ปัจจัยและเส้นทางสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

Factors and Pathways to Success of Young Entrepreneurs in the Café Business: A Case Study of Mueang District, Songkhla Province.

ฟัรฮาน่า อำไพศิริ[1*], ภูริภัทร แข็งขัน[2], ศรสวรรค์ แท่นพรหม[3] และปฐมภพ อ่อนอุ่น[4]

Farnhana Ampaisiri[1*], Phuriphat Khaengkhan[2], Sornsawan Thaenprom[3] and Patompob On-oun[4]

***Corresponding author, e-mail: 661101102@tsu.ac.th**

Received 06/10/2025
Revised 05/11/2025
Accepted 16/11/2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ 2) ศึกษาประสบการณ์และมุมมองที่ส่งผลต่อความสำเร็จในระยะยาว และ 3) หาแนวทางส่งเสริมปัจจัยทั้ง 4 ด้านเพื่อความยั่งยืน การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการคาเฟ่ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 12 ราย ที่มีประสบการณ์ดำเนินกิจการอย่างน้อย 1 ปี เลือกแบบเจาะจงจนข้อมูลอิ่มตัว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบปัจจัยความสำเร็จ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย ความมั่นใจในตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความมุ่งหวัง และความยืดหยุ่นทางอารมณ์ ด้านที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ บุคลิกภาพ และทักษะ ด้านที่ 3 ปัจจัยด้านเครือข่าย ประกอบด้วย ความจำเป็น ความไม่สมดุล การพึ่งพาอาศัยกัน ความมีประสิทธิภาพ ความมั่นคง และความชอบธรรม และด้านที่ 4 ปัจจัยด้านนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และกลยุทธ์ ปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในระยะยาวคือ คุณภาพสินค้าและบริการ การสร้างเอกลักษณ์ และความซื่อสัตย์ ขณะที่อุปสรรคหลักคือ การแข่งขันที่รุนแรง การจัดการบุคลากร และการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยี ผลการวิจัยแสดงว่าความสำเร็จเกิดจากการทำงานร่วมกันของปัจจัยทั้ง 4 ด้าน โดยปัจจัยด้านจิตวิทยาเป็นรากฐานสำคัญที่สุด ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ควรพัฒนาตนเองทั้ง 4 ด้านอย่างสมดุล โดยเฉพาะการสร้างความมั่นใจแต่เปิดใจรับฟัง สร้างเอกลักษณ์จากจุดเด่นของตนเอง

[1-3] นักศึกษา, วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา, มหาวิทยาลัยทักษิณ
Students, College of Development Management, Thaksin University
[4] อาจารย์, วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา, มหาวิทยาลัยทักษิณ
Professor, College of Development Management, Thaksin University

สร้างเครือข่ายที่แข็งแกร่ง และพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการพัฒนาทักษะ สร้างเครือข่าย และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจ SMEs

คำสำคัญ: *ปัจจัยความสำเร็จ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ธุรกิจคาเฟ่*

Abstract

This qualitative study aimed to 1) examine success factors of young entrepreneurs in the café business, 2) explore experiences and perspectives affecting long-term success, and 3) identify approaches to promote all four factors for sustainability. Data were collected through in-depth interviews using semi-structured interview guides with 12 café entrepreneurs in Mueang District, Songkhla Province, who had at least one year of business experience. Participants were purposively selected until data saturation was achieved. Data were analyzed using content analysis. The findings revealed four main success factors: Factor 1: Psychological factors, comprising self-efficacy, optimism, hope, and resilience; Factor 2: Personal characteristics, comprising demographic characteristics, personality traits, and entrepreneurial skills; Factor 3: Network factors, comprising necessity, asymmetry, reciprocity, efficiency, stability, and legitimacy; and Factor 4: Innovation factors, comprising product innovation, process innovation, and strategic innovation. Key factors for long-term success included product and service quality, identity and differentiation, and honesty toward customers. Major challenges were intense competition, personnel management, and technology adaptation. The study demonstrates that entrepreneurial success results from the integration of all four factors, with psychological factors serving as the most critical foundation. Recommendations for young entrepreneurs include balanced self-development across all four dimensions, particularly building confidence while remaining open-minded, creating authentic identity from their strengths, establishing strong networks, and continuously developing innovations. Related agencies should support skill development, network building, and infrastructure improvement to promote SME sustainability.

Keywords: *Success Factors, Young Entrepreneurs, Café Business*

บทนำ

ธุรกิจคาเฟ่ในประเทศไทยมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Y และ Z ที่ให้ความสำคัญกับไลฟ์สไตล์ การแสดงออกถึงตัวตน และประสบการณ์ที่แตกต่าง เพื่อใช้เป็นพื้นที่ถ่ายภาพแชร์โซเชียลมีเดีย แสดงให้เห็นว่าคาเฟ่ไม่ใช่เพียงสถานที่บริโภคเครื่องดื่มและอาหาร แต่เป็นพื้นที่แสดงออกถึงไลฟ์สไตล์และตัวตนของผู้บริโภคยุคใหม่ การเติบโตของตลาดดังกล่าวส่งผลให้มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่จำนวนมากสนใจเข้าสู่ธุรกิจนี้ โดยมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่น และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจคาเฟ่ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่จัดอยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยทั้งด้านการผลิต การจ้างงาน และการส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ ข้อมูลจาก Thailand Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2022) ระบุว่าผู้ประกอบการ SMEs ที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 แสดงให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่มีความสนใจในการเริ่มต้นธุรกิจเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การขาดเงินทุนสนับสนุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่จำกัด การขาดทักษะด้านการบริหารจัดการและการตลาด รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงในตลาด ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความอยู่รอดและความสำเร็จของธุรกิจโดยตรง

จังหวัดสงขลา โดยเฉพาะอำเภอเมือง เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การศึกษา การท่องเที่ยว และวัฒนธรรมของภาคใต้ที่มีธุรกิจคาเฟ่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องข้อมูลจาก Office of the National Economic and Social Development Council (2022) พบว่าจังหวัดสงขลามีสถานประกอบการในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัด ธุรกิจคาเฟ่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องแม้เศรษฐกิจจะผันผวน เนื่องจากมีศักยภาพในการสร้างรายได้และตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว และคุณภาพ

แม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจคาเฟ่และผู้ประกอบการ SMEs หลายงานแต่ยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่อย่างเป็นระบบโดยเฉพาะการศึกษาที่ครอบคลุมหลายมิติ ทั้งด้านจิตวิทยา ลักษณะส่วนบุคคล เครือข่าย และนวัตกรรม รวมทั้งการศึกษาประสบการณ์และมุมมองของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและยังคงดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ประสบการณ์และมุมมองของผู้ประกอบการ ตลอดจนแนวทางในการส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจ ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจเริ่มต้นธุรกิจคาเฟ่ ผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาธุรกิจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายและมาตรการสนับสนุน SMEs ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1.เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่โดยเฉพาะในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ต้องเผชิญในการดำเนินธุรกิจ

