

การศึกษาสภาพการณ์ของการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่ม จังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง : การวิจัยแบบผสมวิธี

วันที่รับบทความ	28/02/2563
วันแก้ไขบทความ	28/04/2563
วันที่ตอบรับบทความ	08/05/2563

ณนนต์ แดงสังวาลย์¹ ประสพชัย พสุนนท์²
ธีระวัฒน์ จันทิก³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจในการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นของผู้มาใช้บริการตามลักษณะส่วนบุคคล และศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการให้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง ระเบียบวิธีการศึกษาแบบผสมวิธี ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการณ์ของการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง พบว่า ผู้บริโภคใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นที่จังหวัดสุพรรณบุรีมากที่สุด ร้อยละ 19.01 ทราบข้อมูลร้านอาหารพื้นถิ่นจากสื่อออนไลน์ ร้อยละ 84.90 ใช้บริการจำนวน 2-3 ครั้ง/ปี ร้อยละ 36.62 ใช้บริการในร้านอาหารพื้นถิ่นประเภทร้านอาหารระดับกลาง ร้อยละ 71.92 และมีความพึงพอใจในการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.71 ± 0.69) 2) ผลเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง จำแนกตามเพศ พบว่า ด้านกระบวนการมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านแตกต่างกัน จำแนกตามสถานภาพและระดับการศึกษา พบว่า มีความพึงพอใจต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน และ 3) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะประกอบด้วย การออกแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบการบริการ ขาดความชัดเจนของความเป็นวัตถุดิบพื้นถิ่น ไม่มีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน มีช่องทางในการจัดจำหน่ายน้อย พักแคะและป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ขาดหน่วยงานเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ไม่มีสิ่งส่งเสริมการขาย พนักงานขาดความรู้และทักษะในการให้บริการ การออกแบบตกแต่งร้านไม่น่าสนใจ

คำสำคัญ : ร้านอาหาร อาหารพื้นถิ่น เมืองรอง ภาคกลาง

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการอาหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
อีเมล : nanoln.d@rmutp.ac.th

² รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร

A Study of Service Consumption Situation of Local Food Restaurants in Second-tier Provinces, Central Region: Mixed Method Research

Received	28/02/2020
Revised	28/04/2020
Accepted	08/05/2020

Nanoln Dangsongwal¹ Prasopchai Pasunon²

Thirawat Chantuk³

Abstract

The aims of this research were 1) to examine the service consumption situation of local food restaurants, 2) to compare levels of customer satisfactions towards the service offering and products according to their different personal characteristics, and 3) to investigate problems, obstacles, and recommendations on the service of local food restaurants in second-tier provinces, central region. The study employed a mixed method research. The results revealed that 1) the consumers visited the local food restaurants in Suphan Buri province the most (19.01 %). Most of the consumers received information about the restaurants from online media (84.90 %). In addition, 36.62 % of them visited the restaurants about 2-3 times a year, and 71.92 % of them visited the average local food restaurants. The overall customer satisfactions towards the service offering and products was at a high level (3.71 ± 0.69), 2) in aspect of process, the comparison of customer satisfactions revealed that different genders showed different satisfactions towards the service offering and products of the restaurants. Meanwhile, based on status and education, the customer satisfactions towards the service offering and products of the restaurants were not significantly different in all aspects, and 3) regarding problems, obstacles, and recommendations, the product and service designs did not clearly show characteristics of the local ingredients, the standard prices were not specified, and there were a few distribution channels. The

¹ Assistant Professor, Food Service Industry Program, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
e-mail: nanoln.d@rmutp.ac.th

² Associate Professor, Business Innovation Management Program, Silpakorn University

³ Associate Professor, Doctor of Philosophy, Business Innovation Management Program, Silpakorn University

locations and guide signs were not clear. Also, there was no support in public relations and promotion strategies. In addition, the staff members were lacking in service knowledge and skills, while the restaurant design and decoration were not interesting.

Keywords: restaurant, local food, second-tier provinces, central region

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) จัดเป็นการท่องเที่ยวในยุคหลังนวมัย (Urry, 2002, p.13) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวยุคนี้มีความเชื่อเรื่องอาหารในแต่ละท้องถิ่นนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารช่วงเดือนมกราคมถึงมิถุนายน พ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีรายได้จากการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในรูปแบบของรายได้จากอาหารและเครื่องดื่มระหว่างเดินทางของนักท่องเที่ยวติดอันดับ 1 ใน 3 ของรายได้จากการท่องเที่ยว โดยมีรายได้ 215,093 ล้านบาท หรือ 21.2 เปอร์เซ็นต์ (สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561, น. 1) รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว สามารถช่วยให้เกิดการกระจายรายได้จากการซื้ออาหาร/เครื่องดื่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 (พรณี สวนเพลง และคณะ, 2559, น. 41) จากโอกาสทางธุรกิจดังกล่าว รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจทั้งจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564 โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับโครงสร้างและมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่งมุ่งเน้นพัฒนาจังหวัดภาคและเมืองรอง ด้วยการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ บนพื้นฐานความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมของการปรุงอาหารของคนไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561, น. 17)

