ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอร์รี่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting to Success of Clean Food Delivery Store in Bangkok

ชูชัย พิทักษ์เมืองแมน

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอร์รี่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูชัย พิทักษ์เมืองแมน

พ.ศ. : 2561

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่ 2) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยในการดำเนินงานที่ส่งผลต่อความสำเร็จของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม จากกลุ่มประชากร จำนวน 158 คน การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท มีประสบการณ์ในการประกอบการร้านอาหารคลีน 1 – 2 ปี และมีการแสวงหาความรู้จากอินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยในการดำเนินงานอันได้แก่ ปัจจัยการจัดการ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี และปัจจัยด้านการเงิน มีผลต่อความสำเร็จของร้านอาหารคลีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Topic : Factors Affecting to Success of Clean Food Delivery Store in Bangkok

Researcher : Choochai Pitukmuangman

Year : 2018

Abstract

The objects of this research were (1) to study the enterprenurial success in Clean Food Delivery Store in Bangkok (2) to study of individual factor and operation factor toward the success of Clean Food Delivery Store (3) for suggestion develop Clean Food Delivery Store.

This research is servey research ,Tools of research is from population 158 data was collected by questionaires , Statical Analize with percentage Mean Standard Deviation Mutiple Regression Analysis at the 0.05 level

The result found mostly female, age 30 – 40 years old , their education was bachelor , single , income 30,001 – 50,000 bath, Experience 1 – 2 year, and knowledge from internet.

The result operation factors is management , marketing , operation and technology ,and financial effect to success of Clean Food Delivery Store .

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือ การให้ข้อเสนอแนะ คำแนะนำจาก ดร.ณัฐชา ธำรงโชติ ดร.อนงค์ ไต่วัลย์ ดร.อารีย์ มยังพงษ์ และได้ช่วยตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอร์รี่ ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่และผู้ที่มิได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้มีส่วนช่วยเหลืองานวิจัยฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ชูชัย พิทักษ์เมืองแมน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	
ขอบเขตของโครงการวิจัย	
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย	
บทที 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการดาเนินธุรกิจ	
แนวคิดทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	
ธุรกิจร้านอาหารคลีน	
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	31
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	
การเก็บรวบรวมข้อมูล	
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	33
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	43

สรุปผลการวิจัย
การอภิปรายผล
ข้อเสนอแนะ
บรรณานุกรม 48
ภาคผนวก 50
แบบสอบถาม 51
ประวัติย่อผู้วิจัย 60

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

4.1 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน 34

4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ 36

4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการ

4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด 37

4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี 38

4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน

4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ 39

4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 40

4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการด้านความรู้ความสามารถ

4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ 41

4.11 ตารางแสดงค่าปัจจัยในการดำเนินธุรกิจมีผลต่อปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่ 42

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสาคัญของปัญหา

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่คนเราทุกคนต้องรับประทานเพื่อการดำรงชีวิต การมีชีวิตที่ยืนยาวปราศจากโรคภัยเป็นสิ่งที่ทุกคนแสวงหา ดังคำกล่าวที่ว่า อโรคยา ปรมาลาภา การไม่มีโรคเป็นลาภอันประเสริฐ ทุกชีวิตต้องกิน แต่การกินอย่างไรเพื่อให้มีชีวิตที่ยืนยาว จากวิวัฒนาการด้านการโภชนาการการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ การใช้ชีวิตอยู่กับความเร่งรีบ การบริโภคที่ไม่คำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการ การบริโภคที่เพียงเพื่ออยู่รอด ทำให้เกิดการเจ็บไข้ อันส่งผลเสียต่อสุขภาพ

ปัจจุบันคนไทยยุคใหม่หันมาใส่ใจในสุขภาพ ถึงแม้สังคมเศรษฐกิจจะเร่งรีบ แต่ก็ยังใส่ใจในสุขภาพ เห็นความสำคัญของการออกกำลังกาย และรับประทานอาหารที่มีคุณประโยชน์ต่อร่างกาย ที่เรียกว่า อาหารคลีน โดยทั่วไปแล้วอาหารคลีนจะมีราคาสูงกว่าอาหารปกติทั่วไป เพราะต้นทุนวัตถุดิบค่อนข้างสูง

จากกระแสการตอบรับการรับประทานอาหารแบบคลีน จึงทำให้เกิดผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารคลีนเกิดขึ้นอย่างมากมายอันเป็นเรื่องปกติของธุรกิจ ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารคลีนที่คลาดเคลื่อน อาทิเช่นรับประทานอาหารคลีนแล้วลดน้ำหนักได้ เป็นต้น ในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารคลีนก็ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารคลีน ทำธุรกิจเพียงเพื่อผลประโยชน์ตามกระแส ผู้วิจัยเห็นความสำคัญการสร้างธุรกิจใหม่เกี่ยวกับอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่ได้อย่างถูกต้อง เพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐ ในการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจที่เข้มแข็งอันจะเป็นข้อมูลให้ ผู้ประกอบการรายใหม่ใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาในการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่ได้อย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

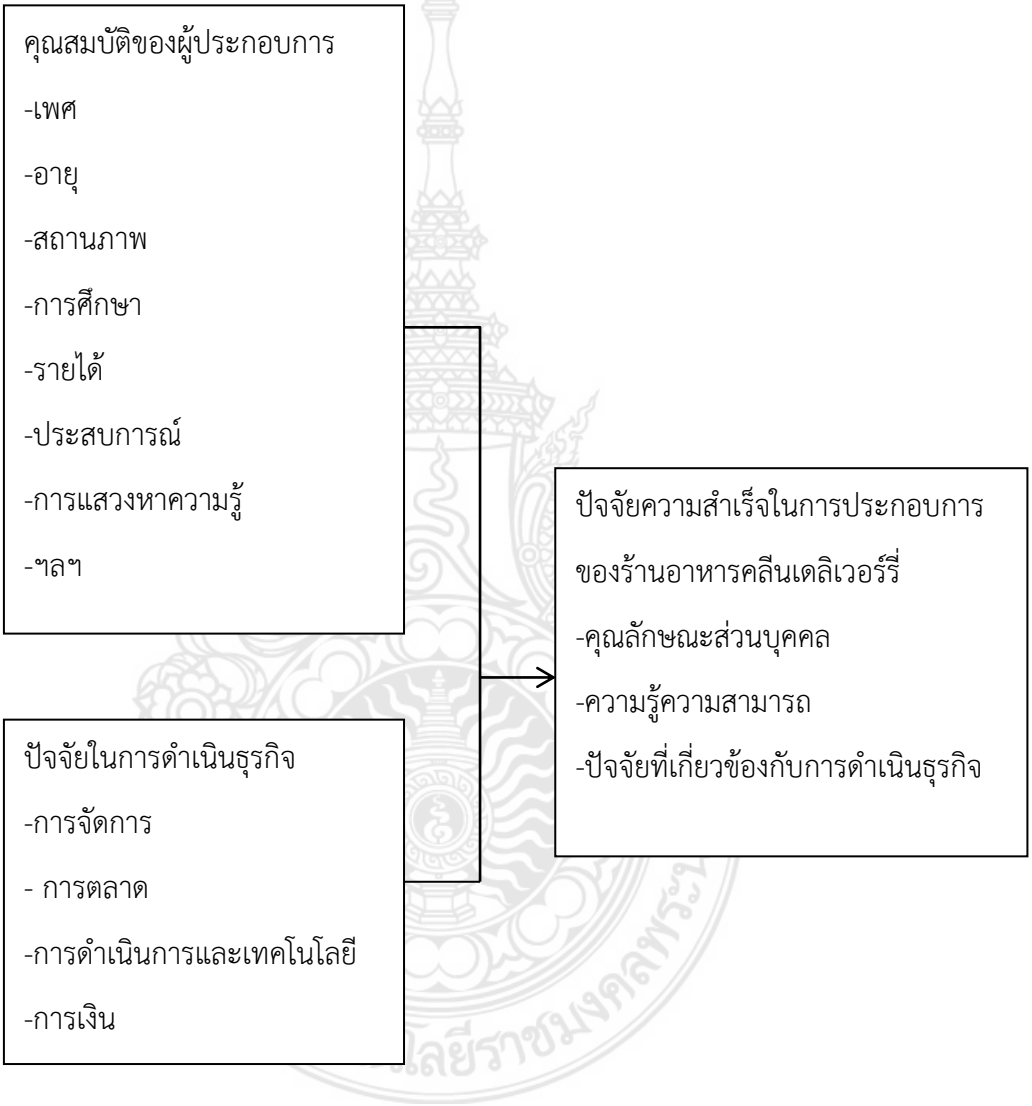
1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยในการดำเนินงานที่ส่งผลต่อความสำเร็จของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

1.2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

ประชากรที่ศึกษาผู้ประกอบการอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่ที่ประสบความสำเร็จในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย



1.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูล ทั้งจากห้องสมุด และอินเทอร์เน็ต โดยทำการศึกษาค้นคว้าตำราหนังสือ เอกสาร รายงานวิจัย เป็นต้น เพื่อรวบรวมข้อมูลต่างๆ อาทิ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารคลีน แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ

การเก็บรวบรวมปฐมภูมิ (Primary Data) จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่ที่ประสบความสำเร็จ ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 385 ราย เนื่องจากไม่ทราบกลุ่มประชากรที่แน่นอน โดยอาศัยแบบสอบถาม โดยการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน

1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ปัจจัย หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งที่ส่งผลต่อการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน

ความสำเร็จ หมายถึง การบรรลุเป้าหมายของผู้ประกอบการธุรกิจตามที่คาดหวังไว้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งที่เป็นสาเหตุที่สำคัญหรือสามารถทำให้การดำเนินกิจการร้านอาหารคลีนบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านการจัดการ 2. ปัจจัยด้านการตลาด 3. ปัจจัยด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี 4.ปัจจัยด้านการเงิน

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอร์รี่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อต่าง ๆ

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการดาเนินธุรกิจ

2.2 แนวคิดทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

2.3 ผู้ประกอบการ

2.4 อาหารคลีน

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ บุญเกียรติ โชควัฒนา (2546 : 21) กล่าวว่า ภารกิจหลักขององค์การธุรกิจแทบทุกแห่งคือการทำกำไร ดังนั้น เขาได้นาเสนอกระบวนการสู่ความสาเร็จ หรือ MOP เป็นกระบวนการในการกาหนดจุดมุ่งหมายขององค์การและกำหนดวิธีการในการติดตามให้บรรลุจุดมุ่งหมาย โดยมีแนวทางการกำกับเพื่อสนับสนุนให้มุ่งเข้าสู่จุดหมายได้อย่างชัดเจน โดยที่กำหนดว่า M = Mission: ภารกิจที่ต้องทำ หรือจุดมุ่งหมายที่ต้องบรรลุ O = Objective: จุดประสงค์ วัตถุประสงค์ หรือสิ่งที่ต้องทำเพื่อจะบรรลุ P = Policy: นโยบาย หรือหลักที่ยึดเป็นแนวทางปฏิบัติ และปัจจัยที่สาคัญที่สุดจะทำให้ MOP สาเร็จได้ คือ ความมุ่งมั่นที่แรงกล้า สุริยะ เลิศวัฒนะพงษ์ชัย (2548 : 20) สรุปกลยุทธ์การบริหารภารกิจส่วนตัวให้ประสบความสำเร็จ ดังนี้ คือ 1.กลยุทธ์การจัดลำดับความสำคัญและการบริหารเวลา 2. กลยุทธ์ทางด้านการตลาด 3. กลยุทธ์การจัดการเงินทุน วิเคราะห์จุดคุ้มทุน 4. กลยุทธ์การบริหารการเงินภายในกิจการ 5. กลยุทธ์การเจรจาต่อรองและการปกป้องตนเองจากการทำธุรกิจ

โดยกล่าวว่า สิ่งที่ทำให้สำเร็จคือการรู้จักสังเกตและการลงมือทำในสิ่งที่ต้องการบนเส้นทางก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการ ที่มุ่งเน้นการทำธุรกิจในสิ่งที่ตนเองชอบหรือถนัด เจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จส่วนมากนั้น ล้วนมีความสามารถด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน ทศ คณนาพร (2548 : 78) ได้กล่าวว่า การที่จะสร้างธุรกิจขึ้นมาใหม่หรือการพัฒนาธุรกิจดั้งเดิมให้ไปสู่ความสำเร็จนั้น ผู้บริหารต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำธุรกิจก่อน และได้สรุปแนวคิดในการทำธุรกิจให้ประสบ

ความสำเร็จ ของคุณธนินทร์ เจียรวนนท์ ประธานกรรมการและประธานคณะผู้บริหารเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งเป็นนักธุรกิจชั้นนำของเมืองไทยหนึ่งในผู้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ โดยเริ่มจากธุรกิจเล็กกลายเป็นธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่รายแรก และใหญ่ที่สุดของไทย ดังนี้

1. การดำเนินธุรกิจแขนงย่อมต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ไม่มากก็น้อย แต่นักบริหารและนักธุรกิจที่ดีควรถือว่าปัญหาและอุปสรรคเหล่านั้นล้วนเป็นการท้าทายความสามารถของตน

2. ธุรกิจจะดำเนินไปได้หรือขยายตัวได้ดีหรือไม่ หรือธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ล้วนขึ้นอยู่กับบุคลากรหรือคนในองค์การ คนเป็นทรัพยากรที่สำคัญล้ำค่า เป็นหัวใจของทุกองค์การ