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยและเส้นทางสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ

McClelland (1953) กล่าวว่าผู้คนมีแรงจูงใจที่ต้องการประสบความสำเร็จในสิ่งที่ทำ โดยเขาพัฒนาแบบทดสอบ Thematic Apperception Test (TAT) เพื่อจำแนกบุคคลที่มีแรงจูงใจความสำเร็จสูงหรือต่ำจากคำอธิบายและความรู้สึกที่ผู้ทดสอบมีต่อภาพต่าง ๆ แนวคิดนี้เป็นพื้นฐานของการทบทวนปัจจัยแห่งความสำเร็จในองค์กร

2) แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

นักวิชาการให้นิยามคำว่า "ผู้ประกอบการ" ในมุมมองที่แตกต่างกัน แต่มีสาระสำคัญร่วมกันว่าผู้ประกอบการคือบุคคลที่มีบทบาทในการค้นหาและตอบสนองความต้องการของตลาด พร้อมเผชิญกับความเสี่ยงด้วยความมุ่งมั่นสร้างการเปลี่ยนแปลงผ่านนวัตกรรมและความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ Longenecker et al. (2006) ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่สามารถค้นพบความต้องการของตลาดและดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น โดยต้องมีแรงกระตุ้นที่ผลักดันให้เกิดนวัตกรรมและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและต้องรับมือกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น

3) คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีคุณลักษณะหลายประการร่วมกัน แม้อาจไม่จำเป็นต้องมีครบทุกข้อแต่โดยทั่วไปมีลักษณะสำคัญตามที่ระบุไว้ในเอกสาร Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand (2009) ป็นแนวคิดพื้นฐานที่ยังถูกนำมาใช้อ้างอิงในงานวิจัยรุ่นใหม่ เพื่ออธิบายลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในยุคปัจจุบัน

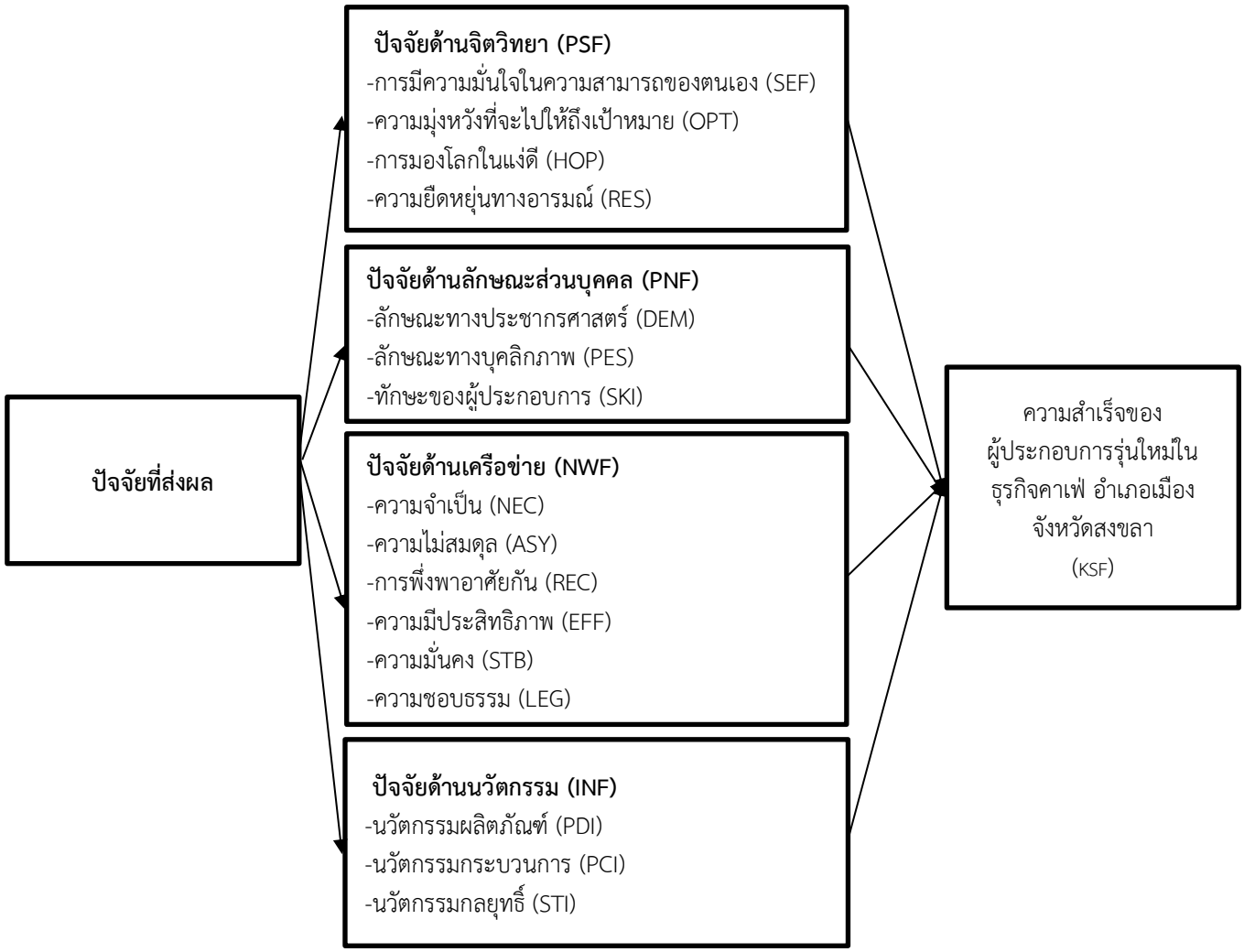
4) แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ครอบคลุมทั้งกิจการขนาดกลาง ขนาดย่อม ธุรกิจขนาดเล็กมาก (Mini หรือ Micro Enterprises) กิจการรับช่วงการผลิต (Supporting Industries) และกิจการอิสระ (Independence Enterprises หรือ Stand Alone Enterprises) ตามที่ Small and Medium Enterprise Promotion Agency (2018) กำหนดไว้

5) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

Luthans et al. (2007) ให้ความหมายของทุนทางจิตวิทยาด้านบวกว่าเป็นคุณลักษณะทางจิตใจในด้านบวกที่แต่ละบุคคลมีและสามารถพัฒนาได้ โดยแนวคิดนี้พัฒนามาจากจิตวิทยาเชิงบวกของ Martin Seligman ทุนทางจิตวิทยาด้านบวกแบ่งออกเป็น 4 คุณลักษณะหลัก คือ การรับรู้ศักยภาพของตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความมุ่งหวัง และความยืดหยุ่นทางอารมณ์

2.7 กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัยของงานความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ปรับมาจาก Model ของ Mathuros (2021)

