

การสร้างสรรคอาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านกาแฟ
จังหวัดพิษณุโลก

**Creation of Thai Food from Cultural Capital for Cafe Operators
in Phitsanulok Province**

อภิญญา มานะโรจน์,

จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง และ คงศักดิ์ ศรีแก้ว

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Apinya Manarote,

Jiraphat Kaewsritong and Khongsak Srikaeo

Pibulsongkram Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: apinya.m@rmutp.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านกาแฟ และ 2) ศึกษาแนวทางการสร้างสรรคอาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และเครื่องบันทึกเสียง กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการร้านกาแฟ จำนวน 400 คน และผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ประกอบการร้านกาแฟ จำนวน 10 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร จำนวน 18 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย การสร้างรูปแบบการบริการอาหารที่มีคุณภาพ เมนูหลากหลาย ราคาเหมาะสม การจัดตกแต่งอาหารสวยงาม ช่องทางการจัดจำหน่ายและกิจกรรมส่งเสริมการตลาดหลากหลาย สภาพแวดล้อมถูกสุขอนามัยและสะดวก สำหรับสภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย การควบคุมคุณภาพอาหาร ขาดแรงงานที่มีความรู้และทักษะ การสร้างสรรคเมนูใหม่ สำหรับปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่รวดเร็ว ขาดแคลนวัตถุดิบในช่วงนอกฤดูฤดูกาล และนวัตกรรมสำหรับการบริการอาหาร และ 2) แนวทางการสร้างสรรคอาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านกาแฟ จังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค การประกอบอาหาร ราคา ระยะเวลาการเตรียมอาหาร วัตถุดิบ การสร้างความนิยม และเรื่องเล่า

คำสำคัญ: การสร้างสรรคอาหารไทย; ทุนวัฒนธรรม; ผู้ประกอบการ; ร้านกาแฟ; อาหารไทย

* วันที่รับบทความ : 22 กันยายน 2566; วันแก้ไขบทความ 11 ตุลาคม 2566; วันตอบรับบทความ : 18 มกราคม 2567

Received: September 22, 2023; Revised: October 11, 2023; Accepted: January 18, 2024

Abstracts

The objectives of this research were 1) to study and analyze the problems and needs of consumers and cafe operators, and 2) to study guidelines for creating Thai food from cultural capital for cafe operators in Phitsanulok Province. This research is mixed-methods research. The tools used were questionnaires, semi-structured interviews, and voice recorders. The sample consisted of 400 cafe consumers; the key informants were 10 café operators and 18 food experts.

The research found that 1) The problem of consumer needs for cafe shops consists of creating a food service model that has quality, diverse menus, reasonable prices, splendid food decoration, various distribution channels and marketing promotion activities, a hygienic environment, and is convenient. While the problem of a café's operator's needs consists of two dimensions, internal factors include food quality control, a lack of workers with knowledge and skills, and new menu creation. The external factors include rapid changes in consumer behavior and needs, lack of ingredients during the off-season, and innovation in food service. And 2) The creation of Thai food from cultural capital guidelines for café's operators in Phitsanulok Province consist of eight dimensions: Culture Capital, Creative, Cooking, Cost, Time, Ingredients, Presentation, and Story Telling.

Keywords: Creation of Thai Food; Cultural Capital; Operators; Café; Thai Food

บทนำ

การขยายตัวของธุรกิจคาเฟ่ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจคาเฟ่ต้องเผชิญกับความท้าทายที่มีการแข่งขันทางตลาดค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังพบว่ามีความท้าทายด้านความต้องการสินค้าและบริการที่คุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Value) ของลูกค้าขณะใช้บริการในร้านคาเฟ่ รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคคาเฟ่ของกลุ่มลูกค้าที่เป็นพนักงานประจำที่จะซื้อในช่วงเวลาก่อนเข้างานและพักเที่ยง ประกอบกับข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาที่ต้องใช้ในขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การรับออเดอร์ไปจนถึงการส่งมอบกาแฟที่เฉลี่ยประมาณ 80 วินาที ทำให้ผู้ประกอบการอาจเสียโอกาสในการขาย หากบริหารจัดการแรงงานในช่วงเวลาเร่งด่วนไม่ได้ หากผู้ประกอบธุรกิจคาเฟ่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการจัดการบริหารธุรกิจไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอาจส่งผลต่อการสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจได้

จากการวิเคราะห์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่าผู้ประกอบการควรควบคุมอัตรากำไรส่วนเกินให้มีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 60-70 ผ่านการควบคุมต้นทุนแปรผันและราคาขายในผลิตภัณฑ์หลัก รวมถึงการเพิ่มรายได้ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอัตรากำไรส่วนเกินที่สูง เช่น อาหาร ขนม เครื่องดื่ม ทางเลือก เมล็ดกาแฟสำเร็จรูป เป็นต้น เพื่อให้เกิดกำไรสูงสุด (ศูนย์การวิจัยกสิกร, 2561) ดังนั้นการพัฒนาอาหารเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มเกี่ยวข้องกับการหาแนวทางและวิธีการต่าง ๆ ที่ทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น โดยลูกค้ามีความเต็มใจที่จะจ่าย สร้างความแตกต่างที่ลูกค้าต้องการซึ่งเหนือกว่าคู่แข่ง การนำเสนอรายการอาหารโดยเน้นความหลากหลายทั้งรสชาติและส่วนประกอบ เครื่องปรุง มีกลิ่นหอม มีรสชาติที่ดี มีคุณค่าทาง

โภชนาการ อีกทั้งยังมีสีสัน และมีความประณีตในการประกอบอาหาร การจัดตกแต่งจานอาหารซึ่งแตกต่างจากอาหารประจำชาติอื่น ๆ สามารถทำให้การสร้างสรรคอาหารในร้านอาหารเป็นอีกแนวทางหนึ่งสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการสร้างคุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึกในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น

