

ปัจจัยกระบวนการทัศน์ของการบริหารกับธุรกิจร้านกาแฟกรุงเทพมหานคร

Paradigm Factors of Management and Business of Coffee Shop in Bangkok City

อาภรณ์ คุระเอียด (Arphorn Kuraeiad)¹

ปกรณ์ ปรีชาภรณ์ (Pakorn Prechaporn)²

¹ดร., นักวิจัยอิสระ

Dr., Independent researcher

มหาวิทยาลัยเกริก โครงการการจัดการองค์ความรู้ใหม่

Krirk University Modern Organization Management

E-mail: ar_phorn@hotmail.com

Received: 3 February 2023

Revised: 26 June 2023

Accepted: 30 June 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับกระบวนการทัศน์ของการบริหารสาธารณะการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ เพื่อศึกษาระดับการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยกระบวนการทัศน์ของการบริหารสาธารณะกับการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ในกลุ่มตัวอย่างร้านกาแฟประเภทร้านกาแฟรายย่อยด้วยแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สถิติ Pearson correlation ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการทัศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ภาพรวมระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.56) ด้านที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านการบริการด้วยความเท่าเทียม การประกอบธุรกิจร้านกาแฟภาพรวมของการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.66) ด้านที่มีระดับมากที่สุด คือ การจัดกิจกรรมดูแลสวัสดิการพนักงาน การบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟกับการประกอบธุรกิจร้านกาแฟมีความสัมพันธ์ในทางบวกในระดับสูง ($r = 0.931$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: กระบวนการทัศน์ของการบริหาร, ระดับการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ, ธุรกิจร้านกาแฟ

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the paradigm level of public administration, coffee shop business operation, 2) to study the level of coffee shop business operation, and 3) to study the relationship between paradigm factors of public administration and business operation. coffee shop in the sample of coffee shops in the category of retail coffee shops with a questionnaire Data analysis with descriptive statistics. Statistical analysis of Pearson correlation results showed that Paradigm of management of coffee shop business. high level overview ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.56) The aspect with the highest level is service with equality. Coffee shop business Overview of coffee shop business at high level ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.66) The aspect with the highest level was the organization of employee welfare care activities. Coffee shop business management and coffee shop business had a high positive relationship ($r = 0.931$) significant at the .01 level.

Keywords: Paradigm of Administration, Coffee shop business level, Coffee Shop Business

บทนำ

แนวโน้มตลาดธุรกิจร้านกาแฟในปี 2565 มีการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง อัตราร้อยละ 5.3 ต่อปี มูลค่า 35,020 ล้านบาท ปัจจัยสนับสนุนอัตราการบริโภคกาแฟต่อหัวของคนไทยระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่บริโภคกาแฟสูงปี 2023 5 อันดับต้น ๆ ของโลก ได้แก่ ฟินแลนด์ นอร์เวย์ ไอซ์แลนด์ เดนมาร์ก และเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น ยังพบอีกว่า ลูกค้าดื่มกาแฟมีอายุน้อยลงจำนวนเพิ่มขึ้น สำหรับผู้ประกอบการมุ่งเน้นการขยายสาขาร้านกาแฟเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลายพื้นที่ควบคู่กับการส่งเสริมการขายโดยเพิ่มกิจกรรมกระตุ้นให้เกิดการบริโภค ดังนั้นปัจจุบันจึงมีร้านกาแฟรูปแบบใหม่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ควบคู่กับคุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ทำให้ความต้องการบริโภคกาแฟมีความซับซ้อนมากขึ้น (พิพรพร เกตุโกมุท, 2565)

ธุรกิจร้านกาแฟสตรรายใหญ่จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในธุรกิจ เช่น Starbucks เป็นต้น ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทยเริ่มต้นตัวในวงการธุรกิจร้านกาแฟเป็นอย่างมาก ประกอบกับความนิยมดื่มกาแฟของคนไทยเปลี่ยนแปลงจากเดิมดื่มจากกาแฟถุงชาจากร้านและรถเข็น ปัจจุบันได้หันมานิยมดื่มกาแฟจากร้านกาแฟสดที่มีการตกแต่งร้านทันสมัย สวยงาม และสะดวกสบาย บรรยากาศดีมีที่นั่งระดับแฟชันร้านกาแฟตามสถิติปริมาณการบริโภคกาแฟโดยเฉลี่ยของคนไทย ประมาณ 1.2 แก้วต่อวัน หรือประมาณ 300 แก้วต่อ

คนต่อปี อัตราการบริโภคต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของคนยุโรปที่บริโภคมากกว่า 2 เท่าของคนไทย (ธนาคารกรุงเทพ, 2564, หน้า 1) แต่วิถีของคนไทยก็เริ่มมีแนวโน้มมาบริโภคกาแฟสดกันมากขึ้น นี่คือการวิวัฒนาการเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้พฤติกรรมคนไทยในสังคมปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยและต้องปรับตัวตลอดเวลาเพื่อแข่งขันกับตัวเอง กับภาระงานอาชีพ กับเวลา เป็นต้น ความต้องการมากกว่าการดื่มกาแฟโดยเพิ่มความพึงพอใจสัญลักษณ์แสดงเศรษฐฐานะตนเองในแบบพฤติกรรมบริโภคทุนนิยม (สุภาพร จินดาวงศ์, 2558)

ปี 2563 การเพิ่มขึ้นของร้านกาแฟในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาพบว่า ร้านกาแฟเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.2 กาแฟยังคงเป็น 1 ใน 3 ของเครื่องดื่มที่ผู้คนทั่วโลกนิยมดื่มมากที่สุด แม้ว่าไทยจะไม่ติดอันดับประเทศที่ดื่มกาแฟมากเป็นอันดับต้นๆ และ ปี 2565 การบริโภคกาแฟในประเทศเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 15.0 ต่อปี ตลาดธุรกิจร้านกาแฟเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 5.3 ต่อปี มีมูลค่าทั้งสิ้น 35,020 ล้านบาท (ชาลิวาระดี, 2565, หน้า 1) ปัจจุบันคนไทยบริโภคกาแฟเฉลี่ยอยู่ที่ 300 แก้วต่อคนต่อปี ขณะที่ในญี่ปุ่นบริโภคประมาณ 400 แก้วต่อคนต่อปี และเมื่อเทียบกับประเทศในยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีวัฒนธรรมในการดื่มกาแฟมานานนับร้อยปีมีอัตราการบริโภคสูงถึง 600 แก้วต่อคน ต่อปีขณะที่ชาวฟินแลนด์บริโภคกาแฟเฉลี่ย 1,000 แก้วต่อคนต่อปีเลยทีเดียว แสดงให้เห็นถึงโอกาสเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟในประเทศ (marketeeronline, 2564)