3. องค์การต้องการคนที่มีคุณลักษณะที่ดี คือ มีความรับผิดชอบสูง มีมานะพยายาม มีความรู้ความสามารถ และมีความซื่อสัตย์สุจริต คุณสมบัติที่ดี คือ คุณสมบัติของผู้สาเร็จ คนที่มีลักษณะที่ดีอยู่ในองค์การมาก ๆ ก็จะสามารถนาพาองค์การไปสู่ความสำเร็จได้

4. คนและโอกาสคือพลังขององค์การ คัดเลือกผู้บริหารที่เก่งมาร่วมขยายธุรกิจ พนักงานและผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นาหลักของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการเลือกสรรผู้ที่จะมาร่วมงานด้านบริหาร คือ มีความรับผิดชอบสูง มีความขยัน มีความอดทน มีความพยายามสูง และไม่เห็นแก่ตัว

5. ผู้บริโภค คือ หัวใจของการดำเนินธุรกิจ จะต้องผลิตสินค้าที่ผู้บริโภคมีความต้องการโดยคำนึงถึงระบบว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการบริหารธุรกิจ และเครือ ซี.พี. ต้องเป็นผู้นำเทคโนโลยีที่ล้ายุคและทันสมัย แสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง การบริหารความเสี่ยง รวมทั้งถือว่าธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ไม่ควรสร้างศัตรู

6. ในการดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน คุณธนินทร์ นั้นเชื่ออยู่ตลอดเวลาว่า มนุษย์ตั้งแต่ตนจนที่สุดหรือคนโง่ที่สุดไปจนถึงคนฉลาดที่สุด ก็ต้องการซื้อของราคาถูก ไม่มีคนไหนจะไปซื้อของแพงและไม่มีคุณภาพในการประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องการก็คือ ความสำเร็จในการทาธุรกิจ ซึ่งวิธีหนึ่งที่นิยมใช้กันมากในการ

วัดความสำเร็จ ก็คือ ความสำเร็จในการทำธุรกิจ ซึ่งวิธีหนึ่งที่นิยมใช้กันมากในการวัดความสำเร็จก็คือ การดูจากการเติบโตของธุรกิจหรือผลกำไรของธุรกิจ ในบางธุรกิจอาจใช้วัดวิธีการกำหนดเป้าหมายและวัดการประสบความสำเร็จ โดยการเทียบผลงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม ด้วยเหตุที่เกณฑ์การพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจมีได้หลากหลาย ผู้ประกอบการที่มองว่าตนเองประสบความสำเร็จจึงอาจถูกมองว่าไม่ประสบความสำเร็จในสายตาของบุคคลอื่นก็ได้ (Foley & Green, 1989: 1) อ้างถึงใน ปาริชาติ, 2545 : 42

2.2 แนวคิดทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ความหมายของการบริหารจัดการ

ความหมายของการบริหารจัดการนั้น สามารถจำกัดออกมาตามความเข้าใจได้ โดย คำว่า “Management” อาจแปลว่า การจัดการหรือการบริหารหรือการบริหารจัดการก็ได้ซึ่งในหนังสือองค์การและการจัดการฉบับสมบูรณ์ โดย รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2545, น.18-19) ได้รวบรวมความหมายของ คำว่า “การบริหารจัดการ” และ “การจัดการ” ได้ดังนี้ คำว่า “การบริหาร” (Administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง เป็นคำนิยมใช้ในการบริหารรัฐกิจ (Public Administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการ และคำว่า “ผู้บริหาร” (Administrator) จะหมาถึง ผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร (Schermerhorn, 1999, p.G-2) การบริหาร คือกลุ่มของกิจกรรมประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การสั่งการ (Leading/Directing) หรือการอำนวย และการควบคุม (Controlling) ซึ่งจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทรัพยากรขององค์กร (6 M’s) เพื่อนาไปใช้ให้เกิดประโยชน์และด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญในการบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลครบถ้วน คำว่า “การจัดการ” (Management) จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (Business management) ส่วนคำว่า “ผู้จัดการ” (Manager) จะหมายถึงบุคคลในองค์กรซึ่งทาหน้าที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กร

การบริหารจัดการ (Management) หมายถึงชุดของหน้าที่ต่างๆ (A set of functions) ที่กำหนดทิศทางในการใช้ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิผล (Effective) นั้นหมายถึงการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right decision) และมีการปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ดังนั้นผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล ควบคู่กัน (Griffin, 1997, p.4) ในอีกแนวหนึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทางานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่นๆ (Certo, 2000, p.555) หรือเป็นกระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทางานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมาย

ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ คำว่า “การบริหาร” (Administration) และ “การจัดการ” (Management) มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย โดยการบริหารจะสนใจและสัมพันธ์กับการกาหนดนโยบายไปลงมือปฏิบัติ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่าการบริหารใช้ในภาครัฐ ส่วนการจัดการใช้ในภาคเอกชน อย่างไรก็ดี ในตาราหรือหนังสือส่วนใหญ่ทั้ง 2 คำนี้มีความหมายไม่แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (สุรัสวดี ราชกุลชัย, 2543, น.3) จากความหมายต่างๆ ข้างต้น การบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ประเด็นสำคัญของการบริการจัดการ (Management) มีดังนี้

1. การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้

2. เป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือ การสร้างกำไร

3. การบริหารจัดการเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ (Efficiency) (วิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด) และประสิทธิผล (Effectiveness) (บรรลุเป้าหมายคือประโยชน์สูงสุด) 4) การบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สาหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร

แนวคิดด้านการจัดการ (Management)

1. การวางแผน (Planning)

เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การวางแผนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างเหตุการณ์ปัจจุบันและอนาคตซึ่งทำได้โดยการให้บรรลุเป้าหมายผลลัพธ์ที่ต้องการ การวางแผนจึงต้องอาศัยการกำหนดกลยุทธ์ที่ประสิทธิภาพ แม้ว่าพื้นฐานของการจัดการโดยทั่วไปเป็นงานของ

ผู้บริหารการวางแผนเป็นสิ่งสาคัญสำหรับการปฏิบัติตามกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จและการประเมินกลยุทธ์ เพราะว่า การจัดการองค์กร การจูงใจ การจัดบุคคลเข้าทำงาน และกิจกรรมควบคุมขึ้นกับการวางแผน กระบวนการวางแผนจะต้องประกอบด้วยผู้บริหารและพนักงานภายในองค์กร การวางแผนจะช่วยให้องค์กรกำหนดข้อดีจากโอกาสภายนอกและทาให้เกิดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอกต่ำสุด โดยต้องมองเหตุการณ์ในอดีตและปัจจุบันเพื่อคาดคะเนเหตุการณ์ที่จะเกิดขั้นในอนาคต การวางแผน ประกอบด้วย การพัฒนาภารกิจ (Mission) การคาดคะเนเหตุการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์อนาคตและแนวโน้ม การกำหนดวัตถุประสงค์ และการเลือกกลยุทธ์ที่ใช้ การวางแผนจะช่วยให้ธุรกิจปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงของตลาดและสามารถกำหนดเป้าหมายได้ การบริหารเชิงกลยุทธ์นั้นต้องการให้องค์กรติดตามในลักษณะเชิงรุก (Proactive) มากกว่าที่จะเป็นเชิงรับ (Reactive) องค์กรที่ประสบความสาเร็จ

จะต้องควบคุมอนาคตขององค์กรมากกว่าที่จะรอรับผลจากอิทธิพลสภาพแวดล้อมภายนอกและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การตัดสินใจ (Decision Making) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผน การปรับตัวเป็นสิ่งจำเป็นเพราะว่ามีการเปลี่ยนแปลงของตลาด เศรษฐกิจ และคู่แข่งขันทั่วโลก จุดเริ่มต้นของความสำเร็จที่ดีของธุรกิจคือการวางแผนที่เหมาะสม เห็นผลได้จริง ยืดหยุ่น มีประสิทธิผล และทรงประสิทธิภาพ

2. การจัดการองค์กร (Organizing)

เป็นหน้าที่ทางการบริหารที่ผู้บริหารจะต้องให้ความสาคัญตรวจสอบเป็นระยะๆ เพื่อให้มั่นใจว่าในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โครงสร้างองค์การที่ออกแบบไว้มีความเหมาะสมที่จะทาให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ จุดมุ่งหมายของการจัดการองค์กรคือ การใช้ความพยายามทุกกรณีโดยการกำหนดงานและความสำคัญของอำนาจหน้าที่ การจัดการองค์กร หมายถึง การพิจารณาถึงสิ่งที่ต้องการทำและผู้ที่จะทำรายงานมีตัวอย่างในประวัติศาสตร์ของธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดี สามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันและสามารถเอาชนะคู่แข่งขันได้ ธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดีสามารถจูงใจผู้บริหารและพนักงานให้มองเห็นความสำคัญของความสำเร็จขององค์กร การกำหนดลักษณะเฉพาะของงาน (Work Specialization) โดยการแบ่งงานประกอบด้วยงานที่กำหนดออกมาเป็นแผนก การจัดแผนก และการมอบอำนาจหน้าที่ การแยกงานออกเป็นงานย่อยตามการพัฒนารายละเอียดของงาน (Job Description) และคุณสมบัติของงาน (Job Specification) เครื่องมือเหล่านี้มีความชัดเจนสำหรับผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งต้องการทราบลักษณะของงาน
การกำหนดแผนกในโครงสร้างขององค์กร (Organization Structure) ขนาดของการควบคุม (Span of Control) และสายการบังคับบัญชา (Chain of Command) การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ต้องการ

การเปลี่ยนแปลงในโครงสร้าง เพราะตำแหน่งใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นหรือลดลงหรือรวมกัน โครงสร้างองค์กรจะต้องระบุถึงวิธีการใช้ทรัพยากรและวิธีการซึ่งวัตถุประสงค์มีการกาหนดขึ้นในธุรกิจ การสนับสนุนทรัพยากรและกำหนดวัตถุประสงค์ตามสภาพทางภูมิศาสตร์จะแตกต่างจากโครงสร้างด้านผลิตภัณฑ์หรือลูกค้า รูปแบบทั่วไปของการจัดแผนกคือ ตามหน้าที่ (Functional) ตามฝ่าย (Divisional) ตามหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ (Strategic business unit) และด้านแมททริกซ์ (Matrix)

3. การนำหรือการสั่งการ (Leading/Directing)

เป็นการใช้อิทธิพลเพื่อจูงใจพนักงานให้ปฏิบัติงานและนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ระบุไว้ หรือเป็นกระบวนการจัดการให้สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันได้ด้วยวิธีการต่างๆ เพราะทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่ซับซ้อนและเข้าใจถ่องแท้ได้ยาก การนำหรือการสั่งการจึงต้องใช้ความสามารถหลายเรื่องควบคู่กันไป อาทิ ภาวะความเป็นผู้นำของผู้บริหาร การจูงใจ การติดต่อสื่อสารในองค์กร และการทำงานเป็นทีม เป็นต้น หน้าที่ในการนำหรือสั่งการนี้ มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าหน้าที่อื่น เพราะผู้บริหารต้องแสดงบทบาทของผู้สั่งการอย่างมีคุณภาพ ถ้าไม่เช่นนั้น แผนงานที่วางไว้ตลอดจนทรัพยากรที่จัดเตรียมไว้อาจไม่เกิดประสิทธิผล ถ้าผู้บริหารดำเนินกิจกรรมด้านการสั่งการไม่ดีพอ ดังนั้น การสั่งการจึงเป็นเรื่องของความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ และความสามารถที่จะชักจูงให้พนักงานร่วมกันปฏิบัติงานไปตามเป้าหมายที่กาหนดไว้ให้องค์กรประสบความสำเร็จตามต้องการ

4. การควบคุม (Controlling)

การใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กร ถือว่าเป็นกระบวนการตรวจสอบ หรือติดตามผลและประเมินการปฏิบัติงานในกิจกรรมต่างๆ ของพนักงาน เพื่อรักษาให้องค์กรดำเนินไปในทิศทางสู่เป้าหมายอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ในเวลาที่กาหนดไว้ องค์กรหรือธุรกิจที่ประสบความล้มเหลวอาจเกิดจากการขาดการควบคุม หรือมีการควบคุมที่ไร้ประสิทธิภาพ และหลายแห่งเกิดจากความไม่ใส่ใจในเรื่องของการควบคุม ละเลยเพิกเฉย หรือในทางกลับกันคือมีการควบคุมมากจนเกิดความผิดพลาดขององค์กรเอง การควบคุมจึงเป็นหน้าที่หลักทางการบริหารที่มีความสำคัญ ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการทางการบริหาร การควบคุมที่ดีย่อมก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการ สิ่งสำคัญของการบริหารที่ต้องควบคุม ได้แก่ ปริมาณงาน(Quantity) คุณภาพของงาน (Quality) เวลา (Time) และค่าใช้จ่าย(Cost)

สำหรับการปฏิบัติและการเปลี่ยนแปลงในอนาคตอีกด้วย (John R. Schermerhorn, op. cit. p.327) อาจกล่าวถึงบทบาทสำคัญของการควบคุมได้ว่า อยู่ที่คำ 4 คำ ได้แก่ มาตรฐาน (Standard) การวัดผล (Measurement) การเปรียบเทียบ (Comparison) และการปฏิบัติ (Take Action) โดยการควบคุมจะครอบคลุมดูแลพื้นที่ 4 พื้นที่ใหญ่ๆ ของการบริหาร (Stephen P. Robbins, Managing Today, 1997, p.391) กล่าวคือ พฤติกรรมบุคคลในองค์กร การเงิน การปฏิบัติการ และ ข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากรประกอบด้วย มนุษย์ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ตลอดจนทรัพยากรข้อมูลขององค์กร ซึ่งผู้บริหารจะเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่ในกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรโดยอาศัยหน้าที่ทั้ง 4 ประการ