รังสรรค์ ธนพรพันธุ์ (2545 : 15) ได้แสดงความเห็น เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับสินค้าวัฒนธรรมและกระบวนการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้า (Commoditization of Culture) ถือได้ว่าเป็นปัจจัยปฐมนฐานที่เกื้อกูลการก่อเกิด และการเติบโตของทุนทางวัฒนธรรม หากวัฒนธรรมมิได้แปรสภาพเป็นสินค้าอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรมย่อมมีอาจเกิดขึ้นได้ด้วยเหตุที่ว่าวัฒนธรรมเป็นเรื่องของการดำเนินวิถีชีวิตตามปกติของมนุษย์ กระบวนการยอมรับแบบแผนการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมแล้วนั้น วัฒนธรรมต้องแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้า เพื่อให้เกิดความต้องการซื้อ เมื่อมีความต้องการซื้ออรรถประโยชน์เกิดแก่ผู้ซื้อ ความต้องการซื้อสินค้าวัฒนธรรมนั้นก็เกิดขึ้น การแปรวัฒนธรรมอาหารไทยให้เป็นสินค้า คือทุนวัฒนธรรม ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมมาในอดีต มีคุณค่าต่อมนุษย์และความต้องการของสังคม นอกเหนือจากการให้คุณค่าทางเศรษฐกิจ ยังเป็นทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม

จังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยศักยภาพพื้นฐานเป็นเมืองศูนย์กลางการค้า การลงทุนในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง และมีเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้านผ่านจุดตัดเส้นทางเหนือ-ใต้ และเส้นทางตะวันออก-ตะวันตก ผ่านบริเวณสี่แยกอินโดจีน ซึ่งเป็นพื้นที่ทางยุทธศาสตร์ ที่สามารถสนับสนุนผู้ประกอบการในจังหวัด และพื้นที่ข้างเคียงให้มีการพัฒนาผ่านโอกาสเหล่านี้ให้เติบโตต่อไปได้ ภาพรวมรายได้ทางเศรษฐกิจของจังหวัดพิษณุโลกอยู่ในภาคการบริการเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 44.7 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อคนของจังหวัด หรือคิดเป็น 39,647 บาท/คน/ปี จากการพิจารณาข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อคนของจังหวัดพิษณุโลก จากการพิจารณาข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อคนของจังหวัดพิษณุโลก การนำกรอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้กับอาหารคาเฟ่เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น บริการที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัว มีการออกแบบที่เพิ่มคุณค่าและการสร้างงานที่เพิ่มขึ้น ความสามารถแข่งขันและดีต่อสุขภาพเพื่อให้อาหารคาเฟ่สามารถสร้างงาน และสร้างรายได้ที่มั่นคงต่อผู้ผลิตตลอดจนเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน และอาหารคาเฟ่ที่เสริมด้วยภูมิปัญญาที่มีคุณค่าทางความงาม รสชาติ และเอกลักษณ์ความเป็นไทยรวมถึงเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนและประเทศชาติ ส่วนปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการในจังหวัดเห็นตรงกันคือ สถานการณ์ของตลาดที่ ผู้ประกอบการขาดข้อมูลและความเข้าใจในตลาดของผู้บริโภคในพื้นที่ ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถจำหน่ายสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ประกอบกับการมีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ยากมีธุรกิจเป็นของตัวเองหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่ต้องการเป็นพนักงานหรือแรงงานประจำเกิดขึ้นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นระหว่างผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทต่าง ๆ รองลงมาคือ มีการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือ เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัดจะเข้าไปทำงานใน

เมืองใหญ่มากกว่าการทำงานในพื้นที่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาสินค้าและบริการของตนเอง (การส่งเสริม SME ในจังหวัดพิษณุโลก) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟจังหวัดพิษณุโลก ผู้ประกอบการมีความต้องการพัฒนาในเรื่องของอาหารที่มีความแตกต่าง มีรูปแบบที่โดดเด่นในการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การคิดสูตรอาหารที่ช่วยในการประหยัดต้นทุนและขั้นตอนการปรุงที่รวดเร็วประหยัดเวลาและแรงงาน ผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟ (สัมภาษณ์, 3 กรกฎาคม 2566)

จากข้อมูลข้างต้น การวิจัยครั้งนี้ต้องการศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาของผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟในจังหวัดพิษณุโลก และหาแนวทางสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟ เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้สินค้าและบริการของผู้ประกอบการเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในตลาดและยังกระตุ้นให้เกิดการซื้อขาย อีกทั้งยังมีส่วนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟ
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟจังหวัดพิษณุโลก

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟจังหวัดพิษณุโลก เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methods Research) แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟ แบ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มาใช้บริการร้านค้ากาแฟในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 400 คน โดยได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอร์แกนที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) การวิจัยเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 10 คน ทำการสุ่มแบบเจาะจงแล้วบอกต่อด้วยเทคนิคสโนว์บอล (Snow ball)

ระยะที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยสำหรับผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) โดยนำผลจากการศึกษาในระยะที่ 1 มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยสำหรับผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟกับผู้ให้ข้อมูลหลักเป็น

ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ นักวิชาการ อาจารย์ที่มีความรู้ทางด้านอาหารและการประกอบธุรกิจคาเฟ่ เจ้าของร้านคาเฟ่ และผู้ประกอบการอาหารไทย จำนวน 18 คน จากนั้นวิพากษ์และยืนยันร่างแนวทางสร้างสรรค์อาหารไทยสำหรับผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ที่สร้างขึ้นด้วยวิธีการสนทนากลุ่มแล้วปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะให้สมบูรณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการร้านคาเฟ่ของกลุ่มผู้บริโภค
2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบมีโครงสร้าง มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด เกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นธุรกิจร้านคาเฟ่ของผู้ประกอบการ
3. แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม เป็นประเด็นสนทนาเกี่ยวกับลักษณะ องค์ประกอบที่เหมาะสมของแนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ จังหวัดพิษณุโลก

การตรวจสอบเครื่องมือ

การหาคุณภาพของเครื่องมือประกอบด้วย การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content of validity) ของแบบสอบถามโดยผลการประเมินจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พบว่า ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.5 – 1 และทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้วิธีการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.77