ภาคกลางเป็นภูมิภาคที่มีความอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากมีพื้นที่เป็นที่ราบมีแม่น้ำหลายสาย ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ปศุสัตว์ การประมง และจากอัตราการท่องเที่ยวเชิงอาหารและวัฒนธรรมอาหารไทยในเขตภาคกลางทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นว่า การให้บริการสินค้าจากท้องถิ่น (locallicious) จะสามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้ดี และทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังเมืองรอง ได้แก่ จังหวัดชัยนาท ลพบุรี ราชบุรี สิงห์บุรี สมุทรสงคราม สุพรรณบุรี และอ่างทอง จะก่อให้เกิดเศรษฐกิจในชุมชนได้ไม่ต่ำกว่า 300 ล้านบาท ช่วยกระจายนักท่องเที่ยวที่หนาแน่นในเมืองหลักเพื่อเดินทางไปเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ในจังหวัดเมืองรอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

อย่างไรก็ตาม จากรายงานสรุปการประชุม 4th UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ในปี พ.ศ. 2561 ได้กล่าวถึงปัญหาและความต้องการ คือ การขาดความชัดเจนของความเป็นอาหารพื้นถิ่น รวมถึงความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของแต่ละพื้นที่ (World Tourism Organization, 2018, น. 2) นอกจากนี้ สิริตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมารีสา โกเศยะโยธิน (2560, น. 184) อธิบายถึงปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยภาคกลางในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร สมุทรสงคราม และสุพรรณบุรี ประกอบด้วย 1) การลดลงของทรัพยากรด้านอาหารในท้องถิ่น 2) การให้บริการทางการท่องเที่ยว 3) การตลาดผลิตภัณฑ์บริการและการประชาสัมพันธ์ และ 4) การควบคุมคุณภาพมาตรฐานอาหารไทยและบริการ การออกแบบผลิตภัณฑ์บริการที่เชื่อมโยงความรู้จากศาสตร์หลายแขนงเพื่อเพิ่มมูลค่า

ให้นักท่องเที่ยวสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง ทั้งนี้ ที่ผ่านมายังไม่พบการศึกษาสภาพการณ์และปัญหาโดยรวมของกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ด้วยเหตุนี้ เพื่อเป็นการริเริ่มค้นหาประเด็นจากการวิเคราะห์สภาพการณ์โดยรวม ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการศึกษาสภาพการณ์ของการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง ด้วยวิธีการศึกษาแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) จะสามารถใช้เป็นแนวทางเริ่มต้นสู่การยกระดับการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นให้มีมาตรฐานและมีความสามารถเพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจทั้งจากนักท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้งชาวไทยและต่างชาติต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาสภาพการณ์ของการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นของผู้มาใช้บริการตามลักษณะส่วนบุคคล
3. ศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการให้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาแบบผสม ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นของผู้มาใช้บริการตามลักษณะส่วนบุคคล และศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อการให้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่มาใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดชัยนาท ลพบุรี ราชบุรี สิงห์บุรี สมุทรสงคราม สุพรรณบุรี และอ่างทอง และเนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชขันธ์, 2549, น. 74) พบว่า ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน และเพื่อการป้องกันความผิดพลาดจึงสำรวจตัวอย่างจำนวน 116 คน รวมทั้งสิ้น 500 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการคัดเลือกที่เหมาะสมกับการวิจัยที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่ไม่แน่นอนเป็นข้อค้นพบเบื้องต้นสำหรับการศึกษาต่อไปในอนาคต (วนิดา วาติเจริญ, รังสรรค์ เลิศในสัตย์ และสมบัติ ทีฆทรัพย์, 2560, น. 187)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง และตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ และความคาดหวังที่มีต่อการบริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง การหาคุณภาพของเครื่องมือประกอบด้วย การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผลการประเมินจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมการบริการ และด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน พบว่า ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.6-1 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้วิธีการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient : α) พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.948 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่น ณ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและร้านอาหารพื้นถิ่นจำนวน 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยนาท ลพบุรี ราชบุรี สิงห์บุรี สมุทรสงคราม สุพรรณบุรี และอ่างทอง การวิจัยในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาดำเนินการศึกษาค้นคว้าช่วงเดือนธันวาคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบ 2 กลุ่ม ด้วย t-test และ 3 กลุ่ม ด้วย F-test (One-way Analysis of Variance) และการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Tukey's Honesty Significant Difference (HSD) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และวิเคราะห์คำถามปลายเปิดด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการให้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง จำนวน 8 คน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ตัวผู้วิจัย แนวข้อคำถามที่เป็นคำถามปลายเปิดด้วยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และโปรแกรมบันทึกเสียงในมือถือสมาร์ทโฟน และไอแพดสำหรับจดบันทึก โดยในระหว่างการสนทนาผู้วิจัยได้รับอนุญาตเพื่อบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ดังกล่าว การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลที่ต่างกัน (Data Triangulation) โดยทำการตรวจสอบข้อมูลเรื่องเดียวกันจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่งที่มีความแตกต่างกันจนกระทั่งข้อมูลที่ได้ถึงจุดอิ่มตัว (Theoretical Saturation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2556, น. 34)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการณ์ของการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง จำนวน 500 ชุด ผู้วิจัยได้รับการตอบกลับของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 463 ชุด จากนั้นทำการตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อคัดเลือกแบบสอบถาม คงเหลือทั้งสิ้น 456 ชุด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.70 และเพศชาย ร้อยละ 37.30 อายุระหว่าง 31-50 ปี ร้อยละ 59.60 รองลงมา อายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 28.70 สถานะโสด ร้อยละ 67.50 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.70 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 24.10 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 50.00 ถิ่นที่อยู่ในปัจจุบัน คือ ภาคกลาง ร้อยละ 80.90