ทฤษฎีการดำเนินงาน (Operations Management)

1. แนวคิดด้านการจัดการดำเนินงาน (Operation Management) (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2547 : 56) 1) การผลิต (Production) หมายถึงการผลิตสินค้า (Goods) และบริการ (Service) เป็นการออกแบบ และดำเนินระบบที่มีผลิตภาพ (Operates Productive System) เพื่อให้งานสามารถดำเนินการได้ เช่น อาหารที่รับประทานตามภัตตาคาร ภาพยนตร์ที่ดูตามโรงภาพยนตร์ สินค้าที่เลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกล้วนต้องดำเนินการโดยใช้ผู้จัดการดำเนินงานหรือผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ จะพบในทุกหน่วยงาน เช่น ธนาคาร โรงพยาบาล โรงงาน รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานของราชการ ฉะนั้น การดำเนินงานจึงมากกว่าการวางแผน การควบคุมเป็นสิ่งที่สาคัญที่นำพาองค์กรสู่ความสำเร็จ

2) การดำเนินงาน (Operations) เป็นกระบวนการที่เปลี่ยนปัจจัยนำเข้า (Input) เป็นผลลัพธ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งปัจจัยนำเข้า (Input) ประกอบด้วย 5M’s คือ ทรัพยากรมนุษย์ (Manpower)

เครื่องจักรอุปกรณ์ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน (Machine) วัตถุดิบ (Materials) เงินลงทุน (Money) การจัดการดำเนินงาน (Management) เพื่อให้ได้ผลผลิต (Output) เช่น สินค้า และบริการ โดยอาศัยการจัดการที่ได้รับผลสะท้อนกลับจากความต้องการจากลูกค้าที่จำเป็นสำหรับการกำหนดปัจจัยนำเข้าในกระบวนการแปรสภาพที่เหมาะสม

แนวคิดด้านการตลาด (Marketing)

ด้านการตลาดและการแข่งขัน ได้นาเอาโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค และการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและคู่แข่งขันเพื่อประเมินว่า สภาพการตลาด และการแข่งขันเป็นไปอย่างไรในปัจจุบัน โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงสิ่งจูงในที่ทาให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ

1. สิ่งกระตุ้นภายนอกของผู้ซื้อ (Stimuli) สิ่งที่กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเกิดจากแรงกระตุ้นภายในร่างกายของผู้บริโภคเอง เช่น ความหิว ความกระหาย หรืออาจเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกซึ่งได้แก่สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ส่วนมากนักการตลาดจะให้ความสำคัญ

กับสิ่งกระตุ้นภายนอก โดยพยายามจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก โดยเฉพาะสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าขึ้น

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) สิ่งกระตุ้นทางการตลาดเป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามสะดุดตา สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดเงื่อนไขการชำระเงินหรือการเสนอส่วนลดที่ดีกว่าคู่แข่งขัน สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น มีการจัดผลิตภัณฑ์ให้มีจำหน่ายอย่างทั่วถึง และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การลดแลกแจกแถม การโฆษณาที่สม่ำเสมอ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้หากนักการตลาดสามารถเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และสามารถจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าแล้วย่อมจะเป็นเครื่องมือที่สามารถ จะกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการได้ ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อในที่สุด

1.2. สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimuli) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ จะเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกองค์การและนักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคจะมีผลต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภค สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยและรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคต้องการใช้โทรศัพท์มือถือกันมากขึ้น สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่นกฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีผลต่อความต้องการในสินค้า

ชนิดนั้น และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีในเทศกาลต่าง ๆ จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้าบางอย่างในเทศกาลนั้น ๆ เป็นต้น

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer’s Black Box)

กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เป็นส่วนที่ได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristic) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจาก ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา (ซึ่งจะได้กล่าวถึงรายละเอียดต่อไป) และยังได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ที่ประกอบได้ด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ (รายละเอียดจะได้กล่าวถึงในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ)

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Responses)

3.1 การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ที่จะมาตอบสนองความต้องการ เช่น เลือกข้าวต้มกุ้งเป็นอาหารเช้า หรือเลือกนมสดเป็นอาหารเช้า การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) เช่น หากต้องการดื่มนมเป็นอาหารเช้าแล้วจะดื่มนมสดตราอะไร การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Time) การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount) เป็นต้น คอตเลอร์, ฟิลลิป (2546: 24) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าคือ "4 Ps" อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจาหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552: 80-81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler. 2009 : 616) ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกาหนดกลยุทธ์ด้าน

ผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ (1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) (2) องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น (3) การกำหนดตาแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะ

ใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. ราคา (Price) หมายถึง จานวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler. 2009 : 616) หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้น ถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง (1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น (2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง (3) การแข่งขัน (4) ปัจจัยอื่น ๆ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จูงใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ (Etzel, walker and Stanton. 2007 : 677) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน [Integrated Marketing Communication (IMC)] โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งขันโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สาคัญ มีดังนี้

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ (Armstrong and Kotler. 2009 : 33) กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา (Create strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising tactics) (2) กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล เพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้า โดยตรงหรือใช้โทรศัพท์ (Etzel, Walker and Stanton. 2007 : 675) หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Armstrong and Kotler. 2009 : 616) งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy) (2) การบริหารหน่วยงานขาย (Sales force management)

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong and Kotler. 2009 : 617) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton. 2007 : 677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจาหน่าย การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ (1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) (2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion) (3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force Promotion)

3.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มีความหมายดังนี้ (1) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ (2) ประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton. 2007 : 677) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

3.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) มีความหมายต่างกันดังนี้ (1) การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ ซื้อและ

ทาให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อค (2) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร หรือป้ายโฆษณา (3) การตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic marketing หรือ E-marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเตอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร ส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยมุ่งหวังผลกำไรและการค้า

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากกิจการไปยังตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง คลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้า การจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distritution) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค หรือหมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในรับช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้อุตสาหกรรม และใช้ช่องทางทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค

4.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2.3 ผู้ประกอบการ

ความหมายของผู้ประกอบการ

ความเป็นผู้ประกอบหารเป็นกระบวนการส่งเสริมหรือกระบวนการพัฒนาธุรกิจใหม่ (New Venture) ซึ่งประกอบด้วยหน้าที่และกิจกรรมที่จะมีส่วนเสริมสร้างการพิจารณาแสวงวหาโอกาสทางการตลาดในธุรกิจใหม่ รวมถึงการสร้างองค์กรเพื่อที่จะนำโอกาสดังกล่าวมาใช้ให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยบุคคลที่เป็นหัวใจของกระบวนการคือผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

ในการใช้คำจำกัดความของคำว่าผู้ประกอบการอาจแยกตามมุมมองของศาสตร์ที่แตกต่างกันได้ดังนี้ (Hisrich และคณะ,2008:8)

ในมุนมองของนักเศรษฐศาสตร์ ผู้ประกอบการหมายถึง บุคคลที่นำทรัพยากร แรงงาน วัตถุดิบ หรือสินทรัพย์อื่น ๆ มาร่วมกันเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นบุคคลที่แนะนำการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมในองค์กร

ในมุมมองของนักจิตวิทยา ประกอบการหมายถึง บุคคลที่มีแรงขับจากภายใน เช่น ความต้องการที่จะทดลอง ความต้องการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ความต้องการประสบความสำเร็จ หรือความต้องการหลีกหนีจากการอยู่ภายใต้อำนาจของผู้อื่น

ในมุมมองของนักธุรกิจ ผู้ประกอบการหมายถึง บุคคลที่ทำงานเพื่อสร้างความมั่งคั่งให้ตนเองและผู้อื่น โดยการหาวิธีที่ดีที่สุดในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายหรือเกิดของเสียน้อยที่สุด และสร้างงานที่หน้าสนใจแก่พนักงาน ซึ่งผู้ประกอบการจะเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวสำหรับคู่แข่ง แต่จะเป็นพันธมิตรที่ดีกับผู้ผลิตวัตถุดิบและเป็นมิตรกับลูกค้า

ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างสรรค์ควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ 10 ประการ หรือที่เรียกว่า คุณลักษณะ 10 Ds (10 Ds key Attributes of Entrepreneur) ประกอบด้วย Dream, Decisiveness, Doers, Determination, Dedication, Devotion, Details, Destiny, Dollars และ Distribute ดังนี้ (Bygrave and Zachrakis,2010:7)

คุณลักษณะ	พฤติกรรม
Dream	
ความฝัน	ผู้ประกอบการต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลสำหรับประกอบธุรกิจ และมีความฝันและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ที่จะนำพาไปสู่การพัฒนาในธุรกิจ
Decisiveness	
ความกล้าตัดสินใจ	ผู้ประกอบการต้องมีความกล้าตัดสินใจ รวดเร็ว รวมทั้งมีวิจารณญาณที่แม่นยำ
Doers	
การลงมือทำ	ภายหลังจากตัดสินใจอย่างเฉียบขาดแม่นยำ ผู้ประกอบการมีความสามารถในลงมือสั่งการและนำแผนงานไปปฏิบัติได้อย่างฉับไว

Determination	
ความมุ่งมั่น	ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการทำธุรกิจให้สำเร็จ ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน
Dedication	
ความทุ่มเท	มีความทุ่มเทให้กับธุรกิจของตนได้อย่างเต็มที่ บางครั้งผู้ประกอบการอาจต้องสละความสบายส่วนตัวเพื่อมาทุ่มเทเวลาและความพยายามให้กับการพัฒนาธุรกิจของตนตลอด 24 ชั่วโมงใน 7 วันต่อสัปดาห์
Devotion	
การอุทิศตัว	ผู้ประกอบการต้องมีความรักชอบธุรกิจเป็นเฉพาะตัวในอันที่จะฟูมฟัก และทุ่มเทกายใจลงไปเพื่อสร้างผลงานของตนให้ประสบความสำเร็จที่มุ่งหวังและฝันไว้
Details	
การใส่ใจในรายละเอียด	ผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ช่างสังเกต และใส่ใจในรายละเอียดต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นตอนของการจัดตั้งธุรกิจใหม่
Destiny	
โชคชะตา	ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ไม่ย่อท้อหรือยอมแพ้ต่อโชคชะตา มีความคิดว่าตนเองเป็นผู้กุมชะตาชีวิตและธุรกิจของตนไว้ในมือตนเอง
Dollars	
ผลตอบแทน	ผู้ประกอบการโดยทั่วไปมิได้คาดหวังในเรื่องผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินว่าจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นจูงใจในการจัดตั้งธุรกิจ แต่เงินเป็นเพียงเครื่องวัดระดับความสำเร็จของธุรกิจของตนมากกว่า
Distribute	
การกระจายความรับผิดชอบ	ผู้ประกอบการควรต้องมีการกระจายความรับผิดชอบ และสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมให้กับพนักงานที่มีความสามารถและสำคัญกับธุรกิจของตน

สรุปความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการว่าหมายถึง ผู้ที่ตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีคุณค่าเพิ่ม โดยพิจารณาความเสี่ยงในการใช้ทรัพยากรและเวลาโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อสร้างสรรค์และการหาโอกาสทางธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจ ซึ่งจะคล้ายคลึงกับแนวคิดของการจัดการ (Management) ที่เป็นกระบวนการดำเนินการให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีผู้จัดการ (Manager) เป็นผู้ตัดสินใจดำเนินการจัดการให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

อ้างอิง : http:// www.sms-stou.orh/archives/2225

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้า

ความเป็นตัวของตัวเอง

ด้านความเป็นตัวของตัวเองในรูปภาพรวมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นและมั่นใจในตนเองสูง เนื่องจากธุรกิจร้านค้ามีขนาดเล็กระบบการทำงานต่าง ๆ ไม่มีความซับซ้อน การดูแลควบคุมจะสามารถทำได้อย่างทั่วถึงมากกว่าธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ การกล้าที่จะตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ หรือการแก้ปัญหาต่าง ๆ จะเป็นไปอย่างเด็ดขาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาทิพย์ จันทร์เจริญผล (2558) ซึ่งกล่าวว่า ผู้ประกอบการต้องสามารถตัดสินใจ รับผิดชอบ แก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองมีการปรับตัว ติดตามแนวโน้นมีความนิยามขอลูกค้า สามารถวิเคราะห์ความสามารถของคู่แข่งนำกลยุทธ์เหนือกว่ามาใช้

ด้านความมีนวัตกรรม

ด้านความมีนวัตกรรมในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะปัจจุบันผู้บริโภคคำนึงถึงภาพลักษณ์ของสินค้า องค์ประกอบต่าง ๆ ของร้าน บรรยากาศ สินค้าถูกหลักอนามัย สะอาด ผู้ประกอบการจึงต้องมีการพัฒนา เปลี่ยนแปลงร้านค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์และความทันสมัยอยู่เสมอ เพราะตลาดน้ำดอนหวายมีธุรกิจร้านค้ามากมาย เป็นธรรมดาที่เมื่อธุรกิจใดสร้างความน่าสนใจดึงดูดลูกค้าได้มาก ผู้ประกอบการรายอื่นก็จะเลียนแบบ จึงต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอโดยอาศัยความมีชื่อเสียงของตลาดน้ำดอนหวายที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวนั้น เป็นโอกาสในการนำเสนอสินค้าและร้านค้าไปด้วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีความคิดสร้างสรรค์และเรียนรู้ที่จะคิดค้น หาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อให้สินค้าและร้านค้ามีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ด้านความกล้าเสี่ยง