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้บริโภคโดยการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง และสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการเพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์อาหารไทยสำหรับธุรกิจคาเฟ่
2. นำข้อมูลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการมาวิเคราะห์สภาพปัญหา บริบทของธุรกิจร้านคาเฟ่ และความคาดหวังเพื่อวางแนวทางการสร้างสรรค์อาหารให้สอดคล้องกับความต้องการและสภาพปัญหา
3. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เช่น ทุนทางวัฒนธรรม หลักการประกอบอาหาร แนวคิดสร้างสรรค์ ศิลปะการตกแต่งอาหาร การนำเสนอเพื่อความน่าสนใจ ธุรกิจคาเฟ่ และอาหารท้องถิ่น
4. สนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อวิพากษ์แนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยสำหรับผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ โดยจัดเวทีการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยขออนุญาตทำหนังสือเชิญจากคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ถึงผู้เชี่ยวชาญเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการทำกิจกรรมสนทนากลุ่ม จากนั้นนำแนวคิดและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาปรับปรุงแก้ไขแนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยสำหรับผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านกาแฟ

1.1 ผลการศึกษาสภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภค มีรายละเอียดดังนี้

1.1.1 ด้านข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟในจังหวัดพิษณุโลกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 อายุอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 เมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 15,000 - 25,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 สำหรับความต้องการการใช้บริการของผู้บริโภค

1.1.2 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการกาแฟเลือกจากบรรยากาศและสถานที่ของร้านมากที่สุด จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 รองลงมาเพื่อการพักผ่อน/เพื่อเข้ารับประทานขนมหรืออาหาร จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 17.84 และเลือกรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 13.91 ประเภทเครื่องดื่มที่นิยมเลือกมากที่สุดเป็นกาแฟ จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 29.83 รองลงมาเป็นเครื่องดื่มชา จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 และน้ำผลไม้ปั่น จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 ประเภทอาหารที่นิยมบริโภคในร้านกาแฟมากที่สุดคือ อาหารไทย จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 38.23 รองลงมา คือ ขนมอบ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 32.86 ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 19.73 รองลงมา คือ ความสวยงาม จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 13.65 และวัตถุดิบที่ใช้มีความสดใหม่ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 12.04 ด้านการนำอาหารไทยมาสร้างสรรค์เป็นอาหารประจำร้านกาแฟควรมีความสวยงามน่ารับประทานมากที่สุด จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 รองลงมา คือ รสชาติมีความอร่อยและสะอาด จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และมีราคาเหมาะสมกับปริมาณและความสวยงามของอาหาร จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 16.02

1.1.3 ด้านสภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อใช้บริการร้านกาแฟในจังหวัดพิษณุโลกในภาพรวม สามารถแบ่งออกตามลักษณะกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

ตารางที่ 1 สภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภค

ปัจจัย	ปัญหา
ด้านผลิตภัณฑ์	อาหารที่ให้บริการไม่ได้คุณภาพ รสชาติอาหารไม่ถูกปากผู้บริโภค วัตถุดิบที่นำมาใช้ไม่มีคุณภาพไม่สดใหม่ เมนูอาหารไม่หลากหลายให้เลือก หน้าตาของอาหารที่นำมาบริการไม่ตรงตามลักษณะของอาหารที่นำเสนอไว้ในเมนูอาหารที่แสดงไว้ อาหารต้องมีความสวยงามสามารถนำไปถ่ายภาพและลง Social Media ได้ และบางครั้งพบว่าอาหารมีสิ่งแปลกปลอมติดมา
ด้านราคา	อาหารควรมีราคาไม่แพงมาก มีคุณภาพและปริมาณที่เหมาะสมกับราคาที่ร้านตั้งขึ้น
การส่งเสริมการขาย	อยากให้ร้านค้าเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น Social Media นอกจากนี้ ในวันสำคัญหรือโอกาสพิเศษ เช่น วันพ่อควรมีการจัดกิจกรรมด้วยการลด แลก แจก
ช่องทางในการขายและบริการ	ผู้ให้บริการไม่สามารถให้คำแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มจึงทำให้ไม่สามารถตัดสินใจเลือกรายการอาหารได้เท่าที่ควร
การจัดการเกี่ยวกับบุคคล	ผู้ให้บริการขาดความรู้เกี่ยวกับอาหารเชิงลึก แต่มีความสามารถให้รายละเอียดแบบทั่วไปได้ และร้านค้าส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ให้บริการน้อย
กระบวนการทำงาน	การให้บริการบางร้านให้บริการที่ช้าทำให้ลูกค้าต้องรออาหารนานประมาณ 15-20 นาทีขึ้นไป พนักงานไม่สนใจลูกค้า
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	Wifi ไม่แรงที่จะใช้งานทำให้ผู้บริโภคไม่พอใช้ บางร้านมีห้องน้ำไม่สะอาด และขาดการจัดการขยะที่ถูกต้อง ลานจอดรถไม่สะดวก

1.2 ผลการศึกษาสภาพปัญหาความต้องการของผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟ มีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 สภาพการณ์การบริหารธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการในจังหวัดพิษณุโลก พบว่าผู้ประกอบการมีหลักการบริหารร้านกาแฟโดยแบ่งเป็นรายด้านได้ ดังนี้

1.2.1.1 การเลือกรายการอาหารที่จำหน่ายในร้าน ใช้หลักการเลือกรายการอาหารที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกันเพื่อใช้วัตถุดิบร่วมกันและประหยัด ควบคู่กับการเลือกใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เลือกเมนูอาหารของครอบครัวที่ได้รับการถ่ายทอด และเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารร่วมออกแบบรายการอาหาร

1.2.1.2 การควบคุมปัญหาในการผลิตอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน ประกอบด้วย ด้านคุณภาพอาหาร จะเน้นการปรุงอาหารให้มีรสชาติระดับกลางซึ่งได้จากการพัฒนาตำรับอาหารให้สูตรมาตรฐาน รวมถึงทำซอสแต่ละชนิดไว้เพื่อไม่ให้อาหารผิดเพี้ยนไปจากระสเดิม ด้านบุคลากร ทำการคัดเลือกพ่อครัวที่สามารถประกอบอาหารได้หรือเป็นคนที่พอมีประสบการณ์มาบ้าง ด้านการคิดต้นทุนอาหารและบริการ สำหรับรายการอาหารใช้วิธีการคำนวณต้นทุนวัตถุดิบและบวกกำไรเพิ่ม 20-30 เปอร์เซ็นต์ ส่วนเครื่องดื่มจะบวกกำไรเพิ่ม 40-50 เปอร์เซ็นต์ ด้านวัตถุดิบ มีการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบโดยใช้การตรวจสอบความสด ใหม่ ด้านระยะเวลา ได้กำหนดความปลอดภัยของอาหารโดยคำนึงถึงวิธีการปรุงอาหารให้เสร็จพร้อมเสิร์ฟในระยะเวลา 15-20 นาที