ความท้าทายให้ธุรกิจร้านกาแฟคือ มีการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจกาแฟประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการตลาด ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการจัดการ และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติ ความเสี่ยงที่มีมากที่สุดคือ ความเสี่ยงด้านการตลาด เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากวิกฤตต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยภายนอกประกอบไปด้วย ความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ ความเสี่ยงของการบริการ ความเสี่ยงของทำเลที่ตั้ง เป็นความเสี่ยงที่เป็นปัจจัยหลักที่เกิดขึ้นกับร้านกาแฟสดโดยมีการบริหารความเสี่ยงด้านการตลาดของผู้ประกอบการมี 5 ประการ ได้แก่ การประเมินค่าความเสี่ยง การป้องกันความเสี่ยง การควบคุมความเสี่ยง การจัดการกับความเสี่ยง และการลดความเสี่ยง (อริษฐ์ นิพิทชยานันต์, 2561, บทคัดย่อ) และความท้าทายของการประกอบการธุรกิจกาแฟพบอีกว่า

ความท้าทายทางการเงิน พบว่า 1) จากลักษณะของธุรกิจที่ต้องการเงินลงทุนล่วงหน้าที่สูงซึ่งเงินลงทุนเหล่านี้จำเป็นต้องนำไปใช้ในสินทรัพย์ถาวร ค่าก่อสร้างร้าน ค่าตกแต่งสถานที่ อุปกรณ์ต่าง ๆ ในร้านประกอบกับค่าแฟรนไชส์ในธุรกิจร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในร้านกาแฟรูปแบบติดตั้งเดียวในบ้าน ในสวน เรียกว่า Stand-alone เป็นต้น มีค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าก่อสร้างและตกแต่งที่สูงกว่ารูปแบบอื่น ทางด้านจำนวนเงินลงทุนล่วงหน้าอาจสูงถึง 4 ล้านบาท ต่อการลงทุนในร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในรูปแบบร้าน Stand-alone 2) เนื่องจากสัดส่วนของต้นทุนคงที่ที่อาจสูงถึงร้อยละ 60.0 ของต้นทุนรวมส่งผลให้จุดคุ้มทุนสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งส่วนประกอบหลักของต้นทุนคงที่ที่สำคัญได้แก่ ค่าเช่าพื้นที่ ค่าจ้างพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าโฆษณา และทำการตลาดต่างๆ และ 3) ระยะเวลาการ

อารมณ์ กระเจียด และปรอท ประชากร

เงินทุนที่ค่อนข้างนานเป็นผลมาจากเงินลงทุนล่วงหน้าและสัดส่วนต้นทุนคงที่ที่สูงทำให้กำไรสุทธิที่ได้อาจมีปริมาณไม่สูงมากนักในช่วงเริ่มต้นของธุรกิจมีผลต่อเนื่องไปยังระยะเวลาในการคืนทุนระยะเวลานาน 5 ปี

ความท้าทายด้านธุรกิจพบว่า การแข่งขันที่สูงเนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟไม่มีการกีดกันผู้เล่นหน้าใหม่ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยสนใจเข้ามาลงทุนรวมถึงการกระจุกตัวกันของร้านกาแฟในหลาย ๆ พื้นที่ที่เป็นที่นิยมทำให้อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคมีมากจากการที่สามารถเลือกสินค้าและบริการหลากหลายรวมทั้งการรุกทำตลาดของร้านสะดวกซื้อที่เพิ่มจำนวนมุกาแฟภายในสาขา รวมถึงแบรนด์กาแฟประเภทแคปซูลที่เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และมีบริการจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ เช่น ออฟฟิศทำให้ผู้ลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟอาจเผชิญกับการแข่งขันที่สูงจากทั้งคู่แข่งหลักและคู่แข่งรองอย่าง หลีกเลียงไม่ได้

ความท้าทายที่เกิดจากพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า 1) ความต้องการสินค้าและบริการที่ให้คุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Value) ทำให้การเสนอสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ประกอบกับการที่ผู้บริโภคมีความรู้ทางด้านกาแฟและรายได้ที่มากขึ้นทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น 2) พฤติกรรมการซื้อกาแฟเป็นช่วงเวลาของกลุ่มลูกค้าที่เป็นพนักงานประจำซึ่งมักจะซื้อในช่วงเวลาก่อนการเข้างานและพักเที่ยงทำให้ช่วงเวลาที่มียอดขายสูงจะเริ่มตั้งแต่ 7.30 - 9.00 น. และช่วงพักเที่ยงระหว่าง 11.30 - 13.00 น. โดยมีระยะเวลารวมประมาณ 3 ชั่วโมงต่อวัน ประกอบกับข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาที่ต้องใช้ในขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การรับออเดอร์ไปจนถึงส่งมอบกาแฟที่เสิร์ฟอยู่ที่ประมาณ 80 วินาที ทำให้ผู้ประกอบการอาจเสียโอกาสในการขายหากไม่สามารถบริหารจัดการ แรงงานในช่วงเวลาเร่งด่วนได้