ด้านความกล้าเสี่ยงในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจขนาดเล็กมีความหวั่นไหวต่อผลกระทบต่าง ๆ ได้ง่ายกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ผู้ประกอบการมีการกระจายความเสี่ยง และผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจถึงความเสี่ยงและกล้าลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ เพราะได้เรียนรู้มาจากธุรกิจร้านค้าของตนเอง จึงทำให้มีความกล้าตัวสินใจ มีความมั่นใจในตนเอง และยอมรับผลเสียที่อาจเกิดขึ้นได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนราเขต ยิ้มสุข. (2552) เรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ของร้านค้าปลีกแบบดั่งเดิมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า บุคคลจะตัดสอนใจประกอบธุรกิจจะต้องมีความกล้าที่จะเสี่ยงเพื่อความสำเร็จของกิจการ ผู้ประกอบการต้องกล้าที่จะทำงานท้าทายความสามารถที่จะทำให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จ

ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน

ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ ธุรกิจร้านค้าที่ตลาดน้ำดอนหวายมีจำนวนมากรายซึ่งมีการขายสินค้าที่เหมือนกัน หรือสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ก็ทำให้สินค้าของผู้ประกอบการเองล้วนแต่มีคู่แข่งทั้งสิ้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีกลยุทธ์การตลาดใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ประพนธ์ เล็กสุมา (2555) พบว่า ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดคือ ร้านเน้นความหลากหลายและครบวงจรของสินค้า และใช้กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำเพื่อดึงดูดลูกค้า มีการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา การแถมสินค้า การประชาสัมพันธ์ ปัญหาที่พบของผู้ประกอบการคือ การขยายร้าน สภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน มีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น โดยผู้ประกอบการสามารถแก้ไขได้ชัดเจน

ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้

ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ประกอบการมีความพร้อมที่จะศึกษา เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีการยอมรับกับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นและเตรียมรับมือย่างเต็มความสามารถ นอกจากนี้ยังพร้อมที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง

ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ

ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะ ตลาดน้ำดอนหวายมีร้านค้ามากมาย การที่มีลูกค้าจะเลือกซื้อสินค้าร้านใด สินค้าต้องขายได้ในตัวของมันเองนั่นคือ มี

รสชาติดี ถูกหลักอนามัย ผู้ประกอบการจึงต้องมีความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพของสินค้าโดยมการควบคุมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานของร้าน ซึ่งผู้ประกอบการต้องใช้ความพยายามและอดทนอย่างมาก

2. ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้า

ความสำเร็จในการประกอบการในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด อาจจะเป็นเพราะผู้ประกอบการบริหารงานด้านกระบวนการการทำงานและด้านการบริหารธุรกิจย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการคำนึงถึงคุณภาพสินค้าและบริการเป็นหลัก มีการควบคุมกระบวนการการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ทางร้านกำหนดไว้ และด้วยคุณภาพสินค้าทำให้มีลูกค้าประจำมาซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลประกอบการที่ดี นอกจากนี้ตลาดน้ำดอนหวายมีอายุหลายปี ร้านค้าในตลาดส่วนใหญ่จึงมีการประกอบธุรกิจมายาวนาน จากรุ่นสู่รุ่นจึงทำให้ธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีชื่อเสี่ยงมานานและประสบความสำเร็จได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ดิษฐเกสร (2553) พบว่า ตลาดน้ำดอนหวายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาจับจ่ายซื้อของเป็นจำนวนมาก ทำให้สร้างรายได้ และอาชีพให้กับคนในชุมชน ทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น เกิดความภูมิใจในอาชีพวิถีชีวิต

อ้างอิง : วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (Wanvisa Chakpromanan)/ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (Viroj Jadesadalug)

2.4 อาหารคลีน

อาหารคลีน คืออะไร

อาหารคลีน (Clean Food) หรือที่คนส่วนใหญ่เรียกกันว่า กินคลีน (Eat Clean, Clean Eating) คือ การทานอาหารที่สด สะอาด โดยเน้นการทานอาหารแบบธรรมชาติไม่ผ่านการปรุงแต่งและขัดสีด้วยสารเคมีต่างๆ หรือกระบวนการหมักดอง รวมถึงอาหารขยะและอาหารสำเร็จรูป ที่จะมีปริมาณแป้ง ผงชูรสและโซเดียมในปริมาณสูงหรืออาจพูดให้เข้าใจได้ง่ายว่า การทานอาหารคลีนนั้นเป็นการกินอาหารให้ถูกหลักโภชนาการ โดยทานอาหารอย่างพอเพียงครบสัดส่วนทั้ง 5 หมู่ และอาหารเหล่านั้นต้องไม่มีสารปนเปื้อนนั่นเอง ซึ่งอาหารคลีนนั้นอาจผ่านการปรุงแต่งบ้างเล็กน้อยหรืออาจจะไม่ผ่านการปรุงแต่งเลยก็เป็นได้ เช่นใช้เกลือในการปรุงอาหารรสเพียงเล็กน้อยแทนน้ำปลา หรืออาจจะเป็นซีอิ๊วขาวชนิดที่ไม่มีผงชูรสเจือปน และจะไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร เป็นต้น

ตัวอย่างของวัตถุดิบที่จะนำมาทำอาหารคลีน

1. ผักและผลไม้ที่ปลอดสารพิษ

2. เนื้อสัตว์ชนิดต่างๆที่สดและสะอาด

3. ข้าวกล้องไม่ขัดสี และ ธัญพืชต่าง ๆ

4. น้ำมันมะพร้าว หรือ น้ำมันมะกอก ซึ่งเป็นน้ำมันชนิดที่มีกรดไขมันชนิดดี ใช้แทนน้ำมันปาล์มได้เลย (แต่แอบราคาสูงกว่าพอควรเลย) และควรใช้ในปริมาณที่น้อยอีกทั้งในการปรุงอาหารไม่ควรปรุงให้อาหารคลีนของเรานั้นมีรสจัดจนเกินไป และ ในทุกๆมื้อควรจะมีสารอาหารในอาหารคลีนของเราให้ครบ 5 หมู่อีกด้วย

กินคลีน กินอย่างไร

การทานอาหารคลีนนั้นคนส่วนใหญ่มักจะเข้าใจว่า เป็นการเน้นทานอาหารจำพวกผักในปริมาณเยอะๆ แต่แท้จริงแล้วนั้น การกินอาหารคลีนเป็นการทานอาหารให้ครบสัดส่วน 5 หมู่ โดยเน้นทานอาหารทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน ผักและผลไม้ ให้มีปริมาณที่พอเหมาะพอเพียงต่อความต้องการของร่างกาย

อาหารคลีนนั้นส่วนใหญ่จะไม่ยึดติดกับรสชาติ แต่จะเน้นความเป็นธรรมชาติมากกว่า ดังนั้นผู้ที่ทานอาหารคลีนจึงต้องเริ่มจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทานอาหารใหม่ทั้งหมด โดยค่อยๆ ปรับตัวไปเรื่อยๆ ในขั้นแรกนั้นควรเลือกทานอาหารที่คงความเป็นธรรมชาติไว้ให้มากที่สุด ผ่านการปรุงแต่งน้อยที่สุด เช่น จากเดิมเคยทานข้าวขาวก็เปลี่ยนเป็นข้าวกล้อง หรือเคยทานผลไม้กระป๋องเป็นประจำก็หันมาเลือกทานผลไม้สดแทน จากที่เคยดื่มชากาแฟก็เปลี่ยนมาดื่มน้ำเปล่าหรือน้ำผลไม้แทน เป็นต้น

นอกจากนี้การทานอาหารคลีนนั้นเวลาจะเลือกซื้อวัตถุดิบหรืออาหาร ควรเลือกที่ปลอดสารเคมี ไม่ใช้วัตถุกันเสีย สารกันบูด วัตถุปรุงแต่ง หรืออาจจะเลือกซื้อวัตถุดิบที่เป็นออร์แกนิคก็ได้เพราะเป็นของที่ปลอดสารเคมีนั่นเอง อีกทั้งยังควรหลีกเลี่ยงอาหารที่มีปริมาณน้ำตาลสูงเช่น น้ำอัดลม เบเกอรี่ เป็นต้น รวมทั้งอาหารมันอีกด้วย

ประโยชน์ของอาหารคลีน

การทานอาหารคลีนแตกต่างจากอาหารทั่วไป เพราะต้องเลือกอาหารที่หลากหลายแต่เน้นความเป็นธรรมชาติ ไม่ผ่านการปรุงแต่งมากนัก ดังนั้นผู้ที่ทานอาหารคลีนจึงได้รับสารอาหาร และคุณค่าทางอาหารครบถ้วนสมบูรณ์มากกว่าอาหารทั่วไปที่ผ่านการปรุงแต่งมาก อีกทั้งยังช่วยให้ร่างกาย

ไม่ได้รับสารปนเปื้อนจากอาหารอีกด้วย ดังนั้นอาหารคลีนจึงส่งผลดีต่อสุขภาพในระยะยาว ทั้งยังช่วยให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง

อาหารคลีนเหมาะกับใคร

อาหารคลีนเป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่มีประโยชน์ และได้คุณค่าจากสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ ไม่ว่าจะเป็นคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน ผัก และผลไม้ ในปริมาณที่เหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย และยังเป็นอาหารที่ผ่านการปรุงแต่งน้อยที่สุดหรือไม่ผ่านการปรุงแต่งเลย จึงทำให้ร่างกายได้รับประโยชน์จากอาหารเต็มที่ ส่งผลดีต่อสุขภาพ อาหารคลีนจึงเหมาะสำหรับคนที่ลดน้ำหนักและรักสุขภาพเป็นอย่างยิ่ง

อาหารคลีนกับการลดน้ำหนัก

อาหารคลีนเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกของคนอยากผอม เพราะนอกจากจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพแล้วยังช่วยลดน้ำหนักได้อีกด้วย ซึ่งถ้าเลือกทานอาหารคลีนในปริมาณที่เหมาะสม ควบคู่ไปกับการออกกำลังกายไปด้วย นอกจากจะช่วยลดน้ำหนักแล้ว ยังช่วยให้สุขภาพดีอีกด้วย นอกจากนี้อาหารคลีนยังเป็นอาหารที่อุดมไปด้วยไฟเบอร์ ซึ่งเป็นสารที่พบมากในอาหารที่ไม่ผ่านการขัดสี โดยมีส่วนช่วยให้ระบบขับถ่ายสามารถทำงานได้ดีนั่นเอง

ตัวอย่างอาหารคลีน

อาหารคลีนนั้น ผู้ที่ทานสามารถเลือกทานอาหารได้หลากหลาย โดยสามารถเลือกวัตุดิบต่างๆ มาประยุกต์กับเมนูสุดโปรดได้ตามใจชอบ แต่วัตถุดิบนั้นต้องปราศจากการปรุงแต่ง และปลอดสารปนเปื้อน เพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ เหมือนกับตัวอย่างเมนูอาหารต่อไปนี้

1. บาร์บีคิวไก่แบบไม่เสียบไม้ ทานคู่กับผักสลัด หรือผลไม้ที่ชอบ เช่น สับปะรด กีวี่ เป็นต้น
2. ไข่เจียวฟักทอง หรืออาจจะใช้ผักอื่นๆ ตามความชอบก็ได้
3. สเต็กอกไก่กับล็อคโคลี่ลวก และแกงบวชฟักทอง

จะเห็นได้ว่าอาหารคลีนนั้นเป็นการทานอาหารเพื่อสุขภาพที่เน้นประโยชน์มากกว่ารสชาติ ดังนั้นผู้ที่จะเริ่มต้นทานจึงไม่ควรยึดติดกับรสชาติอาหาร และควรให้ความใส่ใจกับการทานอาหารมากเป็นพิเศษ โดยเฉพาะการคัดเลือกวัตถุดิบในอาหารนั้นต้องปลอดสาร ไม่ผ่านการปรุงแต่งรสชาติ และวัตถุดิบแต่ละอย่างต้องมีประโยชน์ต่อร่างกาย รวมทั้งต้องแบ่งสัดส่วนในอาหารให้พอดี โดยต้องมีโปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน และผัก ผลไม้ในปริมาณที่มีความสมดุลกัน ไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป

เพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารได้เต็มที่ พอดีกับความต้องการของร่างกายและมีพลังงานไว้ใช้ในกิจกรรมต่างๆระหว่างวันนั่นเอง

ดังนั้นอาหารคลีนจึงเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพเป็นอย่างมาก เหมาะสำหรับวิถีชีวิตของคนในเมือง ที่ต้องการการดูแลเอาใจใส่สุขภาพเป็นอย่างมาก รวมถึงผู้ที่ต้องการลดน้ำหนักด้วย เพราะช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบถ้วนตรงตามความต้องการของร่างกาย แต่การที่ร่างกายจะมีสุขภาพที่ดีนั้น นอกจากควบคุมเรื่องการทานอาหารแล้ว ยังต้องหมั่นออกกำลังกายควบคู่ไปด้วย ถึงจะส่งผลให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง ระบบการทำงานต่างๆในร่างกายมีความสมดุลมากขึ้น

อ้างอิง : (http://www.เกร็ดความรู้.net)

เคล็ดลับสู่ความสำเร็จของการเปิดร้านอาหารเดลิเวอรี่

การเปิดร้านอาหารแบบเดลิเวอรี่ก็มีทั้งข้อดีและจุดอ่อนที่อาจก่อให้เกิดอุปสรรคได้ แต่การจะทำธุรกิจร้านอาหารเดลิเวอรี่ให้ประสบความสำเร็จก็ไม่ใช่เรื่องยากเหมือนกัน ซึ่งเราก็มีเคล็ดลับดี ๆ มาแนะนำดังนี้