1.2.1.3 การสร้างสรรค์รูปแบบอาหารไทยเพื่อดึงดูดผู้บริโภค พบว่า ใช้วิธีการสร้างสรรค์รายการอาหารใหม่จากการศึกษาตำรับอาหารเพื่อหาสูตรพื้นฐานและนำมาปรับแก้เพื่อใช้เป็นสูตรอาหารของร้าน โดยการเลือกอาหารไทยทั่วไป เน้นรสชาติอาหารที่กลมกล่อมและการจัดตกแต่งที่สวยงาม ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อสร้างรสชาติและความพิเศษ เป็นอาหารไทยประเภทฟิวชั่น นอกจากนี้ มีการสร้างจุดเด่นให้อาหารด้วยการจัดตกแต่งอาหารให้สวยงาม เนื่องจากผู้บริโภคนิยมถ่ายรูปอาหารสวย

1.2.1.4 แนวทางการสร้างความนิยมหรือโอกาสของการเติบโตของธุรกิจร้านคาเฟ่จากอาหารไทย ผู้ประกอบการใช้แนวคิดส่วนผสมทางการตลาดในการบริหารธุรกิจ และใช้แนวคิดการสร้างแรงบันดาลใจในการเลือกอาหารแต่ละชนิดให้เหมาะสมกับเทศกาลและโอกาส เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและเผยแพร่ความเป็นอาหารไทยให้เป็นที่รู้จัก มีการประชาสัมพันธ์คุณค่าอาหารที่สะท้อนการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารที่สามารถสร้างความสุขให้กับผู้เข้ารับบริการผ่านสื่อหลายช่องทาง

1.2.1.5 การใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาการบริการอาหารสำหรับธุรกิจคาเฟ่ เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการหรือสร้างการบริการแบบใหม่ที่แตกต่างด้วยการให้บริการอย่างสร้างสรรค์ทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์ในการบริการและตราตรึงอยู่ในใจของลูกค้าได้ พบว่า ธุรกิจมีการใช้คิวอาร์โค้ดกับการเข้ารับบริการได้โดยที่ลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้าน ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์โมบายแอปพลิเคชันหรือโมบายแอปพลิเคชัน การชำระเงินทำได้อย่างสะดวกสบาย การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการจำหน่ายสินค้า ได้แก่ ลด แลก แจก แถม การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้าผ่านสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย ผู้ประกอบการธุรกิจคาเฟ่ต้องมีความทันสมัย ใช้โมบายแอปพลิเคชันเพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายในการสั่งซื้อสินค้าจากร้าน ทำให้ร้านคาเฟ่มีโอกาสเติบโตทางด้านธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

1.2.2 สภาพปัญหาความต้องการของผู้ประกอบการร้านค้าเฟรนช์ในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาและความต้องการในการบริหารจัดการในภาพรวม สามารถแบ่งออกตามลักษณะปัจจัย ได้ ดังนี้

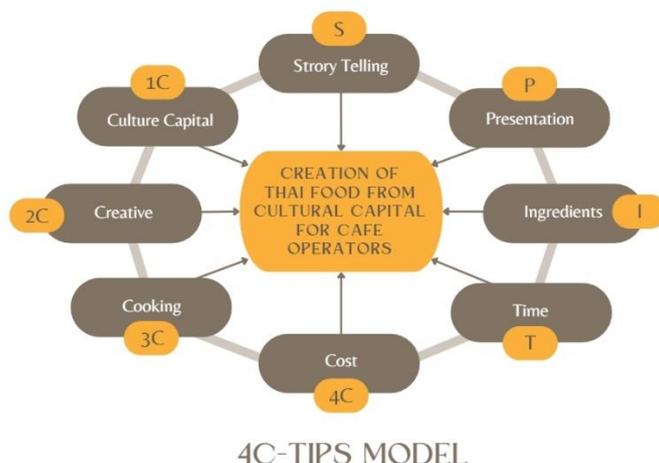
ตารางที่ 2 สภาพปัญหาความต้องการของผู้ประกอบการร้านค้าเฟรนช์

