณภาพการให้บริการมากที่สุด  |
| 3.51-4.50 | หมายถึง | ระดับการจัดคุณภาพการให้บริการ           |
| 2.51-3.50 | หมายถึง | ระดับการจัดคุณภาพการให้บริการปานกลาง    |
| 1.51-2.50 | หมายถึง | ระดับการจัดคุณภาพการให้บริการน้อย       |
| 1.00-1.50 | หมายถึง | ระดับการจัดคุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด |

## 1.2.3 การทดสอบเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

1) การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม(Content Validity Rest) ซึ่งมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1.1) กำหนดผู้เชี่ยวชาญตัดสิน (Judgmental Process) โดยกำหนดคณะผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตามลักษณะการสร้างแบบสอบถามวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องและลักษณะ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

1.2) นำความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถาม

วัตถุประสงคของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ทำการประเมินความเหมาะสมของแต่ละข้อความ ซึ่งเกณฑ์การประเมินได้กำหนดค่าเป็นตัวเลข ดังนี้

|    |         |                                              |
|----|---------|----------------------------------------------|
| +1 | หมายถึง | ข้อความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์         |
| 0  | หมายถึง | ไม่แน่ใจ หรือข้อความนั้นคลุมเครือไม่ชัดเจน   |
| -1 | หมายถึง | แน่ใจว่าข้อความที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ |

1.3) นำคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence :IOC) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ตามสูตรดังนี้ (วรัญญา ภัทรสุข, 2554)

$$\text{สูตร } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

กำหนดให้ IOC = ดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์

$\sum R$  = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2) การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วตามที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำไปทดสอบ (Try out) นำกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีบริบทความใกล้เคียงกัน จากนั้นนำผลไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) (สุวิมล ติรภานันท์, 2550) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ \frac{1-S_i^2}{S_t^2} \right]$$

$\alpha$  = สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อ

$\sum S_i^2$  = คะแนนความแปรปรวนในแต่ละข้อ

$\sum S_t^2$  = คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

เมื่อได้คำนวณค่าความเชื่อมั่นแล้ว ค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.71 ลงมา ก็ต้องนำมาปรับปรุงแก้ไข จนกว่าจะเป็นเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน

3) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์ข้อมูลผลสรุป และอภิปรายตามลำดับต่อไปนี้

### 1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบประเมิน ที่เป็นแบบปลายปิด (Close-ended question) และปลายเปิด (Open-ended question) ใช้วิธีเดินทางไปแจกแบบประเมินสำหรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนด โดยใช้วิธีอ่านและอธิบายข้อตกลง และข้อคำถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจน ในพื้นที่จังหวัดสงขลา รวม 384 ชุด

### 1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อรวบรวมแบบประเมินทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัย

1) การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

1.4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลมีการเตรียม ข้อมูลก่อนการประมวลผล โดยการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกชุดแล้วนำ ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจะถูกนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS โดยตัวแปรต่างๆ จะถูกนำมาลงรหัสเพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปตัวเลขแล้วนำมา วิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้สถิติในการศึกษา ได้แก่ สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

## 2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

### 2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ประกอบการร้านค้า และพนักงาน ที่เกี่ยวข้องกับการปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้า จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดเป็นโควตา (Quota) ซึ่งเลือกสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักใน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก จังหวัดสงขลา โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In- depth interview) แบบมีโครงสร้าง จำนวน 18 คน ดังนี้

2.1.1 ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกร้านละ 1 คน จำนวน 9 ร้าน

2.1.2 พนักงานที่ทำงานร้านค้าปลีก 1 คน จำนวน 9 ร้าน

**2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก จังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด สำหรับสัมภาษณ์รายบุคคล

### 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากเอกสารตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Study)

1) การสำรวจ (Sevey) สำรวจข้อมูลทั่วไป และทรัพยากรสำคัญที่รองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมไม้ในจังหวัดสงขลา

2) การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 40 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview)

3) การสังเกต (Observation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) ผู้วิจัยจะใช้การสังเกตปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก จังหวัดสงขลา ซึ่งการสังเกตนั้นจะใช้การสังเกตการณ์ทั้ง 2 แบบ คือ (1) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) หรืออาจจะเรียกว่าการสังเกตภาคสนาม (Field Observation) หรือการสังเกตเชิงคุณภาพ (Qualitative Observation) ซึ่งเป็นการสังเกตชนิดหนึ่งที่เราเข้าไปใช้ชีวิตกับกลุ่มที่ถูกศึกษา มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมนั้น ๆ (2) แบบไม่มีส่วนร่วม (Non Participant Observation) โดยเป็นการสังเกตการณ์ที่ผู้วิจัยเฝ้าสังเกตการณ์อยู่ภายนอก ไม่เข้าไปร่วมกิจกรรมที่ทำอยู่

4) การสนทนากลุ่ม (Group Discussion and Focus Group) เป็นการรวบรวมในลักษณะสนทนากลุ่มทั้งการพูดคุยแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์รวมถึงแนวทางและปัจจัยที่ส่งผลต่อสภาพปัจจุบัน (อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551)

### 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลจากการรวบรวมตามลักษณะการ วิจัยเชิงคุณภาพ หรือเชิงพรรณนา โดยจากการสัมภาษณ์ของแต่ละครั้ง แต่ละคน แต่ละกลุ่ม มาจำแนกตามประเด็นของคำถาม พร้อมกับการพิจารณาความสมบูรณ์ของข้อมูล พิจารณาตามกรอบ

แนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยทำการจัดบันทึก การบันทึกเสียงระหว่างสัมภาษณ์เพื่อความถูกต้องของข้อมูล โดยผู้วิจัยได้จัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

2.4.1 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการ วิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ (เอื้อมพร หลินเจริญ 2554)

2.4.2 ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งกระทำโดยการ ตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลมากกว่าหนึ่งวิธี โดยการใช้การ สัมภาษณ์เป็นหลักแล้วอาจใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และใช้การศึกษาเอกสารควบคู่กับการ สัมภาษณ์ และการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยการตรวจสอบจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้าน เวลา สถานที่ และบุคคลที่แตกต่างกัน เพื่อพิจารณาว่า ถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ ข้อมูลต่างคน จะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ หากผลของข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีแบบสามเส้าได้ ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง (สุภางค์ จันทวานิช, 2554)

2.4.3 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ ข้อมูลทุติยภูมิ หรือข้อมูลที่ได้จากเอกสาร และข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ ร่วมกันวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหาร จัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าแฟ จังหวัดสงขลา ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

|           |     |                                                 |
|-----------|-----|-------------------------------------------------|
| N         | แทน | กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านกาแฟสดจังหวัดสงขลา |
| $\bar{X}$ | แทน | ค่าเฉลี่ย                                       |
| S.D.      | แทน | ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน                         |

#### 2. การแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านค้าแฟ จังหวัดสงขลา

แบบสอบถาม ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแฟ จังหวัดสงขลา

#### 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

##### 3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าแฟ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าแฟ จังหวัดสงขลา มีรายละเอียดดังนี้

| รายการ    | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-----------|-----------|--------|
| 1. เพศ    |           |        |
| - หญิง    | 252       | 65.6   |
| - ชาย     | 126       | 32.8   |
| - ไม่ระบุ | 6         | 1.6    |

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านกาแฟ  
จังหวัดสงขลา (ต่อ)

| รายการ                            | จำนวน(คน)  | ร้อยละ     |
|-----------------------------------|------------|------------|
| <b>2. อายุ</b>                    |            |            |
| - 18 - 30 ปี                      | 155        | 40.4       |
| - 31-40 ปี                        | 107        | 27.9       |
| - 41-50 ปี                        | 88         | 22.8       |
| - 51-60 ปี                        | 34         | 8.9        |
| <b>3. สถานภาพ</b>                 |            |            |
| - โสด                             | 246        | 64.1       |
| - สมรส                            | 132        | 34.3       |
| - อื่นๆ                           | 6          | 1.6        |
| <b>4. ระดับการศึกษา</b>           |            |            |
| - ต่ำกว่าปริญญาตรี                | 41         | 10.7       |
| - ปริญญาตรี                       | 291        | 75.8       |
| - ปริญญาโท                        | 48         | 12.5       |
| - ปริญญาเอก                       | 4          | 1.0        |
| <b>5. อาชีพหลัก</b>               |            |            |
| - นักเรียน/นักศึกษา               | 101        | 26.3       |
| - ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ    | 129        | 33.6       |
| - พนักงานเอกชน                    | 83         | 21.6       |
| - ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว      | 58         | 15.1       |
| - พ่อบ้าน/แม่บ้าน                 | 13         | 3.4        |
| <b>6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>    |            |            |
| - ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท | 104        | 27.1       |
| - 10,000 – 20,000 บาท             | 122        | 31.8       |
| - 20,001 – 30,000 บาท             | 62         | 16.1       |
| - มากกว่า 30,000 บาท              | 96         | 25.0       |
| <b>ภาพรวม</b>                     | <b>384</b> | <b>100</b> |

จากตารางที่ 1 พบว่า ลูกค้าย่านคาเฟ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 384 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 65.6 เป็นเพศชาย 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และที่ไม่ระบุเพศ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

ด้านอายุ ลูกค้าย่านคาเฟ่ จังหวัดสงขลาส่วนใหญ่ อายุ 18-30 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 อายุ 31-40 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 อายุ 41-50 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และอายุ 51-60 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9

ด้านสถานภาพ ลูกค้าย่านคาเฟ่ส่วนใหญ่มีสถานะโสด จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 สมรสแล้ว จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 และสถานะอื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

ด้านระดับการศึกษา ลูกค้าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 อยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ด้านอาชีพหลัก ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 และเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และมีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1

### 3.2 เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

#### ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา มีรายละเอียดดังนี้

| รายการ                                           | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------------------------|-----------|--------|
| <b>1. ปกติท่านเลือกใช้บริการร้านกาแฟ</b>         |           |        |
| <b>ในช่วงเวลาใด</b>                              |           |        |
| - 09.00 – 11.00 น.                               | 117       | 30.4   |
| - 11.01 – 13.00 น.                               | 79        | 20.5   |
| - 13.01 – 15.00 น.                               | 144       | 37.5   |
| - 15.01 – 17.00 น.                               | 30        | 7.8    |
| - 17.01 – 19.00 น.                               | 9         | 2.3    |
| - 19.01 – 21.00 น.                               | 5         | 1.3    |
| <b>2. จำนวนครั้งที่ท่านใช้บริการร้านกาแฟ ต่อ</b> |           |        |
| <b>สัปดาห์</b>                                   |           |        |
| - 1 ครั้ง                                        | 112       | 29.2   |
| - 2 ครั้ง                                        | 139       | 36.2   |
| - 3 ครั้ง                                        | 85        | 22.1   |
| - มากกว่า 3 ครั้ง                                | 48        | 12.5   |
| <b>3. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้</b>     |           |        |
| <b>บริการร้านกาแฟของท่าน</b>                     |           |        |
| - เพื่อน                                         | 62        | 16.1   |
| - คนรัก                                          | 104       | 27.1   |
| - ครอบครัว                                       | 54        | 14.1   |
| - เพื่อนร่วมงาน                                  | 38        | 9.9    |
| - ตัวท่านเอง                                     | 126       | 32.8   |