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ดำเนินธุรกิจคาเฟ่ภายในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการคาเฟ่ จำนวน 12 ราย ที่มีคุณสมบัติดังนี้ 1) เป็นผู้ที่ได้เริ่มต้นหรือเข้ารับช่วงการบริหารธุรกิจคาเฟ่ในปัจจุบัน 2) มีประสบการณ์ในการดำเนินกิจการอย่างน้อย 1 ปี

การกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลเป็นไปตามแนวคิดของ Creswell (2013) ที่กล่าวว่าผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพควรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ตรงและสามารถให้ข้อมูลที่ลึกเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ศึกษา

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดและยินดีให้ข้อมูล ดำเนินการสัมภาษณ์จนกระทั่งข้อมูลอิ่มตัว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยแบ่งเป็น 6 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด เช่น คำถามเกี่ยวกับตำแหน่งของผู้ประกอบการ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน ประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ รูปแบบของสถานประกอบการ ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นข้อมูลที่เกิดจากปัจจัยตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ โดยใช้คำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นและประสบการณ์ได้อย่างละเอียด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นข้อมูลที่เกิดจากปัจจัยตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ ทักษะของผู้ประกอบการ โดยใช้คำถามเชิงสำรวจเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถเล่าประสบการณ์และมุมมองส่วนตัว

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกิดจากปัจจัยตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ ความจำเป็น ความไม่สมดุล การพึ่งพาอาศัยกัน ความมีประสิทธิภาพ ความชอบธรรม โดยใช้คำถามเชิงลึกเพื่อเข้าใจบทบาทและความสำคัญของเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกิดจากปัจจัยตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมกลยุทธ์นวัตกรรมกลยุทธ์ โดยใช้คำถามเชิงสำรวจเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถแบ่งปันประสบการณ์

ส่วนที่ 6 ความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ เป็นข้อมูลที่เกิดจากปัจจัยตัวแปรต้นในกรอบแนวคิด

การวิจัย ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเติบโตของกิจการ โดยใช้คำถามเชิงลึกเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถสะท้อนถึงปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1) ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) คณะผู้วิจัยได้นำแนวคำถามสัมภาษณ์เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารธุรกิจและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา ความชัดเจนของภาษา และความครอบคลุมของคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นปรับปรุงแนวคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

2) การทดลองใช้เครื่องมือ (Pilot Test) คณะผู้วิจัยได้นำแนวคำถามสัมภาษณ์ไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการคาเฟ่ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 ราย เพื่อทดสอบความเข้าใจของคำถาม ระยะเวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ และปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการสัมภาษณ์ จากนั้นปรับปรุงคำถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสมยิ่งขึ้น

3) ความเชื่อมั่น (Reliability) คณะผู้วิจัยสร้างความเชื่อมั่นของข้อมูลด้วยการใช้เทคนิคการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยการเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์หลายราย การบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ และการจดบันทึกภาคสนาม เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมการก่อนการสัมภาษณ์

1) ติดต่อผู้ประกอบการเพื่อขออนุญาตและนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยเลือกสถานที่ที่ผู้ให้สัมภาษณ์สะดวกและเอื้อต่อการให้ข้อมูล เช่น ที่ร้านคาเฟ่ของผู้ประกอบการหรือสถานที่ที่เงียบสงบ

2) เตรียมอุปกรณ์ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง สมุดจดบันทึก แนวคำถามสัมภาษณ์ และหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล

3) ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับร้านคาเฟ่ของผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อสร้างความเข้าใจและความคุ้นเคยก่อนการสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการสัมภาษณ์

1) แนะนำตัวและอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ผู้ให้สัมภาษณ์ทราบ

2) ขออนุญาตในการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์และแจ้งให้ทราบว่าข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับและนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

3) ดำเนินการสัมภาษณ์ตามแนวคำถามที่เตรียมไว้ โดยใช้คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

4) จดบันทึกประเด็นสำคัญและสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์ระหว่างการสัมภาษณ์

5) ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 45-60 นาทีต่อราย ขึ้นอยู่กับปริมาณข้อมูลที่ได้รับ

6) สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมหากมีประเด็นที่ยังไม่ชัดเจนหรือต้องการความลึกซึ้งเพิ่มเติม

ขั้นตอนที่ 3 หลังการสัมภาษณ์

1) ขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์สำหรับเวลาและข้อมูลที่ได้รับ

2) ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลและเครื่องบันทึกเสียง

3) ถอดเทปบันทึกเสียงการสัมภาษณ์เป็นข้อความ (Transcription) ภายใน 2-3 วันหลังการสัมภาษณ์เพื่อความสดใหม่ของข้อมูล

4) ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ถอดเทปโดยฟังเทปซ้ำและเปรียบเทียบกับบันทึกภาคสนาม

5) จัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวทางของ Braun and Clarke (2006) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทำความคุ้นเคยกับข้อมูล (Familiarizing with Data) คณะผู้วิจัยอ่านข้อมูลจากการถอดเทปบันทึกเสียงหลายครั้งเพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาโดยรวม พร้อมทั้งจดบันทึกประเด็นเบื้องต้นที่น่าสนใจ

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างรหัสเบื้องต้น (Generating Initial Codes) คณะผู้วิจัยทำการกำหนดรหัส (Coding) ให้กับข้อมูลที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยจัดกลุ่มข้อมูลที่มีความหมายคล้ายคลึงกันเข้าด้วยกัน

ขั้นตอนที่ 3 การค้นหาประเด็นหลัก (Searching for Themes) คณะผู้วิจัยรวบรวมรหัสต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกันเพื่อสร้างเป็นประเด็นหลัก (Themes) ที่สามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยประเด็นหลักจะถูกจัดกลุ่มตามกรอบแนวคิดการวิจัย 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม

ขั้นตอนที่ 4 การทบทวนประเด็นหลัก (Reviewing Themes) คณะผู้วิจัยตรวจสอบความเหมาะสมของประเด็นหลักที่ได้ โดยพิจารณาว่าประเด็นหลักมีความสอดคล้องกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาหรือไม่ และปรับปรุงประเด็นหลักให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดและตั้งชื่อประเด็นหลัก (Defining and Naming Themes) คณะผู้วิจัยกำหนดความหมายและขอบเขตของแต่ละประเด็นหลักอย่างชัดเจน พร้อมทั้งตั้งชื่อที่สะท้อนเนื้อหาของประเด็นหลักนั้น ๆ

ขั้นตอนที่ 6 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ (Producing the Report) คณะผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเขียนเรียงความพร้อมยกตัวอย่างคำพูดจากผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์และเชื่อมโยงผลการวิเคราะห์เข้ากับวัตถุประสงค์การวิจัยและกรอบแนวคิด

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการตรวจสอบ ดังนี้

การตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) คณะผู้วิจัยเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายเพื่อดูความสอดคล้องของข้อมูล