ปัจจัย	ปัญหา
ปัจจัยภายใน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านการควบคุมคุณภาพอาหาร พบว่า ผู้ประกอบอาหารยังขาดความรู้ด้านการใช้ความร้อนกับการประกอบอาหารและทักษะพื้นฐานในการทำอาหารที่ไม่ถูกต้องและขาดความเข้าใจในการควบคุมสูตรอาหารให้ถูกต้อง อันส่งผลต่อคุณภาพอาหาร โดยเฉพาะรสชาติอาหารที่สม่ำเสมอและคงที่ การสร้างสรรค์และการพัฒนาเมนูใหม่ 2. ด้านบุคลากร พบว่ามีปัญหาการขาดแรงงานที่มีความรู้และทักษะในการประกอบอาหาร ทำให้การทำงานล่าช้าแต่หากจ้างงานผู้ที่มีประสบการณ์ซึ่งเป็นบุคคลที่มีฐานเงินเดือนสูงทำให้ร้านมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น นอกจากนี้ ร้านยังขาดพนักงานที่จิตบริการอันเนื่องมาจากเป็นคาเฟ่ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดหรือเมืองรองทำให้การจัดหาผู้ที่มีใจรักการบริการมีจำนวนน้อยต่างย้ายไปทำงานในเมืองหลัก เช่น กรุงเทพมหานครหรือเชียงใหม่มากกว่า 3. ด้านการสร้างสรรค์รูปแบบอาหารไทยเพื่อดึงดูดผู้บริโภค พบว่า ขาดการจัดแต่งอาหารให้โดดเด่น สวยงาม และขาดการสร้างสรรค์เมนูที่ใหม่ที่แตกต่างจากเมนูอาหารทั่วไป โดยเฉพาะการนำวัฒนธรรมอาหารและทุนวัฒนธรรมในการสร้างสรรค์อาหาร
ปัจจัยภายนอก	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค พบว่า พฤติกรรมการรับประทานอาหารของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนอาหารที่รวดเร็ว ทำให้ร้านต้องมีการจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความนิยมหรือโอกาสอยู่เสมอ 2. ด้านวัตถุดิบ พบว่า ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในช่วงนอกฤดูกาลหรือบางช่วงเวลา ทำให้รายการอาหารบางรายการไม่สามารถจำหน่ายได้ต่อเนื่อง อีกทั้งยังขาดการแปรรูปเพื่อยืดอายุวัตถุดิบให้สามารถใช้ได้นอกฤดูกาล นอกจากนี้แล้วบางฤดูกาลยังพบปัญหาราคาของวัตถุดิบมีความผันผวน ไม่คงที่ทำให้มีความลำบากต่อการควบคุมต้นทุนและหากบางสูตรมีการใช้วัตถุดิบเฉพาะทำให้ต้นทุนการผลิตสูงมากขึ้น 3. ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับการบริการอาหาร เนื่องจากธุรกิจร้านส่วนใหญ่เป็นคาเฟ่ขนาดเล็กจึงมีข้อจำกัดในการจัดหาเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการบริการ และจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วยังส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่ขาดความรู้และทักษะทางเทคโนโลยี

จากข้อมูลสภาพปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคโดยรวม สรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีความต้องการให้ธุรกิจคาเฟ่สร้างรูปแบบการบริการที่แก้ไขปัญหาอาหารให้มีคุณภาพมาตรฐาน มีเมนูที่หลากหลาย ราคาไม่แพง สอดคล้องกับปริมาณและคุณภาพ ลักษณะอาหารสวยงามเหมาะแก่การถ่ายภาพเพื่อลงสื่อออนไลน์ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายควบคู่กับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยเฉพาะการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับอาหารเชิงลึกจากพนักงานและบนระบบการขายออนไลน์ซึ่งจะก่อให้เกิดความสามารถในการตัดสินใจในการสั่งซื้อ มีระบบการจัดบริการและอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มีสภาพแวดล้อมที่สะอาดถูกสุขอนามัย และสามารถจอดรถได้สะดวก สำหรับสภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ สามารถแบ่งออกเป็น สภาพปัญหาและความต้องการที่เกิดจากปัจจัยภายใน ประกอบด้วย ด้านการควบคุมคุณภาพอาหาร ขาดแรงงานที่มีความรู้และทักษะในการประกอบอาหาร การสร้างสรรค์เมนูใหม่ และสภาพปัญหาและความต้องการที่เกิดจากปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่รวดเร็ว ขาดแคลนวัตถุดิบในช่วงนอกฤดูกาล และขาดนวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับการบริการอาหาร

2. ผลการศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านคาเฟ่จังหวัดพิษณุโลก

จากศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยสำหรับผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ โดยใช้การสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน สามารถสร้างข้อสรุปการสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านคาเฟ่จังหวัดพิษณุโลกหรือเรียกว่า 4C-TIPS ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ทุนทางวัฒนธรรม (Culture Capital) 2) การสร้างสรรค์ (Creative) 3) การประกอบอาหาร (Cooking) 4) ราคา (Cost) 5) ระยะเวลาการเตรียมอาหาร (Time) 6) วัตถุดิบ (Ingredients) 7) การสร้างความนิยม (Presentation) และ 8) เรื่องเล่า (Story Telling) ดังรูปที่ 1 และมีรายละเอียด ดังนี้



รูปที่ 1 การสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านคาเฟ่จังหวัดพิษณุโลก

1) **ทุนทางวัฒนธรรม (Culture Capital)** คือ การใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของอาหาร หรือทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปของวัตถุดิบในท้องถิ่นมาพัฒนารายการอาหารที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ได้แก่ ผลิตผลทางการเกษตร การประมง เช่น มะม่วงน้ำดอกไม้ มะปราง ถั่วลิสง ถั่ว งา หอย ปู ปลา และอื่น ๆ ที่สามารถนำมาจัดทำเป็นอาหารและเครื่องดื่มในธุรกิจร้านอาหาร

2) **การสร้างสรรค์ (Creative)** คือ การใช้ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของผู้ประกอบการในการกำหนดกรอบแนวคิดและแนวทางในสร้างสรรค์อาหารไทย รวมถึงการค้นคว้าตำรับอาหารที่มีอยู่เดิมหรือที่สร้างขึ้นใหม่ โดยมีสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากความต้องการภายในจิตใจของผู้สร้างเมนูเอง

3) **การประกอบอาหาร (Cooking)** คือ คุณสมบัติที่จำเป็นของผู้ประกอบการและผู้ประกอบอาหาร ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้ การเตรียมวัตถุดิบ เช่น อาหารสด อาหารแห้ง และเครื่องปรุงแต่ละชนิด การใช้เทคนิคการประกอบอาหารที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกับประเภทและชนิดของอาหารที่ปรุง

4) **ราคา (Cost)** คือ การคำนึงถึงต้นทุนของอาหาร ประกอบด้วย ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนกึ่งผันแปร โดยผู้ประกอบการหรือผู้สร้างสรรค์อาหารจะต้องพิจารณาต้นทุนที่เกิดจากค่าใช้จ่ายในการสร้างสรรค์อาหารไทยที่มีผลต่อคุณภาพของอาหาร

5) **ระยะเวลาการเตรียมอาหาร (Time)** คือ การบริหารระยะเวลาของการปรุงและการสร้างสรรค์อาหารไทย เช่น การลดขั้นตอนเวลาในการเตรียม การปรุงที่ก่อให้เกิดความแตกต่างด้านคุณภาพของอาหาร โดยการบริหารระยะเวลาการเตรียมอาหารนี้จะช่วยให้การทำงานเสร็จรวดเร็วเป็นการควบคุมเวลากับงานได้ดี