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดในเมืองรองในเขตภาคกลางที่เคยไป	123	8.82
ท่องเที่ยวและใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่น	159	11.41
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	259	18.58
ลพบุรี	180	12.91
ราชบุรี	257	18.44
สิงห์บุรี	265	19.01
สมุทรสงคราม	151	10.83
สุพรรณบุรี		
อ่างทอง		
รวม	1,394	100.00
การได้รับข้อมูลร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง		
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
อินเทอร์เน็ต/สื่อออนไลน์	388	84.90
วัตถุประสงค์การเลือกบริโภคอาหารพื้นถิ่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
รสชาติของอาหาร	387	84.70
จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ (รอบปีที่ผ่านมา)		
2-3 ครั้ง	167	36.62
ลักษณะของการไปใช้บริการ		
แวะพักรับประทานอาหารระหว่างมือ	202	44.29
พาหนะเดินทางมาใช้บริการ		
รถยนต์ส่วนตัว	435	95.39
รูปแบบของร้านอาหารพื้นถิ่นที่ท่านนิยมใช้บริการ		
ร้านอาหารระดับกลาง (casual dining)	328	71.92

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นที่จังหวัดสุพรรณบุรีมากที่สุด ร้อยละ 19.01 รองลงมา คือ จังหวัดราชบุรีและจังหวัดสมุทรสงคราม ร้อยละ 18.58 และ 18.44 ตามลำดับ โดยได้รับข้อมูลร้านอาหารจากสื่อออนไลน์ ร้อยละ 84.90 มีวัตถุประสงค์ของการเลือกบริโภคอาหารพื้นถิ่นมาจากการรสชาติของอาหาร ร้อยละ 84.70 ใช้บริการจำนวน 2-3 ครั้ง/ปี ร้อยละ 36.62 ซึ่งเป็นลักษณะการแวะพักรับประทานอาหารระหว่างมือ ร้อยละ 44.29 เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 95.39 และใช้บริการในร้านอาหารพื้นถิ่นประเภทร้านอาหารระดับกลาง (casual dining) ร้อยละ 71.92 และมีความพึงพอใจต่ออาหารพื้นถิ่นแต่ละประเภทในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66 \pm 0.90$)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจที่มีต่อประเภทอาหารพื้นถิ่นและการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่น

(n=456)			
ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ประเภทอาหารพื้นถิ่น			
ทอด เผา หรือย่าง	4.11	0.77	มาก
ยำ	3.92	0.89	มาก
เครื่องเคียง	3.68	1.01	มาก
แกง	3.66	0.85	มาก
ผัด	3.58	0.77	มาก
ผลไม้	3.55	0.99	มาก
อาหารว่าง	3.47	0.93	ปานกลาง
อาหารหวาน	3.34	1.00	ปานกลาง
รวมทุกด้าน	3.66	0.90	มาก
การนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่น			
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.98	0.57	มาก
ด้านราคา (Price)	3.87	0.61	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.77	0.63	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.46	0.83	ปานกลาง
ด้านบุคคล (People)	3.71	0.72	มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)	3.73	0.66	มาก
ด้านกระบวนการ (Process)	3.44	0.85	ปานกลาง
รวมทุกด้าน	3.71	0.69	มาก

เมื่อพิจารณารายด้าน 7 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ (3.98 ± 0.57) ด้านราคา (3.87 ± 0.61) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.77 ± 0.63) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (3.73 ± 0.66) ด้านบุคคล (3.71 ± 0.72) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด (3.46 ± 0.83) และด้านกระบวนการ (3.44 ± 0.85) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ (7Ps) ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบและวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนความพึงพอใจการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่น

ลักษณะส่วนบุคคล	การนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่น						
	Product	Price	Place	Promotion	People	Physical Evidence	Process
การเปรียบเทียบ							
(t-test และ p-value)							
เพศ	0.173	0.248	0.293	0.312	0.770	1.450	2.008*
	(0.86)	(0.80)	(0.76)	(0.75)	(0.44)	(0.14)	(0.04)
การวิเคราะห์ความแปรปรวน							
(F-test และ p-value)							
อายุ	0.453	1.559	0.787	2.266	0.683	2.709*	2.653*
	(0.77)	(0.18)	(0.53)	(0.06)	(0.60)	(0.03)	(0.03)
สถานภาพ	0.292	0.829	0.351	0.903	1.466	0.566	1.453
	(0.74)	(0.43)	(0.70)	(0.40)	(0.23)	(0.56)	(0.23)
ระดับการศึกษา	1.229	1.348	0.972	0.937	0.736	0.922	1.053
	(0.29)	(0.25)	(0.42)	(0.44)	(0.56)	(0.45)	(0.38)
รายได้	0.924	0.786	2.326*	1.808	1.092	1.748	1.812
	(0.46)	(0.56)	(0.04)	(0.11)	(0.36)	(0.12)	(0.10)
อาชีพ	0.957	1.036	1.282	2.088*	1.619	1.568	2.878*
	(0.47)	(0.41)	(0.24)	(0.02)	(0.10)	(0.12)	(0.01)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ (7Ps) ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลางของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลางของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่น ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ให้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่น ๆ ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างก็มีความพึงพอใจไม่ต่างกัน (รายละเอียดดังตารางที่ 3)

3. การศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการให้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง

ส่วนของผู้มาใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่น

1. ด้านคุณลักษณะของอาหาร พบว่า ยังขาดความชัดเจนของความเป็นวัตถุดิบพื้นถิ่นที่นำมาใช้ประกอบอาหาร การบอกถึงคุณประโยชน์ที่มีต่อสุขภาพ และมีจำนวนรายการอาหารให้เลือกรับประทานน้อยเกินไป มีรสชาติจัดทำให้สามารถรับประทานได้น้อย ขาดการออกแบบและนำเสนออาหารพื้นถิ่นแบบชุดเมนูอาหารที่เป็นรายการที่คนพื้นถิ่นรับประทานจริง และบางร้านยังขาดความสะอาด ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรพัฒนาให้เป็นสำหรับอาหารที่ปรุงจากวัตถุดิบพื้นถิ่นอย่างหลากหลาย แสดงรายละเอียดของวัตถุดิบที่ใช้

2. ราคาอาหารยังไม่มีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน โดยบางแห่งยังไม่มี การแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน และยังมีความผันผวนด้านการกำหนดราคาในช่วงเทศกาล เทศบาลหรือจังหวัดควรเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดราคากลางของวัตถุดิบพื้นถิ่นที่จำหน่ายในท้องตลาด

3. ปัญหาความไม่ชัดเจนของภัตตาคารเมื่อค้นหาผ่านสื่อออนไลน์และการแสดงป้ายประชาสัมพันธ์บอกทางไม่ต่อเนื่อง มีจำนวนของช่องทางในการจัดจำหน่ายที่น้อยและสถานที่อยู่ไกล ระบบขนส่งสาธารณะเข้าไม่ถึง เทศบาลหรือจังหวัดควรสนับสนุนระบบการขนส่งสาธารณะเพื่อการเข้าถึงร้านอาหาร และมาตรการควบคุมความปลอดภัยระหว่างการเดินทางโดยเฉพาะช่วงกลางคืนที่ดี

4. ไม่มีสิ่งส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด การจำหน่ายอาหารในรูปแบบชุดเมนูอาหารคู่กับเครื่องดื่มเฉพาะถิ่น หรือสิ่งที่สามารถกระตุ้นการมาใช้บริการของลูกค้า ขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงสินค้าและบริการโดยเฉพาะสื่อโฆษณาออนไลน์

5. พนักงานบางส่วนยังขาดคุณสมบัติการเป็นพนักงานบริการที่ดี เช่น ปัญหาการสื่อสารระหว่างพนักงานกับลูกค้า มีการใช้ถ้อยคำค่อนข้างแข็งกระด้าง ไม่ยิ้มแย้ม แสดงอารมณ์ขณะมีลูกค้าจำนวนมากมาใช้บริการ และขาดความชำนาญในการให้บริการที่มีมาตรฐาน ขาดความรู้และความเข้าใจในรายการอาหารของร้านทั้งหมดที่มี และยังขาดความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการแก่ลูกค้า

6. การออกแบบตกแต่ง สภาพบรรยากาศ การใช้แสงและสีภายในร้านยังขาดความน่าสนใจ และไม่สื่อถึงความเป็นร้านอาหารพื้นถิ่น หรือความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ด้านการสุขาภิบาลสถานที่ผลิตอาหาร ได้แก่ ความสะอาดโดยรวมของห้องอาหาร ห้องครัว ถังน้ำแข็ง ห้องน้ำไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการ มีฝุ่นจากถนนของชุมชน สถานที่จอดรถไม่เพียงพอโดยเฉพาะในช่วงเทศกาล

7. ขาดการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ดี เช่น พนักงานขาดความรู้พื้นฐานและทักษะการบริการทำให้เกิดความไม่แม่นยำในการให้บริการ ปัญหาด้านกระบวนการส่วนหน้า เช่น ขาดการจัดการระบบการจองคิว ไม่มีการรับจองผ่านระบบออนไลน์ จัดบันทึกรายการอาหารผิด ด้านกระบวนการส่วนหลังห้องครัว เช่น การปรุงอาหารไม่เป็นไปตามคิวและล่าช้า อาหารมีคุณภาพไม่ดี

ส่วนของผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่น

ปัญหาของการจัดการธุรกิจร้านอาหารพื้นในลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลางในภาพรวม ดังนี้

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบการบริการ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ดำเนินภายในครอบครัวที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานานและใช้แรงงาน เช่น พ่อครัว และพนักงานบริการ จากคนในพื้นที่เพื่อสนับสนุนการจ้างงาน ด้วยเหตุนี้ จึงพบปัญหาในการพัฒนาตัวรับใหม่ ๆ รวมถึงรูปแบบการบริการที่ทันสมัยตามกระแสบริโภค ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “ร้านเราเปิดมามากกว่า 30 ปี และเราไม่ได้ให้บริการแบบหรูหราเหมือนโรงแรมเพราะเราต้องการให้ทุกคนเข้าถึงวัตถุดิบและคุณภาพอาหารที่คัดสรรมาจริง ๆ แต่ปัญหาส่วนหนึ่ง คือ การคิดเมนูใหม่ที่ถูกใจผู้บริโภค เพราะคนทำงานเราเป็นชาวบ้านจริง ๆ จึงค่อนข้างยากหน่อยที่จะคิดอาหารที่ดูสวยงามออกมา แต่อย่างไรก็ตามไม่ใช่พวกเราไม่พร้อมพัฒนานะ อาจจะใช้เวลาหน่อย”