1. เมนูอาหารต้องมีความเจ๋งจริง

เนื่องจากการเปิดร้านอาหารเดลิเวอรี่ต้อมีต้นทุนสูงพอสมควรในการจ้างพนักงานจัดส่งเพิ่มเติมและค่าน้ำมันรถหรืออื่น ๆดังนั้นต้องมั่นใจก่อนว่าเมนูอาหารของคุณจะมีความเจ๋งจริงและสามารถดึงดูดลูกค้าให้อุดหนุนได้อย่างต่อเนื่อง เพราะหากเปิดให้บริการไปแล้วแต่แทบไม่มีลูกค้ามาสั่งซื้อเลย เมื่อหักลบรายได้และต้นทุนทั้งหมดก็อาจได้บทสรุปเป็นการขาดทุนได้นั่นเอง

2. แจ้งรายละเอียดและราคาสินค้าอย่างชัดเจน

ลูกค้าส่วนใหญ่จะให้ความสนใจกับร้านอาหารเดลิเวอรี่ที่มีการบอกรายละเอียดของเมนูอาหารและราคาค่าบริการจัดส่งอย่างชัดเจนมากกว่าร้านที่เปิดแค่ราคาอาหารเท่านั้น เพราะจะทำให้พวกเขาสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายทั้งหมดได้ก่อนตัดสินใจสั่งซื้อ เพราะฉะนั้นหากคุณทำใบปลิวหรือลงประกาศขายในเว็บไซต์ ก็อย่าพลาดที่จะใส่รายละเอียดให้ครบถ้วนและชัดเจนเป็นอันขาด

3. บริการจัดส่งต้องรวดเร็วทันใจ

สำหรับบริการจัดส่งอาหารไปถึงมือลูกค้า จะต้องมีความรวดเร็วทันใจเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้านั่นเอง โดยในระหว่างการสั่งซื้อหากพบว่าจุดที่ลูกค้าให้ไปส่งมีความหากไกลจาก

ร้านพอสมควรและต้องเจอกับปัญหารถติดหรือเส้นทางที่ลำบาก ก็ควรแจ้งแก่ลูกค้าก่อนว่าอาจมีความล่าช้าเล็กน้อยเนื่องจากเหตุผลอะไร และจะไปถึงที่หมายประมาณกี่นาที เท่านี้ก็ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกแย่ แถมยังได้ความพึงพอใจจากลูกค้าอีกต่างหาก

4. จัดโปรส่งเสริมการขาย

นอกจากต้องให้ความใส่ใจในเมนูอาหาร รสชาติความอร่อยและบริการจัดส่งอย่างรวดเร็วแล้ว ก็ต้องมีการจัดโปรส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจมากขึ้นอีกด้วย เช่น โปรลด แลก แจก แถม เป็นต้น เพราะไม่ว่าบริการจัดส่งจะดีแค่ไหน แต่หากลูกค้ามีความสนใจในอาหารน้อยก็จะทำให้มียอดขายในแต่ละวันต่ำจนไม่คุ้มค่ากับต้นทุนได้เหมือนกัน ดังนั้นจึงต้องอาศัยการส่งเสริมการขายเข้าช่วยเพื่อเรียกลูกค้านั่นเอง

เห็นไหมว่าการเปิดร้านอาหารพร้อมด้วยบริการเดลิเวอรี่จัดส่งถึงที่บริการถึงใจสามารถเพิ่มยอดขายให้กับร้านอาหารของคุณได้ดีจริง ๆ แค่มีต้นทุนเพิ่มเติมอีกเล็กน้อยแต่ได้ผลลัพธ์แบบสุดคุ้มที่สุด เพราะฉะนั้นสำหรับใครที่ต้องการเพิ่มยอดขายและสร้างกำไรให้กับร้านอาหารของตนเองมากขึ้น พลาดไม่ได้เลยกับบริการเดลิเวอรี่

อ้างอิง : Kiattirat jindamanee

ทำธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่อย่างไรให้ยอดขายระเบิด (Kiattirat Jindamanee June 22, 2017)

เดี๋ยวนี้การทำธุรกิจเดลิเวอรี่กำลังมาแรง โดยเฉพาะร้านอาหารเดลิเวอรี่ ที่มีบริการจัดส่งอาหารถึงที่อย่างรวดเร็วโดนใจลูกค้าที่สุด ซึ่งก็ต้องบอกเลยว่าเป็นอีกวิธีที่จะช่วยเพิ่มยอดขายให้กับร้านอาหารของคุณได้อย่างง่ายดายเลยทีเดียว และในบทความนี้เราก็จะมาสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบริการร้านอาหารแบบเดลิเวอรี่ ไม่ว่าจะเป็นข้อดี จุดเด่นหรือเคล็ดลับเล็กน้อยที่จะทำให้การบริการด้านนี้ประสบความสำเร็จมากขึ้น ซึ่งจะมีอะไรบ้างนั้นมาดูกันเลย

บริการเดลิเวอรี่ คือ

หลายคนอาจยังคงสงสัยว่าบริการเดลิเวอรี่คืออะไร เพราะฉะนั้นเราจะมาอธิบายคร่าวๆ กันก่อน เดลิเวอรี่ก็คือบริการจัดส่งถึงที่ เพียงแค่คุณโทรสั่งสินค้าจากทางร้านและแจ้งที่อยู่ ก็จะมีพนักงานของร้านนำสินค้าไปส่งให้กับคุณในทันที ซึ่งที่มักจะเห็นกันบ่อยๆ ก็คือการจัดส่งดอกไม้-พวงหรีดงานศพ การจัดส่งอาหารและอื่นๆ อีกมากมาย เป็นต้น ซึ่งบริการนี้ก็จะช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า

โดยตรง เพราะไม่ต้องเดินทางมาซื้อที่ร้านด้วยตัวเองและเก็บเงินปลายทาง จึงโดนใจผู้คนส่วนใหญ่เป็นที่สุด และแน่นอนว่าการเปิดร้านอาหารที่พ่วงด้วยบริการเดลิเวอรี่ก็สามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างดีเยี่ยมเลยทีเดียว

จุดเด่นของบริการเดลิเวอรี่

เพิ่มโอกาสทำยอดขายและมีลูกค้าประจำสูงขึ้น เนื่องจากความสะดวกสบายที่ไม่ต้องเดินทางมาซื้ออาหารด้วยตนเอง ทำให้มีลูกค้าส่วนใหญ่สนใจใช้บริการ ยิ่งหากบริการดีและอาหารมีความอร่อยคุ้มค่าด้วยแล้ว ก็จะทำให้เกิดลูกค้าประจำและมีการบอกต่อๆ กันไป จนมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

เป็นผลดีต่อผู้ที่ทำหน้าที่จัดส่งอาหารถึงลูกค้า เพราะลูกค้าบางรายก็จะมีการให้ทิป ซึ่งเงินส่วนนี้จะได้กับคนจัดส่งนั่นเอง

สามารถขายอาหารได้หลายช่องทางมากขึ้น จากที่เคยมีแต่หน้าร้าน ก็สามารถใช้วิธีการแจกใบปลิว การลงประกาศขายบนอินเทอร์เน็ต เพราะลูกค้าไม่จำเป็นต้องเดินทางมาที่ร้าน แค่เห็นเมนูอาหารของทางร้านผ่านทางใบปลิวหรือเว็บไซต์ ก็โทรสั่งซื้อได้ทันที

จุดอ่อนของบริการเดลิเวอรี่

ส่งอาหารได้ในพื้นที่จำกัดเท่านั้น เช่น ร้านอาหารอยู่ในเขตสมุทรปราการ ก็จะส่งเฉพาะในพื้นที่สมุทรปราการหรือพื้นที่ไม่กี่อำเภอ เป็นต้น

อาจมีปัญหาจากการไม่รู้เส้นทาง ทำให้การจัดส่งล่าช้าลง โดยเฉพาะเมื่อไม่สามารถโทรติดต่อกับลูกค้าได้ในขณะกำลังจัดส่ง

ต้องมีความรับผิดชอบสูง โดยจะต้องจัดส่งอาหารถึงมือลูกค้าอย่างสมบูรณ์แบบที่สุดพร้อมแข่งกับเวลา ซึ่งหากเจอเส้นทางที่ลำบากก็จะเป็นอุปสรรคมากทีเดียว

2.5 งานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

แมคคักกิน(McGuckin,2550)กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับทักษะ 7 ประการสู่ความสำเร็จของการเป็นเจ้าของธุรกิจยุคใหม่ ได้แก่

1. ทักษะในการติดต่อกับผู้คน
2. มีความเชื่อมั่นในตนเอง
3. มีความรู้ทางด้านการเงิน
4. มีทักษะและประสบการณ์ในวิชาชีพนั้นๆ
5. มีทักษะในการสื่อสารข้อความกับผู้อื่นให้ได้ความเข้าใจตรงกัน
6. มีความรู้ทางด้านการตลาด
7. มีทักษะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี

ไว จามรมานและคณะ (2549:138-139)ได้สรุปแนวคิดการเริ่มต้นและการขยายุรกิจจากผลการวิจัยว่ามีองค์ประกอบของแนวคิดผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 7 ลักษณะได้แก่

1. บุคลิกและพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเสร็จต้องมีวิสัยทัศน์ใฝ่ฝันและมุ่งมั่น ขยัน มุมานะ มนุษยสัมพันธ์ดี ไม่เลือกงานและประหยัดต้องรู้จริงอดทนลงมือทำในสิ่งที่ชอบตั้งใจจริง รักความก้าวหน้า ต้องการอิสระในการประกอบอาชีพ ใฝ่ฝันทำธุรกิจ

2. มีวิธีการแก้ไขปัญหาที่แตกต่างและสามารถสร้างเครดิตในการดำเนินงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความซื่อสัตย์

3. จริยธรรมของผู้ประกอบการ คือ มีความซื่อสัตย์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร

4. มีวิธีการคิดและกระบวนการเรียนรู้ในการสร้างธุรกิจใหม่อย่างต่อเนื่องไม่ยอมแพ้ ส์ชีวิตอดทนและเรียนรู้จากการทำงาน

5. กระบวนการตัดสินใจและการสร้างธุรกิจใหม่อย่างเอาจริงเอาจัง มุ่งวิสัยทัศน์ กล้าและมั่นคงต่อเป้าหมาย

6. ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่รักเทคโนโลยีและมีความสามารถในการคิดประดิษฐ์

7. สามารถวิเคราะห์โอกาสและการเปลี่ยนแปลง ศึกษาเรียนรู้ รอบรู้ สร้างความเชี่ยวชาญและสามารถแบ่งงานกันทำ

นอกจากนี้ สุรชัย จิวเจริญสกุลและคณะ(2548) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการประกอบธุรกิจร้านอาหารให้ประสบความสำเร็จ จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการสร้างระบบธุรกิจร้านอาหารไทยมืออาชีพ” ไว้ว่ามีปัจจัยดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เอื้อต่อการประกอบอาชีพ ได้แก่ ความเป็นผู้มีค่านิยมและเจตคติที่ดีต่อการประกอบุระกิจ

2. ความสามารถด้านการวางแผนการจัดการด้านการตลาดการบัญชี และการประชาสัมพันธ์

3. มีเงินทุนหรือมีความสามารถในการจัดสรรเงินทุนจากแหล่งอื่น

4. มีวิสัยทัศน์ในการวิเคราะห์สถานที่ดำเนินธุรกิจ

จึงอาจสรุปได้ว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคาร ได้แก่ ความรู้ความสามารถ ทักษะและประสบการณ์ด้านวิชาชีพความซื่อสัตย์สุจริต บุคลิกคุณลักษณะที่มีวิสัยทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เป็นต้น

ปี 2548 สุรชัย จิวเจริญสกุลและคณะ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการก่อสร้างระบบธุระกิจร้านอาหารไทยมืออาชีพ” โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง 5 ปีขึ้นไป ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี โดยเฉลี่ยทำอาชีพร้านอาหารมาแล้ว 11.5 ปีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการทำอาชีพร้านอาหาร ได้แก่ความรู้ความสามารถพื้นฐานที่จำเป็นในการทำงานอาชีพธุรกิจร้านอาหารไทยความรู้ด้านกฎหมายความสามารถในการบริหารงานและความเอาใจใส่ตรวจสอบร้านอาหาร

ปี 2549 นภัสวรรณ เต็มทานาม ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุภาพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนจำนวน 528 คนผลการศึกษาพบว่าการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารสุขภาพจากปัจจัยด้านราคาและคุณภาพอาหาร เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพวงเงินลงทุนเบื้องต้นสำหรับธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพประมาณ 400,000 บาทยอดขายขั้นต่ำ

864,000 บาทต่อปี อัตราขยายตัวของยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ต่อปีระยะเวลาคืนทุนมีค่าเท่ากับ 1ปี อัตราผลตอบแทนโครงการมีค่าเท่ากับร้อยละ 36.23

ปี 2549 ไว จามรมานและคณะ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลไกสนับสนุนการสร้างธุรกิจใหม่” โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจำนวน 100 ราย ผลการวิจัยพบว่าความสำเร็จทางธุรกิจขึ้นอยู่กับความสามารถด้านเทคโนโลยีการสร้างฐานเครือข่าย วิสาหกิจ การสร้างศูนย์บ่มเพราะและสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรมใหม่ พร้อมเลือกตัวอย่างจำนวน 23 รายเพื่อจำลองกระบวนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการพบว่าประเด็นสำคัญของกระบวนการการเรียนรู้เป็นเรื่องของการพัฒนาบุคลิกและพฤติกรรมของผู้ประสบความสำเร็จวิธีคิดและแก้ปัญหา ความคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์โอกาส การสร้างทีม การวิเคราะห์ ลูกค้าและพฤติกรรมลูกค้าและกลยุทธ์การตลาด เป็นต้น