6) **วัตถุดิบ (Ingredients)** คือ การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่และเป็นวัตถุดิบที่บ่งบอกความพิเศษ การรู้จักและยอมรับในคุณภาพหรือคุณค่าทางโภชนาการของคนในจังหวัด เช่น พืชผัก ผลไม้และเนื้อสัตว์ที่เกิดขึ้นตามฤดูกาลของท้องถิ่นมาสร้างสรรค์อาหารไทย

7) **การสร้างค่านิยม (Presentation)** คือ การสร้างมูลค่าของอาหารและบริการด้วยการนำเสนอ การถ่ายทอด หรือการแสดงผลงานอาหารไทยให้เป็นที่ปรากฏที่แตกต่างด้วยการปรุงแต่งอาหาร ประดิษฐ์หรือจัดตกแต่งอาหารให้สวยงามและการใช้เทคนิคการนำเสนอที่ทันสมัยและสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของคาเฟ่เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

8) **เรื่องเล่า (Story Telling)** คือ การนำข้อมูลภูมิปัญญาและวัฒนธรรมอาหารหรือวัตถุดิบในท้องถิ่น มาสร้างเรื่องเล่าให้ลูกค้ารับรู้ถึงที่มาและคุณค่าของอาหาร สร้างความประทับใจ สร้างความปรารถนาให้อยากรับประทานและตัดสินใจซื้ออาหาร

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาสภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านอาหารคาเฟ่ ที่พบว่าผู้บริโภคยังคาดหวังว่าร้านอาหารควรมีการคิดค้นเมนูอาหารที่มีความแตกต่างไม่ซ้ำแบบ เพื่อดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ มีเมนูอาหารเป็นเมนูพิเศษของร้าน โดยอาหารที่สร้างสรรค์ออกมาจะต้องมีรสชาติดี สะอาด ปลอดภัย สอดคล้องกับการศึกษา นารินทร์ ติภากร (2559 : 58) ที่แสดงถึงระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของผู้บริโภค ด้านความน่าเชื่อถือของบริการที่พบว่า อาหารสด สะอาด ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ ร้านอาหารน่าเชื่อถือจนได้รับการบอกต่อจากลูกค้า นอกจากนี้ควรศึกษาการทำอาหารและสูตรอาหารจากอินเทอร์เน็ตเพื่อหาสูตรพื้นฐานและนำมาปรับแก้เพื่อใช้เป็นสูตรอาหารให้กับลูกค้า การรวมเอกลักษณ์อาหารไทยท้องถิ่นและเอกลักษณ์ภูมิปัญญาทางด้านอาหารนำมาจัดทำเป็นรายการอาหารเพื่อให้ร้านอาหารมีรายการอาหารที่หลากหลาย และยังคงสอดคล้องกับ เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร (2020 : 153) ที่อธิบายเทคนิคการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาเชิงสร้างสรรค์อันประกอบด้วย 1) การอนุรักษ์ เป็นการรักษาสິงที่มีอยู่คงอยู่โดยการสืบทอดกรรมวิธีในการปรุงอาหาร 2) การประยุกต์ เป็นการนำสิ่งเดิมมาปรับให้ทันสมัย โดยจะใช้การตกแต่งอาหารท้องถิ่นด้วยวัสดุธรรมชาติ รวมถึงการใช้ภาชนะ ที่ทำจากธรรมชาติสื่อให้เห็นถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น 3) การสร้างใหม่ เป็นการนำ สิ่งเดิมมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับยุคสมัย นำแนวคิดของอาหารไทยเป็นอาหารสุขภาพเป็นอาหารสมุนไพรนำมาสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดลูกค้า รวมทั้งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับ ฉวีวรรณ สุวรรณภา (2560 : 13) ที่กล่าวถึงอาหารพื้นบ้านภาคเหนือเป็นภูมิปัญญาที่มีคุณค่าทางความงามรสชาติและเอกลักษณ์ความเป็นไทยคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสมโดยเฉพาะพืชผักจากแหล่งธรรมชาติที่มีสรรพคุณทางยา นอกจากนี้ลูกค้ายังมีความคาดหวังว่าร้านอาหารจะมีการจัดตกแต่งอาหารให้มีความสวยงาม เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากเดิมการไปรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในร้านคาเฟ่ ส่วนมากจะเลือกร้านที่มีความสวยงามดูหรูหรา อาหารต้องมีการจัดตกแต่งอย่างสวยงามสามารถนำมาถ่ายรูปลงสื่อโซเชียลมีเดีย ในขณะที่ โสภิตา วงศ์ประสิทธิ์ (2562 : 99) ซึ่งถึงการออกแบบร้านกาเฟ่เป็นการออกแบบตกแต่งเพื่อสร้างบรรยากาศให้ดูสวยงามเพราะบรรยากาศที่น่าสนใจ เมื่อเห็นครั้งแรกจากบริเวณหน้าร้านจะเป็นแรงดึงดูดให้ลูกค้าเริ่มสนใจและอยากเข้ามาใช้บริการ โดยแนวคิดแรกของการออกแบบตกแต่งร้านกาเฟ่คือต้องตกแต่งสถานที่ให้เอื้อต่อการขาย การสร้างบรรยากาศภายในร้านให้เหมาะสมกับประเภทและสไตล์ของร้าน นอกจากนี้อาหารยังต้องน่าสนใจและมีราคาที่เหมาะสม ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องพยายามสร้างจุดเด่นของอาหารเพื่อดึงดูดผู้บริโภคด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของ วรณนภา ติระกุล (2562 : 1) พบว่าด้านราคาสินค้าของร้านได้กำหนดจากราคาจากต้นทุน คุณภาพของสินค้าอิงราคาตาม ท้องตลาด คิดจากปัจจัยการบริการค่าเช่า ค่าไฟฟ้า ค่าแรงงาน ค่าเฉลี่ยต่อแก้วบวกกำไรเพิ่ม 40-50% เน้นราคาที่ลูกค้าจ่ายได้ ส่วนในด้านสภาพปัญหาความต้องการของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่าการดำเนินธุรกิจร้านอาหารของผู้ประกอบการในจังหวัดพิษณุโลกจะมุ่งเน้นในเรื่องของการเลือกวัตถุดิบ การ