2. การกำหนดราคาขายที่ผันผวนตามราคาวัตถุดิบหลัก ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “ประเด็นนี้เป็นเรื่องที่สำคัญมาก เนื่องจากทางร้านไม่สามารถแบกรับภาระราคาของวัตถุดิบที่มีราคาขึ้น ๆ ลง ๆ ได้ตลอด ถึงจะเป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นก็ตาม เพราะบางครั้งวัตถุดิบดังกล่าวชาวบ้านมาส่งให้เราไม่ได้จริง ๆ ปัญหานี้ค่อนข้างแก้ไขยาก เบื้องต้นในร้านจะแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบและจะชั่งน้ำหนักให้เห็นเพื่อความสบายใจถึงราคาที่มาแต่ละครั้งอาจจะไม่เท่ากัน”

3. ข้อจำกัดในการขยายช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้วยธุรกิจร้านอาหารประเภทนี้เป็นธุรกิจครอบครัว ซึ่งบางร้านเปลี่ยนการบริหารงานจากพ่อแม่เป็นรุ่นลูก จึงทำให้มีความสามารถในการขยายช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาทิ การออกบูธจำหน่ายอาหารพื้นถิ่นในงานอาหารระดับจังหวัดหรือระดับประเทศ การเพิ่มช่องทางติดต่อเพื่อสั่งอาหารออนไลน์ผ่านการร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจจัดส่งอาหาร

ในจังหวัด อย่างไรก็ตามยังพบปัญหาการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “แม่ก็อยากขยายกิจการให้ทุกคนได้กินนะ แต่ด้วยมีทุนที่จำกัดหากเปิดในเมืองค่าเช่าที่ก็แพงและแรงงานก็หายาก” และ “ร้านเราตั้งใจตั้งแต่ต้นว่าจะไม่ขยายกิจการ เพราะหากขยายไปการควบคุมคุณภาพอาหารทั้งรสชาติ และการหาวัตถุดิบอาจจะดูแลไม่ทั่วถึง เราอยากให้ทุกคนได้ทานของดี ๆ”

4. การขาดหน่วยงานเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลร้านอย่างต่อเนื่อง ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “พวกเราเป็นร้านอาหารแบบชาวบ้าน ๆ ยากที่จะรู้วิธีการโฆษณาให้นักท่องเที่ยวรู้จัก แต่ส่วนมากที่คนรู้จักเราตอนนี้ก็มาจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) จากการแชร์หรือรีวีว พี่เลยสร้างเพจขึ้นมา ก็ช่วยให้คนรู้จักมากขึ้นแต่น้อยมากที่หน่วยงานท้องถิ่นหรือจังหวัดจะมาทำข่าวและประชาสัมพันธ์ แต่อีกอย่างคือ ปากต่อปาก ที่ช่วยให้เราขายได้ดี” และ “ตลาดเรามีทีมประชาสัมพันธ์นะครับ แต่เป็นเพียงเลี้ยงตามสายในชุมชน มันก็แค่คนในชุมชนที่รู้ ถ้าเป็นไปได้ก็อยากให้การท่องเที่ยวจังหวัดมาช่วยประชาสัมพันธ์ พวกผมยินดี”

5. พนักงานให้บริการขาดความรู้และทักษะในการสื่อสาร เนื่องจากแรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่มาจากคนในชุมชน แรงงานต่างด้าว และมีช่วงวัยที่หลากหลาย จึงไม่มีความรู้และทักษะทั้งด้านการสื่อสาร จิตวิทยาการบริการ และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหารในเมืองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลัก อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเป็นผู้แก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า และฝึกอบรมทักษะการสื่อสารหรือการบริการเบื้องต้นเท่านั้น ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “พี่ ๆ แรงงานต่างด้าวกลุ่มนี้อยู่กับเรามา 10 ปีกว่าแล้ว พูดภาษาไทยได้ชัดเจนแต่ทางร้านก็ยังต้องฝึก โดยผมและครอบครัวจะเป็นคนช่วยฝึกการพูด โดยเฉพาะเวลาลูกค้าถามเรื่องส่วนผสมที่มีในอาหารเขาก็ต้องเรียนรู้ด้วยเช่นกัน แต่มันต้องใช้เวลาสักหน่อย” และ “ตลาดนี้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยอะ ปากี่พูดสื่อสารกับเขาไม่เป็น ได้แต่ใช้การเขียนเลขบนกระดาน”