การตรวจสอบโดยผู้ให้ข้อมูล (Member Checking) คณะผู้วิจัยส่งข้อมูลที่ถอดเทปให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วน

การตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Review) คณะผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความสมเหตุสมผลของการตีความหมาย

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 12 ราย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและร้านคาเฟ่

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคาเฟ่ทั้ง 12 ราย พบว่ามีความหลากหลายในหลายด้าน ดังนี้ เพศและอายุ ผู้ประกอบการเป็นเพศหญิง 7 ราย และเพศชาย 5 ราย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจคาเฟ่เป็นที่สนใจของทั้งสองเพศ โดยมีอายุระหว่าง 25-40 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยที่มีความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจ ระดับการศึกษา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ 8 ราย จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มี 1 ราย จบระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และอีก 3 ราย จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ความแตกต่างในระดับการศึกษาส่งผลให้มีวิธีการจัดการธุรกิจที่หลากหลาย รูปแบบธุรกิจ ผู้ประกอบการจำนวน 9 ร้าน จดทะเบียนเป็นเจ้าของคนเดียว ซึ่งแสดงถึงการเริ่มต้นธุรกิจขนาดเล็กที่มีความยืดหยุ่น มี 2 ร้าน จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด และ 1 ร้าน เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินกิจการมีความแตกต่างกันมาก โดยร้านที่เปิดใหม่ที่สุดดำเนินการมา 1 ปี ส่วนร้านที่เก่าแก่ที่สุดดำเนินการมาแล้ว 26 ปี จำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 2-15 คน ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ พื้นฐานก่อนเริ่มธุรกิจ ผู้ประกอบการ 6 ราย มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมาก่อน เช่น การทำงานในโรงแรม การเป็นเชฟ หรือการทำร้านอาหาร ส่วนอีก 5 ราย ไม่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรง แต่เริ่มต้นจากความสนใจส่วนตัว และมี 1 ราย ที่สืบทอดธุรกิจจากครอบครัว

1.2 ลักษณะของสถานประกอบการ ทำเลที่ตั้ง ร้านคาเฟ่ในพื้นที่วิจัยตั้งอยู่ใน 4 ทำเลหลัก คือ กลุ่มในย่านเมืองเก่าบนถนนนางงามและถนนรามัญ กลุ่มในย่านที่พักอาศัยบนถนนกาญจนวนิช กลุ่มริมชายหาดบนถนนชลาทัศน์ และกลุ่มในซอยที่ค่อนข้างซ่อนลับ แต่ละทำเลมีที่ได้เปรียบแตกต่างกัน เช่น ย่านเมืองเก่ามีนักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย ริมชายหาดมีวิวทะเลที่สวยงาม และในซอยสร้างความรู้สึกเป็นร้านลับ รูปแบบร้านและแนวคิด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการตกแต่งร้านเพื่อสร้างความแตกต่างเอกลักษณ์ของร้าน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มแรกเป็นร้านสไตล์วินเทจและย้อนยุค เช่น ใช้ของเก่าในการตกแต่งและอนุรักษ์บ้านไม้เก่า กลุ่มที่สองเป็นร้านที่เน้นความทันสมัย เช่น ใช้ขวดไวน์ตกแต่งและร้านที่มีบรรยากาศคล้ายชายหาด และกลุ่มที่สามเป็นร้านที่มีธีมเฉพาะ เช่น ร้านที่สร้างบรรยากาศเหมือนสวนลับและร้านที่มีวิวทะเล ผลิตภัณฑ์และบริการ ร้านต่าง ๆ มีเมนูที่หลากหลาย ครอบคลุมอาหารไทย อาหารเหนือ อาหารยุโรป กาแฟ ชา และเบเกอรี่ ผู้ประกอบการสร้างเมนูเฉพาะตัวเพื่อเป็นจุดขาย เช่น ร้านที่มีเค้กอินโดพรุนเลเยอร์ ร้านที่มีเมนูอาหารบะหมี่เย็นซอสงา ร้านที่มีกาแฟส้ม และร้านมีข้าวผัดสับปะรดเสิร์ฟในลูกสับปะรด หลายร้านทำเบเกอรี่โฮมเมดเองและหมุนเวียนเมนูใหม่เพื่อรักษาคุณภาพและความสดใหม่

การจัดการพื้นที่ ร้านส่วนใหญ่แบ่งพื้นที่เป็นโซนในร้านที่มีเครื่องปรับอากาศสำหรับลูกค้าที่ต้องการทำงาน และโซนกลางแจ้งสำหรับลูกค้าที่ต้องการผ่อนคลาย บางร้านมีมุมสำหรับถ่ายรูปและพื้นที่สำหรับกิจกรรมพิเศษ การบริการเป็นกันเองและอบอุ่นช่วยสร้างความประทับใจและทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการอีก

ส่วนที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการตามกรอบแนวคิด

2.1 ปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการ (Psychological Capital) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคาเฟ่ทั้ง 12 ราย พบว่าปัจจัยทางจิตวิทยามีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยสามารถอธิบายได้ตามองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

2.1.1 ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ผู้ประกอบการทุกรายให้ความสำคัญกับความมั่นใจในความสามารถของตนเอง เพราะช่วยให้สามารถตัดสินใจได้รวดเร็วและมั่นคง ยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าและพนักงาน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการหลายรายเตือนว่าต้องรักษาสมดุล ไม่ควรมั่นใจมากเกินไปจนไม่เปิดรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น บางรายเปรียบเทียบว่าความมั่นใจที่มากเกินไปเหมือน "น้ำเต็มแก้วที่ไม่รับข้อมูลใหม่" ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจ

2.1.2 การมองโลกในแง่ดี (Optimism) ผู้ประกอบการทุกรายเห็นตรงกันว่าการมีทัศนคติเชิงบวกมีความสำคัญ การมองโลกในแง่ดีช่วยในการจัดการปัญหาและสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี ผู้ประกอบการมองปัญหาเป็นโอกาสในการเรียนรู้ ไม่ยอมแพ้ง่าย และพยายามหาทางออกด้วยใจเปิดกว้าง ทัศนคติเหล่านี้ช่วยลดความเครียดและส่งผลดีต่อการทำงานของพนักงานและความพึงพอใจของลูกค้า

2.1.3 ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (Hope) ผู้ประกอบการทุกรายตระหนักถึงความสำคัญของการตั้งเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาว เป้าหมายที่ชัดเจนช่วยกำหนดทิศทางและสร้างแรงผลักดันในการพัฒนาธุรกิจ หลายรายเปรียบเทียบการทำธุรกิจกับการวิ่งมาราธอนที่ต้องใช้ความพยายามอย่างสม่ำเสมอและความอดทน เป้าหมายระยะสั้นเกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและปรับปรุงบริการ ส่วนเป้าหมายระยะยาวเน้นการสร้างความยั่งยืน การพัฒนาระบบ และการขยายฐานลูกค้า