บริหารจัดการวัตถุดิบให้สามารถใช้งานได้หลากหลายรายการในร้านอาหาร ตลอดจนการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการสร้างเรื่องราว ประวัติความเป็นมา ของจานอาหารเพื่อตอบสนองต่อเอกลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สรिता พันธุ์เทียน ทรงคุณ จันทจร และมาริสา โทเศยะโยอิน (2017 : 190) ว่าผลิตภัณฑ์อาหารใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการออกแบบโดยด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถใช้อาหารไทยหรือวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหารในท้องถิ่นเป็นตัวจัดกิจกรรม รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องมีการนำวัตถุดิบที่โดดเด่นของท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อย้ำความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นว่าถ้าหากต้องการทานผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น ๆ แหล่งที่ดีที่สุดคือที่นี่

2. จากผลการศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร จังหวัดพิษณุโลกที่พบว่า แนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร จังหวัดพิษณุโลกหรือเรียกว่า **4C-TIPS** มี 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ทุนทางวัฒนธรรม 2) การสร้างสรรค์ 3) การประกอบอาหาร 4) ราคา 5) ระยะเวลาการเตรียมอาหาร 6) วัตถุดิบ 7) การสร้างความนิยม และ 8) เรื่องเล่า นั้นเปรียบเสมือนแผนผังความคิดขององค์ประกอบและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร สอดคล้องกับ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2544 : 32) ที่กล่าวว่าวัฒนธรรมเปรียบเสมือนต้นน้ำในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจ ในการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรือนำเนื้อหาทางวัฒนธรรมไปเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ทางธุรกิจ และยังสอดคล้องกับ นโยบายพันธกิจของกระทรวงวัฒนธรรม ในแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (2550-2559) ที่ว่า การบำรุงรักษามรดกศิลปวัฒนธรรมและการนำทุนวัฒนธรรมมาเพิ่มคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมรวมถึงส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (กระทรวงวัฒนธรรม, 2553 : 1)

ทั้งนี้ หากพิจารณาทั้ง 8 องค์ประกอบ ยังสามารถจัดกลุ่มแนวทางการสร้างสรรค์ตามลักษณะการจัดการร้านอาหารและคาเฟ่ ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ประกอบด้วย การสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย ราคา วัตถุดิบ การประกอบอาหาร ระยะเวลาการเตรียมอาหาร และกลุ่มที่ 3 การสร้างความนิยมและเรื่องเล่า

กลุ่มที่ 1 การสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรม ประกอบด้วย ทุนวัฒนธรรม (Culture Capital) และการสร้างสรรค์ (Creative) มิตินี้แสดงถึงการใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่สืบทอดจนเป็นมรดกวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ เช่น ภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร วัตถุดิบพื้นถิ่น ประกอบด้วยพืชผลทางการเกษตร และการประมง เช่น มะม่วงน้ำดอกไม้ มะยงชิด และปลาของจังหวัดพิษณุโลกสู่การพัฒนาคุณค่าด้วยการสร้างสรรค์หรือต่อยอดให้เกิดการกำหนดรายการอาหารหรือผลิตภัณฑ์และการบริการทางวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ โดยก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม สอดคล้องกับ เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร และคณะ (2563 : 153-154) ที่ว่าแต่ละพื้นที่มีการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่นด้วยการวิธีการปรุงอาหารแบบดั้งเดิมของแต่ละพื้นถิ่น รวมถึงการใช้

วัตถุดิบพื้นที่และมีการสืบทอดวิธีการทำอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่โดยใช้การตกแต่งอาหารพื้นถิ่นด้วยวัสดุธรรมชาติ รวมถึงการใช้ภาชนะที่ทำมาจากธรรมชาติเพื่อสื่อความหมายถึงความเป็นธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ นอกจากนี้ จารุพร มีทรัพย์ทอง (2565 : 421) ยังชี้ถึงการศึกษาด้านแบบอาหารท้องถิ่นและพัฒนาต่อยอดต้นแบบอาหารท้องถิ่นบนฐานเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้ได้อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัด ด้วยการรังสรรค์อาหารให้เหมาะสมกับชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน ด้วยการรังสรรค์อาหารด้วยการดัดแปลงสูตรและรูปลักษณะรสชาติ ให้มีรูปแบบใหม่ โดยการนำรายการอาหารแบบเดิมนำมาสร้างสรรค์ให้เป็นอาหารจานใหม่

กลุ่มที่ 2 การประกอบอาหาร ประกอบด้วย ต้นทุน (Cost) วัตถุดิบ (Ingredients) การประกอบอาหาร (Cooking) และระยะเวลา (Time) แสดงถึงต้นทุน วัตถุดิบ การประกอบอาหารและระยะเวลาเพื่อนำไปสู่การกำหนดรายการอาหารสร้างสรรค์อันเกี่ยวข้องกับการกำหนดรายการอาหารแต่ละประเภทควรพิจารณาต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินการ การจัดการวัตถุดิบในแต่ละชนิด การเลือกใช้วัตถุดิบอย่างเหมาะสมกับรายการอาหารที่จะนำมาใช้ในการประกอบอาหาร ลำดับขั้นตอนและวิธีการประกอบอาหาร ระยะเวลาในการปรุงอาหาร การดำเนินการตามแนวทางนี้จะส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ ชิชญพงศ์ สิริโชตินิศากร (2559 : 130) และพิมพ์ระวี โรจน์รุ่งศักดิ์ (2561: 164) ที่ว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบนวัตกรรมอาหารท้องถิ่นประกอบด้วยเครื่องปรุง วัตถุดิบที่แสดงออกถึงความเป็นอาหารพื้นถิ่น เน้นความเป็นเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และคุณค่าของอาหารไทยพื้นถิ่น เทคนิคการปรุงพื้นฐาน รสชาติ ความเป็นไทยของอาหารพื้นถิ่นและการนำเสนอ อาหารในรูปแบบอาหารผสมวัฒนธรรม