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา  
(ต่อ)

| รายการ                                        | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------|-----------|--------|
| <b>4. จุดประสงค์ของการไปใช้บริการ</b>         |           |        |
| <b>ร้านกาแฟ</b>                               |           |        |
| - ต้องการดื่มเครื่องดื่ม                      | 172       | 44.8   |
| - พักผ่อน                                     | 58        | 15.1   |
| - พบปะกับกลุ่มเพื่อน                          | 78        | 20.3   |
| - พุดคุยธุรกิจ                                | 14        | 3.6    |
| - หาสถานที่ทำงาน                              | 10        | 2.6    |
| - ถ่ายรูปและเช็คอิน                           | 52        | 13.6   |
| <b>5. ท่านใช้บริการร้านกาแฟ เพราะเหตุผลใด</b> |           |        |
| - ใกล้ที่ทำงาน                                | 128       | 33.3   |
| - ใกล้บ้าน                                    | 105       | 27.3   |
| - ใกล้แหล่งชุมชน                              | 62        | 16.2   |
| - ทางผ่าน                                     | 79        | 20.6   |
| - ตามรีวิว                                    | 10        | 2.6    |
| <b>6. ลักษณะการใช้บริการ</b>                  |           |        |
| - บริโภคที่ร้าน                               | 236       | 61.4   |
| - ซื้อกลับบ้าน                                | 88        | 22.9   |
| - ที่ทำงาน                                    | 60        | 15.7   |
| <b>7. ท่านนิยมสั่งอาหาร-เครื่องดื่มชนิดใด</b> |           |        |
| - เอสเพรสโซ่                                  | 51        | 13.3   |
| - ลาเต้                                       | 39        | 10.2   |
| - คาปูชิโน                                    | 48        | 12.5   |
| - อเมริกาโน                                   | 38        | 9.9    |
| - มอคค่า                                      | 15        | 3.9    |
| - โกโก้                                       | 86        | 22.4   |
| - น้ำผลไม้                                    | 39        | 10.2   |
| - เบเกอรี่                                    | 38        | 9.9    |
| - อาหาร                                       | 30        | 7.7    |

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

| รายการ                                                      | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------------------------------------|-----------|--------|
| <b>8. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเลือกซื้อเครื่องดื่มต่อครั้ง</b> |           |        |
| - น้อยกว่า 100 บาท                                          | 159       | 41.4   |
| - 101 – 200 บาท                                             | 108       | 28.1   |
| - 201 – 300 บาท                                             | 72        | 18.8   |
| - 300 บาทขึ้นไป                                             | 45        | 11.7   |
| ภาพรวม                                                      | 384       | 100    |

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา จำนวน 384 คน ส่วนใหญ่เลือกบริโภคเครื่องดื่มในช่วงเวลา 13.01–15.00 น. จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 บริโภคในช่วง 09.00–11.00 น. จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 เวลา 11.01–13.00 น. จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 เวลา 15.01–17.00 น. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 เวลา 17.01–19.00 น. จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และช่วงเวลา 19.01–21.00 น. จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

จำนวนครั้งที่ท่านใช้บริการร้านกาแฟ ต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่บริโภค 2 ครั้ง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 บริโภค 1 ครั้ง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 บริโภค 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และบริโภคมมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของท่าน ส่วนใหญ่จะเป็นตัวเอง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 คนรัก จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 เพื่อน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 ครอบครัว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9

จุดประสงค์ของการไปใช้บริการร้านกาแฟ ส่วนใหญ่เพื่อต้องการดื่มเครื่องดื่ม จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 เพื่อพบปะกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ต้องการพักผ่อน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 เพื่อถ่ายรูปและเช็คอิน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 เพื่อพูดคุยธุรกิจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 และหาสถานที่ทำงาน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ท่านใช้บริการร้านกาแฟ เพราะเหตุผลใด ส่วนใหญ่บอกว่าใกล้ที่ทำงาน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 เพราะใกล้ที่บ้าน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 เพราะเป็นทางผ่าน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 ใกล้แหล่งชุมชน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 และตามรีวิว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ลักษณะการใช้บริการ ส่วนใหญ่จะบริโภคที่ร้าน จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 ซื้อกลับบ้าน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 และบริโภคที่ทำงาน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7

ส่วนใหญ่ลูกค้านิยมดื่มโกโก้ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ดื่มเอสเพรสโซ่ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ดื่มคาปูชิโน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ดื่มลาเต้และดื่มน้ำผลไม้ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ดื่มอเมริกาโน่และทานเบเกอรี่ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ทานอาหาร จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และดื่มมอคค่า จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเลือกซื้อเครื่องดื่มน้อยกว่า 100 บาทต่อครั้ง จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 ใช้จ่าย 101 – 200 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 ใช้จ่าย 201 – 300 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และมากกว่า 300 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

ตอนที่ 3 การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดจังหวัด  
สงขลา

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ  
จังหวัดสงขลา

| ปัจจัย                                                  | การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการ |      |       |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------|-------|
|                                                         | $\bar{X}$                               | S.D. | แปลผล |
| <b>1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ</b><br>(Tangible)        |                                         |      |       |
| 1. รสชาติของอาหาร-เครื่องดื่ม                           | 4.47                                    | 0.60 | มาก   |
| 2. ความหลากหลายของรายการ<br>เครื่องดื่ม-อาหาร           | 4.42                                    | 0.61 | มาก   |
| 3. การตกแต่งภายนอกร้านดึงดูดความ<br>สนใจ                | 4.32                                    | 0.62 | มาก   |
| 4. สถานที่ภายในร้านมีความสะอาด<br>เรียบร้อย             | 4.39                                    | 0.64 | มาก   |
| 5. คุณภาพของอุปกรณ์ที่ให้บริการ (แก้ว<br>ช้อน-ส้อม จาน) | 4.40                                    | 0.63 | มาก   |
| <b>2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้</b><br>(Reliability)     |                                         |      |       |
| 1. พนักงานบริการอย่างมีอาชีพ                            | 4.32                                    | 0.64 | มาก   |
| 2. พนักงานมีความรู้ในการตอบข้อสงสัย<br>ของลูกค้าได้     | 4.29                                    | 0.59 | มาก   |
| 3. พนักงานบริการตรงตามต้องการของ<br>ลูกค้า              | 4.34                                    | 0.61 | มาก   |
| 4. การบริการเปิด-ปิดร้านเป็นตามที่แจ้ง<br>ให้ลูกค้าทราบ | 4.35                                    | 0.62 | มาก   |

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

| ปัจจัย                                                  | การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการ |      |       |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------|-------|
|                                                         | $\bar{X}$                               | S.D. | แปลผล |
| <b>3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)</b>    |                                         |      |       |
| 1. พนักงานบริการด้วยความยิ้มแย้ม<br>แจ่มใส              | 4.41                                    | 0.64 | มาก   |
| 2. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ<br>ให้บริการ          | 4.26                                    | 0.61 | มาก   |
| 3. พนักงานรับรายการเครื่องดื่ม-อาหาร<br>ด้วยความรวดเร็ว | 4.17                                    | 0.62 | มาก   |
| 4. พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ                     | 4.33                                    | 0.59 | มาก   |
| 5. มีช่องทางในการรับความคิดเห็น                         | 4.30                                    | 0.59 | มาก   |
| <b>4. ความน่าเชื่อถือ (Credibility)</b>                 |                                         |      |       |
| 1. พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหา<br>เฉพาะหน้าได้     | 4.26                                    | 0.59 | มาก   |
| 2. ราคาเครื่องดื่ม-อาหารตรงตามที่ระบุไว้<br>ในรายการ    | 4.35                                    | 0.61 | มาก   |
| 3. พนักงานมีมาตรฐานในการบริการ                          | 4.29                                    | 0.62 | มาก   |
| 4. พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ                       | 4.32                                    | 0.59 | มาก   |

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

| ปัจจัย                                                          | การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการ |             |            |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------|------------|
|                                                                 | $\bar{X}$                               | S.D.        | แปลผล      |
| <b>5. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ</b>                        |                                         |             |            |
| <b>(Understanding the Customer)</b>                             |                                         |             |            |
| 1. พนักงานเต็มใจในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายการเครื่องดื่ม-อาหาร | 4.31                                    | 0.62        | มาก        |
| 2. พนักงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า               | 4.29                                    | 0.64        | มาก        |
| 3. พนักงานจัดลำดับการให้บริการลูกค้าก่อน-หลัง                   | 4.25                                    | 0.63        | มาก        |
| 4. จัดให้มีการชำระเงินหลายช่องทาง                               | 4.35                                    | 0.61        | มาก        |
| <b>ภาพรวม</b>                                                   | <b>4.32</b>                             | <b>0.37</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.32$ ) และเมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้าน พบว่าปัจจัยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยการความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.32$ ) การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการและความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) และตอบสนองต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.29$ ) โดยมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

การจัดการคุณภาพเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) เมื่อพิจารณาปัจจัยรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ รสชาติของอาหาร-เครื่องดื่ม ( $\bar{X} = 4.47$ ) รองลงมาคือ ความหลากหลายของรายการเครื่องดื่ม-อาหาร ( $\bar{X} = 4.42$ ) และน้อยที่สุดคือ การตกแต่งภายนอกร้านดึงดูดความสนใจ ( $\bar{X} = 4.32$ )

ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.32$ ) เมื่อพิจารณาปัจจัยรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การบริการเปิด-ปิดร้านเป็นตามที่แจ้งให้ลูกค้าทราบ

( $\bar{X} = 4.35$ ) รองลงมาคือ พนักงานบริการตรงตามต้องการของลูกค้า ( $\bar{X} = 4.34$ ) และน้อยที่สุดคือ พนักงานมีความรู้ในการตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ ( $\bar{X} = 4.29$ )

การตอบสนองต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.29$ ) เมื่อพิจารณาปัจจัยรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ พนักงานบริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส ( $\bar{X} = 4.41$ ) รองลงมาคือ พนักงานมีคุณภาพในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.33$ ) และน้อยที่สุดคือ พนักงานรับรายการเครื่องดื่ม-อาหารด้วยความรวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.17$ )

ความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) เมื่อพิจารณาปัจจัยรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ราคาเครื่องดื่ม-อาหารตรงตามที่ระบุไว้ในรายการ ( $\bar{X} = 4.35$ ) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ ( $\bar{X} = 4.32$ ) และน้อยที่สุดคือ พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ( $\bar{X} = 4.26$ )

การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) เมื่อพิจารณาปัจจัยรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ จัดให้มีการชำระเงินหลายช่องทาง ( $\bar{X} = 4.35$ ) รองลงมาคือ พนักงานเต็มใจในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายการเครื่องดื่ม-อาหาร ( $\bar{X} = 4.31$ ) และน้อยที่สุดคือ พนักงานจัดลำดับการให้บริการลูกค้าก่อน-หลัง ( $\bar{X} = 4.25$ )

## แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและพนักงานธุรกิจร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

#### 1.1 คำถามสำหรับผู้ประกอบการ

##### 1.1.1 การเปิดร้านกาแฟและแนวคิดการเปิดร้าน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการเปิดร้านกาแฟมาเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี โดยแต่ละร้านจะมีแนวคิดในการเปิดร้าน การตกแต่งภายในร้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและมีจุดขายของผลิตภัณฑ์ของร้านที่มีการพัฒนาอยู่เสมอเพื่อสร้างความแตกต่างจากร้านอื่น ๆ รวมถึงความรักและเอาใจใส่ในการบริการ จึงทำให้ร้านกาแฟทั้ง 9 ร้านสามารถเปิดกิจการได้จนถึงทุกวันนี้

E1 กล่าวว่า “ผู้ประกอบการได้ทำการเปิดร้านกาแฟมาเป็นระยะเวลาประมาณ 5 ปี ได้ทำการเปิดก่อนช่วงโควิด 3 เดือน แนวคิดในการเปิดร้านทางผู้ประกอบการได้ซื้อบ้านเรือนเก่าตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และต่อเติมแต่งพื้นที่ข้างหน้าเป็นคาเฟ่ โดยทางร้านได้ทำการวิจัยแต่ละร้านในพื้นที่มารวมกันและมาจัดทำร้านกาแฟในรูปแบบที่ต้องการ ซึ่งร้านเดือนฉายนันได้นำตัวบ้านเปิดเป็นบ้านนิทรรศการของสะสมสมัยโบราณมีของสะสมจำพวกจาน ชาม รูปภาพต่าง ๆ

