



กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอด ในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ ร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน

Strategies for Adapting to a New Normal for Survival in the Operations of Thai Restaurant Business Operators under Steve Cafe & Cuisine

พัชรินทร์ ขุทะกะพันธุ์¹ และชญาณันท์ ก่อาริโย²

Pacharin Kutagapun¹ and Chayapat Kee-ariyo²

¹ นักศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Graduate Student, Bachelor of Home Economics Program in Home Economics, Faculty of Home Economics
Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakorn E-mail: pkutagapun@icloud.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำหลักสูตร สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Lecturer, Bachelor of Home Economics Program in Home Economics, Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakorn E-mail: chayapat.s@rmutp.ac.th

Received: 5 ก.ย. 64 Revised: 30 ต.ค. 64 Accepted: 13 ธ.ค. 64

DOI: 10.14416/j.ted.2023.12.003

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน 2) ปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน 3) ศึกษากลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน 4) เปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน จำแนกตามสภาพการดำเนินงาน และ 5) หาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน กับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ประชากรคือ เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้างาน พนักงานของร้านอาหาร จำนวน 50 ราย และผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการของร้านอาหารไทย สตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน จำนวน 3 สาขา ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สาขาเทเวศร์ สาขาพระราม 6 และสาขาผ่านฟ้า จำนวน 350 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ธุรกิจร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่เทเวศร์ ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 5-10 ปี โดยเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ (มากกว่า 20 โต๊ะ) ที่มีพนักงานจำนวนมากกว่า 15 คน ในขณะที่มียอดขายเดือนละ 300,000 บาท



บทควาณวิจัย

กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย
ในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน

ขึ้นไป ทั้งนี้อาหารประเภทแกงเป็นอาหารที่ขายดีที่สุดของร้าน และมีกลุ่มลูกค้าหลักของร้านเป็นทั้งคนไทยและคนต่างชาติ
2) ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจ ดังนี้ 2.1) ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญต่อบัณฑิต
ภายใน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการตลาด
รองลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้ง และน้อยที่สุดคือ ด้านบุคลากร 2.2) ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญต่อบัณฑิตภายนอกที่เกี่ยวข้อง
ต่อการดำเนินธุรกิจโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ
ด้านปัจจัยด้านกฎหมาย รองลงมาคือ ด้านลูกค้า และน้อยที่สุดคือ ด้านคู่แข่ง 3) ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญของกลยุทธ์
การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย
พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา และน้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการ 4) ธุรกิจร้านอาหาร
ที่มีสภาพการดำเนินงานแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจ
ร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน แตกต่างกันในทุกด้าน และ 5) ปัจจัยภายในและภายนอกของธุรกิจ
โดยรวม มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ
คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: กลยุทธ์การปรับตัว การปรับตัววิถีใหม่ ความอยู่รอด ร้านอาหารไทย ผู้ประกอบการ

Abstract

The objectives of this research were : 1) to study the operating conditions of Thai restaurant business operators under Steve Cafe & Cuisine. 2) To study the internal and external factors related to the operation of Thai restaurant business operators under Steve Cafe & Cuisine. 3) To study strategies for adapting to new normal for survival in the operations of Thai restaurant business operators under Steve Cafe & Cuisine. 4) To compare strategies for adapting to a new normal for survival in the operations of Thai restaurant business operators under Steve Cafe & Cuisine, classified by operating conditions, and 5) to determine the relationship between strategies for adapting new normal for operational survival with the internal and external factors related to the business operations of Thai restaurant operators under the Steve Cafe & Cuisine. The population of 50 includes business owners, executives, managers, supervisors, restaurant employees and 350 consumers who choose to use the service of 3 branches of Thai Steve Cafe & Cuisine located in Bangkok, namely Dhevet branch, Rama VI branch and Phan Fa branch. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA, and statistical correlation coefficient.