การจัดการผู้ประกอบการลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ โดยธุรกิจกาแฟในอดีตถึงปัจจุบันนั้นถูกผลักดันโดยผลกระทบอุตสาหกรรมกาแฟทั้งหมด 3 แบบคือ แบบที่ 1 เป็นแบบของอุตสาหกรรมที่เกิดจากความนิยมของผู้บริโภคต่อกาแฟสำเร็จรูปชนิด Freeze Dried ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง แบบที่ 2 เป็นแบบของอุตสาหกรรมที่เกิดจากความนิยมในกาแฟแก้วสดและความต้องการบริโภคกาแฟคุณภาพดีก่อให้เกิดการเพิ่มจำนวนของร้านกาแฟชนิดแก้วสดในช่วงหลังจากปี พ.ศ. 2520 และแบบที่ 3 เป็นแบบของอุตสาหกรรมกาแฟถูกมองว่ามีแรงผลักดันจากกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกาแฟคุณภาพสูง (Specialty Coffee) โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของสินค้าและบริการในห่วงโซ่ธุรกิจตั้งแต่การปลูก การคั่ว การชงกาแฟ รวมถึงบาร์ิสต้าและสถานที่ส่งผลให้ธุรกิจร้านกาแฟมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟควรจะวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงกลยุทธ์ในการจัดการด้านต่าง ๆ ของธุรกิจร้านกาแฟเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากเงินลงทุนรวมถึงลดผลกระทบจากธุรกิจกาแฟ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) ดังนั้น การบริหารการประกอบการธุรกิจกาแฟ ประกอบด้วย

ทางการเงิน ทางด้านการบริหารทรัพยากรให้เกิดประโยชน์คุ้มค่า การควบคุมอัตรากำไรมากกว่าเป้าหมาย ทางด้านความต้องการของผู้บริโภค ทางด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของลูกค้า

การศึกษารายงานตลาดอาหารในประเทศไทย (2562) ร้านกาแฟเป็นหนึ่งในธุรกิจยอดนิยมของคนรุ่นใหม่ด้วยบรรยากาศสบาย ๆ คลุกเคล้าด้วยกลิ่นกาแฟหอมเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดให้ผู้คนเข้าร้านกาแฟไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ชื่นชอบในรสชาติของกาแฟหรือชื่นชอบในบรรยากาศของร้านกาแฟ ตลอดจนผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจร้านกาแฟ ทำให้ร้านกาแฟมีกระจายทั่ว ๆ ไป จากริมทางไปจนถึงร้านกาแฟของกลุ่มทุนขนาดใหญ่ ร้านกาแฟในปัจจุบันมีหลายรูปแบบตั้งแต่ร้านกาแฟรถเข็นริมถนน ร้านกาแฟคิโอสหรือบูธกาแฟขนาดเล็กตามสถานที่ต่าง ๆ ไปจนถึงร้านกาแฟที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service)

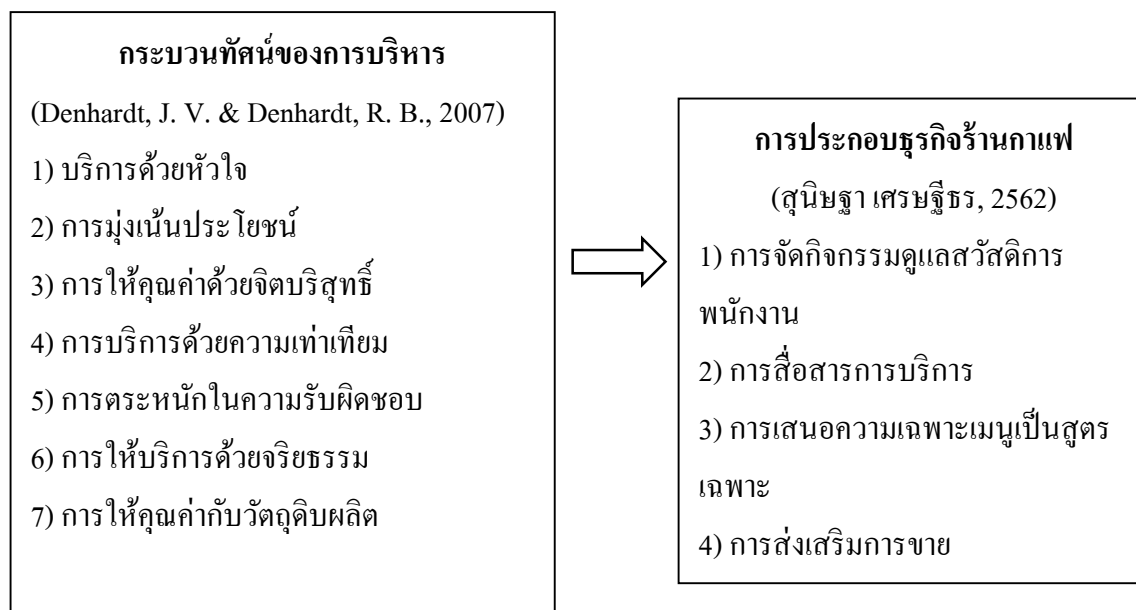
ประเทศไทย ธุรกิจกาแฟ จำแนก 3 กลุ่ม (Segment) แบ่งตามระดับราคา โดยกาแฟพรีเมียม ระดับราคา 100 บาทขึ้นไป มี Starbucks เป็นผู้นำตลาด กาแฟมาตรฐาน ระดับราคา 50 - 60 บาท มี Café Amazon ครองตลาด และกลุ่มสุดท้าย คือระดับล่าง ราคา 25 - 35 บาท มี All Café เป็นผู้นำตลาดด้วยการเปิดบูธกาแฟในร้านสะดวกซื้อ

การสำรวจราคาเครื่องดื่มกาแฟทั้งร้อนและเย็นจากร้านกาแฟเครือข่าย PUBLISHED ON พบว่าแบรนด์ที่กำหนดราคาจำหน่ายสูงกระจายอยู่ใน 7 แบรนด์ คือ Red Diamond, Starbuck, Hollys Coffee, Coffee World, Blue Cup, True Coffee และ Cafa Amazon กำหนดราคาจำหน่ายเฉลี่ยต่ำที่สุดในทุกเมนู 3 แบรนด์ คือ Inthanin, Southern Coffee, Choi Doi เหตุผลส่วนหนึ่งคือ กาแฟมาตรฐานจับกลุ่มลูกค้าระดับ Mass การนั่งดื่มในร้าน ลูกค้ามักใช้ เป็นสถานที่ในการนัดพบพูดคุย อ่านหนังสือ นั่งทำงาน และการพักผ่อน ผู้ประกอบการร้านกาแฟเน้นการตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศสบาย เปิดเพลงเบา บริการ Wi-Fi มีหนังสือหรือนิตยสารให้อ่านเพื่อความผ่อนคลาย สำหรับในช่วงโมเมนต์ช่วงหรือช่วงเวลาก่อนเข้าทำงานและพักผ่อน และมีช่องทางการจำหน่ายรูปแบบ Take away มักได้รับความนิยมโดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นพนักงานประจำ นอกจากนี้บริการจัดส่งทั้งที่เป็นบริการของร้านกาแฟเองและผ่านธุรกิจผู้ให้บริการจัดส่งอาหารเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน (สุนิษฐา เศรษฐีธร, 2562) จึงมีความสนใจนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยปัจจัยกระบวนการตัดสินใจของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ กรุงเทพมหานคร ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับกระบวนการตัดสินใจของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ
2. เพื่อศึกษาระดับการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยกระบวนการตัดสินใจของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟกับการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ

กรอบแนวคิดการทำวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎี

แนวคิดการจัดการสาธารณะแนวใหม่ (The new public governance) ไปสู่การบริการ สาธารณะแนวใหม่ (New public service) เมื่อแนวคิดการจัดการสาธารณะแนวใหม่ (NPM) ได้มีการแพร่หลายมากขึ้น ก็มักจะถูกวิจารณ์กันมากขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะแนวคิดผู้ประกอบการ (entrepreneurs) ถูกมองว่าเป็นภัยต่อความเป็นประชาธิปไตยและค่านิยม ดังนั้นแนวคิดการบริหารภาครัฐแนวใหม่ควรจะอยู่ในรูปแบบใด เช่น ความเสมอภาค ความยุติธรรม และการมีปฏิสัมพันธ์กันของคนในสังคม ดังนั้นแนวคิดการบริหารสาธารณะแบบดั้งเดิม (OPA) จะถูกหักล้าง ด้วยแนวคิดการจัดการสาธารณะแนวใหม่ (NPM) แต่ข้อเท็จจริงแล้วการจัดการสาธารณะแนวใหม่ควรจะจับคู่เปรียบเทียบกับบริการสาธารณะแนวใหม่ (NPS) ที่มีความใหม่กว่า ซึ่งแนวคิดการบริการสาธารณะมาจากทฤษฎีประชาธิปไตยของประชาชน (theory of democratic citizenship) ซึ่งมองประชาชนมากกว่าเป็นเพียงลูกค้า แต่สามารถร่วมกันใช้อำนาจและมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการและความไว้วางใจให้กับประชาชนมากกว่าความต้องการของเจ้าหน้าที่รัฐ ดังนั้นการบริหารสาธารณะแนวใหม่ (NPS) เน้นการสร้างระบบการบริหารงานภาครัฐที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง แนวคิดนี้ Denhardt (2007) ได้เสนอหลักการบริการสาธารณะแนวใหม่ (NPS) ไว้ 7 ประเด็น ดังนี้

1) บริการรับใช้พลเมืองและมองพลเมืองไม่ใช่ลูกค้า (serve citizens, not customers) การบริการสาธารณะ แนวใหม่มองว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับพลเมืองแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้า โดยสิ้นเชิง เนื่องจากรัฐบาลไม่เพียงแต่รับใช้ผู้ที่มาขอรับบริการเท่านั้น แต่ยังต้องบริการเพื่อรับใช้พลเมืองอื่น ๆ ใน สังคมที่รอคอยการบริการหรืออาจจะไม่ได้รับบริการโดยตรง แต่รัฐบาลต้องให้บริการและกระทำด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมกันในฐานะที่เป็นพลเมือง

2) การค้นหาผลประโยชน์สาธารณะ (Seek the public interest) บริการสาธารณะมองว่า เป้าหมายของการ ค้นหาประโยชน์สาธารณะไม่ใช่เพื่อตอบสนองต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่ต้องอาศัยหลัก ความรับผิดชอบร่วมกัน ระหว่างพลเมืองกับรัฐบาลในการแก้ปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นร่วมกัน โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก มีหลัก ประชาธิปไตยเป็นบรรทัดฐาน ควบคู่ไปกับความเสมอภาคและความเท่าเทียม

3) การเน้นคุณค่าความเป็นพลเมืองมากกว่าการเป็นผู้ประกอบการ (value Citizenship over Entrepreneurship) มองว่าผลประโยชน์สาธารณะคือสิ่งที่มีความค่ามากที่สุด ซึ่งข้าราชการและพลเมืองต้องร่วมกันกำหนดสิ่งที่เกิด ประโยชน์แก่สังคมมากกว่าการนำงบประมาณของรัฐหรือพลเมืองผู้เป็นเจ้าของไปให้ผู้ประกอบการดำเนินการเสมือน เป็นเจ้าของงบประมาณ บทบาทของภาครัฐจะทำหน้าบริการประชาชน

4) คิดเชิงกลยุทธ์และปฏิบัติตามหลักประชาธิปไตย (think strategically, act democratically) นโยบายและ แผนงานจะต้องใช้หลักคิดเชิงกลยุทธ์ที่มีการพิจารณาถึงปัจจัยสภาพแวดล้อม และมีวิสัยทัศน์ พันธกิจที่ชัดเจน มีการ กำหนดบทบาทความรับผิดชอบและขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ชัดเจนซึ่งนโยบาย หรือแผนงานที่จะบรรลุความสำเร็จ และตอบสนองความต้องการได้นั้นจะต้องเกิดจากกระบวนการความร่วมมือร่วมใจและการมีส่วนร่วมของนักบริหาร รัฐกิจและพลเมืองทั้งในการบริการสาธารณะและการการ นำนโยบายไปปฏิบัติซึ่งจะทำให้พลเมืองเกิดความภูมิใจใน การมีส่วนร่วมเพื่อประโยชน์สาธารณะ

5) การตระหนักในความรับผิดชอบได้ไม่ใช่เรื่องง่าย (Recognize that accountability is not simple) การ บริการสาธารณะรัฐบาลควรให้ความสนใจมากกว่าการใช้กลไกตลาด ก็ต้องสนใจสถานการณ์ที่เป็นอยู่ (statutory) รัฐธรรมนูญ ค่านิยมของชุมชน ปทัสถานของการเมือง มาตรฐานความเป็นมืออาชีพและผลประโยชน์ของประชาชน การบริการสาธารณะแนวใหม่มองว่าปัญหาสังคมมีความซับซ้อน จึงเสนอทางออกให้รัฐด้วยการสร้างช่องทางในการ คัดสินใจร่วมกับประชาชน รัฐบาลไม่ใช่ผู้ที่ทำการตัดสินใจเพียงฝ่ายเดียว แต่ควรเปิดกว้าง โปร่งใสและสามารถ ตรวจสอบได้