สมัยก่อน ในส่วนของคาเฟ่ก็อยู่ในรูปแบบฟิวชั่นผสมผสาน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณฑ, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “ผู้ประกอบการได้ทำการเปิดร้านคาเฟ่มาเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปี แนวคิดในการเปิดร้านทางผู้ประกอบการเกิดจากความต้องการให้คนสงขลาได้ดื่มกาแฟดี ๆ ในราคาที่จับต้องได้ ดื่มแล้วมีความสุข ไม่ได้เอาเรื่องกำไรขาดทุนเป็นที่ตั้ง” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E3 กล่าวว่า “ผู้ประกอบการได้ทำการเปิดร้านคาเฟ่มาเป็นระยะเวลาประมาณ 3 ปี แนวคิดในการเปิดร้านทางผู้ประกอบการ ศึกษาร้านต่าง ๆ ในย่านเมืองเก่าที่เป็นคู่แข่งทางการค้า เลือกสิ่งที่ยังไม่มีในการเปิดร้าน ส่วนใหญ่จะเป็นร้านขนมเบเกอรี่ สิ่งเดียวที่ยังไม่มีคือขนมไทย อาจจะมีแต่น้อย แต่การตลาดของขนมไทยนั้นส่วนมากจะเป็นแบบแห้ง แบบซื้อกลับไปเป็นของฝาก เหลืออีกอย่างหนึ่งที่ยังไม่มีใครทำคือ ขนมไทยสดและขนมไทยชาววัง ไม่ใช่ใครจะทำก็ได้ จะต้องเน้น คนที่มีใจรัก การตกแต่งร้านของทองงามจะจัดอยู่ในรูปแบบชิโนโปรตุเกสผสมผสานกับสมัยใหม่ และมีการเลือกโทนสีของร้านที่ดูสบายตาเมื่อลูกค้าเข้าร้านก็จะเพลิดเพลินไปกับเสียงดนตรีที่เปิดภายในร้าน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านทองงามคาเฟ่ขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “ผู้ประกอบการได้ทำการเปิดร้านคาเฟ่มาเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี แนวคิดในการเปิดร้านทางผู้ประกอบการ เริ่มจากที่สีของร้านโทนขาวดำกับการออกแบบต่าง ๆ และมีจุดเด่นด้านผลิตภัณฑ์ที่สร้างความแตกต่างให้ร้าน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Songkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “ผู้ประกอบการได้ทำการเปิดร้านคาเฟ่มาเป็นระยะเวลาประมาณ 25 ปี แนวคิดในการเปิดร้านทางผู้ประกอบการ เริ่มแรกของการเปิดร้านมาจากน้ำสะใภ้ที่ที่เป็นชาว อินโดนีเซียได้นำสูตรเค้กมาทำการเปิดร้านคาเฟ่ในรูปแบบโฮมเมดเป็นของตัวเอง ซึ่งชื่อของร้าน E.P’s café Patisserie มาจากชื่อเล่นของน้ำสะใภ้ ทางร้านจะเน้นไปในส่วนของขนมเบเกอรี่ มากกว่ากาแฟ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน E.P’s café Patisserie , สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “ผู้ประกอบการได้ทำการเปิดร้านคาเฟ่มาเป็นระยะเวลาประมาณ 5 ปี แนวคิดในการเปิดร้านทางผู้ประกอบการเกิดจากความชอบโดยส่วนตัว เมื่อจะเริ่มทำแบบจริงจังเลย ศึกษาแนวทางว่าจะทำไปในทิศทางใด ก่อนหน้านั้นจะเปิดแค่ร้านขายขนมหน้าบ้านตัวเอง เมื่อได้กำไรจากการขายก็พัฒนามาเรื่อย ๆ จนเปิดเป็นคาเฟ่ ที่มีทั้งกาแฟ ขนมปังเบเกอรี่ต่าง ๆ” (ผู้ประกอบการ ธุรกิจร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า “ผู้ประกอบการได้ทำการเปิดร้านคาเฟ่มาเป็นระยะเวลาประมาณ 5 ปี แนวคิดในการเปิดร้านทางผู้ประกอบการเกิดจากกิจการประมงที่ทำอยู่ แต่ด้วยใจรักการทำกาแฟและอยากพรีเซนต์ทะเลสาบสงขลาด้วย จึงได้เปิดร้านนี้ขึ้น ซึ่งนอกจากจะมีกาแฟและเบเกอรี่ที่ตั้งใจแล้ว

ยังได้เสริมอาหารทะเลที่สดและหลากหลายพร้อมชมวิวทะเลสาบสงขลา ที่ร้านได้มีการตกแต่งในรูปแบบ fishing House โทนสีน้ำเงินกรมท่า ตกแต่งด้วยอุปกรณ์หาปลาและส่วนประกอบของเรือมีเฟอร์นิเจอร์ไม้และเหล็กเป็นหลัก” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “ผู้ประกอบการได้ทำการเปิดร้านคาเฟ่มาเป็นระยะเวลาประมาณ 3 ปี แนวคิดในการเปิดร้านทางผู้ประกอบการเกิดจากการที่เคยได้ทำงานร้านคาเฟ่มาก่อน ชอบบรรยากาศร้านกาแฟ พอมีจังหวะก็ออกมาลงทุนกับแฟนเปิดร้าน ซึ่งจะแบ่งกันดูแลคือ กาแฟและเครื่องดื่ม อีกส่วนหนึ่งคือ อาหารเช้าและเบเกอรี่ ที่ร้านจะใช้เหล็กเป็นหลักในการสร้างเนื่องจากทำความสะอาดได้ง่าย ส่วนเฟอร์นิเจอร์จะเป็นไม้ทั้งหมด สไตล์โมเดิร์น ภายในร้านจะเล่นโทนสีแดง” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน The Stand Brew, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E9 กล่าวว่า “ผู้ประกอบการได้ทำการเปิดร้านคาเฟ่มาเป็นระยะเวลาประมาณ 6 ปี แนวคิดในการเปิดร้านทางผู้ประกอบการอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเองเริ่มจากการสมัครไปเป็นลูกจ้างในร้านกาแฟสด ผู้ประกอบการพาตัวเองไปคลุกคลีกับธุรกิจร้านกาแฟสดก่อนที่จะลงมือทำด้วยตัวเอง ซึ่งร้าน Heart Made เป็นชื่อที่มาจากคำว่า แฮนด์เมด หมายถึง การทำด้วยใจ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Heart Made Rostery, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

#### 1.1.2 แนวทางการบริหารจัดการปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจร้านคาเฟ่

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่ ด้านแรงงานทั้ง 9 ร้านสรุปได้ ผู้ประกอบการจะมีเกณฑ์การคัดเลือกพนักงานเข้ามาทำงานที่มีความแตกต่างกัน เช่น การรับนักศึกษาจบใหม่ รับพนักงานผู้มีประสบการณ์และพนักงานที่ปรับตัวเข้ากับสถานประกอบการคาเฟ่เป็นต้น แต่ทุกคาเฟ่จะให้ความสำคัญกับพนักงานในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยทางร้านจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรู้และทักษะเกี่ยวกับกาแฟรวมถึงการให้บริการ เพื่อให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

E1 กล่าวว่า “ในปัจจัยด้านแรงงานนั้น ทางร้านจะมีการอบรมพนักงานอยู่บ่อยครั้ง ทุกคนจะต้องใส่ใจและสนใจงาน ต้องรักในงานด้านการบริการ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณฑ), สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “จะมีการเลือกพนักงานที่เข้ากับร้านได้ เลือกคนที่รักกาแฟ มีความรู้ในด้านกาแฟเบื้องต้น สามารถที่จะบอกหรืออธิบายเมนูเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E3 กล่าวว่า “ทางร้านจะรับนักศึกษาจบใหม่ในการมาทำงาน เพราะทางร้านพร้อมที่จะส่งต่อความรู้และประสบการณ์ที่ทางผู้ประกอบการพร้อมถ่ายทอดให้กับพนักงานแต่ในส่วนที่ที่

จะทำให้แรงงานประสบความสำเร็จนั้นพนักงานทุกคนก็ต้องมีความใส่ใจต่องาน และมีใจรักในงาน สายนี้เช่นกัน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านทองงามคาเฟ่ขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “ทางร้านจะมีการคัดสรรคนให้เข้าทำงาน มีการอบรมพนักงาน และมีการทดสอบทุกสิ้นเดือน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Songkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “ร้านจะมีการบริหารจัดการแบบครอบครัว ทำงานกันในระบบ ครอบครัว มีอะไรก็จะคุยกันตลอด มีการบรีฟงานทุกสัปดาห์ จะคัดเลือกคนที่มีความสนใจและเข้าใจ ในงานจริง ๆ เพราะเป็นงานที่จะต้องใช้ความรู้ เป็นส่วนหนึ่งด้วย” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน E.P’s café Patisserie , สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “จะต้องมีความเชี่ยวชาญในการทำ ในส่วนของพนักงานขนมจะไม่มี การเปลี่ยนพนักงานบ่อย เพราะในส่วนนี้จะต้องเป็นคนที่มีความรู้ในการทำเป็นอย่างมากทั้งในส่วน ของสูตร หรือการควบคุมปริมาณต่าง ๆ พนักงานจะต้องไวใจได้และมีความสามารถในการทำ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า “อยู่กันแบบช่วยเหลือกัน ทำงานกันเป็นแบบครอบครัวจะเลือกคนที่ ต้องการที่จะทำในด้านการบริการจริง ๆ จะต้องใส่ใจในทุกเมนูต่าง ๆ ที่จะออกไปสู่ผู้บริโภค” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “ผู้ประกอบการจะมีการกำหนดในอัตราจ้างที่สูง เน้นรับคนที่จบระดับ การศึกษาปริญญาตรีส่วนใหญ่ เน้นคนที่ไม่ต้องมีทักษะมากนัก เพราะที่ร้านสามารถที่จะช่วยสอนงาน และพัฒนาไปได้ ต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับ พร้อมเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา” (ผู้ประกอบการ ธุรกิจร้าน The Stand Brew, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E9 กล่าวว่า “พนักงานจะต้องมีความขยัน อดทน พร้อมเรียนรู้งานตลอด ต้องมี ความสนใจและรักในสายงานนี้” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Heart Made Roastery, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่ ด้านเงินลงทุนทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการด้านเงินลงทุนโดยให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการชงกาแฟ เช่น เครื่องชงกาแฟแบบสปีดบาร์และสโลว์บาร์ เป็นต้น โดยมีการจัดสรรเงินลงทุนในส่วนของวัตถุดิบและค่าแรงงานของพนักงาน รวมถึงการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่ายเพื่อควบคุมงบประมาณในแต่ละเดือน

E1 กล่าวว่า “ในปัจจุบันด้านการเงินนั้นทางร้านจะมีการลงทุนโดยทางร้านจะใช้ วัตถุดิบที่ดีและมีคุณภาพสูง” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณฑ), สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “โดยทางร้านจะแบ่งเงินเป็นเข้าร้าน 50% พนักงาน 30% ค่าวัตถุดิบ 20%” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E3 กล่าวว่า “ทางร้านจะศึกษาการลงทุน จัดการการเงินในส่วนต่าง ๆ และคำนวณวัตถุดิบให้อยู่ในจำนวนบที่กำหนดไว้” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านทองงามคาเฟ่ขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “ทางร้านจะมีการหยุดซึ่งจะแบ่งตามช่วงไตรมาส เดือนที่ 6 ในแต่ละปี” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Songkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “มีทีมงานจัดการระบบหลังบ้าน มีการสต็อกของล่วงหน้าทุกครั้ง และมีการจัดทำบัญชี” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน E.P's café Patisserie , สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “มีเงินในการลงทุนเปิดร้าน โดยไม่ได้มีการกู้ยืมเงิน นำเงินที่ขายได้กำไรนำมาหมุนเวียนเป็นทุนในครั้งต่อไป” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า มีการจัดทำราย รายจ่ายให้เป็นระบบ “ ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “มีการแบ่งเงินเป็นหลายกอง โดยมีกองที่เก็บเงินลงทุน กองสำรองเงินในแต่ละเดือน กองสำหรับเงินปันผล ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน The Stand Brew, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E9 กล่าวว่า “มีการลงทุนในแต่ละด้าน ทั้งในส่วนของร้านและโรงคั่วกาแฟ เพราะทางร้านมีโรงคั่วกาแฟเป็นของตัวเอง ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Heart Made Roastery, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการจะมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการจัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการชงกาแฟ รวมถึงการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งบางร้านผู้ประกอบการเรียนรู้การซ่อมบำรุงอุปกรณ์ ด้วยตนเอง บางร้านใช้บริการจากทางบริษัทที่มีการขายอุปกรณ์และเครื่องชงกาแฟ เพื่อรองรับการใช้งานในวันที่ลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