The results of the research found that 1) most of the respondents' restaurant business located in Dhevet has been in business for 5 to 10 years. It is a large business (more than 20 tables) and the number of employees is more than 15 people while having sales of 300,000 baht per month or more. Curry is the restaurant's bestselling dish. The main customers of the restaurant are both Thais and foreigners. 2) The restaurant business pays attention to the following factors related to business operations: 2.1) The restaurant business pays attention to internal factors related to the overall business operation at a high level. When considering each aspect in descending order, it was found that the aspect with the highest average was marketing, followed by location, and the least was personnel. 2.2) The restaurant



business pays attention to external factors related to the overall business operation at a high level. When considering each aspect in descending order, it was found that the highest mean was the legal factors, followed by customers and the least was competitors.3) The restaurant business focuses on the strategy of adapting to a new normal for survival in the overall operation at a high level. When considering each aspect in descending order, it was found that the highest mean was the products, followed by the price and the least was process.4) Restaurant businesses with different operating conditions emphasize the strategy of adapting to a new normal for survival in the operations of the Thai restaurant business under Steve Cafe & Cuisine were different in all aspects, and 5) when considering the internal and external factors of the business, over all, there was a statistically significant correlation with the new normal strategy for survival of the Thai restaurant business under Steve Cafe & Cuisine at .05 level.

Keywords: Adaptation Strategy, Adapting to a New Normal, Survival, Thai Restaurants, Entrepreneurs

1. บทนำ

อาหารไทยเป็นอาหารประจำของชนชาติไทย และเป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นถึงชีวิตความคิด จิตใจของคนไทยได้อย่างแจ่มชัด วัฒนธรรมอาหารการกินที่มีความหลากหลายอย่างน่าอัศจรรย์ ถูกสร้างสรรค์มาจากภูมิปัญญาในการคัดเลือกวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์จากข้าว ปลา พืช ผัก ผลไม้ ผสมผสานกับภูมิปัญญาของบรรพชนมาปรุงให้เป็นอาหารได้อย่างสารพัด ด้วยกรรมวิธีต่างที่ถูกคิด เลือกสรร และประดิษฐ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่น และยังผสมผสานวัฒนธรรมจากชาติต่าง ๆ เช่น อินเดีย จีน มอญ พม่า เป็นต้น [1] ซึ่งกว่าที่อาหารชนิดนั้นจะมาเป็นส่วนหนึ่งของสำรับอาหารไทยก็ต้องผ่านการปรับเปลี่ยน ปรุงแต่งรสชาติให้ถูกปากถูกลิ้นคนไทยและเหมาะสมกับวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นตนเอง ลักษณะเด่นของอาหารไทย คือความหลากหลายทั้งรสชาติ และส่วนประกอบ (เครื่องปรุง) โดยเน้นว่าเป็นอาหารที่มีครบทุกรส ทั้งเปรี้ยว หวาน มัน เค็ม และเผ็ด มีความกลมกล่อม และลงตัว ไม่มีรสใดโดดเด่นมากจนเกินไป มีกลิ่นหอมจากสมุนไพรและเครื่องเทศเป็นลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งเพราะอาหารไทยแทบทุกชนิดมักประกอบด้วยเครื่องเทศ และสมุนไพร ส่วนที่แตกต่างจากประเทศเพื่อนบ้านที่ใช้เครื่องเทศเช่นเดียวกัน คือ อาหารไทยใช้เครื่องเทศสมุนไพรสดเป็นหลัก จึงทำให้ได้กลิ่น และรสที่หอมกว่า มีคุณค่าที่ดีต่อสุขภาพในด้านความสมดุล มีสารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการของ

สารพันธภาพที่ได้จากสมุนไพรและเครื่องเทศที่ใช้ ทั้งยังมีสีสัน และความประณีตในการประกอบอาหารและการจัดแต่ง ซึ่งต่างจากอาหารประจำชาติอื่น ๆ [2]

