วารสารโพธิศาสตร์ปริทัศน์

BRJ: Bodhisastra Review Journal

วารสารโพธิศาสตร์ปริทัศน์, 2568. 5(2): 171-182

Bodhisastra Review Journal, 2025. 5(2): 171-182

Research Article

The Promotion of Cultural Influence Policies Affecting the Success of Thai Restaurants in Bangkok

Onnarumon Chadachaiwiwat[1*] Phukit Yonchayawong[2] and Nattanicha Raksawong[2]

[1]Master of Public Administration Program, Southeast Asia University, Thailand

[2]Southeast Asia University, Thailand

[*]Corresponding author. E-mail: abalone0808@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to study 1) the level of promotion of cultural influence policies and the success of Thai restaurant businesses, 2) to compare the success of Thai restaurant businesses based on personal factors, and 3) the factors promoting cultural influence policies that affect the success of Thai restaurant businesses in Bangkok. Determining a sample size of 398 using Taro Yamane's formula and selecting participants through a Simple Random Sampling method with a Random Number Generator in Microsoft Excel. The statistical methods used in the research include percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The study found that 1) the level of promotion of cultural influence policies and the success of restaurant operations are generally at a high level, 2) personal factors with average monthly income, work experience, and the type of restaurant significantly affect the success of Thai restaurant businesses in Bangkok at the .05 significance level, while personal factors such as gender, age, education level, and position in the restaurant do not affect success, and 3) the factors promoting cultural influence policies, including the establishment of cultural policies, the cultural industry and creative economy, and support from the government, significantly affect the success of Thai restaurant businesses in Bangkok at the .05 significance level.

Keywords: Promotion of Cultural Influence Policies, Business Success, Thai Restaurant

รับบทความ: 11 มิถุนายน 2568; แก้ไขบทความ: 27 สิงหาคม 2568; ตอบรับตีพิมพ์: 7 พฤศจิกายน 2568

Received 11 June 2025; Revised 27 August 2025; Accepted 7 November 2025

การส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

อรนฤมล ชฎาชัยวิวัฒน์[1*] ภูกิจ ยลชญาวงศ์[2] และ ณัฏฐณิชา รักษาวงศ์[2]
[1]นักศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ประเทศไทย
[2]มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ประเทศไทย
*Corresponding author. E-mail: abalone0808@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม และความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทย 2) เปรียบเทียบความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างได้แก่ เจ้าของกิจการร้านอาหารไทย หรือผู้จัดการร้านอาหารไทย ที่เปิดกิจการและดำเนินการอยู่ภายในกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยใช้เครื่องมือสุ่มตัวเลข คือ Random Number Generator ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่าน Microsoft Excel โดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ จำนวน 398 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม และความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การทำงาน และประเภทของร้านอาหาร ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งในร้านอาหารไม่ส่งผลต่อความสำเร็จ และ 3) ปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม ได้แก่ การกำหนดนโยบายวัฒนธรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการสนับสนุนจากภาครัฐ ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม, ความสำเร็จในการดำเนินกิจการ, ร้านอาหารไทย

© 2025 BRJ: Bodhisastra Review Journal

บทนำ

การส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมคือการที่รัฐบาลหรือองค์กรกำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนและเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และค่านิยมของชาติทั้งในและต่างประเทศ นโยบายนี้มีความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น การดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะการใช้ “อาหารไทย” เป็นเครื่องมือเผยแพร่ Soft Power ผ่านการสนับสนุนร้านอาหารไทยในต่างประเทศให้เสนอเมนูที่สะท้อนความเป็นไทย รวมถึงการฝึกอบรมพ่อครัวแม่ครัวเกี่ยวกับวัตถุดิบและกรรมวิธีดั้งเดิม และการสนับสนุนทางการเงินแก่ร้านอาหารที่เผยแพร่อาหารไทยในระดับสากล เช่น โครงการ “Thai SELECT” ที่รับรองคุณภาพและความเป็นไทยของร้านอาหาร การศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐในนโยบายนี้จึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของร้านอาหารไทย เพื่อปรับปรุงนโยบายและการสนับสนุนให้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ (กระทรวงวัฒนธรรม, 2567) นอกจากนี้ยังช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยผ่านอาหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริม

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการแข่งขันกับนานาอารยประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2567)

ธุรกิจร้านอาหารเป็นกิจกรรมการค้าปลีกและให้บริการอาหารสำเร็จรูปที่มีความสำคัญต่อระบบสังคมและเศรษฐกิจ โดยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งเสริมการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และสร้างงาน รวมถึงสนับสนุนภาคการเกษตรและการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งช่วยสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ (ชยุตม์ วะนา, 2566) การดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทยต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับหลายประการ เช่น การขออนุญาต การควบคุมคุณภาพอาหาร และสุขอนามัยของสถานประกอบการ (กรมควบคุมโรค, 2567) พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 เป็นกฎหมายสำคัญที่กำหนดให้สถานประกอบการต้องมีระบบสุขาภิบาลที่เหมาะสม (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี, 2560) กระทรวงพาณิชย์ยังได้จัดทำคู่มือเกณฑ์มาตรฐานธุรกิจร้านอาหารเพื่อส่งเสริมคุณภาพและความสามารถในการแข่งขัน (กระทรวงพาณิชย์, 2567) การปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานเหล่านี้จึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากช่วยสร้างความไว้วางใจจากลูกค้า ปรับปรุงภาพลักษณ์ และลดความเสี่ยงทางกฎหมาย อีกทั้งยังช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงโครงการสนับสนุนจากภาครัฐได้ง่ายขึ้น เช่น การขอรับรองมาตรฐาน “Thai SELECT” จากกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งยกระดับมาตรฐานร้านอาหารไทยสู่ระดับสากล (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2023) ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารควรให้ความสำคัญกับการศึกษาและปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในระยะยาว

ร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครมีความสำคัญทั้งในฐานะตัวแทนทางวัฒนธรรมและส่วนสำคัญของเศรษฐกิจ โดยคาดว่าธุรกิจร้านอาหารจะเติบโตต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2567 มีมูลค่าตลาดสูงถึง 4.18-4.25 แสนล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567) ซึ่งเป็นผลจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ได้แก่ 1) การแข่งขันที่รุนแรงจากร้านอาหารไทยและนานาชาติ 2) อุปสรรคทางวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้าต่างชาติ และ 3) นโยบายภาครัฐที่อาจไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ ดังนั้น การศึกษาและวิเคราะห์บทบาทของนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญต่อการส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารไทยในระดับประเทศและระดับสากล ปัจจุบันมีร้านอาหารที่ดำเนินกิจการอยู่กว่า 44,508 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567) แม้อาหารไทยจะมีจุดแข็งด้านวัฒนธรรม แต่ความไม่เข้าใจกันในรสชาติต้นตำรับอาจกลายเป็นอุปสรรคได้ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2567) การดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืนจึงต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น โครงการ Thai SELECT ที่มอบตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพให้กับร้านอาหารไทย 496 ร้านทั่วประเทศ (TODAYLINEME, 2024) อย่างไรก็ตาม นโยบายเหล่านี้ยังมีข้อจำกัด เช่น การขาดการสนับสนุนด้านการตลาดและการอบรมทักษะการบริหารจัดการที่ไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอย่างเต็มที่

เพื่อให้ร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับอาหารนานาชาติ ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมมาศึกษา โดยมุ่งเน้นที่การกำหนดนโยบายวัฒนธรรมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยผ่านนโยบายต่าง ๆ เช่น โครงการส่งเสริมอาหารไทยในระดับนานาชาติ การสนับสนุนเชฟไทยในต่างประเทศ และมาตรฐาน Thai Select ซึ่งเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพร้านอาหารไทย ตัวแปรอิสระนี้จะถูกศึกษาความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทย ซึ่งวัดจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้ กำไร การเติบโตของกิจการ และการได้รับการยอมรับจากลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ โดยพิจารณาจากกลยุทธ์ทางบริหารจัดการ คุณภาพอาหารและเมนู การบริการลูกค้า