E1 กล่าวว่า “ทางร้านมีการเน้นในส่วนของอุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้านจะมีการลงทุนใช้ของที่มีคุณภาพและไม่ใช้พลาสติก” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณฑ์), สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “มีการใช้อุปกรณ์จัดตกแต่งจานเพื่อเพิ่มความสวยงาม เช่น ช้อนเล็ก ๆ ช้อนทองเหลือง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารจานนั้น ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E3 กล่าวว่า “ศึกษาจากอินเทอร์เน็ต และศึกษาการบริการหลังการขาย” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านทองงามคาเฟ่ขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “จะเป็นอีกบริษัทจะเป็นผู้จัดการในการจัดซื้อโดยจะเป็นสปีดบาร์ทั้งหมด” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Songkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “เครื่องกาแฟซื้อกับบริษัทโดยตรง และมีเมล็ดกาแฟเป็นของตัวเอง” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน E.P’s café Patisserie, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “เครื่องมือและอุปกรณ์เจ้าของร้านจะเป็นผู้จัดการทั้งหมดและมีแคสปีดบาร์” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า “ซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ตามร้านทั่วไป อาทิเช่น แม็คโคร” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “เลือกซื้ออุปกรณ์ที่มีช่างคอยให้บริการหลังการขายในพื้นที่” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน The Stand Brew, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E9 กล่าวว่า “จะมีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ตามแหล่งค้าขายทั่วไป โดยไม่ได้ผูกมัดกับบริษัทใดบริษัทหนึ่ง” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Heart Made Roastery, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

### 1.1.3 ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจร้านคาเฟ่

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจร้านคาเฟ่ ทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ จะต้องมึผลิตภัณ์ท์ ที่แตกต่างกว่าร้านอื่น โดยต้องรักษามาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบ สำหรับการบริการผู้ประกอบการจะคำนึงถึงการทำงานเป็นทีมของพนักงานเพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพการบริการเป็นสำคัญ

E1 กล่าวว่า “ความใส่ใจและปัจจัยอื่นๆ หาความแตกต่าง หาปัจจัยอื่นๆมาแข่งกับคู่แข่งทางธุรกิจประเภทเดียวกัน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณ์ท์), สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “มีความจริงใจต่อลูกค้าและมีลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E3 กล่าวว่า “เน้นการบริการเป็นหลักโดย รูป รส กลิ่น เสียง จะต้องสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านทองงามคาเฟ่ขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “เน้นการบริการทำงานเป็นทีม โดยการบริการที่จริงใจและใส่ใจในทุกกระบวนการทำงาน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Songkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “สามารถเอาตัวรอดได้ให้ทุกสถานการณ์ มีการวางแผนที่สามารถปรับตัวและแก้ไขได้ทันที” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน E.P’s café Patisserie , สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “การตั้งใจทำผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างแต่เน้นคุณภาพ สร้างความโดดเด่นให้กับสินค้า” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า “การบริการที่มีคุณภาพ และใช้วัตถุดิบที่คงที่” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “ความจริงใจที่มีต่อลูกค้า” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน The Stand Brew, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E9 กล่าวว่า “ต้องมีความตั้งใจในการนำเสนอข้อมูล และซื้อตรงต่อลูกค้าที่สำคัญคือการบริการ การรักษาคุณภาพการบริการหน้าร้านถือเป็นสิ่งที่สำคัญมากการรักษามาตรฐานของ กาแฟ ในทุกแก้วที่นำมาให้ลูกค้า” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Heart Made Roastery, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

1.1.4 ปัจจัย 3 ปัจจัยที่มีความสำคัญในการบริหารจัดการความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่า ภาพรวมยอดขายโดยเฉลี่ยมีมากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ซึ่งยอดขายแต่ละเดือน จะมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ

E1 กล่าวว่า “มียอดขายอาทิตย์ละ 50,000 และมีการบริการจองโต๊ะ 6,000 บาทต่อหนึ่งโต๊ะ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณฑ), สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “ได้ยอดขายแต่ละเดือนประมาณ 50,000-70,000 บาท มาจากการเครื่องดื่มกาแฟเป็นหลัก” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E3 กล่าวว่า “ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - เดือนมีนาคม จะค่อยข้างที่จะเจียบ ช่วงเดือนเมษายน - เดือนพฤษภาคม หลังจากเดือนมิถุนายนยอดจะพุ่งไปจนปีใหม่ เดือนกรกฎาคม จะได้ยอดขายประมาณ 180,000 บาท” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านทองงามคาเฟ่ขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “ประมาณยอดขายต่อวัน 100,000-150,000 บาทต่อวัน ประมาณ 70 - 80 แก้วต่อวัน ส่วนมากจะเป็น special coffee และในวันหยุดจะขายได้ 100 แก้วขึ้นไปโดยประมาณ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Songkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “ต้นทุน200,000 ต่อเดือนโดยประมาณ โดยเน้นขนมเค้กเป็นหลัก” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน E.P’s café Patisserie , สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “ยอดขายประมาณ100,000บาท ต่อเดือน เครื่องดื่มประมาณ 70-100 แก้ว ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า “ยอดขายประมาณ 10,000-20,000 บาท ต่อวัน จำนวน 50 แก้วต่อวันโดยประมาณ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “ยอดขายประมาณ700,000 – 800,000 ต่อเดือน รวมเบเกอรี่และอาหาร เครื่องดื่มจะออกเป็นหลัก ประมาณ 6,000 แก้วต่อเดือน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน The Stand Brew, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E9 กล่าวว่า “หากเป็นเป้าหมายยอดขายระยะยาว ทางผู้ประกอบการยังอยู่ในเส้นทางเดิมคือการทำให้ร้านเป็นกลไกในการพัฒนากาแฟไทยซึ่ง ณ ตอนนี้ ทางร้านพัฒนากาแฟไทยได้เร็วกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้ ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Heart Made Roastery, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟจำนวนลูกค้าทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่าจำนวนลูกค้าก็มีส่วนสำคัญในการบริหารจัดการภายในร้านซึ่งในแต่ละวันจะมีลูกค้าที่แตกต่างกันเช่นวันจันทร์ถึงวันศุกร์จะเป็นลูกค้าวัยทำงานและนักศึกษาในขณะที่วันเสาร์และวันอาทิตย์จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้แต่ละร้านจะต้องหาจุดขายของตนเองเพื่อสร้างความแตกต่างและเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ

E1 กล่าวว่า “ลูกค้าประมาณ 40 คนต่อวัน ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ทำงานไว้ คือ 50 ปีขึ้นไป ประมาณหัวละ 300 บาท ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณฑ), สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “กลุ่มลูกค้าประมาณ 50 -70 คนต่อวัน กลุ่มคนวัยทำงาน หรือหน่วยงานราชการ ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E3 กล่าวว่า “ลูกค้าประมาณ 40-50 คนต่อวัน กลุ่มลูกค้าแบบครอบครัว” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านทองงามกาแฟขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “กลุ่มข้าราชการ นักศึกษา นักท่องเที่ยวต่างถิ่น จีน มาเลเซีย จะมีเมนูพิเศษ ในแต่ละเดือนให้ลูกค้าลิ้มลอง” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านSongkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “มีฐานลูกค้าประจำ ศุภร์ -อาทิตย์ กลุ่มคนวัยทำงาน นักท่องเที่ยวต่างจังหวัด นักท่องเที่ยวต่างชาติ และมีขนมโฮมเมดมาดึงดูดลูกค้า” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน E.P’s café Patisserie , สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “มีกลุ่มลูกค้าวัยทำงาน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า “มีกลุ่มลูกค้าประมาณ 50 คน ต่อวัน กลุ่มวัยทำงาน มีดนตรีสดในทุก ๆ วัน วิวและรสชาติอาหาร” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “มีกลุ่มลูกค้าประมาณ 6,000 คนต่อเดือน กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มครอบครัว นักท่องเที่ยวต่างชาติ มาเลเซีย ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน The Stand Brew, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E9 กล่าวว่า “แบ่งออกกลุ่มลูกค้าเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ และกลุ่มนักท่องเที่ยว ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Heart Made Roastery, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

2. ความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการ ของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟไม่ว่าจะเป็นการสร้างแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดแข็งให้กับทางร้าน การส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ลูกค้ารู้จักชื่อเสียงของร้าน การตกแต่งร้านทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างความโดดเด่นและจดจำให้กับลูกค้าและพนักงานจะต้องรักษามาตรฐานการบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

E1 กล่าวว่า “มีการลด แลก แจก แถม มีจุดขาย ต้องมีกิจกรรมมารยาทที่ดี เริ่มตั้งแต่ เจ้าของร้าน จนถึงพนักงาน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณฑ์), สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “มีการใส่ใจ มีความแตกต่างของร้าน และจุดเด่นอย่างชัดเจน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E3 กล่าวว่า “มีการตลาดที่ดีและการนำเสนอร้านที่น่าสนใจ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านทองงามคาเฟ่ขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “มีรูปแบบในการจัดตกแต่งร้านให้น่าดู น่าสนใจ สร้างจุดขายให้กับทางร้าน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Songkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “หาจุดขาย จุดแข็ง คุ่มทุนให้ได้ ทำยังไงให้ได้กำไรธุรกิจคาเฟ่ในระยะยาว ต้องสร้างฐานลูกค้า ประจำให้ได้” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน E.P’s café Patisserie , สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “สร้างความแตกต่างจากร้านอื่นๆ หาจุดเด่น เอกลักษณ์ของร้าน การบริหารหลังบ้าน” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า “การโปรโมต ด้านการตลาด เพิ่มฐานลูกค้า” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “มาตรฐานที่คงที่ เพิ่มเมนูช่วงเทศกาล การเรียนรู้แผนธุรกิจ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน The Stand Brew, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E9 กล่าวว่า “การสร้างจุดขายของทางร้านและรักษามาตรฐานการบริการ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Heart Made Roastery, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงาน

### 2.1 คำถามสำหรับพนักงาน

#### 2.1.1 เมนูที่ลูกค้านิยมสั่ง และเมนูที่ทางร้านแนะนำ

จากการสัมภาษณ์พนักงานในธุรกิจร้านกาแฟสดทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่า 1) เมนูที่ลูกค้านิยมสั่ง คือ อเมริกาโน่หรือกาแฟดำ เพราะธุรกิจร้านกาแฟสดทั้ง 9 ร้านจะมีเมล็ดกาแฟให้เลือกมากมายหลายแบบ แบ่งตามประเภทการคั่วและแหล่งที่มาของเมล็ดกาแฟ 2) เมนูแนะนำของทั้ง 9 ร้าน ก็จะไม่ใช้กาแฟดำทั่วไป ส่วนใหญ่จะเป็นเมนูที่ทำส่วนผสมหลักมาผสมกับไซรัป หรือผลไม้อื่นๆ รวมไปถึงการผสมกาแฟกับวัตถุดิบพื้นบ้านเช่น น้ำตาลโตนด และขนมขี้มอด เป็นต้น

E1 กล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่ลูกค้านิยมสั่ง ได้แก่ อเมริกาโน่” เพราะเป็นเมนูที่เหมาะสมกับลูกค้าที่รักสุขภาพ (พนักงานร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณฑ), สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่ลูกค้านิยมสั่ง ได้แก่ อเมริกาโน่ที่ชงด้วยเครื่องไซฟอน เป็นต้น ร้านเล่ากาแฟจะนิยมขายเครื่องดื่มที่เป็นกาแฟดำมากกว่า เพราะอยากให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้ดื่มกาแฟที่เป็นรสชาติดั้งเดิมไม่มีส่วนผสมอื่นผสม แต่ทางร้านก็ยังมีเมนูแนะนำสำหรับลูกค้าที่ไม่ชอบดื่มกาแฟดำ ได้แก่เมนู กาแฟตาจวง เป็นกาแฟที่ผสมนมกับน้ำผึ้งโตนดให้รสชาติหวานจากธรรมชาติ อีกทั้งยังมีเมนูน้ำแข็งใสหรือที่คนภูเก็ตเรียกกันว่า “โ๊ะเอ๋ว” หากลูกค้าท่านใดที่ชอบขนมทางร้านเล่ากาแฟก็จะแนะนำเป็น SongKhla Tique และ Brownie’s Minnie เป็นต้น” (พนักงานของร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2566)