6. ขาดการสนับสนุนการจัดการสุขาภิบาลสถานที่ผลิตและจำหน่ายอาหาร และการสร้างภาพลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นพื้นที่ถิ่น ปัญหาด้านความสะอาดโดยรวม พบว่า มาจากสาเหตุที่ตั้งของร้านซึ่งเป็นพื้นที่ในชุมชนหรือตลาดทำให้มีความยากลำบากในการจัดการในภาพรวม เช่น การจัดการด้านฝุ่นที่มาจากถนนในชุมชน การจัดการสัตว์พาหะนำโรค แต่ระบบการสุขาภิบาลภายในร้าน เช่น การกำจัดสัตว์พาหะนำโรค และการทำความสะอาดพื้นที่ส่วนหน้าและส่วนครัว พบว่า ทุกร้านมีความสามารถในการจัดการสุขาภิบาลระดับปานกลางถึงระดับดี ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า “หากให้ประเมินความสะอาดโดยรวมของร้าน ก็น่าจะอยู่ในเกณฑ์ 3.5-4 ดาว เพราะครอบครัวเราควบคุมทุกส่วน ทุกคนจะต้องทำความสะอาดก่อนกลับบ้านและจะทำความสะอาดใหญ่ก่อนวันหยุด ยุ่งที่นี้ชุมมาก เราใช้เครื่องไถ่ผงไฟฟ้า แต่ปัญหาที่แก้ไขยากที่สุดเห็นจะเป็นฝุ่นที่มาจากถนน” ส่วนปัญหาด้านการสร้างภาพลักษณ์หรือบรรยากาศของร้านให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ที่ดีนั้น พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดแนวคิดในการออกแบบ ตกแต่งร้าน รวมถึงขาดทุนทรัพย์ที่จะนำมาลงทุน อย่างไรก็ตามยังมีร้านอาหารพื้นที่ในบางจังหวัดที่ได้รับการสนับสนุนการให้คำปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัยในจังหวัดเพื่อออกแบบสถานที่และปรับปรุงห้องผลิตอาหาร

ตามมาตรฐาน ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “แม่โชคดีมากที่ได้หน่วยงานท้องถิ่น และอาจารย์มหาวิทยาลัยมาทำวิจัยและช่วยพัฒนาให้หลายอย่าง ตั้งแต่ ป้ายร้าน ห้องครัว พอเสร็จลูกค้าเห็นก็ปากต่อปาก บอกต่อว่าของเราสะอาด”

7. ปัญหาพนักงานให้บริการล่าช้า ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จ้างแรงงานในชุมชนซึ่งเป็นแรงงานที่ขาดทักษะและความชำนาญในการให้บริการ จึงทำให้มักเกิดปัญหาการให้บริการที่ล่าช้า จัดลำดับคิวผิด แต่ข้อดีของการจ้างคนในพื้นที่ พบว่า พนักงานบริการสามารถสร้างการรับรู้ที่ดีจากภาษาท้องถิ่น วัฒนธรรมการแสดงออก และการให้ข้อมูลของอาหารพื้นถิ่นแก่ลูกค้าระหว่างบริการได้ดี ถัดมาการใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ พบว่า ร้านทั่วไปใช้เพียงแอปพลิเคชันในมือถือเพื่อช่วยในการสั่งซื้อสินค้ากับพ่อค้าคนกลางเท่านั้น อย่างไรก็ตามมีบางร้านที่ประสงค์จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับบริหารธุรกิจร้านอาหารเพื่อรองรับการสั่งรายการอาหาร และการจัดทำใบกำกับภาษี ดังผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “เรากำลังหารือกันว่าจะใช้โปรแกรมรับออเดอร์มาให้พนักงานใช้ เพื่อแก้ปัญหาผิดคิว ผิดโต๊ะ อ้อและอีกอย่าง คือ เรามองแง่ดีว่า จะได้มีใบกำกับภาษีให้ลูกค้าที่ต้องนำไปเบิกบริษัท แต่ปกติเราก็เขียนมีอนะ แต่ก็อยากให้มีนุติ”

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากสภาพการณ์ของการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-50 ปี สถานะโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ถิ่นที่อยู่ปัจจุบัน คือ ภาคกลาง และมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นที่จังหวัดสุพรรณบุรีมากที่สุด โดยได้รับข้อมูลร้านอาหารพื้นถิ่นจากสื่อออนไลน์ มีวัตถุประสงค์ของการเลือกบริโภคอาหารพื้นถิ่นมาจากรสชาติของอาหารและใช้บริการจำนวน 2-3 ครั้ง/ปี ใช้บริการในร้านอาหารพื้นถิ่นประเภทร้านอาหารระดับกลาง ด้านความพึงพอใจที่มีต่ออาหารพื้นถิ่นแต่ละประเภทในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มวัยดังกล่าวเป็นวัยที่ผ่านการทำงานมาระยะหนึ่งจึงทำให้มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ในจังหวัดพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งสอดคล้องกับเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561, น. 109) ที่กล่าวถึงแนวโน้มของกลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตจะมีจุดประสงค์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิม จะมีลักษณะชอบเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ และจะกระจายตัวท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น การเดินทางไปชิมอาหาร แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีศักยภาพสูง และยังสอดคล้องกับการศึกษาสภาพการณ์ด้านการท่องเที่ยวและความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดสุพรรณบุรี ของสมจินต์ ชาญกระบี่ และนรินทร์ สังข์รักษา (2560, น. 2410) กล่าวว่า จังหวัดสุพรรณบุรีมีศักยภาพที่ดีทั้งด้านทรัพยากรและวัฒนธรรม และมีความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งพิจารณาได้จากยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด พบว่ามียุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 4 ยุทธศาสตร์ที่สัมพันธ์กับการจัดการอาหารพื้นถิ่น

2. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเขตภาคกลาง พบว่า ด้านกระบวนการมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านแตกต่างกัน อาจเนื่องจากการจัดการด้านกระบวนการของร้านเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบการให้บริการและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจสูงสุด สอดคล้องกับพัชรพรพรรณ เสงี่ยมศักดิ์ และธรรมวิมล สุขเสริม (2561, น. 116) พบว่า เพศชายมีโอกาสดัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของไทยที่มากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้รูปแบบของผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถสะท้อนถึงกระบวนการคิด ความเป็นตัวตนของผู้บริโภคได้ทั้งเพศชายและเพศหญิง ด้านผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และราคากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ส่วนข้อคิดเห็นพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้ถึงความสอดคล้องระหว่างคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการกับราคาที่จ่ายจริง มีความเหมาะสมกัน ซึ่งสอดคล้องกับธีรภัทร ตียาสุนทรานนท์ และศิริพงศ์ รักใหม่ (2562, น. 310) พบว่า ผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาดของร้านอาหารพื้นเมืองในเชียงใหม่โดยรวมมีระดับที่สูงขึ้นและยังทำให้มีความพึงพอใจต่อร้านๆ ในภาพรวมในระดับที่สูงมากขึ้น แต่หากวิเคราะห์จำแนกตามอายุ พบว่า ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการมีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับพรมิตร กุลกาลยีนยง (2561, น. 70) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็น Gen-X และ Gen-Y มีความเห็นด้านบรรยากาศภายในร้านและด้านคุณภาพบริการของร้านอาหารไทยในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อาจจะเป็นเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้บริโภคจะมีความคาดหวังต่อการให้บริการของร้านทุกด้าน แต่ในการศึกษาคครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีช่วงอายุที่ต่างกันและมาเยือนเขตภาคกลางเมืองรองจึงทำให้มีทัศนคติที่มีต่อลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดและกระบวนการ และจำแนกตามรายได้ พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านแตกต่างกัน สอดคล้องกับชรัญญา สุวรรณเสรีรักษ์, อนวัช จิตต์ปรารพ และรุจิรา สุขมณี (2561, น. 190) ที่ระบุถึงลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน โดยกลุ่มรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จะมีความต้องการทุก ๆ ด้านอยู่ในระดับพื้นฐานแต่กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท จะมีความต้องการที่ใส่ใจในรายละเอียดของสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2562, น. 5) ยังได้ระบุว่า การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย เช่น มีการส่งเสริมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและมีกระบวนการที่รวดเร็วไม่ทำให้ลูกค้าต้องรอนาน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างร้านและลูกค้าหรือมีการกระตุนยอดขายด้วยวิธีออนไลน์ เป็นต้น

3. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการให้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง เขตภาคกลาง

3.1 ส่วนของผู้มาใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่น พบว่า คุณลักษณะของอาหารยังขาดความชัดเจน ความเป็นวัตถุดิบพื้นถิ่นที่นำมาใช้ประกอบอาหาร การบอกถึงคุณประโยชน์ที่มีต่อสุขภาพ มีจำนวนรายการอาหารให้เลือกรับประทานน้อยเกินไปและควรพัฒนาให้เป็นสำหรับอาหารที่ปรุงจากวัตถุดิบพื้นถิ่นอย่างหลากหลาย ราคาอาหารยังไม่มีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน มีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน ความไม่ชัดเจนของพิกัดร้าน ช่องทางในการจัดจำหน่ายที่น้อย ระบบการขนส่งสาธารณะเพื่อการเข้าถึงร้านอาหาร ร้านอาหารพื้นถิ่นทั่วไปยังไม่มีสิ่งส่งเสริมการขายที่น่าสนใจซึ่งควรเรียนรู้การจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจอาหารพื้นถิ่นผ่านระบบออนไลน์ พนักงานบางส่วนยังขาดคุณสมบัติการเป็นพนักงานบริการที่ดี ขาดความรู้และความเข้าใจในรายการอาหาร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และพนักงานไม่เพียงพอ สภาพบรรยากาศโดยรวมขาดความน่าสนใจ ปัญหาการสุขาภิบาลสถานที่ผลิตอาหาร ความไม่แม่นยำในการให้บริการและกระบวนการให้บริการส่วนหน้าและห้องครัวที่ล่าช้า ทั้งนี้ หากพิจารณาโดยรวมอาจเพราะการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการเรียนรู้หรือรับประสบการณ์ใหม่จากการรับประทานอาหารพื้นถิ่นถึงแม้จะมีการเดินทางไกลจากเดิมก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับเบญจมาภรณ์ ชำนาญา (2561, น. 115) อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ โดยนักท่องเที่ยวนิยมใช้เวลาในการทำกิจกรรมทางด้านอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดต่าง ๆ นอกจากนี้ หากร้านอาหารพื้นถิ่นประยุกต์ใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการร้านจะยังเป็นการสร้างความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวชิมอาหาร รวมถึงแหล่งผลิตอาหารที่เป็นต้นฉบับในชุมชนนั้น ๆ (พรณี สวนเพลง และคณะ, 2559, น. 45)