ความสามารถในการแข่งขัน และเศรษฐกิจและกฎหมาย งานวิจัยนี้จึงมีชื่อว่า “บทบาทการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยใช้แนวทางการศึกษาเชิงปริมาณในการวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมต่อความสำเร็จของร้านอาหารไทย เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยในอนาคตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม และความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เจ้าของกิจการร้านอาหารไทย หรือผู้จัดการร้านอาหารไทยที่เปิดกิจการและดำเนินการอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 85,595 คน (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์, 2566) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณตามแนวคิดของ Taro Yamane (1973) ที่กำหนดค่าความคาดเคลื่อนอยู่ที่ร้อยละ 5 และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการร้านอาหารไทย หรือผู้จัดการร้านอาหารไทย ที่เปิดกิจการและดำเนินการอยู่ภายในกรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม โดยมีองค์ประกอบทั้งหมด 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการกำหนดนโยบายวัฒนธรรม ด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของกิจการ โดยมีองค์ประกอบทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการ ด้านคุณภาพของอาหารและเมนู ด้านการบริการลูกค้า ด้านความสามารถในการแข่งขัน และด้านเศรษฐกิจและกฎหมาย

ซึ่งแบบสอบถามตอนที่ 2 ถึง 3 ดังกล่าวข้างต้นในแต่ละตอนจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert (Likert’ Scale) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยใช้คำถามที่แสดงระดับการวัดข้อมูลอันตรภาค (Interval Scale) ที่มีความหมายของเกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามความคิดเห็นดังนี้

ระดับคะแนน	5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
ระดับคะแนน 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
ระดับคะแนน 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามชุดนี้ผ่านการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.67 มาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งในการหาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญจากการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย คือ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบวัดความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ .885 ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ โดยทั่วไปในงานวิจัยด้านสังคมศาสตร์ ค่า Cronbach's alpha ที่ ≥ 0.70 ถือว่าพอใช้ได้ และสามารถยอมรับได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นภายในในระดับที่เหมาะสม (George & Mallery, 2018)

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

3.2 ปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมมีผลต่อความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากร้านอาหารไทยทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยใช้เครื่องมือสุ่มตัวเลข คือ Random Number Generator ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่าน Microsoft Excel โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) ผู้วิจัยทำการสร้างแบบสอบถามที่ผ่านคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิมากรอกลง Google Form

2) ผู้วิจัยทำการลงพื้นที่ภาคสนามกับร้านอาหารไทย ที่เปิดกิจการและดำเนินการอยู่ภายในกรุงเทพมหานคร แจ้งวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูล ก่อนขอเก็บข้อมูล

3) ในการแจกแบบสอบถามผู้วิจัยจะทำการขอความอนุเคราะห์ก่อนส่ง Link ให้กับผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูล หรือการแจกกระดาษให้กรอกรายละเอียดตามความเหมาะสมหรือตามความสะดวกของกลุ่มตัวอย่าง

4) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้รับ พบว่าเป็นฉบับที่สมบูรณ์จำนวน 398 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นทำการลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าของกิจการร้านอาหารไทย หรือผู้จัดการร้านอาหารไทยที่เปิดกิจการและดำเนินการอยู่ภายในกรุงเทพมหานคร ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