6) การให้บริการมากกว่าการกำกับทิศทาง (serve rather than steering) กล่าวคือ หน้าที่สำคัญของ ข้าราชการคือการมีภาวะผู้นำในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันของพลเมืองมากกว่าการพยายามที่จะควบคุมหรือเป็นผู้ กำกับทิศทางสังคมให้เป็นไปตามที่รัฐบาลต้องการ ดังนั้นการตัดสินใจดำเนินการใด ๆ ก็ตามจะต้องมีการพูดคุย สนทนาผลประโยชน์สาธารณะร่วมกัน ข้าราชการต้องคอยสนับสนุนอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ และช่วย แก้ปัญหา

อารมณ์ กระเจียด และปรอท ปริมาตร

7) การให้คุณค่ากับคน ไม่ใช่แค่ผลิตภาพ (value people, not just productivity) องค์การภาครัฐและเครือข่าย ต้องเน้นการมีส่วนร่วมและคำนึงถึงผลสำเร็จในระยะยาว การปฏิบัติงานภาครัฐจะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อได้รับความร่วม แรงร่วมใจและการให้ความสำคัญกับทุกคน การบริการสาธารณะแนวใหม่ให้ความสำคัญกับการจัดการผ่านคน ผู้บริหารภาครัฐต้องเห็นความสำคัญของค่านิยมและผลประโยชน์ของคนในองค์กร นอกจากนี้การปฏิบัติงานต้องทำให้เกิดการยอมรับจากพลเมืองและผู้บริหารภาครัฐก็ต้องยอมรับในความสามารถของข้าราชการเช่นเดียวกัน การ บริหารและการปฏิบัติงานต้องเน้นคนด้วยการเสริมสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นแก่ข้าราชการมากกว่าการสร้างผลิตภาพ ในการทำงาน (Denhardt, J. V. & Denhardt, R. B., 2007)

แนวทางการส่งเสริมการขายที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟเลือกใช้ปัจจุบัน ประกอบด้วย

1. กิจกรรม CSR (Corporate Social Responsibility) ผู้นำตลาดอย่าง “สตาร์บัคส์” ได้ร่วมสนับสนุนกิจกรรมการดำเนินงานของมูลนิธิหนังสือเพื่อเด็กอย่างต่อเนื่องเพื่อตอกย้ำความมุ่งมั่นสัญญาของสตาร์บัคส์ในการตอบแทนคืนสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน “คาเฟ่เมซอน” ใช้บรรจุภัณฑ์ Amazon Bio Cup ซึ่งเป็นแก้วกระดาษเคลือบด้วยพลาสติกชีวภาพชนิด PBS สามารถย่อยสลายได้ ร้อยละ 100.0 ทดแทนแก้วพลาสติกสำหรับเครื่องดื่มร้อนทุกเมนูเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

2. การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ผู้ประกอบการรายใหญ่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์วิทยุสื่อสิ่งพิมพ์รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยนิยมใช้การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

3. พัฒนาเมนูเป็นสูตรเฉพาะหรือ Signature Product เพื่อเพิ่มสีสันและความแปลกใหม่ให้กับผู้บริโภคไม่ให้เกิดความจำเจขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญต่อคุณภาพและมาตรฐานของเครื่องดื่มรวมถึงการบริการเสริมเพื่ออำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า

4. การส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มความถี่ในการเข้ามาใช้บริการหรือซื้อเครื่องดื่ม กิจกรรมที่ผู้ประกอบการนิยมใช้คือ สินค้าราคาพิเศษและซื้อ 1 แถม 1 เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความภักดีในตราสินค้าเช่น การทำบัตรให้สมาชิกของร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษต่าง ๆ จากทางร้าน เป็นต้น (สุนิษฐา เศรษฐีธร, 2562)

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยนำเอาแนวคิดของพิมพ์กมล เกษแก้ว (2563) และ สุนิษฐา เศรษฐีธร (2562) มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัย ผู้วิจัยสามารถแจกแจงได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวแปร กระบวนทัศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ประกอบด้วย
1) บริการด้วยหัวใจ 2) การมุ่งเน้นประโยชน์ 3) การให้คุณค่าด้วยจิตบริสุทธิ์ 4) การบริการด้วยความเท่าเทียม 5) การตระหนักในความรับผิดชอบต่อ 6) การให้บริการด้วยจริยธรรม 7) การให้คุณค่ากับวัตถุดิบผลิต

2. กลุ่มตัวแปร การประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ประกอบด้วย 1) การจัดกิจกรรมดูแลสวัสดิการพนักงาน 2) การสื่อสารการบริการ 3) การเสนอความเฉพาะเมนูเป็นสูตรเฉพาะ 4) การส่งเสริมการขาย

วิธีการวิจัย

รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Quantitative research study) โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ร้านกาแฟ ประเภทร้านกาแฟทั่วประเทศ จากยูโรมอนิเตอร์ได้รายงานว่าในปี 2561 ประเทศไทยมีจำนวนร้านกาแฟประมาณ 8,025 ร้าน เทียบกับข้อมูลร้านอาหารทั่วทั้งประเทศเทียบกับกรุงเทพฯ คิดเป็น ร้อยละ 30.0 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำหลักคิดดังกล่าวมาคำนวณร้านกาแฟในกรุงเทพฯ จำนวน 2,407.50 ร้าน