E3 กล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่ลูกค้านิยมสั่ง คือ อเมริกาโน่และเมนูแนะนำของทางร้าน” เพราะทานคู่กับเมนูหวานจะได้ตัดเหลี่ยน (พนักงานร้านทองงามคาเฟ่ขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่ลูกค้านิยมสั่ง คือ อเมริกาโน่ แบ่งตามประเภทการคั่วตามรสชาติของกาแฟที่ลูกค้าชื่นชอบ” ประกอบกับทางร้านมีกาแฟให้ลูกค้าเลือกหลากหลายชนิด (พนักงานร้าน Songkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่ลูกค้านิยมสั่ง คือ อเมริกาโน่ แบ่งตามประเภทการคั่วตามรสชาติของกาแฟที่ลูกค้าชื่นชอบและเมนูของทางร้าน” (พนักงานร้าน E.P’s café Patisserie , สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่ลูกค้านิยมสั่ง คือ เมนูแนะนำของทางร้านซึ่งจะมีหลากหลายเมนู” (พนักงานร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่ลูกค้านิยมสั่ง คือ อเมริกาโน่” (พนักงานร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่เป็นที่นิยมสำหรับลูกค้านั้นก็คือ กาแฟดำ หรืออเมริกาโน่ ที่มีเมล็ดกาแฟให้เลือกมากมายหลายแบบ หากชอบดื่มกาแฟรสชาติเปรี้ยวก็สามารถเลือกเมล็ดกาแฟคั่วอ่อนได้ แต่ถ้าหากลูกค้าชื่นชอบรสชาติกาแฟที่มีความขม ก็สามารถเลือกเมล็ดกาแฟคั่วเข้มได้เช่นเดียวกัน ส่วนเมนูแนะนำของทางร้านก็จะแบ่งตามหมวดหมู่ ส่วนใหญ่เมนูที่ทางร้านแนะนำจะไม่ใช้กาแฟดำทั่วไป แต่จะเป็นการนำหมวดหมู่หลัก ๆ เช่น กาแฟ โกโก้ และมัจฉะ มาผสมกับตัวไซรัปหรือน้ำผลไม้อื่น ๆ เช่น โกโก้ยuzu หรือมัจฉะลิ้นจี่ เป็นต้น” (พนักงานของร้านเดอะสแตนด์บูวบค, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2566)

E9 กล่าวว่า “เมนูส่วนใหญ่ที่ลูกค้านิยมสั่ง คือ อเมริกาโน่” แบ่งตามประเภทการคั่วตามรสชาติของกาแฟที่ลูกค้าชื่นชอบ ส่วนเมนูของทางร้านที่เป็นเมนูแนะนำนั้น จะอยู่ในรายการ Heart Made Signature ได้แก่ เมนู Mr.Proud ซึ่งเป็นเมนูที่ทางร้านได้นำไปแข่งขันและได้รับรางวัลกลับมา ส่วนผสมของเมนูนี้ประกอบด้วย กาแฟผสมนม น้ำตาลมะพร้าวราดโฟมชีสและขนมขี้มอด” (พนักงานของร้านฮาร์ทเมตโรสเตอร์รี่, สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2566)

#### 2.1.2 ปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละวัน

จากการสัมภาษณ์พนักงานในธุรกิจร้านกาแฟสดทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่า ปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละวัน จะแบ่งเป็นวันธรรมดาและช่วงวันหยุดต่าง ๆ หากเป็นวันธรรมดาลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการช่วงเช้ามืดก่อนไปทำงานประมาณ 07.30 น. และเข้ามาใช้บริการเยอะอีกครั้งใน

ช่วงเวลา 11.30 น. – 13.00 น. และในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ลูกค้าก็จะเข้ามาใช้บริการเรื่อย ๆ ทั้งวัน

E1 กล่าวว่า “ช่วงเวลาของลูกค้าเข้ามาใช้บริการเยอะเป็นช่วงเวลาตั้งแต่ 12.00 น. – 13.00 น.” และช่วงเย็น 17.00 น.เป็นต้นไป ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่จองมาเป็นครอบครัวและหมู่คณะ (พนักงานร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณฑ), สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “ในวันปกติจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะอยู่ที่จำนวน 30-40 คน ช่วงเวลาของลูกค้ามักจะเข้ามาใช้บริการ คือ ช่วงเวลาประมาณ 11.00 น. -13.00 น. วันที่ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการมากที่สุดก็คือ ช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์” (พนักงานของร้านเล่ากาแฟ สัมภาษณ์ 28 กันยายน 2566)

E3 กล่าวว่า “ปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ” คือ ช่วงเวลาประมาณ 11.00 น. - 13.00 น. เพราะลูกค้าต้องการดื่มเพื่อเพิ่มความสดชื่น ก่อนไปทำงานช่วงบ่าย (พนักงานร้านทองงามคาเฟ่ขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “ช่วงเวลาของลูกค้าเข้ามาใช้บริการเยอะเป็นช่วงเวลาตั้งแต่ 12.00 น. – 13.00 น.” และเสาร์-อาทิตย์ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เพราะมีลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการ (พนักงานร้าน Songkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “ช่วงเวลาของลูกค้าเข้ามาใช้บริการเยอะเป็นช่วงเวลาตั้งแต่ 12.00 น. – 13.00 น.” และช่วงเย็น 16.00 น.เป็นต้นไป” (พนักงานร้าน E.P’s café Patisserie , สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “ในวันปกติจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ คือ ช่วงเวลาประมาณ 11.00 น. -13.00 น.” (พนักงานร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า “ลูกค้าเข้ามาใช้บริการช่วงเวลาตั้งแต่ 07.30-09.00 น. ซึ่งเป็นช่วงทำงานช่วงเวลาตั้งแต่ 12.00 น. – 13.00 น.” ของการทำงาน และเสาร์- อาทิตย์ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก (พนักงานร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “ในช่วงวันหยุดลูกค้ามาใช้บริการค่อนข้างเยอะ เพราะถนนย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ใช่แค่ช่วงวันหยุดของไทยที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมาก แต่รวมไปถึงวันหยุดที่เป็นสากลเช่นกัน ช่วงเวลาของลูกค้าเข้ามาใช้บริการเยอะเป็นช่วงเวลาตั้งแต่ 12.00 น. – 13.00 น. และช่วงเช้าประมาณ 07.30 น. ลูกค้ามักจะมาดื่มกาแฟก่อนไปทำงานเป็นส่วนใหญ่ เพราะร้านเปิดให้บริการตั้งแต่ 07.30 น. – 17.30 น.” (พนักงานของร้านเดอะสแตนดาร์ดรูวเบค, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2566)

E9 กล่าวว่า “ปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ จะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นประจำ และกลุ่มของนักท่องเที่ยว ช่วงเวลาของลูกค้าเข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่จะ

เป็นช่วงเช้า และช่วงเวลา 12.00 น. ส่วนช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการร้านกาแฟสดจะเป็นเวลา ตั้งแต่ 10.00 น. - 14.00 น. มีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมาใช้บริการร้านกาแฟสด ในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์เป็นส่วนมาก” (พนักงานของร้านฮาร์ทเมดโรส เทอร์รี่, สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2566)

2.1.3 เทคนิคในการบริการลูกค้าและให้ลูกค้าเกิดความประทับใจอยากกลับมาใช้บริการอีก

จากการสัมภาษณ์พนักงานในธุรกิจร้านกาแฟสดทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่า เทคนิคในการ บริการลูกค้าและให้ลูกค้าเกิดความประทับใจอยากกลับมาใช้บริการอีก คือ งานบริการต้องเริ่มจาก การมีจิตใจที่ดี หรือ (Service Mind) ควบบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานโดยไม่หวังผล ลูกค้าแต่ละ ช่วงวัยจะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ต้องพยายามพูดคุยและถามความต้องการของลูกค้า จริง ๆ ควรมีความรู้ในสิ่งที่ให้บริการแก่ลูกค้า และใส่ใจรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าอยู่เสมอ

E1 กล่าวว่า “การบริการด้วยใจรัก ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ลูกค้ารู้สึกถึงความอบอุ่น เหมือนอยู่บ้านตัวเอง” (พนักงานร้านบ้านเดือนฉาย (ร้านกาแฟพิพิธภัณฑ), สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E2 กล่าวว่า “เน้นไปที่การสังเกตการณ์หน้าร้านมากกว่า ควรมีความรู้ในสิ่งที่กำลัง จะให้บริการแก่ลูกค้า การให้บริการของพนักงานจะเป็นไปแบบเรียบง่าย ทำให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่น และ ใส่ใจลูกค้าทุกคนเท่ากัน” (พนักงานของร้านเล่ากาแฟ, สัมภาษณ์ 28 กันยายน 2566)

E3 กล่าวว่า “การบริการแบบ Service Mind ”ทำให้ลูกค้ามีความสุขในการบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า (พนักงานร้านทองงามคาเฟ่ขนมไทย, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2567)

E4 กล่าวว่า “ลูกค้ามาใช้บริการโดยปกติจะมีความคาดหวังสำหรับการบริการ พนักงานจึงต้องมีการบริการเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด ” (พนักงานร้าน Songkhla Station, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E5 กล่าวว่า “การบริการด้วยใจรัก ยิ้มแย้ม และใส่ใจรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าอยู่เสมอถือเป็นสิ่งสำคัญ อีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าชื่นชอบ ” (พนักงานร้าน E.P’s café Patisserie , สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E6 กล่าวว่า “การบริการที่เป็นมิตร เหมือนลูกค้าเปรียบเหมือนบุคคลในครอบครัว ต้องบริการลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป ” (พนักงานร้าน Moon café, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E7 กล่าวว่า “ลูกค้ามาใช้บริการ เพื่อต้องการความพึงพอใจในการบริการและมี คาดหวังที่จะเห็นรอยยิ้มของพนักงาน พนักงานเองต้องบริการลูกค้า เพื่อทำให้ลูกค้าสบายใจให้มาก

ที่สุดและให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป (พนักงานร้าน Café Der See Nakornnok, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

E8 กล่าวว่า “การให้บริการลูกค้าอย่างจริงใจ ควรบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานโดยไม่หวังผล การจดจำรายละเอียดของลูกค้าก็เป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการ เพราะการจำเมนูประจำของลูกค้าได้ ลูกค้าก็จะเกิดความรู้สึกประทับใจ ลูกค้าแต่ละช่วงวัยมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ต้องพยายามพูดคุยและถามความต้องการของลูกค้าจริง ๆ โดยที่ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกกดดันตอนเลือกเมนู” (พนักงานของร้านเดอะสแตนดาร์ดรูเบค สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2566)

E9 กล่าวว่า “การบริการด้วยใจรัก ยิ้มแย้ม และใส่ใจรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าอยู่เสมอเป็นสิ่งสำคัญ อีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าชื่นชอบ คือ การมีโรงคั่วกาแฟเป็นของตัวเอง ทำให้มีเมล็ดกาแฟคั่วหลายระดับ และมีรสชาติที่หลากหลาย สิ่งสุดท้ายที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง คือ การสร้างความอบอุ่นให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายใจ เหมือนว่าได้อยู่ในบ้านของตัวเอง” (พนักงานของร้านฮาร์ทเมดโรสเทอร์รี่, สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2566)

“ด้วยมีภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่มากขึ้นผู้ประกอบการจึงวางแผนที่จะปรับปรุงร้านต้องมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการด้วยใจรัก ยิ้มแย้มและใส่ใจรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าอยู่เสมอ” (ผู้ประกอบการธุรกิจร้าน Heart Made Roastery, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2567)