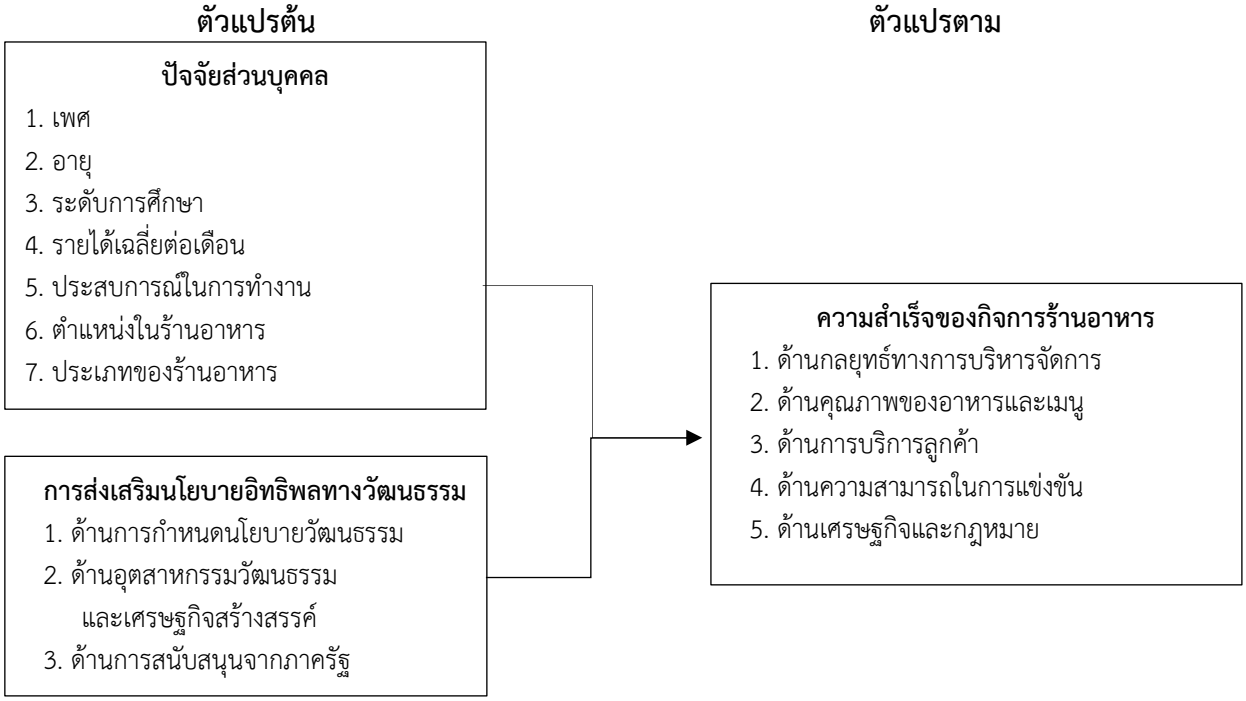
2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม และความสำเร็จในการดำเนินกิจการ ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

3) สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ประกอบด้วย การวิเคราะห์เปรียบเทียบหาความแตกต่างกันของตัวแปรสอง

กลุ่มโดยการใช้ t-test การวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างของตัวแปรมากกว่าสองกลุ่ม โดยการหาค่าเฉลี่ย F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับการพยากรณ์ค่าอิทธิพลของการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนากรอบแนวความคิดในการวิจัยตัวแปรต้น ในส่วนของ “ปัจจัยส่วนบุคคล” ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งในร้านอาหาร ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดจาก ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ของ Galton (1892) ซึ่งเป็นรากฐานในการศึกษาว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความสามารถในการทำงานอย่างไร ในส่วนของ “การส่งเสริมอิทธิพลทางวัฒนธรรม” ที่ประกอบด้วยการกำหนดนโยบายวัฒนธรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการสนับสนุนจากภาครัฐ แนวคิดจากทฤษฎีวัฒนธรรม (Cultural Theory) ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้พัฒนาขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นอุตสาหกรรม และการใช้ Soft Power เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Williams (1995) ซึ่งได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม อำนาจ และการผลิตทางสังคม ตัวแปรตาม ในส่วนของ “ความสำเร็จของกิจการร้านอาหาร” ที่ประกอบด้วย กลยุทธ์ทางการบริหารจัดการ คุณภาพของอาหารและเมนู การบริการลูกค้า ความสามารถในการแข่งขัน และเศรษฐกิจและกฎหมาย ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดจาก ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Theory) ของ Porter (2008) ที่กล่าวถึงความสำคัญของกลยุทธ์ทางธุรกิจและข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในการสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร รวมถึงแนวคิดจาก ทฤษฎีคุณภาพการบริการ (Service Quality Theory) ของ Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) ที่เน้นย้ำว่าคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จของธุรกิจ ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เหมาะสมของแต่และตัวแปรมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.3 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.9 ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001-200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.1 ประสบการณ์การทำงานร้านอาหาร 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.4 ตำแหน่งในร้านอาหาร คือ เจ้าของร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 54.0 ประเภทของร้านอาหาร คือ ร้านอาหารไทยต้นตำรับ คิดเป็นร้อยละ 49.3

1. ระดับการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม และความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

1.1 ผลการวิเคราะห์ระดับการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม

ปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม	$\bar{x}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการกำหนดนโยบายวัฒนธรรม	4.10	.585	มาก
2. ด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์	4.09	.602	มาก
3. ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ	4.08	.631	มาก
รวม	4.09	.570	**มาก**

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การกำหนดนโยบายวัฒนธรรม ($\bar{x}$ = 4.10) รองลงมา คือ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ($\bar{x}$ = 4.09) และการสนับสนุนจากภาครัฐ ($\bar{x}$ = 4.08) ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหาร	$\bar{x}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการ	4.14	.607	มาก
2. ด้านความสามารถในการแข่งขัน	4.06	.556	มาก
3. ด้านเศรษฐกิจและกฎหมาย	4.06	.523	มาก
4. ด้านคุณภาพของอาหารและเมนู	4.03	.535	มาก
5. ด้านการบริการลูกค้า	3.97	.563	มาก
รวม	4.06	.501	**มาก**

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร โดย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการ ($\bar{x}$ = 4.14) รองลงมา คือ ด้านความสามารถในการแข่งขัน ($\bar{x}$ = 4.06) และด้านเศรษฐกิจและกฎหมาย ($\bar{x}$ = 4.06) มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน ด้านคุณภาพของอาหารและเมนู ($\bar{x}$ = 4.03) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการบริการลูกค้า ($\bar{x}$ = 3.97) ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	Sig
เพศ	.112
อายุ	.161
ระดับการศึกษา	.906
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.000*
ประสบการณ์ในการทำงานร้านอาหาร	.000*
ตำแหน่งในร้านอาหาร	.679
ประเภทของร้านอาหาร	.002*

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การทำงานร้านอาหาร และประเภทของร้านอาหารที่แตกต่าง มีความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งในร้านอาหาร ที่แตกตางกันมีความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 ปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม มีผลต่อความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	Unstandardized Coefficient B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.968	.094		10.243	.000*
การกำหนดนโยบายวัฒนธรรม (X1)	.031	.065	.836	6.112	.000*
อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (X2)	.088	.079	.816	5.184	.000*
การสนับสนุนจากภาครัฐ (X3)	.083	.085	.926	6.659	.000*
$R=.859$, $R^2=.738$, $F=370.313$, $SE_{est}=.257$, $R^2_{adj}=.736$, $a=.968$					

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมการถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การกำหนดนโยบายวัฒนธรรม (t = 6.112, Sig. = . 000) อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (t = 5.184, Sig. = .000) และการสนับสนุนจากภาครัฐ (t = 6.659, Sig. = .000)

สรุปได้ว่า ปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม ได้แก่ การกำหนดนโยบายวัฒนธรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการสนับสนุนจากภาครัฐ ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร มีค่า Beta ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการ ซึ่งจากการวิเคราะห์

สมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย จากการปรับแก้ของ R Square2 (R2) โดยมีค่าเท่ากับ .738 หรือคิดเป็น 73.80 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ .05

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถอภิปรายผลการวิจัยและตีความข้อมูลต่าง ๆ ได้เป็น 2 ส่วน คือ (1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร และ (2) การส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งในร้านอาหารที่แตกต่างกัน ไม่มีความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจเป็นเพราะการดำเนินธุรกิจร้านอาหารต้องพึ่งพาองค์ประกอบที่หลากหลาย เช่น การบริหารจัดการ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ และคุณภาพของสินค้าและบริการมากกว่าปัจจัยพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ของเจ้าของหรือผู้จัดการร้านอาหาร

ในทางกลับกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การทำงานร้านอาหาร และประเภทของร้านอาหารที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจาก รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่สูงขึ้นสัมพันธ์กับโอกาสในการลงทุน การปรับปรุงคุณภาพบริการ และการขยายธุรกิจให้เติบโตได้ดีขึ้น นอกจากนี้ ประสบการณ์การทำงานในร้านอาหารที่มากขึ้นยังช่วยเสริมทักษะการบริหารและการแก้ไขปัญหาภายในธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนประเภทของร้านอาหารก็มีผลต่อระดับความสำเร็จ โดยร้านอาหารไทยต้นตำรับและไทยร่วมสมัยมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากกว่าร้านอาหารไทยฟิวชั่น ซึ่งอาจสะท้อนถึงความต้องการของลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับรสชาติดั้งเดิมและประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรีญา ธรรมสอน และจอมขวัญ สุวรรณรักษ์ (2566) พบว่า รายได้ของผู้บริโภคที่สูงขึ้น จะส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มอาชีพ มีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารเช่นกัน

2. การส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรมมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถอธิบายผ่านองค์ประกอบหลักสามด้าน ได้แก่ การกำหนดนโยบายวัฒนธรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งสามปัจจัยนี้ร่วมกันอธิบายความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครได้ถึงร้อยละ 73.80 (R^2 = .738) ด้านการกำหนดนโยบายวัฒนธรรม พบว่า ร้านอาหารที่มีแนวทางอนุรักษ์เมนูอาหารไทยต้นตำรับ การออกแบบตกแต่งร้านให้สะท้อนอัตลักษณ์ไทย และมีการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย มีแนวโน้มประสบความสำเร็จมากขึ้น เนื่องจากสามารถดึงดูดทั้งลูกค้าชาวไทยและต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า แนวทางการนำเสนออาหารที่ผสมผสานเอกลักษณ์ไทยเข้ากับนวัตกรรมสมัยใหม่ เช่น การออกแบบเมนูที่ทันสมัย แต่ยังคงรสชาติแบบดั้งเดิม และการสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารที่เชื่อมโยงกับศิลปะและวัฒนธรรมไทย ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการในเชิงธุรกิจ สุดท้ายด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจร้านอาหารไทยผ่านมาตรการต่าง ๆ เช่น การรับรองมาตรฐาน Thai SELECT มาตรการลดภาษี และโครงการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมอาหารไทย ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของร้านอาหารไทยในระดับนานาชาติ สอดคล้องกับ ปรัชญา เหินสว่าง และชาญชัย จิวจินดา (2563) กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีระดับความสำเร็จจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ด้านแรงงาน ด้านเงินลงทุน ด้านวัตถุดิบ และด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ นอกจากนี้ ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อความสำเร็จประกอบด้วย การสนับสนุนจากทางสังคม หน่วยงานภาครัฐ อิทธิพลอาหารทางวัฒนธรรม ภาคเอกชน และผู้นำชุมชน ซึ่งอยู่ในระดับมากเช่นกัน

สรุปผลการวิจัย

ระดับปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การกำหนดนโยบายวัฒนธรรม รองลงมา คือ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการสนับสนุนจากภาครัฐ ตามลำดับ และระดับปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการ รองลงมา คือ ด้านความสามารถในการแข่งขันและด้านเศรษฐกิจและกฎหมาย ด้านคุณภาพของอาหารและเมนู และด้านการบริการลูกค้า ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การทำงานร้านอาหาร และประเภทของร้านอาหารที่แตกต่างมีความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งในร้านอาหาร ที่แตกต่างกันมีความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การกำหนดนโยบายวัฒนธรรม (t=6.112, Sig.=. 000) อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (t=5.184, Sig.=.000) และการสนับสนุนจากภาครัฐ (t=6.659, Sig.=. 000)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จากปัจจัยการส่งเสริมนโยบายอิทธิพลทางวัฒนธรรม ภาครัฐควรให้การสนับสนุนเพิ่มเติมผ่านโครงการฝึกอบรมเจ้าของธุรกิจและพนักงานเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย เช่น มารยาทการบริการอาหารไทยต้นตำรับ และมาตรฐานคุณภาพ Thai SELECT นอกจากนี้ควรมีนโยบายส่งเสริมให้ร้านอาหารไทยมีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการประชาสัมพันธ์ในระดับสากล เพื่อให้ร้านอาหารไทยสามารถแข่งขันได้ดีขึ้นทั้งในและต่างประเทศ