กลุ่มที่ 3 การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การสร้างความนิยม (การนำเสนอ) และเรื่องเล่า เป็น การสื่อสารให้ทราบในรายละเอียดของรายการอาหารสร้างสรรค์เพื่อสร้างความรู้สึกและความต้องการในตัวสินค้าและบริการ ด้วยการนำเสนอให้กับลูกค้าเห็นเป็นรูปธรรมด้วยการตกแต่งอาหารให้สวยงามเหมาะสมกับอาหารแต่ละประเภทและใช้เรื่องเล่าทำการเล่าความเป็นมาและความสำคัญประวัติอาหาร แหล่งวัตถุดิบ สื่อให้ผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องได้รับรู้และเห็นความสำคัญของรายการอาหารที่ได้รับการสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ กิตติมา ชาญวิชัย และธีรพล ภูริต (2561 : 55) ที่พบว่าเรื่องราวของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นสะท้อนเป็นความรู้สึกให้เห็นคุณค่าอาหารและความรู้สึกร่วมกัน อีกทั้งคุณค่าที่ได้รับมีการสืบทอดแสดงให้เห็นถึงธรรมชาติของอาหารท้องถิ่นช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้อาหารผ่านเรื่องเล่า และสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมดั้งเดิม สถานที่และรากเง้าที่เป็นเอกลักษณ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอที่ได้จากงานวิจัย

1. ทุณวัฒนธรรมที่นำมาใช้กับงานสร้างสรรค์อาหารไทยเป็นจุดเริ่มต้นจากการใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมอาหาร ภูมิปัญญาทางอาหารและประโยชน์ของวัตถุดิบ มาเสริมสร้างผลิตภัณฑ์และบริการได้โดยใช้แนวคิดสร้างสรรค์ และการสร้างคุณค่าของวัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้สามารถแข่งขันกับประเทศต่างประเทศได้

2. ทุณวัฒนธรรมนั้นสามารถสร้างเอกลักษณ์ของอาหารให้เป็นที่รู้จัก เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่และสามารถสร้างรายได้ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพื่อมุ่งไปสู่การเป็น Thailand 4.0 ได้โดยการนำวัฒนธรรมไทยและแนวคิดหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเสริมสร้างผลิตภัณฑ์และบริการได้โดยใช้แนวคิดสร้างสรรค์ และการสร้างคุณค่าของวัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้สามารถแข่งขันกับประเทศต่างประเทศได้

3. ควรทำการศึกษาเฉพาะบางองค์ประกอบให้มากขึ้น เช่น การจัดตกแต่งอาหารให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงมากทำการตกแต่งอาหารไทยให้ทันสมัยสามารถส่งเสริมเศรษฐกิจ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตร้านอาหารคาเฟ่ในจังหวัดพิษณุโลก ครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยโดยกระจายพื้นที่ภาคอื่น เพื่อจะได้ทราบถึงข้อมูลความต้องการของผู้ใช้บริการและสถานประกอบการ

2. ธุรกิจคาเฟ่เป็นธุรกิจที่ส่งเสริมภูมิปัญญาที่มีคุณค่าทางความงาม รสชาติ และเอกลักษณ์ความเป็นไทยรวมถึงเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนและประเทศชาติ ดังนั้นหน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องควรตระหนักถึงความสำคัญและให้การสนับสนุนทั้งในด้านการเงิน ด้านวิชาการ เช่น พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อเป็นการอนุรักษ์ และการจัดการเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้อาหารคาเฟ่มีความยั่งยืนอยู่กับชุมชนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม. (2553). วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2565.
แหล่งที่มา: https://www2.m-culture.go.th/policy/ewt_news.php?nid=380
- เกศณีย์ สัตตัตถนขจร, สนธิญา สุวรรณราช, และกาญจนา คุมา. (2563). การพัฒนาอาหารท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดลำปาง. *วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน*. 11(1), 152-173.
- กิตติมา ชาญวิชัย และธีรพล ภูรัต. (2561). *การสร้างมูลค่าด้วยการพัฒนาความเป็นตัวตนที่แท้จริงให้กับอาหารท้องถิ่นในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์* ผ่านการเล่าเรื่อง. รายงานการวิจัย. คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2544). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทู่นวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจ. *วารสารนักบริหาร*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 31(1), 32-37.
- จารุพร มีทรัพย์ทอง. (2565). การพัฒนาต่อยอดแบบอาหารท้องถิ่นบนฐานเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 14 (1), 401-415.
- ฉวีวรรณ สุวรรณภา, อรอนงค์ ววงค์, และ เสริมศิลป์ สุขเมธีสกุล. (2560). *อาหารพื้นบ้าน : กระบวนการจัดการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและจริยธรรมทางสังคมในชุมชนภาคเหนือ*. รายงานการวิจัย. วิทยาแพร์ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ชิษณุพงศ์ ศิริโชตินิศากร. (2559). *การพัฒนารูปแบบนวัตกรรมอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์เพื่อการเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นาริรัตน์ ติภากร. (2559). *การศึกษาความคาดหวังคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภค ชาวเมืองอันซีประเทศฝรั่งเศส*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์. (2018). การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 14(1), 152-167.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2545). ทู่นวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก เล่มที่หนึ่ง. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565. แหล่งที่มา : <http://www.rangsun.econ.tu.ac.th/data/03/03-05-02-วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก เล่มที่ 1.pdf>
- วรรณภา ติระกุล. 2562. *การศึกษารูปแบบการตลาดบริการของร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี*. บทความวิชาการค้นคว้าอิสระ. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศุภชัยกสิกร. (2561). ธุรกิจร้านกาแฟบริหารอย่างไรให้รุ่ง. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2565. แหล่งที่มา:

<https://www.shorturl.asia/#:~:text=https%3A//www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Coffee%2DShop%2DManagement.pdf>

สรีตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมารีสา โกเศยะโยธิน. (2017). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสวนสุนันทา*, 9 (3) ฉบับพิเศษ, 190-198.

โสภิตา วงศ์ประสิทธิ์. (2562). การบริการและการออกแบบของร้านกาแฟในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย. การค้นคว้าแบบอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.