#### 2.1.4 การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงการตรวจสอบข้อมูลความเที่ยงตรงแบบสามเส้า (Triangulation Validity Test)

| การสังเกต  | วรรณกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ข้อมูลจากการสัมภาษณ์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ด้านแรงงาน | <p>ทุนทางปัญญา ทุนทางปัญญาเป็นทุนที่มีบทบาทที่สำคัญในการจัดการธุรกิจ ในการสร้างคุณค่า องค์การและสร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ โดยมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลต่อ คุณค่าของทุนทางปัญญา (Cheng-Jen Huang and Chun Ju Liu, 2005) การวิจัยครั้งนี้ศึกษาใน 2 องค์ประกอบ คือ ทุนมนุษย์ (Human Capital) และทุนขององค์กร (Structure Capital) ดังนี้ 1) ทุนมนุษย์เป็นคุณสมบัติของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เช่น ความรู้ความสามารถ ความชำนาญ ทักษะ ประสิทธิภาพ ความคิดสร้างสรรค์การทำงานเป็นทีม และความสามารถในการแก้ไขปัญหา เป็นสิ่งที่อยู่ติดกับตัวพนักงาน (Renato Sydlera, Stefan Haeffligerb and Robert Pruksac, 2014) รวมถึงความรับผิดชอบ แรงจูงใจ และความจงรักภักดีของพนักงาน (Bernard Marr, Giovanni Schiuma and Andy Neely, 2004) เป็นสิ่งที่องค์การสามารถเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน ในการทำงาน ที่ช่วยสนับสนุนประสิทธิภาพทางปัญญา ต่อผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร (Leif Edvinsson and Michael S. Malone, 1997) 2) ทุนองค์กรเป็นโครงสร้างพื้นฐานของ องค์การ ประกอบด้วย ทรัพย์สินทางกายภาพขององค์กร และสิ่งที่แปลงจากความรู้ที่เป็นผลลัพธ์ หรือผลิตภัณฑ์ เช่น เอกสาร ฐานข้อมูล คู่มืออธิบาย ขั้นตอนการทำงาน รวมถึงทรัพย์สินทางปัญญา ขององค์กร เช่น สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ ความลับทางการค้า เครื่องหมายการค้า เป็นต้น</p> | <p>ผู้ประกอบการจะมีเกณฑ์การคัดเลือกพนักงาน เข้ามาทำงานที่มีความแตกต่างกัน เช่น การรับนักศึกษาจบใหม่ รับพนักงานผู้มีประสบการณ์ และพนักงานที่ปรับตัวเข้ากับสถานประกอบการ คาเฟ่ เป็นต้น แต่ทุกคาเฟ่จะให้ความสำคัญกับพนักงานในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยทางร้านจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรู้และทักษะเกี่ยวกับกาแฟรวมถึงการให้บริการ เพื่อให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น</p> |

ตาราง แสดงการตรวจสอบข้อมูลความเที่ยงตรงแบบสามเส้า (Triangulation Validity Test) (ต่อ)

| การสังเกต                   | วรรณกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ข้อมูลจากการสัมภาษณ์                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ด้านเงินลงทุน               | <p>ปัจจัยด้านการเงิน ทางการเงินที่ใช้วัดความสำเร็จ ได้แก่ ผลกำไรจากการดำเนินงาน สภาพคล่องของกิจการ ทั้งกระแสเงินสด ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ผลตอบแทนของสินทรัพย์ ผลตอบแทนของสินค้านคงเหลือและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับ</p> <p>ปัจจัยด้านการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการจะเป็นผู้วางแผนด้านการเงินตนเอง เช่น การซื้อวัตถุดิบ ซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก ค่าแรงงานสำหรับสมาชิก ค่าขนส่ง เงินทุนสำรองเพื่อใช้ในกรณีสมาชิกต้องการเงินล่วงหน้าและมีการสั่งซื้อในปริมาณมากเงินทุนส่วนใหญ่เป็นเงินลงทุนส่วนตัวที่ทำธุรกิจค่อยเป็นค่อยไปตั้งแต่ต้น จึงมีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ</p> | <p>ผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการด้านเงินลงทุน โดยให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพและอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการชงกาแฟ เช่น เครื่องชงกาแฟแบบสปีดบาร์และสโลว์บาร์ เป็นต้น มีการจัดสรรเงินลงทุนในส่วนของวัตถุดิบและค่าแรงงานของพนักงาน รวมถึงการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อควบคุมงบประมาณในแต่ละเดือน</p> |
| ด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต | <p>ปัจจัยด้านการผลิต พบว่า ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและมีการสั่งซื้อมาจากต่างจังหวัดบ้างแต่ก็ไม่มีปัญหาเนื่องจากพ่อค้าส่งให้อย่างต่อเนื่อง มีระยะเวลาการส่งที่แน่นอน ผู้ประกอบการควบคุมการผลิตเอง ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>ผู้ประกอบการจะมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการจัดสรรเงินลงทุนในส่วนของวัตถุดิบ เพราะถ้าวัตถุดิบอาหารและเครื่องดื่มมีคุณภาพ จะมีส่วนทำให้รสชาติของอาหารและเครื่องดื่มดีขึ้น</p>                                                                                                                                   |

ตาราง แสดงการตรวจสอบข้อมูลความเที่ยงตรงแบบสามเส้า (Triangulation Validity Test) (ต่อ)

| การสังเกต                    | วรรณกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                               | ข้อมูลจากการสัมภาษณ์                                                                                                                                                               |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ด้านเครื่องมือและ<br>อุปกรณ์ | ปัจจัยด้านการบริหารจัดการพบว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผนการดำเนินงาน<br>หรือวิธีการปฏิบัติงานเอง โดยดูจากการรับคำสั่งซื้อเป็นจากการรับคำสั่งซื้อ<br>จากลูกค้าเป็นเกณฑ์ธุรกิจมีโครงสร้างองค์การที่มีความกำหนดตำแหน่งต่างๆ<br>ไว้ แต่เป็นการกำหนดเพื่อรองรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ | ผู้ประกอบการจะมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการ<br>จัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการชงกาแฟรวมถึง การ<br>ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่างๆเพื่อรองรับการใช้งานใน<br>วันที่ลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก |

## บทที่ 5

### การสรุป การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าแฟ้ จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนวิชาศาสตร์และศิลป์การชงกาแฟให้นักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและบริการและผู้สนใจ เพื่อเตรียมพร้อมกับการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าแฟ้ในอนาคต ผู้วิจัยได้สรุปผลอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ปรากฏดังรายละเอียด ดังนี้

#### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าแฟ้ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าแฟ้ จังหวัดสงขลา

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลงานวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าแฟ้ จังหวัดสงขลา
2. การนำเสนอบทความวิจัยระดับชาติ เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแฟ้หรือผู้สนใจ
3. การนำข้อมูลจากการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนวิชาศาสตร์และศิลป์การชงกาแฟให้นักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและบริการและผู้สนใจ เพื่อเตรียมพร้อมกับการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าแฟ้ในอนาคต

#### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าแฟ้ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้สรุปผลดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าที่ใช้บริการร้านค้าแฟ้ จังหวัดสงขลา จำนวนทั้งหมด 384 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 18 - 30 ปี มีสถานะโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จะเลือกใช้บริการร้านค้าแฟ้ช่วงเวลา 11.01 – 13.00 น. ใช้บริการ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามจะเป็นคนเลือกร้านเอง โดยต้องการดื่มเครื่องดื่มเป็นหลัก เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านค้าแฟ้ เพราะว่าใกล้ที่ทำงาน สั่งอเมริกาโนและจะบริโภคที่ร้าน มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งน้อยกว่า 100 บาท

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา มี 2 ประเด็น สามารถสรุปได้ดังนี้

### 2.1 การบริหารจัดการปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ

2.1.1 ด้านแรงงาน ผู้ประกอบการร้านกาแฟ จะมีเกณฑ์การคัดเลือกพนักงานเข้ามาทำงานที่มีความแตกต่างกัน เช่น การรับนักศึกษาจบใหม่ รับพนักงานผู้มีประสบการณ์และพนักงานที่ปรับตัวเข้ากับสถานประกอบการร้านกาแฟ เป็นต้น แต่ทุกร้านกาแฟจะให้ความสำคัญกับพนักงานในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยทางร้านจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรู้และทักษะเกี่ยวกับกาแฟรวมถึงการให้บริการ เพื่อให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

2.1.2 ด้านเงินลงทุน ผู้ประกอบการร้านกาแฟ ด้านเงินลงทุนทั้ง 9 ร้านสรุปได้ว่าผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการด้านเงินลงทุนโดยให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพและอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการชงกาแฟ เช่น เครื่องชงกาแฟแบบสปีดบาร์และสโลว์บาร์ เป็นต้น โดยมีการจัดสรรเงินลงทุนในส่วนของวัตถุดิบและค่าแรงงานของพนักงาน รวมถึงการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อควบคุมงบประมาณในแต่ละเดือน

2.1.3 ด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ผู้ประกอบการร้านกาแฟการจัดสรรเงินลงทุนในส่วนของวัตถุดิบและค่าแรงงานของพนักงาน รวมถึงการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อควบคุมงบประมาณในแต่ละเดือน ผู้ประกอบการจะมีวิธีการจัดทำระบบบัญชีที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นแบ่งเงินเป็นสัดส่วน เก็บเงินส่วนหนึ่งเพื่อเป็นเงินทุนสำรอง เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีการสต็อกสินค้า

2.1.4 ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ผู้ประกอบการร้านกาแฟจะมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการจัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการชงกาแฟ รวมถึงการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งบางร้านผู้ประกอบการเรียนรู้การซ่อมบำรุงอุปกรณ์ ด้วยตนเอง บางร้านใช้บริการจากทางบริษัทที่มีการขายอุปกรณ์และเครื่องชงกาแฟ เพื่อรองรับการใช้งานในวันที่ลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

2.2 ปัจจัยการวัดคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาออกเป็น 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งหากจะแยกรายละเอียดในแต่ละด้านจะเห็นว่า 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ รสชาติของอาหาร-เครื่องดื่ม ความหลากหลายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม คุณภาพของอุปกรณ์ที่ให้บริการ (แก้ว ช้อน-ส้อม จาน) สถานที่ภายในร้านมีความสะอาดเรียบร้อยและการตกแต่งภายนอกร้านดึงดูดความสนใจ 2) ความเชื่อมั่นไว้วางใจ การบริการเปิด-ปิดร้านเป็นตามที่แจ้งให้ลูกค้าทราบ พนักงานบริการตรงตามต้องการของลูกค้า พนักงานบริการอย่างมีอาชีพ และพนักงานมีความรู้ในการตอบข้อสงสัยของลูกค้า 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ พนักงานบริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส พนักงาน

มีคุณภาพในการให้บริการ พนักงานมีช่องทางในการรับฟังความเห็น พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานรับรายการเครื่องดื่ม-อาหารด้วยความรวดเร็ว 4) ความน่าเชื่อถือ ราคาเครื่องดื่ม-อาหารตรงตามที่ระบุไว้ในรายการ พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ พนักงานมีมาตรฐานในการบริการ และพนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ 5) การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ จัดให้มีการชำระเงินหลายช่องทาง พนักงานเต็มใจในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายการเครื่องดื่ม-อาหาร พนักงานรับความพึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า และพนักงานจัดลำดับการให้บริการลูกค้าก่อน-หลัง

### 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

3.1. ร้านคาเฟ่ส่วนใหญ่ร้านจะเปิดให้บริการเกิน 3 ปี แต่จะมีบางร้านที่เปิดมายาวนานถึง 25 ปี ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแนวคิดแบบเดียวกันคือ มองเห็นความต้องการของลูกค้าที่สนใจในการเลือกใช้บริการร้านเครื่องดื่ม และส่วนหนึ่งมีใจรักในการเปิดร้านคาเฟ่อยู่แล้ว โดยจะเน้นขายเครื่องดื่มพร้อมกับเบเกอรี่และอาหาร ซึ่งแต่ละร้านจะตกแต่งร้านเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง

3.2. แนวทางการบริหารจัดการปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจร้านคาเฟ่ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการทำงานของพนักงานเป็นหลัก ต้องเป็นคนมีใจรักบริการ ไม่ต้องมีความรู้หรือทักษะมาก เพราะทางร้านสามารถสอนให้ความรู้เพิ่มเติม ซึ่งทางร้านทำงานกันเป็นระบบครอบครัวที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้

3.3. การจัดสรรเงินลงทุนในส่วนของวัตถุดิบและค่าแรงงานของพนักงาน รวมถึงการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อควบคุมงบประมาณในแต่ละเดือน ผู้ประกอบการจะมีวิธีการจัดทำระบบบัญชีที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นแบ่งเงินเป็นสัดส่วน เก็บเงินส่วนหนึ่งเพื่อเป็นเงินทุนสำรองสำหรับเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีการสต็อกสินค้า