ต่อมาผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกและคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคัดเลือกร้านกาแฟประเภทร้านกาแฟรายย่อย (Independent Store) แล้วกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเปิดตารางเครชีและมอร์แกน ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 331 ร้าน โดยการเก็บข้อมูลผู้วิจัยสอบถามข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากแหล่งข้อมูลที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าของร้านกาแฟรายย่อยหรือเจ้าของร้านเป็นผู้มอบหมายให้ข้อมูลแทน เป็นเพศชายหรือหญิง อาศัยประจำบริการธุรกิจร้านกาแฟ ร้านกาแฟสถานที่ตั้งเขตกรุงเทพฯ ยินยอมให้ข้อมูลการสอบถาม และยินดีเข้าร่วมงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามมี 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านกาแฟ เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ระยะเวลาเปิดร้านกาแฟจนถึงปัจจุบัน จำนวนเงินลงทุนเปิดร้าน ราคาต่อหนึ่งแก้ว ตอนที่ 2 กระบวนทัศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ประกอบด้วย 2.1) บริการด้วยหัวใจ 2.2) การมุ่งเน้นประโยชน์ 2.3) การให้คุณค่าด้วยจิตบริสุทธิ์ 2.4) การบริการด้วยความเท่าเทียม 2.5) การตระหนักในความรับผิดชอบ 2.6) การให้บริการด้วยจริยธรรม 2.7) การให้คุณค่ากับวัตถุดิบผลิต ตอนที่ 3 การประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ประกอบด้วย 3.1) การจัดกิจกรรมดูแลสวัสดิการพนักงาน 3.2) การสื่อสารการบริการ 3.3) การเสนอความเฉพาะเมนูเป็นสูตรเฉพาะ 3.4) การส่งเสริมการขาย สำหรับเครื่องมือแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ ความหมาย 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย แบบสอบถามมีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้ 1) สร้างแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของร้านกาแฟ แบบสอบถามกระบวนทัศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ และแบบสอบถามการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ผู้วิจัยวิเคราะห์จากงานการทบทวนงานวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสังเคราะห์และวิเคราะห์ห่อออกมาเป็นตัวแปรแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ 2) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญที่ปรักษงานวิจัยพิจารณาแก้ไขและนำมาปรับปรุง 3) นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญที่ปรักษงานวิจัยไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ด้านแบบสอบถาม

อาภรณ์ คุระเอียค และปรกรณ์ ปรินาภรณ์

ด้านการบริหารหรือการตลาดหรือธุรกิจบริการ และด้านภาษา จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงและความเหมาะสมทางด้านภาษาของแบบสอบถามค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ โดยผู้เชี่ยวชาญค่าดัชนีสูงกว่าหรือเทียบเท่า 0.57 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับผลการประเมิน 4) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับร้านกาแฟที่มีที่ตั้งกรุงเทพฯ ไม่ซ้ำกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ท่าน นำไปหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ $r = .62$

พบว่า แบบสอบถามรายข้อมีค่าการจำแนกได้ดี ต่อมาผู้วิจัยนำไปทดสอบความเที่ยงแบบสอบถามค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค $\alpha = .922$ ซึ่งค่าแอลฟามีความหมายว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นดีมาก และ 5) การจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง จำนวน 331 ชุด ระหว่างเดือนกันยายน - ตุลาคม 2565 และกำหนดวันและเวลาในการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองพร้อมได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 298 ชุด คิดเป็นร้อยละ 90.0

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) อธิบายข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์แบบแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกระบวนการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ และการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) (มัลลิกา บุนนาค, 2537: 29) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติ Pearson correlation เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ได้แก่ กลุ่มตัวแปร กระบวนการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ จำนวน 7 ด้าน กับกลุ่มตัวแปร การประกอบธุรกิจร้านกาแฟ จำนวน 4 ด้าน โดยมีเงื่อนไข ค่าคิดลบหมายความว่า ตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ค่าเป็นบวกหมายความว่า ตัวแปร 2 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และค่าเป็น 0 หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของร้านกาแฟ พบว่า ส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 67.45 เพศชาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.55 ส่วนใหญ่อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 61.40 ระยะเวลาเปิดร้านกาแฟจนถึงปัจจุบัน ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 177 ร้าน ร้อยละ 59.39 ราคาต่อหนึ่งแก้ว ส่วนใหญ่ ราคา 41 - 50 บาท จำนวน 186 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 62.41

ข้อมูลคะแนนทัศนของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ พบว่า คะแนนทัศนของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ด้านที่มีระดับมาก คือ ด้านบริการด้วยหัวใจ ด้านการมุ่งเน้นประโยชน์ ด้านการให้คุณค่าด้วยจิตบริสุทธิ์ ด้าน การตระหนักในความรับผิดชอบ ด้านการให้บริการด้วยจริยธรรม และด้านการให้คุณค่ากับวัตถุดิบผลิต และด้านที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านการบริการด้วยความเท่าเทียม ภาพรวมของคะแนนทัศนของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ระดับมาก $\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.56 (ดูตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนทัศนของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ (n = 298)

ลำดับ	หัวข้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	จัดอันดับ
1	บริการด้วยหัวใจ	3.93	0.62	มาก	4
2	การมุ่งเน้นประโยชน์	3.88	0.57	มาก	5
3	การให้คุณค่าด้วยจิตบริสุทธิ์	4.05	0.52	มาก	3
4	การบริการด้วยความเท่าเทียม	4.21	0.68	มากที่สุด	1
5	การตระหนักในความรับผิดชอบ	3.85	0.64	มาก	6
6	การให้บริการด้วยจริยธรรม	3.78	0.54	มาก	7
7	การให้คุณค่ากับวัตถุดิบผลิต	4.10	0.67	มาก	2
ภาพรวม		3.97	0.56	มาก	

ข้อมูลการประกอบธุรกิจร้านกาแฟพบว่า การประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ด้านที่มีระดับมากที่สุด คือ การจัดกิจกรรมดูแลสวัสดิการพนักงาน ด้านที่มีระดับปานกลาง คือ ด้านการสื่อสารการบริการ ด้านการเสนอความเฉพาะเมนูเป็นสูตรเฉพาะ และด้านการส่งเสริมการขาย ภาพรวมของการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ระดับมาก $\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.66 (ดูตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ (n = 298)

ลำดับ	หัวข้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	จัดอันดับ
1	การจัดกิจกรรมดูแลสวัสดิการพนักงาน	4.33	0.67	มากที่สุด	1
2	การสื่อสารการบริการ	3.31	0.54	ปานกลาง	3
3	การเสนอความเฉพาะเมนูเป็นสูตรเฉพาะ	3.27	0.52	ปานกลาง	4
4	การส่งเสริมการขาย	3.33	0.51	ปานกลาง	2
ภาพรวม		3.56	0.66	มาก	