ศิริพงศ์ รักใหม่ (2552) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคาร ได้แก่ ความรู้ความสามารถ ทักษะและประสบการณ์ด้านวิชาชีพ ความซื่อสัตย์สุจริต บุคลิกลักษณะที่มีวิสัยทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์ทางการตลาด และการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารคลีนในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูล ทั้งจากห้องสมุด และอินเทอร์เน็ต โดยทำการศึกษาค้นคว้าตำราหนังสือ เอกสาร รายงานวิจัย เป็นต้น เพื่อรวบรวมข้อมูลต่างๆ อาทิ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารคลีน แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ

การเก็บรวบรวมปฐมภูมิ (Primary Data) จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่ที่ประสบความสำเร็จ ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 385 ราย เนื่องจากไม่ทราบกลุ่มประชากรที่แน่นอน โดยอาศัยแบบสอบถาม โดยการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามชนิดเลือกตอบเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจัดทำแบบสอบถามขึ้นจาก การศึกษาค้นคว้าจากตำราข้อมูลต่างๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสาร วารสารและเว็บไซต์ แล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะข้อคำถาม โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ความหมายของค่าระดับความคิดเห็น

5 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นมากที่สุด

4 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นมาก

3 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นปานกลาง

2 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นน้อย

1 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นน้อยที่สุด

นำแบบสอบถามฉบับร่างที่แก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบเกี่ยวกับความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content validity) ประกอบด้วย

1. ดร.อนงค์ ไต่วัลย์ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการ

2. ดร.อารีย์ มยังพงษ์ อาจารย์ประจำสาขาสารสนเทศ

3. ดร.ณัฐชา ธำรงโชติ อาจารย์ประจำสาขาการตลาด

จากนั้นนำผลที่ได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ของแต่ละข้อ (Index of Item Objective Congrueuce : IOC) โดยกำหนดค่าตัวเลข ดังนี้

ค่า +1 คือ มีความสอดคล้อง

ค่า 0 คือ ไม่แน่ใจ

ค่า -1 คือ ไม่สอดคล้อง

ซึ่งค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไปทุกข้อ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลทำการเก็บข้อมูลแบบสุ่มร้านอาหารคลีนในเขตกรุงเทพมหานครแบบไม่เจาะจง จำนวน 385 ชุด โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่ช่วงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2561

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นเนื้อหา โดยการใช้วิธีการสรุปประเด็นและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

2. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

3. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้

4. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สำหรับวิเคราะห์ เกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการ

2. สถิติเชิงอนุมาน ใช้วิเคราะห์เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างตัวแปรต้นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ กับตัวแปรตามปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอร์รี่ (Cleanfood delivery) ในเขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถาม จำนวน 385 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ แต่ได้ข้อมูลตอบกลับที่สมบูรณ์ จำนวนเพียง 158 ชุด เนื่องจากข้อกำกัดของงบประมาณที่ได้รับจึงไม่สามารถที่จะดำเนินการเก็บซ้ำได้ ซึ่งจำนวนข้อมูลที่ได้รับน่าจะเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายได้

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการสุ่มเก็บแบบสอบถามจากร้านอาหารคลีน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ความหมายของค่าระดับความคิดเห็น

5 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นมากที่สุด

4 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นมาก

3 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นปานกลาง

2 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นน้อย

1 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นน้อยที่สุด

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย

1.00 – 1.80 น้อยที่สุด

1.81 – 2.60 น้อย

2.61 – 3.40 ปานกลาง

3.41 – 4.20 มาก

.4.21 – 5.00 มากที่สุด

4.2 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	73	46.2
หญิง	85	53.8
อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	47	29.7
31 – 40 ปี	89	56.3
41 – 50 ปี	18	11.4
51 ปีขึ้นไป	4	2.5
ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	1	0.6
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	12	7.6
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	16	10.1
ปริญญาตรี	118	74.7
สูงกว่าปริญญาตรี	9	5.7
อื่นๆ	2	1.3

สภานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	87	55.1
สมรส	71	44.9
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	51	32.3
30,001 – 50,000 บาท	51	32.3
50,001 – 100,000 บาท	47	29.7
100,001 ขึ้นไป	9	5.7
ประสบการณ์ในการประกอบการร้านอาหารคลีน	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
น้อยกว่า 1 ปี	20	12.7
1 – 2 ปี	59	37.3
3 – 5 ปี	57	36.1
มากกว่า 5 ปี	22	13.9
การแสวงหาความรู้จากแหล่งใด	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
การฝึกอบรม	67	42.4
อินเทอร์เน็ต	74	46.8
หนังสือ วารสาร อื่นๆ	17	10.8

จากตารางที่ 4.1 พบว่า คุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน เป็นเพศชาย จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 เพศหญิง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 อายุ 31 – 40 ปี มากที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ระดับการศึกษา มากที่สุด ปริญญาตรี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมา อนุปริญญาหรือเทียบเท่าจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 สถานภาพ โสด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 สมรส จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากที่สุด ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และ รายได้ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมา รายได้ 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7

ประสบการณ์ในการประกอบการร้านอาหารคลีน มากที่สุด 1 – 2 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา 3 – 5 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 การแสวงหาความรู้จากแหล่งใด มากที่สุด จากอินเทอร์เน็ต จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมา จากการฝึกอบรม จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านการจัดการ	4.27	0.401	มากที่สุด
ด้านการตลาด	4.36	0.415	มากที่สุด
ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี	4.19	0.53	มาก
ด้านการเงิน	4.21	0.458	มากที่สุด
รวม	4.30	0.362	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.30 เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ด้านการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือ ด้านการจัดการ ค่าเฉลี่ย 4.27

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการ

ด้านการจัดการ	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ท่านมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ	4.27	0,595	มากที่สุด
ท่านมีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน	4.17	0.623	มาก
ท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที และมีประสิทธิภาพ	4.24	0.683	มากที่สุด
ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างใกล้ชิด	4.29	0.663	มากที่สุด

ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่าน	4.39	0.607	มากที่สุด
รวม	4.27	0.401	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.27 เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จ ค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือ ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างใกล้ชิด ค่าเฉลี่ย = 4.29

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด

ด้านการตลาด	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
อาหารคลีนของท่านสดใหม่ มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.70	0.547	มากที่สุด
อาหารคลีนของท่านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.56	0.591	มากที่สุด
ท่านมีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้า	4.29	0.681	มากที่สุด
อาหารคลีนของท่านให้คุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน	4.63	0.566	มากที่สุด
ท่านมีส่วนลดสำหรับสมาชิก	4.39	0.940	มากที่สุด
ท่านมีการจัดโปรโมชั่นเมนูใหม่ๆ อยู่เสมอ	4.04	0.869	มาก
รวม	4.36	0.415	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่าความคิดเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.36 เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ อาหารคลีนของท่านสดใหม่ มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย = 4.70 รองลงมาคือ อาหารคลีนของท่านให้คุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน
ค่าเฉลี่ย = 4.63

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี

ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ท่านจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการผลิต	4.21	0.631	มากที่สุด
ท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ	4.48	0.587	มากที่สุด
อาหารคลีนของท่านได้รับการรับรองความปลอดภัยจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง	4.21	0.816	มากที่สุด
อาหารคลีนของท่านสามารถสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์	4.09	1.121	มาก
เมื่อมีปัญหาในกระบวนการผลิตท่านสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อไปได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว	4.10	0.701	มาก
ท่านมีบริการจัดส่งถึงที่อย่างรวดเร็วทันใจ	4.05	1.072	มาก
รวม	4.19	0.537	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.19 เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย = 4.48 รองลงมาคือ ท่านจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการผลิตและ อาหารคลีนของท่านได้รับการรับรองความปลอดภัยจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ค่าเฉลี่ย = 4.21

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน

ด้านการเงิน	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองในการดำเนินธุรกิจอย่างเพียงพอ	4.18	0.629	มาก
ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบ	4.31	0.712	มากที่สุด

และสามารถตรวจสอบได้			
ท่านมีการวางแผนทางการเงินที่ดี ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว	4.31	0.666	มากที่สุด
ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงิน เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ	4.08	0.671	มาก
ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.18	0.595	มาก
รวม	4.21	0.458	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.21 เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ กับท่านมีการวางแผนทางการเงินที่ดี ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ค่าเฉลี่ย = 4.31 รองลงมามีความคิดเห็นความสำคัญระดับมากคือ ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองในการดำเนินธุรกิจอย่างเพียงพอ กับท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค่าเฉลี่ย = 4.18

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล	4.52	0.370	มากที่สุด
ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ	4.10	0.487	มาก
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ	4.07	0.481	มาก
รวม	4.23	0.365	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.23 เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้

ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาคือ ปัจจัยในด้านความรู้ความสามารถ ค่าเฉลี่ย 4.10 ระดับมาก

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล

ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน	4.61	0.501	มากที่สุด
มีความรับผิดชอบ	4.60	0.552	มากที่สุด
เป็นคนที่เชื่อมั่นในตัวเอง	4.49	0.594	มากที่สุด
มีความซื่อสัตย์สุจริต	4.84	0.399	มากที่สุด
มีความคิดสร้างสรรค์	4.41	0.650	มากที่สุด
ชอบที่จะแสวงหาความรู้ข่าวสารต่างๆ	4.56	0.568	มากที่สุด
กล้าเสี่ยง มองเห็นโอกาส และมักมีโชคทางธุรกิจ	4.17	0.733	มาก
รวม	4.52	0.370	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.52 เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ มีความซื่อสัตย์สุจริต ค่าเฉลี่ย = 4.84 รองลงมาคือ มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย = 4.61

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการด้านความรู้ความสามารถ

ด้านความรู้ความสามารถ	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ท่านมีความรู้ด้านเศรษฐกิจ และความรู้รอบตัว	4.06	0.645	มาก
ท่านมีความรู้ด้านบริหารธุรกิจ การเงิน การตลาด	4.16	0.647	มาก
ท่านมีความรู้ด้านเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.12	0.711	มาก
ท่านมีความสามารถการสื่อสารและภาษา	3.98	0.895	มาก

ท่านมีความรู้ด้านวิชาชีพเกี่ยวกับอาหาร	4.34	0.646	มากที่สุด
ท่านมีความรู้ด้านกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ	3.91	0.836	มาก
รวม	4.10	0.487	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านความรู้ความสามารถ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.10 เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือท่านมีความรู้ด้านวิชาชีพเกี่ยวกับอาหาร ค่าเฉลี่ย = 4.34 รองลงมาคือ ท่านมีความรู้ด้านบริหารธุรกิจ การเงิน การตลาด ค่าเฉลี่ย = 4.16 ระดับมาก

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ทำเลที่ตั้ง	4.34	0.729	มากที่สุด
สภาพแวดล้อม	4.31	0.705	มากที่สุด
เงินทุนหมุนเวียน	4.20	0.674	มาก
แหล่งเงินทุน	4.16	0.666	มาก
การบริหารจัดการภายในร้าน	4.43	0.632	มากที่สุด
ภาวะเศรษฐกิจ	3.83	0.738	มาก
ความช่วยเหลือภาครัฐ	3.20	1.110	ปานกลาง
รวม	4.07	0.481	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.07 เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ การบริหารจัดการภายในร้าน ค่าเฉลี่ย = 4.43 รองลงมาคือ ทำเล ค่าเฉลี่ย = 4.34

ตารางที่ 4.11 ตารางแสดงค่าปัจจัยในการดำเนินธุรกิจมีผลต่อปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

ปัจจัย	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P-Value)
ปัจจัยด้านการจัดการ	0.234	3.449	0.001
ปัจจัยด้านการตลาด	0.285	3.633	0.000
ปัจจัยด้านดำเนินงานและเทคโนโลยี	0.170	2.055	0.042
ปัจจัยด้านการเงิน	0.189	2.582	0.011

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านดำเนินงานและเทคโนโลยีและปัจจัยด้านการเงิน มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอร์รี่ (Clean food delivery) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

สรุปผลการวิจัย

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท มีประสบการณ์ในการประกอบการร้านอาหารคลีน 1 – 2 ปี และมีการแสวงหาความรู้จากอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ด้านการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือ ด้านการจัดการ ค่าเฉลี่ย 4.27

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จ ค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือ ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างใกล้ชิด ค่าเฉลี่ย = 4.29

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ อาหารคลีนของท่านสดใหม่ มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย = 4.70 รองลงมาคือ อาหารคลีนของท่านให้คุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน ค่าเฉลี่ย = 4.63

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย = 4.48 รองลงมาคือ ท่านจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับ

กระบวนการผลิตและ อาหารคลีนของท่านได้รับการรับรองความปลอดภัยจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ค่าเฉลี่ย = 4.21

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ กับ ท่านมีการวางแผนทางการเงินที่ดี ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ค่าเฉลี่ย = 4.31 รองลงมามีความคิดเห็นความสำคัญระดับมากคือ ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองในการดำเนินธุรกิจอย่างเพียงพอ กับท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค่าเฉลี่ย = 4.18

ส่วนที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาคือ ปัจจัยในด้านความรู้ความสามารถ ค่าเฉลี่ย 4.10 ระดับมาก

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ มีความซื่อสัตย์สุจริต ค่าเฉลี่ย = 4.84 รองลงมาคือ มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย = 4.61