3.4. การบริหารจัดการเกี่ยวกับการจัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการชงกาแฟ รวมถึงการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่าง ๆ ผู้ประกอบการในแต่ละร้านจะใช้อุปกรณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง บางร้านจะเป็นแบบสปีดบาร์ โดยจัดหาอุปกรณ์ที่จัดหาจัดซื้อได้ง่าย แต่ต้องมีช่างซ่อมบำรุงหลังการขาย

3.5. ปัจจัยความสำเร็จของร้านคาเฟ่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การบริการเป็นหลัก มีความจริงใจต่อลูกค้า ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง และหาความแตกต่างเพื่อเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง เพื่อให้ลูกค้าจดจำ

3.6. การบริหารจัดการความสำเร็จของธุรกิจร้านคาเฟ่ ผู้ประกอบการแต่ละร้านจะมียอดขายที่แตกต่างกัน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับจำนวนลูกค้า และการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่จะเน้นขายกาแฟที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละร้าน และขายเบเกอรี่ควบคู่ไปด้วย

3.7. จำนวนลูกค้าที่มีส่วนสำคัญในการบริหารจัดการภายในร้านซึ่งแต่ละร้านจะมีกลุ่มลูกค้าที่คล้ายกัน โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักศึกษา กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีในช่วงเทศกาล และจะมีอีกกลุ่มที่สำคัญคือ ลูกค้าประจำ

3.8. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเน้นจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของตัวเอง มีการตกแต่งร้านให้น่าสนใจ มีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้ารู้จักชื่อเสียงของร้าน รวมไปถึงการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการ

#### 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงาน

4.1 เมนูที่ลูกค้านิยมสั่ง และเมนูที่ทางร้านแนะนำ กาแฟดำหรืออเมริกาโน่ เป็นที่เมนูที่ลูกค้าสั่งเยอะที่สุดและเป็นเมนูที่ทางร้านแนะนำด้วย ซึ่งในแต่ละร้านจะผสมกับวัตถุดิบอื่นที่แตกต่างกัน

4.2 ปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละวัน ส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้บริการช่วง 11.00 – 13.00 น. โดยเฉพาะในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

4.3 เทคนิคการบริการลูกค้าและให้ลูกค้าเกิดความประทับใจอยากกลับมาใช้บริการอีก พนักงานส่วนใหญ่ ดูแลลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันเป็นเรื่องสำคัญ ให้บริการอย่างจริงใจ ทำให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่นใจ เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

### อภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยมีประเด็นที่นำมาอภิปราย ดังนี้

1. ปัจจัยการความเป็นรูปธรรมของบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลาพบว่า รสชาติของอาหาร-เครื่องดื่มส่งผลมากที่สุด เพราะว่าถ้าอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษม เนียมหอม และคณะ (2563) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ไถ่ย่าง 5 ดาวเพื่อการประกอบธุรกิจในจังหวัดนครปฐม” ในด้านความสามารถในแข่งขัน พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ไถ่ย่าง 5 ดาว จากผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้บอกว่า ปัจจัยด้านการแข่งขัน ในการดำเนินธุรกิจจะต้องควบคุมมาตรฐานของรสชาติให้คงที่อยู่เสมอเพราะจะทำให้ได้เปรียบคู่แข่งในการทำธุรกิจ ต้องมีความใส่ใจในการบริการทุกครั้ง รวมถึงต้องมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้าเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่จะเข้ามาใช้บริการ พยายามซื้อสินค้า พยายามสร้างความแตกต่างให้มากที่สุด ยังมีความแตกต่างมากเท่าไร ก็ยังมีความได้เปรียบในการทำธุรกิจมากเท่านั้น

2. ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ พบว่า การบริการเปิด-ปิดร้านเป็นตามที่แจ้งให้ลูกค้าทราบ เนื่องจาก การทราบเวลาเปิดปิดของร้านนั้น ๆ ทำให้ลูกค้าสามารถวางแผนเพื่อไปใช้บริการได้ตามเวลาที่ร้านแจ้งเวลาไว้ และลูกค้าจะไม่ผิดหวังหากร้านเปิดและปิดตรงเวลา

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่า พนักงานบริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ พาราสุรามาน, ไชธัมมอลและแบร์รี (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) ได้นำแบบจำลองช่องว่างสร้างเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อใช้ประเมินคุณภาพบริการทางธุรกิจ กล่าวถึง คุณภาพการบริการลูกค้าด้านการรับรู้และการคาดหวังมีรายละเอียดดังนี้ 1) ลูกค้าเข้าถึงบริการ (Access) การบริการที่มอบแก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ ไม่ให้ลูกค้ารอนาน ท่าเลต้องมีความเหมาะสมที่สะดวกสบายในการเดินทาง 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถที่อธิบายลูกค้าเข้าใจอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย 3) ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในงานที่ให้บริการ 4) ความมีอัธยาศัย (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) องค์กรและพนักงานต้องสร้างความเชื่อถือ และความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในการให้บริการโดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า 6) ความไว้วางใจ (Reliability) การบริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความเหมาะสมและสม่ำเสมอ 7) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า 8) ความปลอดภัย (Security) การบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้าไม่มีอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ 9) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ลูกค้าได้รับการบริการที่สามารถประเมินถึงคุณภาพการบริการ 10) การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing Customer) พนักงานต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

4. ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ราคาเครื่องดื่ม-อาหารตรงตามที่ระบุไว้ในรายการ เพราะความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ผู้ประกอบการคือบุคคลที่พยายามสร้างผลกำไรให้เกิดกับธุรกิจและเป็นผู้ที่จะต้องมีความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จโดยคุณสมบัติที่ผู้ประกอบการควรมี คือ มีความมุ่งมั่น มีความซื่อสัตย์ มีความคิดริเริ่ม มีความเป็นผู้นำ มีความสามารถในการจัดการด้านต่าง ๆ ขององค์กรเป็นผู้นำองค์กรให้ไปสู่ความสำเร็จ

5. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ พบว่า จัดให้มีการชำระเงินหลายช่องทาง เนื่องจากในสถานการณ์โควิด 19 ที่ผ่านมา ผู้คนได้ปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิต new normal ทางร้านต่าง ๆ จึงมีการปรับเปลี่ยนช่องทางการชำระที่เพิ่มมากขึ้น ตัวอย่างเช่น สแกนQR code หรือ การโอนเงินผ่านธนาคาร บางร้านอาจจะรับเป็นบัตรเครดิต

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ด้านแนวทางการบริหารจัดการปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการทำงานของพนักงานเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องการงานวิจัย ประิษฐา เหินสว่างและคณะ (2560) ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการวิจัย พบว่า (1) ระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า มีระดับความสำเร็จจากความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก (2) ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จใน การประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ด้านแรงงาน (Mean= 43.6) ด้านเงินลงทุน (Mean= 37.7) ด้านวัตถุดิบ (Mean= 66.4) และด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ (Mean= 76.4) มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา (3) ปัจจัยแวดล้อมของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ด้านการสนับสนุนจากทางสังคม อยู่ในระดับมาก (Mean=3.90) ด้าน การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับมาก (Mean= 3.56) ด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน อยู่ในระดับมาก (Mean= 3.63) และด้านการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน อยู่ในระดับมาก (Mean=3.55)

7. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงาน พบว่า จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมากที่สุดในช่วง 11.00 – 13.00 น. โดยเฉพาะในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ และลูกค้าส่วนใหญ่จะสั่งเป็นอเมริกัน ซึ่งแต่ละร้านจะมีเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการลองความแปลกใหม่ และถ้ารสชาติดี รวมไปถึงการบริการของพนักงาน หากพนักงานบริการดี ใส่ใจลูกค้า ลูกค้าก็จะมีการบอกต่อ โดยทางร้านไม่ต้องเสียค่าประชาสัมพันธ์ ทำให้ลูกค้าเดิมกลับมาใช้บริการอีก และได้ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. การดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ต้องเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ แหล่งขายที่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ เพื่อรักษาจำนวนลูกค้ารายเก่า เพิ่มจำนวนลูกค้ารายใหม่ และเพิ่มยอดขายให้กับร้านอาหาร
2. ควรมีการจัดอบรมและให้ความรู้แก่พนักงานในการให้บริการ เช่น ขั้นตอนการรับคำสั่งรายการอาหารและเครื่องดื่มจากลูกค้า จะทำให้ลูกค้าไม่ต้องรออาหารหรือเครื่องดื่มนาน อีกทั้งเพื่อรักษามาตรฐานการบริการและสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจอื่น เช่น ธุรกิจโรงแรม หรือ ธุรกิจท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กิตติยา พลฤทธิ์.( 2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง.**
- เกษม เนียมหอม และคณะ. (2563). **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ไก่ย่าง 5 ดาวเพื่อการประกอบธุรกิจในจังหวัดนครปฐม เขต 2.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- จิราพร ประสารการ และคณะ. (2562). **ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวใน จังหวัดภูเก็ต.**วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 15(1), 79-80.  
<https://graduate.pkru.ac.th>
- เจริญชัย เอกมาไพศาล และ บุษกร จุลบรรยงค์. (2562). **ปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารไทยภายใต้รางวัลมิช ลินสตาร์.** วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 19(2), 53-82.  
<https://doi.org/10.14456/lartstu.2019.12>
- ฉัตยาพร เสมอใจ และ คณะ. (2552 : 47-51 ). **ดำเนินการปฏิรูปการศึกษาทศวรรษที่สอง** สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาเพชรบุรี
- ธธีร์ธ ธีรขวัญโรจน์. (2546). **การตลาดบริการ.** ซีเอ็ดยุคเคชั่น: กรุงเทพฯจำกัด
- นภาพร ณ เชียงใหม่. (2548 : 50). **ระบบบัญชี** กรุงเทพฯ : บริษัท พัฒนาวิชาการ จำกัด
- นัยนา ตรงบรรทัด. (2557). **การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** วิทยานิพนธ์รัฐ ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนา ประชาคมเมืองและชนบท มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- นัยนา ตรงบรรทัด. (2557). **การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยกระบวนการมีส่วนในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**
- ประภัสสร รังสีโรจน์. (2563). **ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท**
- รัชญา เทินสว่างและคณะ. (2560). **ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา**

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปัทมพร วงศ์เนตร. (2555). พฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อกระบวนการ  
นิเทศ
- ผุสดี รุมาคม. (2538: 29). การประเมินการปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต. (2548). การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : แชนพอร์ พรินต์
- พิสิษฐ์ สุวรรณแพทย์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้าน  
กาแฟสด เพชรบุรี ภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา  
ประจวบคีรีขันธ์ เขต 1.
- ภาสกร แชมป์ประเสริฐ. (2545). การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็น  
ผู้ประกอบการ ระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินกิจการ  
อุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ วิทยา  
ศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มนต์รัก อีรานุสรณ์. (2550). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน อำเภอเมือง  
จังหวัดพะเยา, วิทยานิพนธ์ บช.ม. เชียงราย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2551.
- เมธา ศิริประยูรศักดิ์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร  
สถานการณ์โควิด-19 ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น. วารสารพุทธปรัชญาวิวัฒน์,  
6(2), 279-288.  
<http://ojs.mbu.ac.th/index.php/jbpe/article/view/1921/1255>.
- แมสซี และดักลาส. (Massie & Douglas, 1981 อ้างถึงใน สุทธิชัย ธีรทศรี, 2553). ร่วมของ  
ประชาชนในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์รัฐ  
ลิวอิสและบลูม. (Lewis, and Bloom, 1983). วารสารการบริหารและการจัดการนวัตกรรม;  
มหาวิทยาลัยรังสิต วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- วีรพงษ์ เณลิมจิรรัตน์. (2543). คุณภาพการบริการ. (ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี  
วีรพงษ์ เณลิมจิรรัตน์. (2540). คุณภาพในการบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). บริษัท ประชาชน จำกัด:  
ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท อีระฟิล์ม และ  
ไซเท็กซ์
- สถิตย์ นิยมญาติ. (2546). คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ.  
กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร.(2550). เคล็ดลับไม่ลับการตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูบีซี แอลบูคัส

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมหมาย เจริญภูมิ. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษากับ  
การดำเนินการปฏิรูปการศึกษาทศวรรษที่สอง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา  
ประถมศึกษา เพชรบุรีเขต 2.
- สมิธและฮุสตัน (Smith and Houston, 1982)
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.
- (Leif Edvinsson and Michael S. Malone, 1997) **Business Review**, 70, pp.71-79.
- Cochran, W.G. (1977). **A Model of Statistics**. Boston: McGraw – Hill.
- Edvinsson, L., and Malone, M. S. (1997). **Intellectual capital: Realizing your company's  
true value by finding its hidden brainpower**. New York: Harper Collins.
- Kaplan, R., & Norton, D. (1992). **The balanced scorecard - measures that drive  
performance**. Harvard
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and  
Control**.
- Martin Mowforth and Ian Munt. (1998). **Tourism and Sustainability: New Tourism in  
Measuring Consumer Perception of Service Quality**. Journal of Retailing, 64 (1),
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). **SERVQUAL : A Multi – item Scale  
for Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) pp.12 - 40**. the third world.  
Psychology Press. Business & Economics: 363 Upper Saddle River, NJ: Prentice –  
Hall.