ร้านอาหารสตีฟคาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน (Steve café & cuisine) เป็นร้านอาหารไทยสไตล์โฮมเมด นำเสนออาหารรสชาติไทยแท้ ๆ ในลักษณะ “ทำด้วยต่อถ้วยจานต่อจาน” โดยใช้เครื่องปรุงหรือส่วนผสมที่มีคุณภาพ สด ใหม่อยู่เสมอ จึงได้อาหารที่มีรสชาติกลมกล่อม จัดจ้าน สีสันโดนใจ ถึงเครื่อง ถึงรส อาทิ เช่น แกงเหียงไก่หลอด ไช้ผัดใบเหลียง ยำส้มโอ ใบเหลียงต้มกะทิ แกงส้มกุ้ง เมี่ยงคะน้า แกงระแงงไก่ ยำตะไคร้ ห่อหมกทะเล ปลาตุ๋นพริกขี้หนูไข่เค็ม ฯลฯ เมื่อทานแล้วจะได้รับกลิ่นอายของความเป็นไทยด้วยเครื่องเทศ สมุนไพรต่าง ๆ ที่หลากหลาย นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจยังได้ออกแบบร้านอาหารภายใต้บรรยากาศที่ใกล้ชิดธรรมชาติ อากาศถ่ายเท สงบ ผ่อนคลาย เหมาะสำหรับการนั่งสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ๆ หรือครอบครัวได้เป็นอย่างดี ทำให้ได้รับกระแสการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยมีผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก นับเป็นการประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ นำมาซึ่งการขยายกิจการถึง 3 สาขา ได้แก่ สาขาเทเวศร์ สาขาพระราม 6 และสาขาผ่านฟ้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม [3]

แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2563 ภาพรวมธุรกิจร้านอาหารสตีฟคาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน (Steve Café & Cuisine) “หดตัวลง”



บทควาณวิจัย

กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน

โดยได้รับผลกระทบสำคัญจากปัญหาเศรษฐกิจ และการค้าของไทยและต่างประเทศที่ชะลอตัว อีกทั้งยังถูกซ้ำเติมด้วยการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ในหลายประเทศ ส่งผลให้รัฐบาลประเทศต่าง ๆ เริ่มออกนโยบายเพื่อรักษาและสกัดกั้นการระบาดของโรคจนส่งผลกระทบต่อการจ้างงาน รายได้ และการดำเนินชีวิต สำหรับประเทศไทยพบว่า มีผู้ป่วยใหม่เพิ่มสูงขึ้นมากในเดือนมีนาคม และมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น รัฐบาลจึงออกมาตรการควบคุม และมีการสั่งปิดสถานที่ที่มีความเสี่ยงในการแพร่เชื้อ รวมทั้งออกมาตรการ ปิดเมือง-ปิดประเทศ (Lockdown) และให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องปิดให้บริการนั่งรับประทานอาหารที่ร้าน โดยให้ซื้อกลับบ้านเท่านั้น ซึ่งจากการดำเนินการตามมาตรการดังกล่าว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมด อีกทั้งผู้บริโภคชาวไทย ยังหลีกเลี่ยงการออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน หรือลดเว้นการซื้ออาหารในที่มีคนพลุกพล่าน ส่งผลกระทบทำให้ยอดขายของผู้ประกอบการร้านอาหารสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน (Steve Café & Cuisine) หายไปเป็นจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อให้ผ่านพ้นวิกฤตเฉพาะหน้าจากแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ไปให้ได้ ผู้ประกอบการร้านอาหารคงต้องหาทางลดต้นทุน/ลดการไหลออกของเงินเท่าที่ทำได้ทุกทาง โดยร่วมมือกับพนักงานและลูกค้า ในการบริหารจัดการให้กิจการสามารถมีกระแสเงินสดหรือสภาพคล่องหล่อเลี้ยงในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ ส่วนในระยะถัดไป ผู้ประกอบการธุรกิจคงจำเป็นต้องกลับมาทบทวนจุดเด่นจุดด้อยของตนเอง และคู่แข่ง การบริหารจัดการร้านอย่างมืออาชีพ และการสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดที่น่าสนใจในจังหวะเวลาที่เหมาะสม เพื่อรับมือกับโจทย์ที่ท้าทาย [3]

จากเหตุผลดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ จึงมีความสนใจศึกษากลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ซึ่งผลจากการศึกษาผู้ประกอบการสามารถนำมาเป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจในการดำรงธุรกิจ ทบทวนวิธีการที่จะใช้กลยุทธ์ในการปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน อันจะส่งผลดีต่อผู้ประกอบการ

ในการรักษารฐานลูกค้าเดิม และสร้างลูกค้าใหม่ในอนาคต เพื่อผลกำไรที่เพิ่มขึ้นและประสบความสำเร็จระยะยาว และเพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน
- 2.3 เพื่อศึกษากลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน
- 2.4 เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน จำแนกตามสภาพการดำเนินงาน
- 2.5 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน กับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

3. สมมติฐานการวิจัย

- 3.1 ธุรกิจร้านอาหารที่มีสภาพการดำเนินงานที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน แตกต่างกัน
- 3.2 กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ
- 3.2 กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ



4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้างาน และ พนักงานของร้านอาหารไทยสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน สาขา เทเวศร์ สาขาพระราม 6 และสาขาผ่านฟ้า จำนวน 50 คน โดยดำเนินการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) [3]

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

1) สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

2) ปัจจัยภายในของธุรกิจร้านอาหารไทย โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

3) ปัจจัยภายนอกของธุรกิจร้านอาหารไทย โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับโดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

4) กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลทาง Google form โดยเก็บข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้างาน และ พนักงานของร้านอาหารไทยสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน สาขาเทเวศร์ สาขาพระราม 6 และสาขาผ่านฟ้า จำนวน 50 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ หนังสือวิชาการ บทความต่าง ๆ รายงานการค้นคว้าอิสระ หนังสือ ข้อมูลจากระบบออนไลน์เพื่อนำมาประกอบการศึกษา

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ

2) การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยภายในของธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยภายนอกของธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4) การวิเคราะห์เกี่ยวกับกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5) การเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน จำแนกตามสภาพการดำเนินงาน สำหรับความแตกต่าง 2 ตัวแปร ใช้การทดสอบค่าที (t-test) ส่วนความแตกต่างตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 2 ตัวแปร ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีที่ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)

6) การหาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีนกับปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Product Moment Correlation Coefficient)



บทควาณวิจัย

กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน

5. ผลการวิจัย

5.1 ศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 36.00 ตั้งอยู่ที่ไทเวศร์ ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.00 โดยเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ (มากกว่า 20 โต๊ะ) คิดเป็นร้อยละ 70.00 ที่มีพนักงานจำนวนมากกว่า 15 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 ในขณะที่มียอดขาย

เดือนละ 300,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.00 ทั้งนี้ อาหารประเภทแกงเป็นอาหารที่ขายดีที่สุดของร้าน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และมีกลุ่มลูกค้าหลักของร้านเป็นทั้งคนไทยและคนต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 64.00

5.2 ศึกษาปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยภายในของธุรกิจอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม

ปัจจัยภายในของธุรกิจอาหารไทย ในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม	μ	σ	ระดับ ความสำคัญ
ด้านบุคลากร	3.99	0.285	มาก
ด้านเงินลงทุน	4.27	0.407	มาก
ด้านวัตถุดิบที่ใช้	4.29	0.305	มาก
ด้านการตลาด	4.34	0.273	มาก
ด้านการจัดการ	4.25	0.303	มาก
ด้านการขนส่ง	4.24	0.335	มาก
ด้านทำเลที่ตั้ง	4.31	0.229	มาก
ด้านเทคโนโลยี	4.19	0.337	มาก
รวม	4.23	0.110	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการตลาด

รองลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้ง และน้อยที่สุดคือ ด้านบุคลากร

5.3 ศึกษาปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกของธุรกิจอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม

ปัจจัยภายนอกของธุรกิจอาหารไทย ในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม	μ	σ	ระดับ ความสำคัญ
ด้านปัจจัยด้านกฎหมาย	4.15	0.452	มาก
ด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ	4.06	0.344	มาก



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกของธุรกิจอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม (ต่อ)

ปัจจัยภายนอกของธุรกิจอาหารไทย ในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม	μ	σ	ระดับ ความสำคัญ
ด้านปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม	4.08	0.390	มาก
ด้านปัจจัยทางนวัตกรรมและเทคโนโลยี	4.08	0.420	มาก
ด้านลูกค้า	4.09	0.306	มาก
ด้านผู้จัดหาวัตถุดิบ	4.02	0.385	มาก
ด้านคู่แข่ง	3.62	0.547	มาก
ด้านนโยบายภาครัฐ	4.00	0.499	มาก
รวม	4.01	0.142	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม พบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านปัจจัยด้านกฎหมาย รองลงมาคือ ด้านลูกค้า และน้อยที่สุดคือ ด้านคู่แข่ง

5.4 ศึกษากลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม

กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอด ในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย ในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม	μ	σ	ระดับ ความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.63	0.391	มากที่สุด
ด้านราคา	4.62	0.410	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.22	0.378	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	4.33	0.333	มาก
ด้านบุคลากร	4.12	0.238	มาก
ด้านกระบวนการ	4.06	0.319	มาก
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.08	0.261	มาก
รวม	4.29	0.139	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ



บทควาณวิจัย

กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย
ในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน

ด้านราคา และน้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการ ในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน จำแนกตามสภาพการดำเนินงาน ดังตารางที่ 4

5.4 เปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน จำแนกตามสภาพการดำเนินงาน

สภาพการดำเนินงาน	กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่ เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงาน		
	F-test	t-test	Sig.
ทำเลที่ตั้งของร้าน	.469	-	.629
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	-	.018	.097
ขนาดของธุรกิจ	-	.707	.485
จำนวนพนักงาน	2.055	-	.139
ยอดขายต่อเดือน	.298	-	.744
ประเภทของอาหารที่ขายดีที่สุด	.469	-	.629
กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ	-	.861	.619

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน จำแนกตามสภาพการดำเนินงาน ได้ค่า $P > .05$ หมายความว่า สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ไม่มีความสำคัญต่อกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงาน

ของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.5 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพบริการของระบบออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในของธุรกิจกับกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน

กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่ เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจ	ปัจจัยภายใน		ปัจจัยภายนอก	
	r	Sig.	r	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	.862*	.000	.858*	.002
ด้านราคา	.901*	.002	.916*	.000
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.825*	.001	.895*	.012
ด้านการส่งเสริมการขาย	.917*	.011	.903*	.000
ด้านบุคลากร	.865*	.020	.877*	.002



ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในของธุรกิจกับกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน (ต่อ)

กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่ เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจ	ปัจจัยภายใน		ปัจจัยภายนอก	
	r	Sig.	r	Sig.
ด้านกระบวนการ	.870*	.003	.912*	.023
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	.878*	.000	.829*	.010
โดยรวม	.833*	.015	.811*	.002

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจกับกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน โดยรวม โดยใช้สถิติค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน พบว่ามีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล

1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่เดอะวอล์ค ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 5-10 ปี โดยเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ (มากกว่า 20 โต๊ะ) ที่มีพนักงานจำนวนมากกว่า 15 คน ในขณะที่มียอดขายเดือนละ 300,000 บาทขึ้นไป ทั้งนี้อาหารประเภทแกงเป็นอาหารที่ขายดีที่สุดของร้าน และมีกลุ่มลูกค้าหลักของร้านเป็นทั้งคนไทยและคนต่างชาติ สอดคล้องกับชัยญาพัชญ์ [4] กล่าวว่าไว้ว่า การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) และการจัดสถานที่ให้บริการ การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจมีความสำคัญมาก เพราะผู้บริโภค