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านความรู้ความสามารถ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือท่านมีความรู้ด้านวิชาชีพเกี่ยวกับอาหาร ค่าเฉลี่ย = 4.34 รองลงมาคือ ท่านมีความรู้ด้านบริหารธุรกิจ การเงิน การตลาด ค่าเฉลี่ย = 4.16 ระดับมาก

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนิน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ การบริหารจัดการภายในร้าน ค่าเฉลี่ย = 4.43 รองลงมาคือ ทำเล ค่าเฉลี่ย = 4.34

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการจัดการ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านดำเนินงานและเทคโนโลยีและปัจจัยด้านการเงิน มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ

ด้านการจัดการมีดังนี้ ควรมีการวางแผนและจัดกระบวนต่างๆ ให้เป็นระบบ มีการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน เพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีการฝึกอบรมพนักงาน

ด้านการตลาด ควรจัดให้มีโปรโมชั่น การขายผ่านช่องทางออนไลน์ และมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ มีตราสินค้าและมีชื่อร้านที่เป็นเอกลักษณ์ ให้ความสำคัญกับการบริการที่ดี

ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี ควรจัดช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าที่สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว เช่น เว็บไซต์ของตนเอง Line ID Instagram รูปแบบเข้าใจง่าย สามารถชำระเงินปลายทางได้ หรือใช้ QR Code ในการสั่งอาหารและชำระเงิน เป็นต้น

ด้านการเงิน ควรมีแผนการใช้จ่ายเงินระยะสั้น ระยะยาว เงินทุนสำรองในกรณีฉุกเฉิน เช่น เกิดการขาดทุน หรือใช้หมุนเวียนภายในร้าน อีกทั้งจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่ายให้ถูกต้อง สามารถตรวจสอบได้ รู้จักการบริหารการเงินอย่างเหมาะสม มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ อีกทั้งควรมีโบนัสให้กับพนักงาน

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอร์รี่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท มีประสบการณ์ในการประกอบการร้านอาหารคลีน 1 – 2 ปี และมีการแสวงหาความรู้จากอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ด้านการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.36

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จ ค่าเฉลี่ย 4.39 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิศรา บุญสว่าง (2556) พบว่า ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่าน

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ อาหารคลีนของท่านสดใหม่ มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย = 4.70

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย = 4.48

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ กับ ท่านมีการวางแผนทางการเงินที่ดี ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ค่าเฉลี่ย = 4.31

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ มีความซื่อสัตย์สุจริต ค่าเฉลี่ย = 4.84 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรันญา อรุณภู่ (2557) เกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการ และแนวคิดของฟรานเซส แมคคักกิน (2550) ซึ่งกล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านความรู้ความสามารถ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือท่านมีความรู้ด้านวิชาชีพเกี่ยวกับอาหาร ค่าเฉลี่ย = 4.34 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาลิสา เลิศสกุล (2555) พบว่าผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ในลักษณะงานของตนเองในการการประกอบธุรกิจนั้นๆ

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนิน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ การบริหารจัดการภายในร้าน ค่าเฉลี่ย = 4.43

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ กับ ท่านมีการวางแผนทางการเงินที่ดี ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ค่าเฉลี่ย = 4.31

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย 4.52

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ มีความซื่อสัตย์สุจริต ค่าเฉลี่ย = 4.84

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านความรู้ความสามารถ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือท่านมีความรู้ด้านวิชาชีพเกี่ยวกับอาหาร ค่าเฉลี่ย = 4.34

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนิน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ การบริหารจัดการภายในร้าน ค่าเฉลี่ย = 4.43

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

1. จำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ เหลือเพียง 158 ราย อาจมีผลต่อค่าทางสถิติ ซึ่งควรมีการเก็บข้อมูลที่มากกว่านี้

2. ผู้ประกอบการควรปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในด้านต่างๆ ของตนเองที่มีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยกลุ่ม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาคุณภาพและความเชื่อมั่นเกี่ยวกับธุรกิจบริการรับ-ส่งอาหาร เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่รับบริการ

2. การศึกษาเกี่ยวกับระบบบัญชีที่เหมาะสมกับร้านอาหารคลีน เพื่อประสิทธิภาพในการวางแผนทางการเงิน

บรรณานุกรม

ชาลิสา เลิศสกุล. (2555) การพัฒนาเกณฑ์สมรรถนะเพื่อประเมินคุณลักษณะของผู้ประกอบการใหม่สาขาธุรกิจไซเบอร์และสาขาการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์และมัลติมีเดีย. ปริญญานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาผู้ใหญ่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ.(2555).การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS.(พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: บริษัท เอส.อาร์. พริ้นติ้งแมสโปรดักส์ จำกัด.

แมคคักกิน,ฟรานเซส. **กลยุทธ์ความสำเร็จสำหรับเจ้าของธุรกิจและ CEO ยุคใหม่.** แปลโดย อนัญญา จารุวงศ์วณิชย์. กรุงเทพฯ : โนวเลจเบสท์, 2550.

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ . (2558) “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม”. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2558

ไว จามรมาน และคณะ. รายงานการวิจัยการพัฒนากลไกสนับสนุนการสร้างธุรกิจใหม่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมศาสตร์ , 2549.

วิไลภรณ์ ใช่พาณิชย์ตระกูล , ธุรกิจบริการอาหารเพื่อสุขภาพ สุขเสวย , 2552.

ศรันญา อรุณภู่, การศึกษาสมรรถนะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจการบริการของบริษัทเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด, (2556).

ศิริพงศ์ รักใหม่ ,ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จร้านอาหารและภัตตาคาร : กรณีศึกษาผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารในเขตประเวศและเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร , 2552.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2549). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: พัฒนศึกษา.

สุนิศรา บุญสว่าง ,ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ ในเขตพื้นที่พระราม 2 กรุงเทพมหานคร, 2556.

“แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ” (2561). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา : http:// www.sms-stou.orh/archives/2225 . Ranee (20 ส.ค. 2561)

“อาหารคลีน คืออะไร มีอะไรบ้าง กินคลีนดีต่อสุขภาพอย่างไร”. (2561). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.เกร็ดความรู้.net/อาหารคลีน/ (10 พ.ย. 2560)

Frese. (2009). Management. 5th ed. USA : John Wilcy & Son, Inc.

Kotler, Philip. (2010). Marketing Management. n.l.:Prentice Hall.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอร์รี่ (Cleanfood delivery) ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอร์รี่ (Cleanfood delivery) ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของร้านอาหารคลีนเดลิเวอร์รี่

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

3. ความหมายของค่าระดับความคิดเห็น

5 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นมากที่สุด

4 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นมาก

3 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นปานกลาง

2 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นน้อย

1 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 1 คุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ( )

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) ต่ำกว่า 30 ปี

( ) 31 – 40 ปี

( ) 41 – 50 ปี

( ) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

( ) ประถมศึกษา ( ) ปริญญาตรี

( ) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

( ) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ( ) อื่นๆ

4. สถานภาพ

( ) โสด ( ) สมรส

5. รายได้ต่อเดือน (ประมาณ)

( ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ( ) 50,001 – 100,000 บาท

( ) 30,001 – 50,000 บาท ( ) 100,001 ขึ้นไป

6. ประสบการณ์ในการประกอบการร้านอาหารคลีน

( ) น้อยกว่า 1 ปี ( ) 3 – 5 ปี

( ) 1 – 2 ปี ( ) มากกว่า 5 ปี

7. การแสวงหาความรู้จากแหล่งใด

( ) การฝึกอบรม

( ) อินเทอร์เน็ต

( ) หนังสือ วารสาร อื่นๆ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างท้ายข้อความช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ตามความเป็นจริง

ข้อ	ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านการจัดการ					
1	ท่านมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ					
2	ท่านมีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน					
3	ท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที และมีประสิทธิภาพ					
4	ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างใกล้ชิด					
5	ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่าน					
	ด้านการตลาด					
6	อาหารคลีนของท่านสดใหม่ มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า					
7	อาหารคลีนของท่านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
8	ท่านมีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้า					
9	อาหารคลีนของท่านให้คุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน					
10	ท่านมีส่วนลดสำหรับสมาชิก					
11	ท่านมีการจัดโปรโมชั่นเมนูใหม่ๆ อยู่เสมอ					

ข้อ	ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี					
12	ท่านจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการผลิต					
13	ท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ					
14	อาหารคลีนของท่านได้รับการรับรองความปลอดภัยจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง					
15	อาหารคลีนของท่านสามารถสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์					
16	เมื่อมีปัญหาในกระบวนการผลิตท่านสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อไปได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว					
17	ท่านมีบริการจัดส่งถึงที่อย่างรวดเร็วทันใจ					
	ด้านการเงิน					
18	ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองในการดำเนินธุรกิจอย่างเพียงพอ					
19	ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้					
20	ท่านมีการวางแผนทางการเงินที่ดี ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว					
21	ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงิน เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ					
22	ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจคลีนฟูด เดลิเวอรี่

ข้อ	ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล					
1	มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน					
2	มีความรับผิดชอบ					
3	เป็นคนที่เชื่อมั่นในตัวเอง					
4	มีความซื่อสัตย์สุจริต					
5	มีความคิดสร้างสรรค์					
6	ชอบที่จะแสวงหาความรู้ข่าวสารต่างๆ					
7	กล้าเสี่ยง มองเห็นโอกาส และมักมีโชคทางธุรกิจ					
	ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ					
8	ท่านมีความรู้ด้านเศรษฐกิจ และความรู้รอบตัว					
9	ท่านมีความรู้ด้านบริหารธุรกิจ การเงิน การตลาด					
10	ท่านมีความรู้ด้านเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวก					
11	ท่านมีความสามารถการสื่อสารและภาษา					
12	ท่านมีความรู้ด้านวิชาชีพเกี่ยวกับอาหาร					
13	ท่านมีความรู้ด้านกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ					
	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ					
14	ทำเลที่ตั้ง					
15	สภาพแวดล้อม					
16	เงินทุนหมุนเวียน					
17	แหล่งเงินทุน					
18	การบริหารจัดการภายในร้าน					
19	ภาวะเศรษฐกิจ					
20	ความช่วยเหลือภาครัฐ					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ด้านการจัดการ……

……

ด้านการตลาด……

……

ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี……..

……..