อาภรณ์ คุระเอียด และปรกรณ์ ปรินาภรณ์

ความสัมพันธ์ปัจจัยกระบวนการทัศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟกับการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟ พบว่า การบริหารการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟมีความสัมพันธ์ในทางบวกในระดับสูง $r = 0.931$, $p - \text{value} = .000$ กับการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟ (ดูตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกระบวนการทัศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟกับการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟ

หัวข้อ	การประกอบธุรกิจร้านค้าแฟ		
	(r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
กระบวนการทัศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟ	0.931*	.000	ความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับสูง

* $p - \text{value} < .05$

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยนำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การบริหารการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการทัศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟด้านที่มีระดับมากที่สุดคือ ด้านการบริการด้วยความเท่าเทียม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีนทิพย์ อรุณสวัสดิ์ฤกษ์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, วราพร ดำรงกุลสมบัติ. (2564). ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะด้านการให้บริการอย่างเสมอภาคสูงสุด ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้ามากที่สุดถึงต่ำสุดตามลำดับ (ศรีนทิพย์ อรุณสวัสดิ์ฤกษ์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, วราพร ดำรงกุลสมบัติ, 2564, บทคัดย่อ) และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวุฒิ วิเศษ. (2560) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า อายุของกิจการอยู่ที่ 1 - 5 ปี จำนวนพนักงานในกิจการ 1 - 30 คน ลงทุนของกิจการต่ำกว่า 500,000 บาท ประเภทของธุรกิจคือ การบริการ มีลักษณะการดำเนินงานแบบเจ้าของคนเดียว ส่วนใหญ่ไม่เคยประกอบธุรกิจประเภทอื่นก่อนธุรกิจปัจจุบัน และไม่เคยทำงานที่อื่น ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการมาเป็นอันดับหนึ่ง (ณัฐวุฒิ วิเศษ, 2560) จะเห็นได้ว่า งานของผู้วิจัยมีจุดแข็ง โดยได้นำกระบวนการทัศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟที่มีที่มา

จากการวิเคราะห์สรุปมาเป็นแนวทางขั้นตอนที่ผ่านการศึกษาวิจัยในเชิงเนื้อหาที่มีคุณภาพซึ่งก่อนนำมาประยุกต์ผู้วิจัยได้นำไปวิเคราะห์แล้วพัฒนาเนื้อหา แล้วนำมาวิเคราะห์ซ้ำจึงนำมาสร้างแบบสอบถามที่เหมาะสมกับสถานประกอบการร้านกาแฟในพื้นที่กรุงเทพมหานครในประเด็นด้านการบริการด้วยความเท่าเทียม เป็นต้น

2. การประกอบธุรกิจร้านกาแฟ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ด้านที่มีระดับมากที่สุดคือ การจัดกิจกรรมดูแลสวัสดิการพนักงาน สอดคล้องกับงานของ Jorportoday (ม.ป.ป.) กล่าวว่า พนักงานทุกคนในองค์กรล้วนแล้วต้องการที่อยู่บริษัทที่มีสวัสดิการดีมีค่าตอบแทนสูงมีความมั่นคงกับชีวิตซึ่งสวัสดิการของสถานประกอบการแต่ละที่จะมีความแตกต่างกันออกไปการจัดสวัสดิการที่ดีสามารถดึงดูดให้คนอยากเข้ามาทำงานในบริษัทนั้นมากขึ้นอย่างแน่นอนดังนั้นสถานประกอบการต้องสืบค้นถึงสวัสดิการของสถานประกอบการ โดยมีการจัดสวัสดิการตามกฎหมาย (Legal Welfare) และสวัสดิการนอกเหนือกฎหมาย (Special Welfare) (Jorportoday, ม.ป.ป.) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สะอาดเยี่ยม, สุวิดา พฤษยาภรณ์, ชุมพล รอดแจ่ม. (2562). การจัดสวัสดิการที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการจัดสวัสดิการสามารถแบ่งได้เป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) สวัสดิการเกี่ยวกับตนเอง (2) สวัสดิการด้านครอบครัว (3) สวัสดิการด้านเงินทุน และ (4) สวัสดิการที่มีความยืดหยุ่น สำหรับความคิดเห็นของพนักงานในหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการจัดสวัสดิการที่พนักงานได้รับนั้นเป็นสิ่งดึงดูดให้พนักงานมีความตั้งใจมุ่งมั่นต่อการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก และแนวทางการจัดสวัสดิการที่สร้างแรงจูงใจให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพต้องมาจากการเข้าใจความต้องการอย่างแท้จริงของพนักงาน (จุฑามาศ สะอาดเยี่ยม, สุวิดา พฤษยาภรณ์, ชุมพล รอดแจ่ม, 2562) จะเห็นได้ว่า งานของผู้วิจัยมีจุดแข็ง โดยได้นำกระบวนการทศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟที่มีที่มาจากวิเคราะห์สรุปมาเป็นแนวทางขั้นตอนที่ผ่านการศึกษาวิจัยในเชิงเนื้อหาที่มีคุณภาพซึ่งก่อนนำมาประยุกต์ผู้วิจัยได้นำไปวิเคราะห์แล้วพัฒนาเนื้อหา แล้วนำมาวิเคราะห์ซ้ำจึงนำมาสร้างแบบสอบถามที่เหมาะสมกับสถานประกอบการร้านกาแฟในพื้นที่กรุงเทพมหานครในประเด็นการจัดกิจกรรมดูแลสวัสดิการพนักงาน เป็นต้น

และจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ปัจจัยกระบวนการทศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟกับการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ พบว่า การบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟมีความสัมพันธ์ในทางบวกในระดับสูง $r = 0.931$, $p - \text{value} = .000$ กับการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ จะเห็นได้ว่า หากผู้ประกอบการประยุกต์นำเอากระบวนการทศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟสามารถทำให้การประกอบกิจการร้านกาแฟมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และการส่งเสริมการประกอบการเกิดความพึงพอใจกับการประกอบกิจการร้านกาแฟ แล้วขยายผลเป็นตัวอย่างรูปแบบการประกอบกิจการร้านกาแฟที่ดีและมีมาตรฐานตรงกับความต้องการของลูกค้าและภักดีของลูกค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร จันทรเปล่ง, ชีรพรรณ อึ้งภากรณ์, และกาญจนา หินขาว. (2564) ความสัมพันธ์ระหว่าง