ต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ผู้ให้บริการจัดไว้ ทำเลที่ตั้งที่เลือกจะเป็นตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งสามารถดำเนินธุรกิจได้ทั่วประเทศ โดยมีศักยภาพมากกว่าผู้ประกอบการท้องถิ่น เพราะมีกำลังการผลิตและกำลังการขายที่สูงกว่า จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีกำลังซื้อได้อย่างเพียงพอ รวมถึงการขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า โดยจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง อีกทั้งการบริหารจัดการให้ได้ต้นทุนที่ต่ำในการผลิต และทำให้ธุรกิจได้ผลกำไรสูงสุด [5]

2) ศึกษาปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีนโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเบญจวรรณ [6] ได้กล่าวถึงการตลาด คือ กระบวนการของการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจ ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้า และการตลาดมักรวมการส่งสินค้าและการสื่อสารคุณค่าไปยังลูกค้า สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าในทางที่เป็นประโยชน์แก่องค์กร การตลาดควรมีการเลือกตลาดเป้าหมายสามารถรักษาลูกค้าให้ได้ตลอดไป ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของธีรภัทร์ [7] พบว่าธุรกิจของผู้ประกอบการมีการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง



บทควาณวิจัย

กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตาร์ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซิน

ออนไลน์เช่น Facebook, Line, Instagram, Lazada, Shopee ฯลฯ

2) ศึกษาปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตาร์ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซิน ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ภายนอกที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจอาหารไทยในเครือสตาร์ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านปัจจัยด้านกฎหมาย สอดคล้องกับ [8] ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับกฎหมายเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยส่วนมากมักจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจลักษณะของข้อห้ามหรือข้อจำกัดบางอย่าง ตัวอย่างเช่น กฎหมายค่าแรงขั้นต่ำ กฎหมายแรงงาน และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองแรงงาน และสิทธิประโยชน์พื้นฐานที่ต้องให้กับแรงงาน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เรื่องเกี่ยวกับภาษี ได้แก่ อัตราภาษี การยกเว้นภาษี และสิทธิพิเศษทางภาษีอื่น ๆ ระเบียบกฎ และข้อบังคับเกี่ยวกับการทำธุรกิจ เป็นต้น

3) ศึกษากลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตาร์ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซิน ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งในงานวิจัยของกุลดิษฐ์ [9] พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุดในการประกอบการร้านอาหาร เพราะผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอแก่ตลาดต้องมีความน่าสนใจในการบริโภค หรือสามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจของผู้บริโภค [4] ดังนั้น ผลิตภัณฑ์จะต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

4) การเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตาร์ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซิน จำแนกตามสภาพการดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่า ทำเลที่ตั้งของร้าน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ จำนวนพนักงาน ยอดขายต่อเดือน ประเภทของอาหารที่ขายดีที่สุด และกลุ่มลูกค้า

หลักของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตาร์ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซิน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเหตุการณ์การระบาดของเชื้อโควิด-19 เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้มีมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม และใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการสื่อสารและการใช้ชีวิต ลดการไปในสถานที่สาธารณะ และเน้นการทำกิจกรรมที่บ้านมากขึ้น [10] ทำให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคมาสู่ระบบออนไลน์มากขึ้น และเลือกใช้บริการร้านค้าลดน้อยลง [11] จึงเป็นสาเหตุให้ธุรกิจร้านอาหารที่มีทำเลที่ตั้งของร้านแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตาร์ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซิน ที่เหมือน ๆ กัน

5) ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตาร์ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซิน กับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูง กล่าวคือ ถ้าปัจจัยภายในของธุรกิจอยู่ในระดับที่ดี จะส่งผลต่อความอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจของร้านอาหารไทยในเครือสตาร์ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซิน ดีขึ้นไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิธา [12] กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน เนื่องจากการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์โดยเทคนิคต่าง ๆ ที่สามารถจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพบว่าวิถีชีวิตของผู้คนในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจึงทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องเร่งศึกษาความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนากระบวนการดำเนินงานในรูปแบบใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน ดังนั้น องค์การจึงให้ความสำคัญของการบูรณาการความรู้ การดำเนินงาน และการปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสม และมีความสอดคล้องกับสภาพในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลทำให้การปฏิบัติงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะ

1) การวิจัยครั้งนี้พบว่า ธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายใน ด้านการตลาดมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด -19 ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยใช้ชีวิตอยู่ที่บ้าน และหันมาใช้โซเชียลมีเดีย มากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาการขายอาหารผ่านแอปพลิเคชันและให้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ให้แก่ผู้บริโภคอย่างครอบคลุม นอกจากนี้ธุรกิจร้านอาหารควรมีการโปรโมทร้านอาหารผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อเป็นช่องในการเข้าถึงผู้คนได้ทุกที่ ทุกเวลา ประกอบกับธุรกิจร้านอาหารมีการแข่งขันสูง ฉะนั้นการเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาด จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ฝืดเคือง

2) การวิจัยครั้งนี้พบว่า ธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงาน ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุค New Normal ที่เน้นความสะดวกสบาย และประหยัดเวลามากขึ้น นอกจากนี้ยังใส่ใจเรื่องสุขภาพเป็นสำคัญ ทำให้มีการสรรหาอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยเน้นวัตถุดิบที่มีความสดใหม่ ได้มาตรฐาน ฉะนั้นการเลือกใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ จะทำให้ธุรกิจสามารถผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายได้ และส่งผลให้ธุรกิจมียอดขายที่เพิ่มขึ้น ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงได้

เอกสารอ้างอิง

- [1] ปณิดาภา สนวนแก้ว. (2564). ความสำเร็จของนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ภายใต้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน. วารสารวิจัย มสส. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 11 (1), 47-58.
- [2] อัญชลี ดีกระสัง. (2564). [ออนไลน์]. อาหารไทย. [สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2564]. เข้าถึงได้จาก: <https://sites.google.com/site/foodthai/>,
- [3] ร้านอาหารสตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน. (2564). [ออนไลน์]. Steve Café & Cuisine. [สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2564]. เข้าถึงได้จาก: <https://web.facebook.com/stevecafeandcuisine/>.
- [4] ชัญญาพัชญ์ ธนะแสนประเสริฐ. (2560). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดเพื่อการตัดสินใจซื้อแมคโดนัลด์ภายใต้บริบทของส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- [5] ปณิดา มีจินดา. (2554). กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน. กรุงเทพมหานคร: จรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- [6] เบญจวรรณ สีดา. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการผลิตเกษตรอินทรีย์ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 17 (76), 307-316.
- [7] อีรภัทร เจริญฤทธิ์. (2564). การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา ตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. หลักสูตรสวัสดิการสังคม คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- [8] ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2564). [ออนไลน์]. วิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก. [สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2564]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.popticles.com/>, .
- [9] กุลดิษฐ์ ชีรนรวิชย์. (2558). กลยุทธ์การประกอบการและปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านอาหารบริเวณชุมชนสวนอ้อย เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [10] กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2563). [ออนไลน์]. New Normal ชีวิตวิถีใหม่. [สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2564]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.dmh.go.th/>, .



บทควาณวิจัย

กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย
ในเครือเอสพี กาแฟ แอนด์ กรุ๊ป

- [11] พีรพัฒน์ ใจแก้วมา. (2563). การศึกษาพฤติกรรม
การดำรงชีวิตแบบปกติใหม่ของประชาชนชาวไทย
ระหว่างวิกฤตโควิด-19 ที่ปรากฏในสื่อออนไลน์.
รายงานวิจัยสาขาวิชาทรัพยากรธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อม คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- [12] ศีดา จิตรลดานนท์. (2560). ผลกระทบของกลยุทธ์
การปรับตัวทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงาน
ของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่อง. หลักสูตรบริหาร
ธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.