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าเฟ  
จังหวัด สงขลา

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ได้จัดทำขึ้นสำหรับศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการ  
บริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าเฟ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านค้าเฟ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้า  
เฟ จังหวัดสงขลา โดยมีเกณฑ์ระดับความสำคัญต่อความคิดเห็น 5 ระดับคือ

|   |         |                                         |
|---|---------|-----------------------------------------|
| 5 | หมายถึง | การจัดคุณภาพการให้บริการระดับมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | การจัดคุณภาพการให้บริการระดับมาก        |
| 3 | หมายถึง | การจัดคุณภาพการให้บริการระดับปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | การจัดคุณภาพการให้บริการระดับน้อย       |
| 1 | หมายถึง | การจัดคุณภาพการให้บริการระดับน้อยที่สุด |

2. กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริงไม่ต้องกรอกชื่อ-สกุลลงใน  
แบบสอบถามคำถามของท่านผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับท่านสามารถตอบแบบสอบถามได้อย่าง  
อิสระ โดยไม่มีผลกระทบต่อนานแต่อย่างใดแต่นำผลไปใช้ประโยชน์สำหรับการวิจัยเท่านั้น

3. การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดีหากได้รับความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามของ  
ท่าน

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิวรรณ พวงสอน

อาจารย์กาญจน์พัฐ์ กลับทับลัง

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการโรงแรม

สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลทั่วไปของท่าน

1. เพศ

☐ 1) หญิง

☐ 2) ชาย

☐ 3) ไม่ระบุเพศ

2. อายุ

☐ 1) 18-30 ปี

☐ 2) 31-40 ปี

☐ 3) 41-50 ปี

☐ 4) 51-60 ปี

3. สถานภาพ

☐ 1) โสด

☐ 2) สมรส

☐ 3) อื่นๆ.....

4. ระดับการศึกษา

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2) ปริญญาตรี

☐ 3) ปริญญาโท

☐ 4) ปริญญาเอก

5. อาชีพ

☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา

☐ 2) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 3) พนักงานเอกชน

☐ 4) ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐ 5) พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ 6) อื่นๆ ระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1) ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท

☐ 2) 10,000 – 20,000 บาท

☐ 3) 20,001 – 30,000 บาท

☐ 4) มากกว่า 30,000 บาท

สำหรับผู้วิจัย

☐ V1

☐ V2

☐ V3

☐ V4

☐ V5

☐ V6

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

1. ปกติท่านเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในช่วงเวลาใด

☐ 1) 09.00 – 11.00 น.

☐ 2) 11.01 – 13.00 น.

☐ 3) 13.01 – 15.00 น.

☐ 4) 15.01 – 17.00 น.

☐ 5) 17.01 – 19.00 น.

☐ 6) 19.01 – 21.00 น.

☐ 7) อื่นๆ (ระบุ).....

☐ V7

## สำหรับผู้วิจัย

2. จำนวนครั้งที่ท่านใช้บริการร้านกาแฟ ต่อสัปดาห์

☐ 1) 1 ครั้ง

☐ 2) 2 ครั้ง

☐ 3) 3 ครั้ง

☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

☐ V8

3. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของท่าน

☐ 1) เพื่อน

☐ 2) คนรัก

☐ 3) ครอบครัว

☐ 4) เพื่อนร่วมงาน

☐ 5) ตัวท่านเอง

☐ V9

4. จุดประสงค์ของการไปใช้บริการร้านกาแฟ

☐ 1) ต้องการดื่มเครื่องดื่ม

☐ 2) พักผ่อน

☐ 3) พบปะกับกลุ่มเพื่อน

☐ 4) พูดคุยธุรกิจ

☐ 5) หาสถานที่ทำงาน

☐ 6) ถ่ายรูปและเช็คอิน

☐ 7) อื่นๆ (ระบุ).....

☐ V10

5. ท่านใช้บริการร้านกาแฟ เพราะเหตุผลใด

☐ 1) ใกล้ที่ทำงาน

☐ 2) ใกล้บ้าน

☐ 3) ใกล้แหล่งชุมชน

☐ 4) ทางผ่าน

☐ 5) อื่นๆ (ระบุ).....

☐ V11

6. ลักษณะการให้บริการ

☐ 1) บริโภคที่ร้าน

☐ 2) ช้อกลับบ้าน

☐ 3) ที่ทำงาน

☐ 4) อื่นๆ (ระบุ).....

☐ V12

7. ท่านนิยมสั่งอาหาร-เครื่องดื่มชนิดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1) เอสเพรสโซ่

☐ 2) ลาเต้

☐ 3) คาปูชิโน

☐ 4) อเมริกาโน

☐ 5) มอคค่า

☐ 6) โกโก้

☐ 7) น้ำผลไม้

☐ 8) เบเกอรี่

☐ 9) อาหาร

☐ 10) อื่นๆ(ระบุ).....

☐ V13

8. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเลือกซื้อเครื่องดื่มต่อครั้ง

☐ 1) น้อยกว่า 100 บาท

☐ 2) 101 – 200 บาท

☐ 3) 201 – 300 บาท

☐ 4) 300 บาทขึ้นไป

☐ V14

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ จังหวัด  
สงขลา

| ปัจจัย                                               | การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการ |          |                  |           |                     |                              |
|------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------|------------------|-----------|---------------------|------------------------------|
|                                                      | 5<br>มาก<br>ที่สุด                      | 4<br>มาก | 3<br>ปาน<br>กลาง | 2<br>น้อย | 1<br>น้อย<br>ที่สุด | สำหรับ<br>ผู้วิจัย           |
| <b>ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)</b>           |                                         |          |                  |           |                     |                              |
| 1. รสชาติของอาหาร-เครื่องดื่ม                        |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V15 |
| 2. ความหลากหลายของรายการเครื่องดื่ม-อาหาร            |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V16 |
| 3. การตกแต่งภายนอกร้านดึงดูดความสนใจ                 |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V17 |
| 4. สถานที่ภายในร้านมีความสะอาดเรียบร้อย              |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V18 |
| 5. คุณภาพของอุปกรณ์ที่ให้บริการ (แก้ว ช้อน-ส้อม จาน) |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V19 |
| <b>ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability)</b>        |                                         |          |                  |           |                     |                              |
| 1. พนักงานบริการอย่างมืออาชีพ                        |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V20 |
| 2. พนักงานมีความรู้ในการตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้      |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V21 |
| 3. พนักงานบริการตรงตามต้องการของลูกค้า               |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V22 |
| 4. การบริการเปิด-ปิดร้านเป็นตามที่แจ้งให้ลูกค้าทราบ  |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V23 |
| <b>การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)</b>    |                                         |          |                  |           |                     |                              |
| 1. พนักงานบริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส              |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V24 |
| 2. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ           |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V25 |
| 3. พนักงานรับรายการเครื่องดื่ม-อาหารด้วยความรวดเร็ว  |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V26 |
| 4. พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ                  |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V27 |
| 5. มีช่องทางในการรับความคิดเห็น                      |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V28 |

| ปัจจัย                                                             | การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการ |          |                  |           |                     |                              |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------|------------------|-----------|---------------------|------------------------------|
|                                                                    | 5<br>มากที่สุด                          | 4<br>มาก | 3<br>ปาน<br>กลาง | 2<br>น้อย | 1<br>น้อย<br>ที่สุด | สำหรับผู้<br>วิจัย           |
| <b>ความน่าเชื่อถือ (Credibility)</b>                               |                                         |          |                  |           |                     |                              |
| 1. พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้                    |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V29 |
| 2. ราคาเครื่องดื่ม-อาหารตรงตามที่ระบุไว้ในรายการ                   |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V30 |
| 3. พนักงานมีมาตรฐานในการบริการ                                     |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V31 |
| 4. พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ                                  |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V32 |
| <b>การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding the Customer)</b> |                                         |          |                  |           |                     |                              |
| 1. พนักงานเต็มใจในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายการเครื่องดื่ม-อาหาร    |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V33 |
| 2. พนักงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า                  |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V34 |
| 3. พนักงานจัดลำดับการให้บริการลูกค้าก่อน-หลัง                      |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V35 |
| 4. จัดให้มีการชำระเงินหลายช่องทาง                                  |                                         |          |                  |           |                     | <input type="checkbox"/> V36 |

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามนี้



## แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าเฟ

จังหวัด สงขลา

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของ  
ผู้ประกอบการร้านค้าเฟ จังหวัดสงขลา

1. ร้านคาเฟ่ของท่านเปิดมาเมื่อใดและมีแนวคิดในการเปิดร้านอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านมีแนวทางการบริหารจัดการปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจร้านคาเฟ่ของท่าน ด้านต่อไปนี้อย่างไร  
บ้าง

1.1 ด้านแรงงาน

.....

.....

.....

1.2 ด้านเงินลงทุน

.....

.....

.....

1.3 ด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

.....

.....

.....

#### 1.4 ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์

.....

.....

.....

#### 3. สำหรับความคิดของท่านปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟคืออะไร

.....

.....

.....

.....

.....

#### 4. ปัจจัย 3 ปัจจัยต่อไปนี้มีความสำคัญในการบริหารจัดการความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟ ของท่านอย่างไร

##### 4.1 ยอดขาย

.....

.....

.....

##### 4.2 จำนวนลูกค้า

.....

.....

.....

#### ตอนที่ 2 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดสงขลา

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณสำหรับการเสียสละเวลาในความร่วมมือ

ภาคผนวก ข

## ประวัติผู้วิจัย

|                 |                                                                                                                                                     |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ-สกุล       | ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิวรรณ พวงสอน                                                                                                                    |
| ตำแหน่งปัจจุบัน | อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)                                                                                                                        |
| สถานที่ทำงาน    | หลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและบริการ<br>สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย                      |
| ประวัติการศึกษา |                                                                                                                                                     |
| พ.ศ. 2547       | ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสยาม กรุงเทพฯ (คณะธุรกิจมหาบัณฑิต<br>สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว)                                                  |
| พ.ศ. 2544       | ระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลพระนครใต้ กรุงเทพฯ (คณะ<br>ศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการโรงแรม)                                                       |
| พ.ศ. 2542       | ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล<br>ภาคใต้ วิทยาเขตสงขลา จ.สงขลา (คณะวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว<br>สาขาวิชาการโรงแรม) |

## ประวัติผู้วิจัย

|                 |                                                                                                                                                     |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ-สกุล       | นางสาวกาญจนาพัฐ์ กลับทับปลั่ง                                                                                                                       |
| ตำแหน่งปัจจุบัน | อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)                                                                                                                        |
| สถานที่ทำงาน    | หลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและบริการ<br>สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย                      |
| ประวัติการศึกษา |                                                                                                                                                     |
| พ.ศ. 2548       | ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสยาม กรุงเทพฯ (คณะธุรกิจมหาบัณฑิต<br>สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว)                                                  |
| พ.ศ. 2545       | ระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลพระนครใต้ กรุงเทพฯ<br>(คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการโรงแรม)                                                        |
| พ.ศ. 2543       | ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล<br>ภาคใต้ วิทยาเขตสงขลา จ.สงขลา (คณะวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว<br>สาขาวิชาการโรงแรม) |