2.1.4 ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience) ผู้ประกอบการมีวิธีจัดการความกดดันที่หลากหลาย ได้แก่ การวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ การแบ่งปัญหาใหญ่ออกเป็นส่วนย่อยและการแก้ไขทีละขั้นตอนตามลำดับความสำคัญ ผู้ประกอบการเน้นการรักษาสติและความใจเย็นเมื่อเผชิญปัญหา ไม่กระวนกระวายและใช้เวลาวิเคราะห์สาเหตุก่อนตัดสินใจ นอกจากนี้ยังมีวิธีผ่อนคลายความเครียด เช่น การพักผ่อน ฟังเพลง หรือทำกิจกรรมที่ชอบ เพื่อให้กลับมาทำงานได้อย่างมีพลัง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการตระหนักถึงความจำเป็นในการปรับตัวและเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพราะความต้องการของลูกค้าและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว การติดตามแนวโน้มตลาด การศึกษาหาความรู้ และการเปิดรับฟังความคิดเห็นเป็นสิ่งที่ให้ความสำคัญ การปรับตัวครอบคลุมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การปรับปรุงระบบจัดการ การพัฒนาทักษะพนักงาน และการสร้างนวัตกรรมในการบริการ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสามารถสร้างสมดุลระหว่างการรักษาเอกลักษณ์ของร้านและการปรับตัวตามความต้องการของตลาด

2.2 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคาเฟ่ทั้ง 12 ราย พบว่าลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยสามารถอธิบายได้ตามองค์ประกอบ 3 ด้าน ดังนี้

2.2.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประสบการณ์เดิมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มช่วยลดความเสี่ยงและแก้ปัญหาได้เร็วขึ้น ผู้ที่มีประสบการณ์จะวางแผนและจัดการได้ดี ส่วนผู้ที่ไม่มีก็ชดเชยด้วยการหาความรู้และปรับตัวให้ทันตลาด ประสบการณ์ช่วยทั้งด้านเทคนิค การเข้าใจลูกค้า การจัดการพนักงาน และการสร้างระบบงาน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้มีแนวทางในการจัดการที่หลากหลาย ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีความรู้ด้านการบริหารจัดการและการวิเคราะห์ที่ดีกว่า

2.2.2 ลักษณะทางบุคลิกภาพ ผู้ประกอบการทุกรายเน้นบุคลิกภาพที่เป็นมิตร สุภาพ น่าไว้วางใจและจริงใจ การสื่อสารที่ดีช่วยสร้างความประทับใจและรักษาลูกค้าระยะยาว การยิ้มแย้ม แสดงความเป็นกันเอง รู้จักขอโทษเมื่อผิดพลาด และขอบคุณเมื่อได้รับคำชม คือสิ่งที่ผู้ประกอบการหลายรายให้ความสำคัญ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการสร้างเอกลักษณ์ของร้านผ่านความจริงใจ การใส่ใจ และการรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ การสร้างเอกลักษณ์ไม่ได้มาจากการเลียนแบบ แต่เกิดจากการทำความเข้าใจในตัวเองและนำจุดเด่นมาพัฒนาให้เป็นจุดขาย หลายรายเน้นว่าการมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาตนเองและบริหารจัดการร้านมีประโยชน์มากกว่าการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

2.2.3 ทักษะของผู้ประกอบการ ทักษะการบริหารจัดการครอบคลุมการควบคุมต้นทุน การวางแผนการเงิน การจัดการทรัพยากร และการสร้างระบบงาน ด้านการตลาดเน้นการใช้โซเชียลมีเดีย การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล และการใช้หลัก 4P ในการวิเคราะห์ตลาดและปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักปรับตัวและเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ติดตามแนวโน้มใหม่ ศึกษาเพิ่มเติม และนำความรู้มาใช้ การเปิดรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าและนำมาปรับปรุงบริการเป็นลักษณะสำคัญของผู้ที่มีวิสัยทัศน์ระยะยาว การเรียนรู้จากผู้อื่น เข้าร่วมกิจกรรม และพัฒนาทักษะใหม่ ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและเติบโตได้

2.3 ปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคาเฟ่ทั้ง 12 ราย พบว่าเครือข่ายมีบทบาทสำคัญต่อความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจ โดยสามารถอธิบายได้ตามองค์ประกอบ 6 ด้าน ดังนี้

2.3.1 ความจำเป็น (Necessity) ผู้ประกอบการทุกรายได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวหลายรูปแบบ ทั้งกำลังใจ คำแนะนำ เงินทุน และแรงงาน ครอบครัวช่วยให้กำลังใจตั้งแต่เริ่มต้นและเป็นที่ปรึกษาเมื่อเจอปัญหา นอกจากนี้ยังช่วยโปรโมทร้านผ่านการบอกต่อและแนะนำลูกค้าใหม่ ผู้ประกอบการทุกรายให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์ เพราะช่วยให้ได้วัตถุดิบคุณภาพดีในราคาเหมาะสม ลดความเสี่ยงจากการขาดวัตถุดิบ และได้เงื่อนไขการชำระเงินที่ยืดหยุ่น

2.3.2 ความไม่สมดุล (Asymmetry) ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์และคู่ค้าเป็นมากกว่าการซื้อขาย แต่เป็นการสร้างพันธมิตรที่ช่วยเหลือกัน บางรายได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หลากหลาย เช่น การอบรม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสาธิตสินค้าในงานต่าง ๆ ซึ่งช่วยลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสเข้าถึงลูกค้า ส่วนที่ยังไม่เคยได้รับมองว่าถ้าได้รับจะช่วยให้ธุรกิจเติบโตเร็วขึ้น

2.3.3 การพึ่งพาอาศัยกัน (Reciprocity) ผู้ประกอบการทุกรายเห็นความสำคัญของการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่น ช่วยให้แลกเปลี่ยนความรู้ ช่วยเหลือกันเมื่อเจอปัญหา เช่น เครื่องเสีย วัตถุดิบขาด และร่วมกันทำการตลาด เช่น จัดงานแสดงสินค้า สร้างเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ

2.3.4 ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) การมีเครือข่ายที่ดีช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ ความรู้ หรือโอกาสทางธุรกิจ การร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่นยังช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

2.3.5 ความมั่นคง (Stability) ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและเพื่อนบ้านช่วยให้ได้ความร่วมมือ เช่น การใช้พื้นที่จอดรถ การจัดการเสียงรบกวน เพื่อนบ้านยังเป็นลูกค้าประจำและช่วยโปรโมทร้านได้ การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนจึงเป็นการลงทุนระยะยาวที่คุ้มค่า เครือข่ายที่แข็งแกร่งช่วยลดความเสี่ยง เพิ่มความน่าเชื่อถือ และช่วยให้ผ่านวิกฤตได้

2.3.6 ความชอบธรรม (Legitimacy) การมีเครือข่ายที่ดีช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้าน การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือการเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายธุรกิจที่มีชื่อเสียงช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือในสายตาของลูกค้า นอกจากนี้ยังช่วยขยายฐานลูกค้า เพิ่มช่องทางการตลาด สร้างโอกาสใหม่ และให้การเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาธุรกิจ

2.4 ปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคาเฟ่ทั้ง 12 ราย พบว่านวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจ โดยสามารถอธิบายได้ตามองค์ประกอบ 3 ด้าน ดังนี้

2.4.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ผู้ประกอบการทุกรายให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง หลายร้านเน้นใช้วัตถุดิบสด ทดลองสูตรใหม่ และสร้างเมนูที่มีเรื่องราว บางร้านทำขนมโฮมเมดหรือเบเกอรี่ที่มีลักษณะเฉพาะ ขณะที่บางร้านประยุกต์อาหารไทยแบบสมัยใหม่ นอกจากนี้ยังปรับปรุงการนำเสนอ เช่น การออกแบบแก้ว การจัดจานให้สวยงาม และการตกแต่งร้านให้โดดเด่น ผู้ประกอบการมุ่งสร้างประสบการณ์ที่มากกว่าแค่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม โดยออกแบบพื้นที่ให้เหมาะกับการถ่ายภาพแชร์โซเชียล ออกแบบโลโก้และสร้างเอกลักษณ์ที่จดจำง่าย และมีบริการเสริมที่สร้างความประทับใจ เช่น เสิร์ฟน้ำชาต้อนรับ จัดมุมสำหรับเด็ก จัดกิจกรรมพิเศษในวันหยุดหรือมีของที่ระลึกให้ลูกค้า

2.4.2 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นประโยชน์ของเทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพและลดข้อผิดพลาด โดยใช้ระบบ POS ช่วยรับออเดอร์และจัดการข้อมูลการขาย ระบบจัดการสต็อกช่วยติดตามวัตถุดิบและเตือนเมื่อใกล้หมด และแอปพลิเคชันรับออเดอร์ออนไลน์และบริการเดลิเวอรี่ช่วยขยายช่องทางการขายให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น การนำเทคโนโลยีมาใช้ช่วยให้การทำงานเป็นระบบมากขึ้น ลดความผิดพลาดในการรับออเดอร์ และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลการขาย

เพื่อวางแผนธุรกิจได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการบางรายยังพบความท้าทายในการปรับตัวและเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ที่ใช้เวลา โดยเฉพาะผู้ที่ไม่คุ้นเคย รวมถึงข้อจำกัดด้านงบประมาณที่ต้องชั่งน้ำหนักระหว่างต้นทุนกับผลตอบแทน และการขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีหรือการจัดการโซเชียลมีเดีย

2.4.3 นวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovation) ผู้ประกอบการทุกรายเห็นความสำคัญของการตลาดออนไลน์ โดยใช้ Facebook และ Instagram เป็นแพลตฟอร์มหลักในการโพสต์ภาพอาหาร เล่าเรื่องราวร้าน และสื่อสารกับลูกค้า TikTok เป็นแพลตฟอร์มใหม่ที่หลายร้านเริ่มใช้เพราะเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้ดี การทำคลิปวิดีโอสั้นแสดงกระบวนการทำอาหารหรือบรรยากาศร้านช่วยสร้างการรับรู้ได้เร็ว บางร้านจ้างอินฟลูเอนเซอร์หรือยูทูบเบอร์มารีวิวเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ ผู้ประกอบการใช้โปรโมชั่นกระตุ้นยอดขายและดึงดูดลูกค้าใหม่ ทั้งรูปแบบทั่วไป เช่น ซื้อ 2 แถม 1 ลดราคาช่วงเวลาที่กำหนด และรูปแบบสร้างสรรค์ เช่น กิจกรรมถ่ายรูปตามธีม หรือเวิร์คช็อปสอนทำขนม การจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาล เช่น วันวาเลนไทน์ วันแม่ หรือปีใหม่ ก็เป็นกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยม

ส่วนที่ 3 ประสบการณ์และมุมมองต่อความสำเร็จในระยะยาว

3.1 ปัจจัยด้านกระบวนการภายใน (Internal Process) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคาเฟ่ทั้ง 12 ราย พบว่ากระบวนการภายในมีความสำคัญต่อความยั่งยืนของธุรกิจ โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

คุณภาพสินค้าและการบริการ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่สุด ได้แก่ การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การรักษามาตรฐานรสชาติ การพัฒนาสูตรเฉพาะ และการให้บริการที่เป็นมิตร สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความประทับใจและทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ การจัดการต้นทุนและการเงิน ผู้ประกอบการต้องควบคุมต้นทุน จัดการสต็อกให้เหมาะสม และลดของเสีย ราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และความผันผวนของยอดขาย ทำให้ต้องมีการวางแผนทางการเงินที่ดี การจัดการบุคลากร การหาและรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ การฝึกอบรม และการสร้างแรงจูงใจเป็นความท้าทายที่ต้องใช้เวลาและความพยายาม พนักงานที่ขาดทักษะอาจส่งผลต่อคุณภาพบริการ ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาทีมงาน การสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่าง การออกแบบบรรยากาศร้านที่มีแนวคิดเฉพาะ การสร้างจุดถ่ายภาพที่น่าสนใจ และการผสมผสานวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์ ช่วยให้ร้านโดดเด่นและยากต่อการเลียนแบบ ความซื่อสัตย์และความจริงใจ การซื่อสัตย์ต่อคุณภาพสินค้า การตั้งราคาที่เป็นธรรม และการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ช่วยสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

3.2 ปัจจัยด้านการเติบโตของกิจการ (Growth) ผู้ประกอบการมองเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของกิจการ ดังนี้ ทำเลที่ตั้งและการเข้าถึง ร้านที่ตั้งในจุดที่เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถ และอยู่ใกล้กลุ่มเป้าหมายมักประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม บางร้านสามารถเอาชนะข้อจำกัดด้านทำเลได้ด้วยการสร้างจุดเด่นอื่นและใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม การขยายฐานลูกค้า ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การจัดโปรโมชั่น และการสร้างประสบการณ์ที่ดีเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่า การได้รับคำบอกต่อแบบปากต่อปากจากลูกค้าที่พึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญในการเติบโต การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การสร้างเมนูใหม่ การปรับปรุงบริการ และการเพิ่มช่องทางการขาย เช่น บริการเดลิเวอรี่ ช่วยเพิ่มโอกาสในการเติบโต

3.3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคหลายประการ ดังนี้ การแข่งขันที่รุนแรง การมีร้านคาเฟ่เกิดขึ้นจำนวนมากในพื้นที่เดียวกันทำให้การแย่งชิงลูกค้าเข้มข้น ผู้ประกอบการต้องหาวิธีสร้างความแตกต่าง พัฒนาเมนูใหม่ และใช้กลยุทธ์การตลาดที่สร้างสรรค์ ปัจจัยภายนอก สภาวะเศรษฐกิจ สภาพอากาศ และสถานการณ์ต่าง ๆ ส่งผลต่อยอดขาย ผู้ประกอบการต้องเตรียมแผนฉุกเฉินและมีความยืดหยุ่นในการปรับตัว การปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยี เป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการบางกลุ่ม โดยเฉพาะผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีใหม่ การฝึกอบรมพนักงานหรือจ้างผู้เชี่ยวชาญอาจเป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มที่เป็นภาระสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก

3.4 ประสบการณ์และบทเรียนจากผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการได้แบ่งปันประสบการณ์และบทเรียนที่สำคัญ ดังนี้ ความมุ่งมั่นและความอดทน การทำธุรกิจต้องใช้ความพยายามอย่างสม่ำเสมอ สามารถอดทนและไม่ยอมแพ้เมื่อเผชิญความยากลำบาก เรียนรู้จากความผิดพลาด และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การเตรียมความพร้อมและการวางแผน ต้องศึกษาตลาด วิเคราะห์คู่แข่ง ประเมินความเป็นไปได้ จัดทำแผนธุรกิจที่รอบคอบ คำนวณต้นทุนอย่างสมจริง และเตรียมเงินทุนที่เพียงพอ การค้นหาตัวตนและจุดเด่น ควรทำธุรกิจในสิ่งที่ตนเองชอบและมีความรู้ หาจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่เลียนแบบผู้อื่น การใส่ใจในรายละเอียดและคุณภาพ ให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ การปรุง การนำเสนอ และการให้บริการ

3.5 ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะเริ่มต้นธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ด้านจิตวิทยา ควรสร้างความมั่นใจในตนเองแต่ยังคงเปิดใจรับฟัง รักษาทัศนคติเชิงบวก ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน และเตรียมพร้อมรับมือกับความยากลำบาก

ด้านลักษณะส่วนบุคคล ควรพัฒนาทักษะการบริหารจัดการ การตลาด และการสื่อสาร รักษาบุคลิกภาพที่ดี มีความจริงใจ และเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ด้านเครือข่าย ควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับครอบครัว ซัพพลายเออร์ ชุมชน และผู้ประกอบการอื่น เข้าร่วมกิจกรรมเครือข่ายธุรกิจ และแสวงหาการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ

ด้านนวัตกรรม ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ ใช้การตลาดดิจิทัล และสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับลูกค้า

3.5.2 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐและเอกชน การพัฒนาศักยภาพและทักษะ จัดอบรมด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การทำบัญชี การตลาด การบริการลูกค้า การเขียนแผนธุรกิจ และการวิเคราะห์ตลาด

การสนับสนุนทางการเงิน ให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ลดภาษี หรือให้เงินสนับสนุนเพื่อการพัฒนา

การสร้างเครือข่ายและการเชื่อมโยง จัดกิจกรรมให้ผู้ประกอบการได้พบปะ แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ สร้างเครือข่ายการค้า

การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ จัดทำแผนที่ท่องเที่ยว โปรโมทผ่านช่องทางต่างๆ และสนับสนุนให้เกิดเส้นทางคาเฟ่

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จัดหาพื้นที่จอดรถ ปรับปรุงระบบการจราจร พัฒนาสาธารณูปโภค

การสนับสนุนด้านสวัสดิการแรงงาน จัดทำแนวทางการจัดสรรวันหยุดที่เหมาะสม ส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านจิตวิทยาเป็นรากฐานสำคัญที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทุนทางจิตวิทยาด้านบวกของ Luthans et al. (2007) โดยเฉพาะความมั่นใจในตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความมุ่งหวัง และความยืดหยุ่นทางอารมณ์ สิ่งที่น่าสนใจคือ ผู้ประกอบการหลายรายเตือนว่าความมั่นใจที่มากเกินไปอาจเป็นอุปสรรค เพราะทำให้ไม่เปิดรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น คณะวิจัยมองว่าความมั่นใจในตนเองต้องมีความสมดุลกับการเปิดใจรับฟัง ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Bandura (1997) เกี่ยวกับ Self-Efficacy ที่เน้นความเชื่อมั่นควรมาจากการประเมินความสามารถที่แท้จริง นอกจากนี้ การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนทั้งระยะสั้นและระยะยาวสะท้อนถึงความพร้อมและวุฒิภาวะในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถก้าวผ่านอุปสรรคและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

2. ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยพบว่าประสบการณ์เดิมช่วยลดความเสี่ยง ขณะที่ผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ชดเชยด้วยการเรียนรู้อย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Longenecker et al. (2006) สิ่งที่น่าสนใจคือ บุคลิกภาพที่เป็นมิตร จริงใจ และการสื่อสารที่ดีถูกกล่าวถึงโดยผู้ประกอบการทุกรายว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ผู้วิจัยเห็นว่าในธุรกิจบริการ การสร้างความประทับใจผ่านบุคลิกภาพมีความสำคัญไม่แพ้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การสร้างเอกลักษณ์จากจุดเด่นของตนเองแทนการเลียนแบบคู่แข่งเป็นข้อค้นพบที่สำคัญ ผู้วิจัยมองว่าการสร้างเอกลักษณ์ที่แท้จริงเป็นกลยุทธ์ที่ยั่งยืน เพราะยากต่อการเลียนแบบและสามารถสร้างความผูกพันกับลูกค้าได้ดีกว่า

3. ปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยพบว่าเครือข่ายมีบทบาทสำคัญต่อความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Social Capital ของ Coleman (1988) ข้อค้นพบที่น่าสนใจคือ ผู้ประกอบการทุกรายได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวหลายรูปแบบ ผู้วิจัยมองว่าการสนับสนุนจากครอบครัวเป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยให้กล้าเสี่ยงและก้าวผ่านอุปสรรคในช่วงเริ่มต้นได้ ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ที่เป็นพันธมิตรช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการเข้าถึงวัตถุดิบคุณภาพดีและเงื่อนไขที่ยืดหยุ่น การสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่นแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงมุมมองจาก "คู่แข่ง" เป็น "พันธมิตร" ผู้วิจัยมองว่านี่เป็นกลยุทธ์ที่ชาญฉลาด เพราะช่วยลดต้นทุน เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และสร้างพลังในการต่อรอง

4. ปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยพบว่านวัตกรรมมีบทบาทสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Tucker (2003) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าใจว่าการแข่งขันอยู่ที่การสร้างประสบการณ์โดยรวม ไม่ใช่เพียงคุณภาพของเครื่องดื่ม ผู้วิจัยมองว่านี่เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิด Experience Economy ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถปรับตัวได้ดี อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้า

ทายเรื่องงบประมาณและบุคลากร ซึ่งเป็นช่องว่างที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุน การใช้การตลาดดิจิทัลสะท้อนให้เห็นว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงและค่าใช้จ่ายต่ำสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก

5. การเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยทั้ง 4 ด้าน

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในระยะยาว ได้แก่ คุณภาพสินค้าและบริการ การสร้างเอกลักษณ์ และความซื่อสัตย์ ข้อค้นพบที่สำคัญที่สุดคือ ปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีความเชื่อมโยงกันและทำงานร่วมกันเป็นระบบ โดยปัจจัยด้านจิตวิทยาเป็นรากฐานที่สนับสนุนปัจจัยอื่น ๆ ผู้วิจัยมองว่าความเข้าใจในการเชื่อมโยงนี้เป็นสิ่งสำคัญ เพราะความสำเร็จไม่ได้เกิดจากการพัฒนาเพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่ต้องพัฒนาทั้ง 4 ด้านอย่างสมดุล นอกจากนี้ อุปสรรคหลักที่พบ ได้แก่ การแข่งขันที่รุนแรง การจัดการบุคลากร และการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยี ซึ่งต้องอาศัยการทำงานร่วมกันของปัจจัยทั้ง 4 ด้านในการแก้ไข

สรุปได้ว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่เกิดจากการบูรณาการของปัจจัยทั้ง 4 ด้าน โดยมีปัจจัยด้านจิตวิทยาเป็นรากฐานสำคัญที่สุด ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจเริ่มต้นธุรกิจคาเฟ่ ผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาธุรกิจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายและมาตรการสนับสนุน SMEs ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีความสำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจคาเฟ่ จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการ จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีความมั่นใจแต่ไม่มากเกินไป มีทัศนคติเชิงบวก มีเป้าหมายชัดเจนทั้งระยะสั้นและระยะยาว และสามารถจัดการความกดดันได้ดี ดังนั้นควรสร้างความมั่นใจในตนเองควบคู่กับการเปิดใจรับฟัง รักษาทัศนคติเชิงบวกและมองปัญหาเป็นโอกาสเรียนรู้ ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน และเตรียมพร้อมรับมือกับความยากลำบาก

ด้านลักษณะส่วนบุคคล จากการวิจัยพบว่าผู้ที่มีประสบการณ์เดิมสามารถลดความเสี่ยงได้ ส่วนผู้ที่ไม่มีชดเชยด้วยการเรียนรู้ บุคลิกภาพที่เป็นมิตรและจริงใจสร้างความประทับใจ และการสร้างเอกลักษณ์จากจุดเด่นของตนเองดีกว่าการเลียนแบบ ดังนั้นควรใช้ประสบการณ์เดิมให้เป็นประโยชน์หรือศึกษาหาความรู้อย่างจริงจัง พัฒนาบุคลิกภาพและทักษะการสื่อสาร สร้างเอกลักษณ์ที่แท้จริงจากจุดเด่นของตนเอง และพัฒนาทักษะการบริหารจัดการและการตลาดอย่างต่อเนื่อง

ด้านเครือข่าย จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการทุกรายได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว มีความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์ สร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการอื่น และมีความสัมพันธ์ดีกับชุมชน ดังนั้นควรสร้างความเข้าใจและขอความร่วมมือจากครอบครัว สร้างความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์เป็นพันธมิตร แสวงหาการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ สร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่น และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน

ด้านนวัตกรรม จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ ใช้เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพ ใช้การตลาดดิจิทัล และจัดโปรโมชั่นสร้างสรรค์ ดังนั้นควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คิดสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่แตกต่าง นำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ เรียนรู้การใช้โซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ และจัดกิจกรรมที่สร้างสรรค์เพื่อดึงดูดลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐและเอกชน การพัฒนาศักยภาพและทักษะ จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการต้องการทักษะหลายด้าน ควรจัดอบรมด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การควบคุมต้นทุนและการวางแผนการเงิน การตลาดดิจิทัล การบริการลูกค้า และการจัดการบุคลากร
การสนับสนุนทางการเงิน จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการต้องรับมือกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ควรให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ลดหย่อนภาษีในช่วงเริ่มต้น และสนับสนุนเงินทุนพัฒนานวัตกรรม
การสร้างเครือข่ายและการเชื่อมโยง จากการวิจัยพบว่าเครือข่ายมีบทบาทสำคัญ ควรจัดเวทีให้ผู้ประกอบการพบปะแลกเปลี่ยน เชื่อมโยงกับซัพพลายเออร์คุณภาพ และสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้า
การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการใช้การตลาดดิจิทัล ควรจัดทำแผนที่และเว็บไซต์รวมร้านคาเฟ่ โปรโมทผ่านช่องทางออนไลน์ และสนับสนุนการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว
การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จากการวิจัยพบว่าบางร้านประสบปัญหาการเข้าถึง ควรจัดหาพื้นที่จอดรถ ปรับปรุงระบบการจราจร และพัฒนาสาธารณูปโภค
การสนับสนุนด้านสวัสดิการแรงงาน จากการวิจัยพบว่าการหาและรักษาพนักงานเป็นความท้าทาย ควรจัดทำแนวทางสวัสดิการที่เหมาะสม ส่งเสริมการฝึกอบรมพนักงาน และสนับสนุนมาตรฐานความปลอดภัย

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้มีส่วนร่วมในการทำวิจัยทุกท่าน ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการ ที่ให้คำแนะนำในการกำหนดกรอบแนวคิดทั้ง 4 ด้าน และชี้แจงการวิเคราะห์ข้อมูลให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ ผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ 12 ราย ที่ให้สัมภาษณ์และแบ่งปันประสบการณ์การดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลหลักของการวิจัย ผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือวิจัยให้มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ ครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุนทั้งกำลังใจ ค่าใช้จ่าย และช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยหวังว่าผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาปัจจัยความสำเร็จในธุรกิจคาเฟ่ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมรับฟังคำแนะนำเพื่อปรับปรุงการวิจัยในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. W.H. Freeman and Company.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology, 94*(1), S95-S120.

Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). Sage Publications.

Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty, J. W., & Palich, L. E. (2006). *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis* (13th ed.). Thomson South-Western.

Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction. *Personnel Psychology, 60*(3), 541-572. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2007.00083.x

Mathuros, S. (2021). Management Education Online in the NEW NORMAL COVID-19. *The Rajapark Journal, 15*(40), 33-42.

McClelland, D. C. (1953). The Achievement Motive. Appleton-Century-Crofts.

Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). Thailand's Economic and Social Development Plan 2022. Office of the Prime Minister.

Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand. (2009). *Success factors for SME entrepreneurs*. SME Development Bank.

Small and Medium Enterprise Promotion Agency. (2018). *The White Paper on Small and Medium Enterprises of Thailand in 2018*. Office of SME Promotion.

Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry, 13*(4), 249-275. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1304_01

Thailand Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2022). *SMEs Statistical Report 2022*. OSMEP.

Tucker, R. B. (2003). *Driving Growth Through Innovation: How Leading Firms are Transforming Their Futures.* Berrett-Koehler Publishers.