3.2 ส่วนของผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่น พบว่า มีปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบการบริการแบบใหม่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจร้านอาหารไทยพื้นถิ่นส่วนมากจะเป็นการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น และผู้บริหารร้านส่วนใหญ่บริหารงานจากประสบการณ์ ซึ่งไม่ได้เข้าศึกษาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงทำให้ขาดความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายการอาหารใหม่ ๆ สอดคล้องกับญานิตา เฟื่อนเผาะ (2561, น. 315) อธิบายว่า ความคิดสร้างสรรค์ในการดัดแปลงเมนูอาหารให้น่าสนใจ โดยเฉพาะการมีเมนูพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านเป็นคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารที่ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังพบปัญหาการกำหนดราคาอาหารที่ผันผวนที่ต้องปรับราคาขึ้นลงตามราคาวัตถุดิบหลัก ขาดหน่วยงานเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลร้าน พนักงานให้บริการขาดความรู้และทักษะในการสื่อสารและทักษะบริการ ขาดการสนับสนุนการจัดการสุขาภิบาลอาหารและสถานที่ผลิตอาหารจากชุมชนและภาครัฐอย่างเต็มที่ สอดคล้องกับน้ำทิพย์ เตรียมการ และนฤมล นันทรักษ์ (2558, น. 157) กล่าวถึง ผลจากการนำคู่มือการพัฒนาร้านอาหารที่พัฒนาจากนักวิชาการและภาครัฐไปทดลองใช้กับบุคลากรร้านอาหาร พบว่า พนักงานเกิดการพัฒนาระดับความรู้ได้อย่างดีและปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ซึ่งทำให้ร้านอาหารบรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาร้านอาหาร

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นควรมีการพัฒนา 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านรายการอาหาร ควรสร้างสรรค์รายการอาหารให้มีความหลากหลายพร้อมระบุรายละเอียดของวัตถุดิบทั้งข้อมูลทางโภชนาการและแหล่งที่มาจากพื้นถิ่นอย่างชัดเจน มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและวัตถุดิบ 2) ด้านการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ที่ตั้ง มีป้ายร้านที่ชัดเจน และจำหน่ายอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 3) ด้านพนักงาน ควรจัดอบรมให้ความรู้ด้านอาหารและการบริการให้แก่พนักงาน เช่น ความรู้อาหารพื้นถิ่น คุณสมบัติพนักงานบริการและพื้นฐานการบริการอาหารและเครื่องดื่ม เทคโนโลยีสารสนเทศ และมีพนักงานพี่เลี้ยงคอยดูแลพนักงานใหม่ขณะปฏิบัติงานเพื่อคอยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอย่างรวดเร็ว และ 4) ด้านสถานที่และกระบวนการให้บริการ ที่มีการออกแบบตกแต่งและรูปแบบการบริการที่สื่อถึงท้องถิ่นนั้น ๆ เน้นความสะอาด ความปลอดภัย และรวดเร็ว

2. ภาครัฐ ควรมีการสนับสนุนหรือจัดฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการจัดการสุขาภิบาล สภาพแวดล้อมในชุมชนให้สะอาดและปลอดภัย มีการจัดการสาธารณะให้บริการจากตัวเมืองสู่บริเวณร้านอาหาร ควบคุมราคาวัตถุดิบอาหารพื้นถิ่นหรือกำหนดให้มีราคากลางของชุมชนที่เป็นมาตรฐาน และมีนโยบายส่งเสริมให้สถาบันการศึกษามีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารพื้นถิ่น

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). **บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำปีเดือนกุมภาพันธ์ 2562**. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2563, จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562
- กัลยา วาณิชยัญญา. (2549). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). **Eat Local: Locallicious**. ค้นเมื่อ 4 มกราคม 2563, จาก <https://www.TheLocallicious.com>
- ชรัญญา สุวรรณเสรีรักษ์, อนวัช จิตต์ปรารพ และรุจิรา สุขมณี. (2561). ความต้องการของลูกค้าด้านส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์เซรามิกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ**. 28 (1), น. 179-193.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2558). **เทคนิคการเขียนเค้าโครงการวิจัย: แนวทางสู่ความสำเร็จ**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : อมรรการพิมพ์.
- ญาณิศา เพื่อนเพาะ. (2561). ประเภทของร้านอาหารกับคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**. 11 (1), น. 303-321.
- ธีรภัทร ตียาสุนทรานนท์ และศิริพงศ์ รักใหม่. (2562). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 13 (1), น. 302-314.
- น้ำทิพย์ เจริญการ และนฤมล นันทรักษ์. (2558). Research and Restaurant Development to the Standard “Clean Food Good Taste”. **บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต**. 11 (3), น. 153-161.
- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). Gastronomy Tourism: Thailand’s Competitiveness. **สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี**. 24 (1), น. 103-116.
- พรณี สวนเพลง และคณะ. (2559). **การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic Tourism)**. ค้นเมื่อ 4 มกราคม 2563, จาก http://asean.psu.ac.th/Data/tourism/topic/17/Gastronomy_Tourism_TH2559.pdf.

- พรมิตร กุลกาลยืนยง. (2561). พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทย และปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่ม Gen-X และ Gen-Y. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 6 (1), น. 67-75.
- พัชราพรรณ เสงี่ยมศักดิ์ และธรรมวิมล สุขเสริม. (2561). ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของไทย. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์. 4 (2), น. 157-173.
- วนิดา วาดีเจริญ, รังสรรค์ เลิศในสัตย์ และสมบัติ ทิฆมทรัพย์. (2560). ระเบียบวิธีวิจัย จากแนวคิดทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.