อาภรณ์ คุระเอียค และปรกรณ์ ปรินาภรณ์

บริหารการขายสมัยใหม่กับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสดระดับพรีเมียมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีผลการวิจัยการบริหารการขายสมัยใหม่ด้านการวางแผนด้านการกำหนดงบประมาณและการสรรหาและคัดเลือกมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจร้านกาแฟสดระดับพรีเมียมควรให้ความสำคัญกับการวางแผนกิจกรรมในการขายโดยผู้บริหารจำเป็นต้องมีการบันทึกการขายบัญชีเพื่อการดำเนินงานของธุรกิจรวมถึงการรับบุคคลเข้าทำงานให้ตรงกับลักษณะงาน งานที่ต้องการสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจและดำเนินงานธุรกิจด้วยวิธีใหม่ที่ดีและเหมาะสมตรงกับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร (ทศพร จันทร์เปล่ง, ชีรพรรณ อิงภากรณ์, และกาญจนา หินเขาวัว, 2564, บทคัดย่อ) แต่พบว่าจุดเด่นของงานผู้วิจัย มีกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่ามีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมาจากประชากรที่มีความครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และมีการประยุกต์กระบวนการกระบวนการทศน์ของการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟที่มีที่มาจากทศน์การวิเคราะห์สรุปมาเป็นแนวทางขั้นตอนที่ผ่านการศึกษาวิจัยในเชิงเนื้อหาที่มีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรมีการวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟในด้านการบริการด้วยความเท่าเทียม
2. ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางของรูปแบบการบริหารการประกอบธุรกิจร้านกาแฟในด้านการบริการด้วยความเท่าเทียมในพื้นที่กรุงเทพฯ
3. ควรมีการวิจัยเรื่องการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการการประกอบธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่กรุงเทพฯ และควรขยายผลระดับภาคและทั่วประเทศ

รายการอ้างอิง

- จุฑามาศ สะอาดเอี่ยม, สุวิดา พฤษยาอาภรณ์, ชุมพล รอดแจ่ม. (2562). การจัดสวัสดิการที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ฉบับเสริม ธันวาคม 2562. หน้า 116-129.
- ชาติ วาระดี. (2565). ส่อง 7 “เทรนด์กาแฟ” มาแรงแห่งปี 2022 อะไรจะปังในโลกกาแฟ, คอดัมน์ *Good Morning Coffee*. วันที่ค้นข้อมูล 23 มิถุนายน 2566, เข้าถึงได้จาก [http:// www.bangkokbiznews.com/lifestyle/985361](http://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/985361). pdf. 7 pages

- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2560). ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 9(1), 13-24.
- ทศพร จันทร์เปล่ง, ชีรพรรณ อิงภากรณ์ และกาญจนา หินเชาว์. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการขายสมัยใหม่กับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสดระดับพรีเมียมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 15(2), 124-133.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2564). ชี้นำตลาดส่งออก 'เมล็ดกาแฟไทย' ตีตลาดโลก. วันที่ค้นข้อมูล 22 มิถุนายน 2566, เข้าถึงได้จาก bangkokbanksme.com/en/export-market-thai-coffee-beans-world-market. Pdf
- พิพรรษพร เกตุโกมุท. (2565). *แผนธุรกิจร้านกาแฟ Three Sis Coffee and Co.* การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พิมพ์กมล เกษแก้ว. (2563). กระบวนทัศน์การบริหารสาธารณะ. *วารสารรัชตภาคย์*, 14(34), 276-285.
- มัลลิกา บุญนาค. (2537). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรินทิพย์ อรุณสวัสดิ์ฤกษ์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และวราพร ดำรงกุลสมบัติ. (2564). ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 11(4), 732-745.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). *K SME Analysis ธุรกิจร้านกาแฟบริหารอย่างไรให้รุ่ง*. วันที่ค้นข้อมูล 23 มิถุนายน 2566, เข้าถึงได้จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Coffee-Shop-Management.pdf>
- สุนิษฐา เศรษฐีธร. (2562). *รายงานตลาดอาหารในประเทศไทยร้านกาแฟ*. วันที่ค้นข้อมูล 9 มกราคม 2566, เข้าถึงได้จาก http://fic.nfi.or.th/upload/market_overview/Rep_Cafe_15.01.62.pdf
- สุภาพร จินดาวงษ์. (2558). *พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา ร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาที่ 209*. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อริษฐ์ นิพิทขยานันต์. (2561). ความเสี่ยงธุรกิจกาแฟสดศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 10(1), 116-126.
- BrandAge. (2017). *ราคาเครื่องดื่ມจากร้านกาแฟเครือข่ายเทียบราคา 10 ร้านกาแฟดัง ใครถูกใครแพงมาดูกัน*. วันที่ค้นข้อมูล 9 มกราคม 2566, เข้าถึงได้จาก <http://www.brandage.com>
- Denhardt, J.V., & Denhardt, R. B. (2007). *The New Public Services (Expanded Edition): Servingnot Steering*. Armonk, New York: M.E. Sharpe.
- Denhardt, R. B. (2008). *Theories of Public Organization* (5th ed.). California: Thomson Wadsworth.

อาภรณ์ คุระเอียด และปรกรณ์ ปริชาภรณ์

Jorportoday. (ม.ป.ป.). การจัดสวัสดิการให้พนักงานในองค์กรตามกฎหมายที่ถูกต้องมีอะไรบ้าง. วันที่ค้น

ข้อมูล 9 มกราคม 2566, เข้าถึงได้จาก <https://www.jorportoday.com/employee-welfare/>

Marketeeronline. (2564). อัตราเฉลี่ยคนดื่มกาแฟ. วันที่ค้นข้อมูล 9 มกราคม 2566, เข้าถึงได้จาก

<https://marketeeronline.co/archives/210206>

Osborne, D., & Gaebler, T. (1992). *Reinventing Government*. New York: Penguin press.