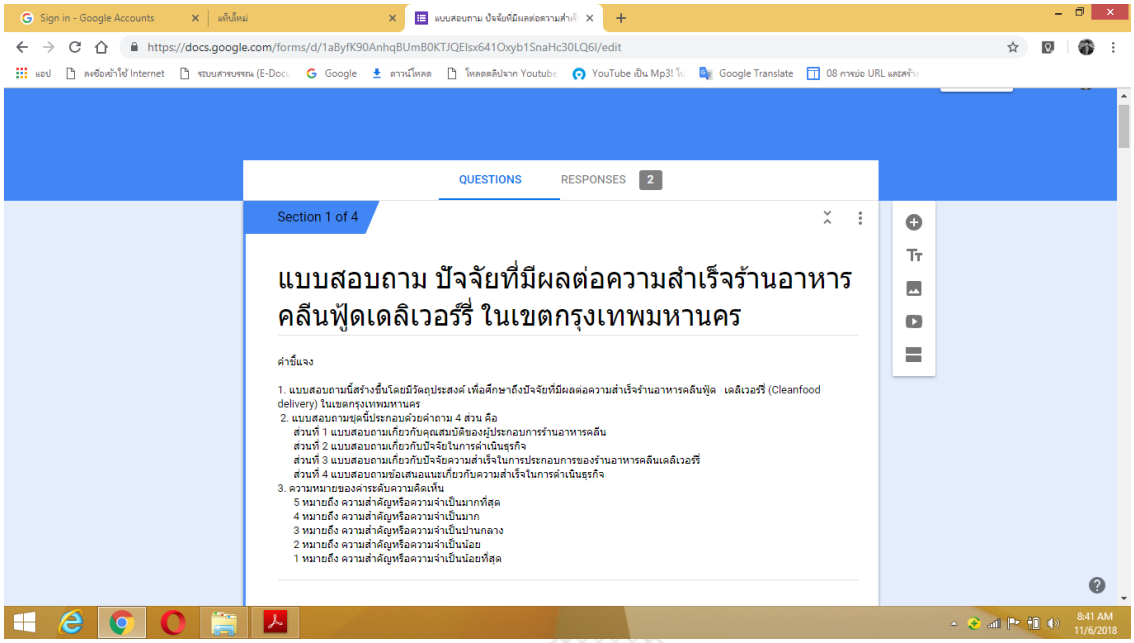
ด้านการเงิน……

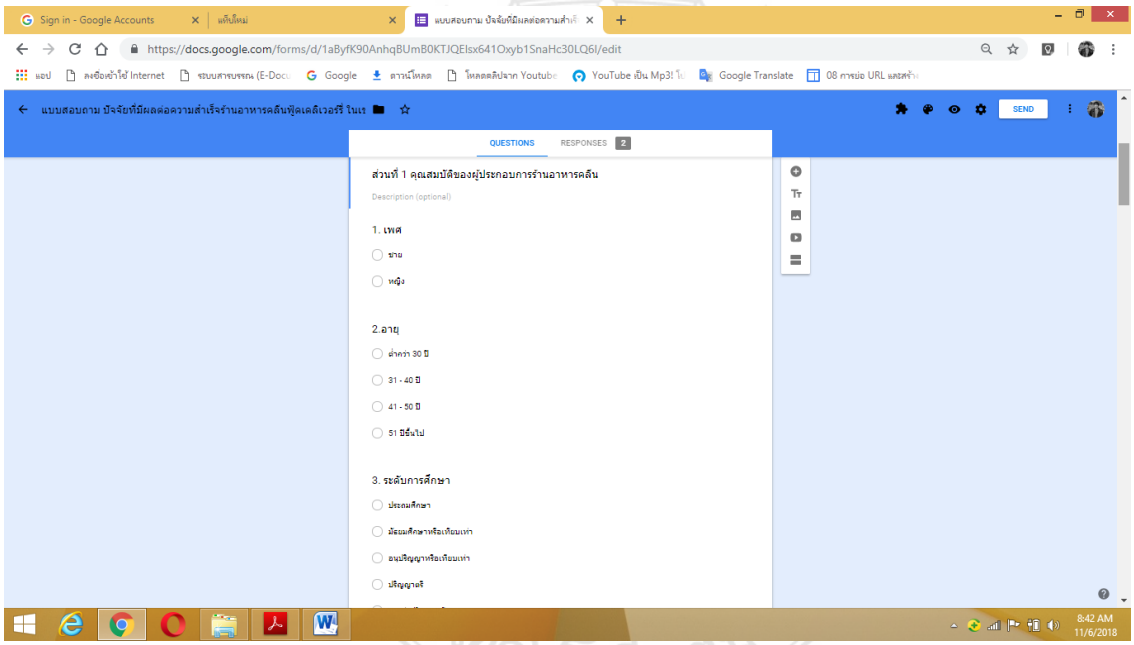
……

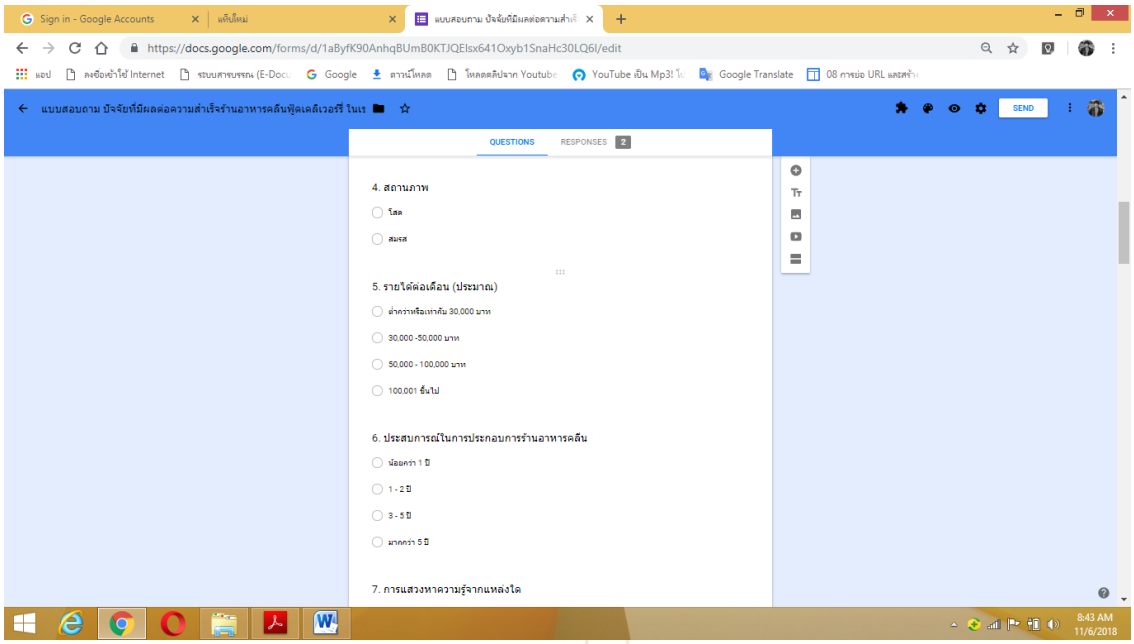
ขอขอบพระคุณ

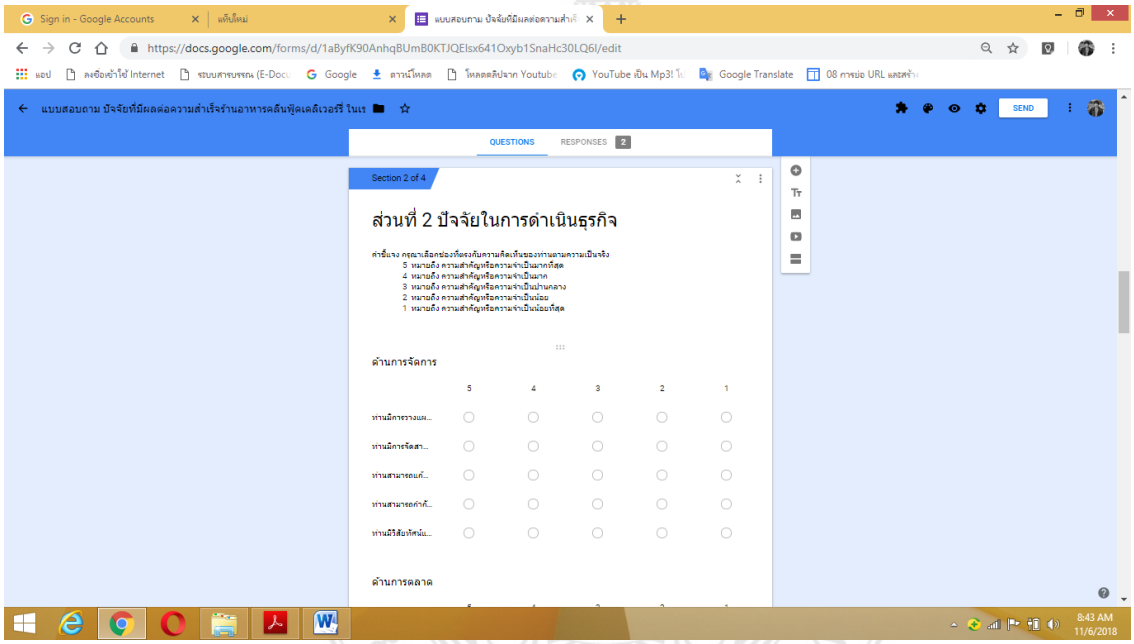
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

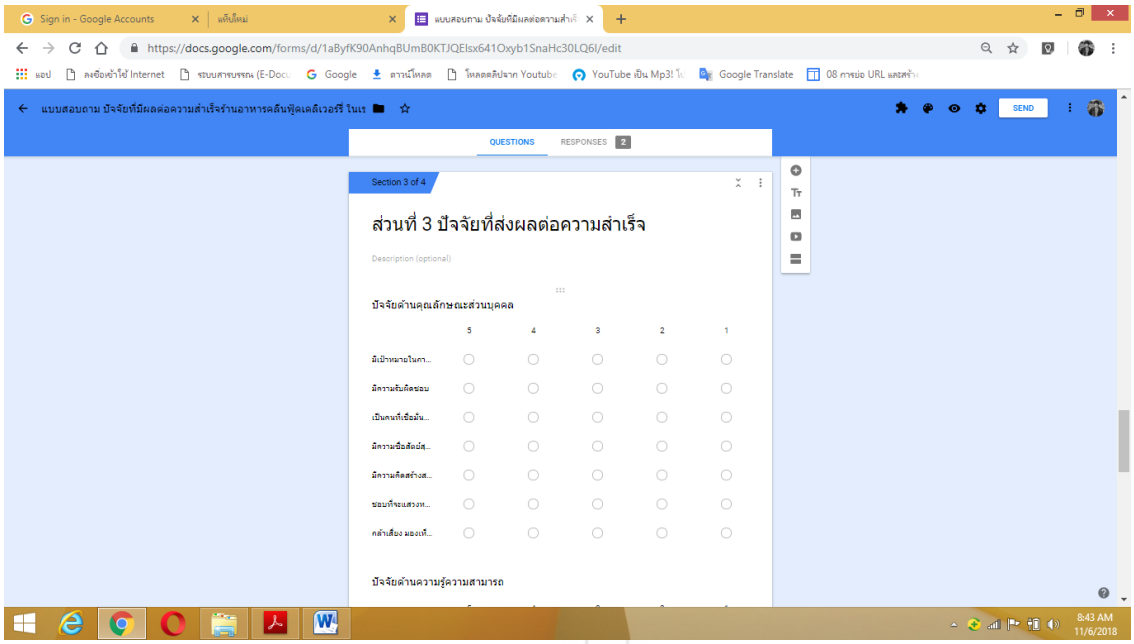
ตัวอย่างแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้ google forms

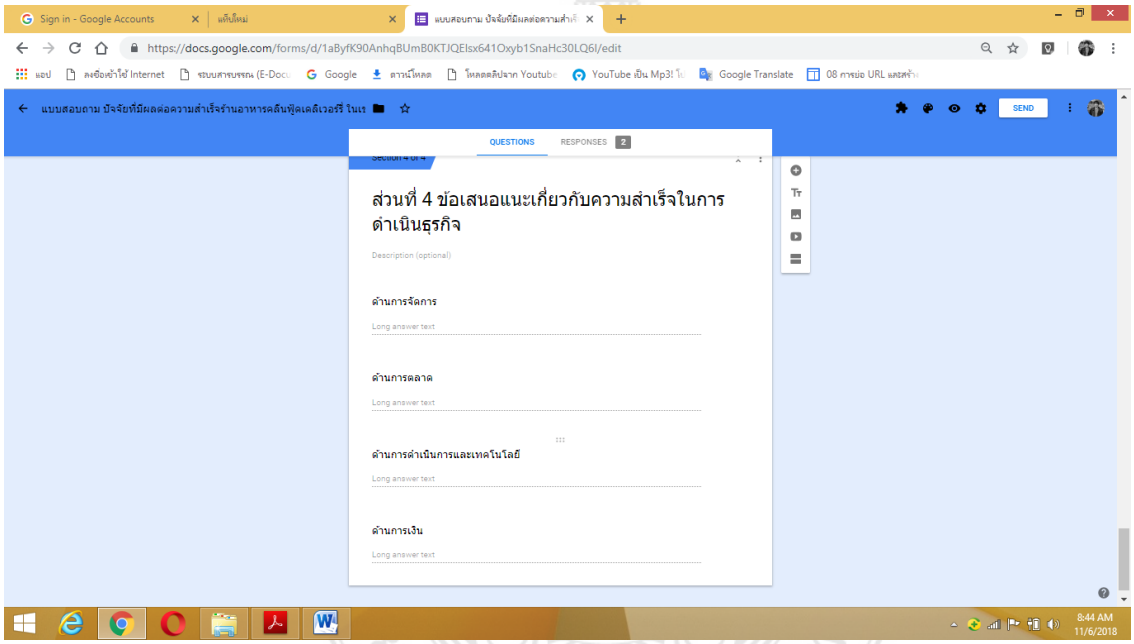





Sign in - Google Accounts
https://docs.google.com/forms/d/1aByfK90AnhqBUmB0KTJQEIsx641Oxyb1SnaHc30LQ6I/edit
แบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเข
SEND
QUESTIONS
RESPONSES 2
4. สถานภาพ
โสด
สมรส
5. รายได้ต่อเดือน (ประมาณ)
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท
30,000 -50,000 บาท
50,000 - 100,000 บาท
100,001 ขึ้นไป
6. ประสบการณ์ในการประกอบการร้านอาหารคลีน
น้อยกว่า 1 ปี
1 - 2 ปี
3 - 5 ปี
มากกว่า 5 ปี
7. การแสวงหาความรู้จากแหล่งใด
8:43 AM
11/6/2018


Sign in - Google Accounts
https://docs.google.com/forms/d/1aByfK90AnhqBUmB0KTJQEIsx641Oxyb1SnaHc30LQ6I/edit
แบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเข
SEND
QUESTIONS
RESPONSES 2
Section 2 of 4
ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ
5 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นมากที่สุด
4 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นมาก
3 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นปานกลาง
2 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นน้อย
1 หมายถึง ความสำคัญหรือความจำเป็นน้อยที่สุด
ด้านการจัดการ
5
4
3
2
1
ด้านการตลาด
8:43 AM
11/6/2018


Sign in - Google Accounts
https://docs.google.com/forms/d/1aByfK90AnhqBUmB0KTJQEIsx641Oxyb1SnaHc30LQ6I/edit
แบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเข
SEND
QUESTIONS
RESPONSES 2
Section 3 of 4
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ
Description (optional)
ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล
5 4 3 2 1
ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ
8:43 AM
11/6/2018


Sign in - Google Accounts
https://docs.google.com/forms/d/1aByfK90AnhqBUmB0KTJQEIsx641Oxyb1SnaHc30LQ6I/edit
แบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านอาหารคลีนฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเข
SEND
QUESTIONS
RESPONSES 2
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
Description (optional)
ด้านการจัดการ
Long answer text
ด้านการตลาด
Long answer text
ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี
Long answer text
ด้านการเงิน
Long answer text
8:44 AM
11/6/2018

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นาย นางสาว นาง ยศ

นายชูชัย พิทักษ์เมืองแมน

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) MrN., Miss, Mrs., Rank

Mr.Choochai Pitukmuangman

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3509900968379

3. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์

เงินเดือน 49,600 บาท

4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต 10300

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โทร. 02-6653555

โทรสาร. 02-2829109

E-mail : choochai@hotmail.com

5. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี ศึกษาศาสตร์บัณฑิต(บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปริญญาโท ธุรกิจอุตสาหกรรม ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

สาขาการบัญชี โปรแกรมสำเร็จรูปบัญชี

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :

1. บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนระบบมัลติมีเดีย เรื่องเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (2542)

2. ทัศนะของนักศึกษาต่อการนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินชีวิต กรณีศึกษา : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (2553)

ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่

ทัศนะของนักศึกษาต่อการนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินชีวิต กรณีศึกษา : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (2553)