1.2 จากปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านอาหารไทย เจ้าของธุรกิจควรมุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความแตกต่าง เช่น การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและโซเชียลมีเดียในการ โปรโมตร้าน การปรับปรุงคุณภาพอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และการให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้า โดยเฉพาะการอบรมพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพและเข้าใจวัฒนธรรมการบริการแบบไทย

1.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณชี้ให้เห็นว่าปัจจัยการกำหนดนโยบายวัฒนธรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการสนับสนุนจากภาครัฐสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารไทยได้ถึงร้อยละ 73.80 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญสูงในการส่งเสริมธุรกิจร้านอาหารไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนั้น ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาแนวทางการสนับสนุนร้านอาหารไทยอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมทุกระดับของธุรกิจเพื่อให้ร้านอาหารไทยสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในอนาคตควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับมาตรการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงข้อจำกัดและอุปสรรคของการสนับสนุนดังกล่าว เพื่อให้สามารถพัฒนาแนวทางการช่วยเหลือที่เหมาะสมต่อธุรกิจร้านอาหารไทยในบริบทที่แตกต่างกัน

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตไปยังจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต หรือพื้นที่ที่มีชุมชนชาวต่างชาติอาศัยอยู่จำนวนมาก

2.3 การวิจัยครั้งต่อไปควรเปรียบเทียบกับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันระหว่างตลาดภายในประเทศและตลาดสากล ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของร้านอาหารไทยในบริบทที่หลากหลายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค. (2567). มาตรฐานสุขอนามัยของร้านอาหารและการบริหารจัดการความปลอดภัยด้านอาหาร. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.

กระทรวงพาณิชย์. (2567). คู่มือเกณฑ์มาตรฐานธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.

กระทรวงวัฒนธรรม. (2567). นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.

ชยุตม์วะนา. (2566). ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจของโรค COVID-19 ที่มีต่อธุรกิจร้านอาหารขนาดย่อย ขนาดย่อม และขนาดกลางในประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์, 5(4), 187–204.

ปรัชญา เหินสว่าง และชาญชัย จิวจินดา. (2563). ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา. Journal of Administrative and Management Innovation, 8(3), 106-115.

วัชรีญา ธรรมสอน และจอมขวัญ สุวรรณรักษ์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 11(4), 1389–1401.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2567-2569: ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม. สืบค้นจาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/food-beverages/io/io-food-beverage-restaurant-2024-2026.

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2567). แนวทางการกำกับดูแลมาตรฐานร้านอาหารเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.

สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (2560). พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560. https://infocenter.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER17/DRAWER002/GENERAL/DATA0001/00001230.PDF.

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2567). แนวทางการสนับสนุนธุรกิจร้านอาหารไทยในตลาดต่างประเทศ. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). รายงานภาวะเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย. สืบค้นจาก http://www.nso.go.th.

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2023). Food safety regulations and best practices in the restaurant industry. Rome, Italy: FAO.

Galton, S. F. (1892). Hereditary genius: An Inquiry into it's laws and consequences. New York: MacMillan and Company.

George, D., & Mallery, P. (2018). Reliability analysis. In IBM SPSS statistics 25 step by step (pp. 249-260). Routledge.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of marketing, 49(4), 41-50.

Porter, M. E. (2008). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. simon and schuster.

TODAYLINEME. (2024). รายชื่อร้านอาหารที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT. สืบค้นจาก https://today.line.me

Williams, R. (1995). The sociology of culture. Chicago: University of Chicago Press.

Yamane, T. (1973). Statistics: An introductory analysis. (3rd ed.). New York: Harper & Row.