

การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการระดับชาติ
“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ 21”

ครั้งที่ 13

วันศุกร์ ที่ 20 มกราคม 2560
ณ โรงแรมวังคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

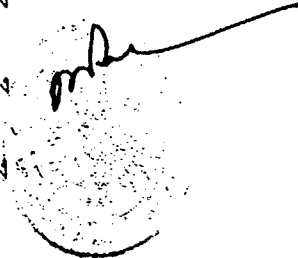


สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ 57100
โทร: (053) 702-870 ต่อ 102 อีเมล : dreemriver.2011@gmail.com

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิชาการ/บทความวิจัย
โครงการสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓
“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๖๖๔๗/๒๕๕๙

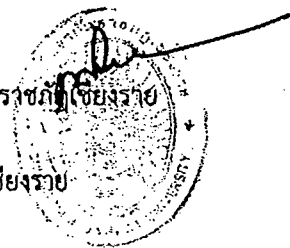
๑. ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความระดับชาติ (ภายนอก)

๑. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี พิริยะกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยวลัยนคร
๔. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๕. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปฎิกรัชต์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยมหิดล
๖. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ อดีตอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๗. รองศาสตราจารย์ปกรณ์ภัทร จันทะไชยศรี
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ อุ่ทองทรัพย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมรินทร์ เทวตา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๑๑. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๒. อาจารย์ ดร.ปเนต มโนมัยวิบูลย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๓. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง



๒. ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความระดับชาติ (ภายใน)

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ธนะชัยพันธ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพิสุทธิ์ ใจสนิท
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วังษ์บูรณาวาทย
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๔. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย คำแสน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรณ ไซยานนท์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต นางแล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอกานุกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิน พรหมใจสา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์องอาจ อินทนิเวศ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๓. อาจารย์ ดร.สหทัยา สิทธิวิเศษ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๔. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัฒน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๕. อาจารย์ ดร.สุดาพร ปัญญาพฤษ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๖. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๗. อาจารย์ ดร.สุฤทธิ์พร วิทยผดุง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๘. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



๑๙. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๐. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๑. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๒. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์

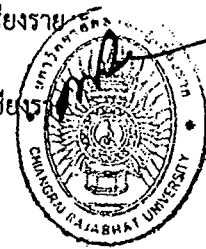
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๓. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

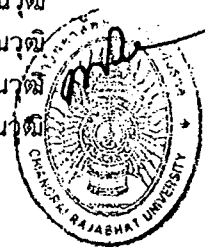
๒๔. อาจารย์ ดร.โอม พัฒนโชติ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ
งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓
“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”
แบบท้ายคำสั่งที่ ๖๖๔๘/๒๕๕๙

- | | |
|---|---------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วงษ์บูรณาวาทย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยขันธุ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอกานุกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๗. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๘. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๙. อาจารย์ ดร.ปเนต มโนมัยวิบูลย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๐. อาจารย์ ดร.ปริมนทร์ อริเดช | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๑. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๒. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๓. อาจารย์ ดร.สฤทธิพร วิทยผดุง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๔. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๕. อาจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๖. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๗. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๘. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๙. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๐. ดร.ยุทธศิลป์ ชุมณี | ผู้ทรงคุณวุฒิ |





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๖๖๕๐/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding)

งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓

“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”

ด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓ “ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗ มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| ๑. อาจารย์ ดร.จිරนันต์ ไชยงาม นอกซ์ | ประธานกรรมการ |
| ๒. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | กรรมการ |
| ๓. อาจารย์อดิวัชร หนาพงศ์ไพศาล | กรรมการ |
| ๔. อาจารย์จามรี พระสุนิต | กรรมการ |
| ๕. อาจารย์ทิพวรรณ เมืองใจ | กรรมการ |
| ๖. อาจารย์ธนพัทธ์ จันทพิพัฒน์พงศ์ | กรรมการ |
| ๗. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา | กรรมการและเลขานุการ |
| ๘. อาจารย์ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

หน้าที่ รวบรวมบทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้นำเสนอที่ผ่านการพิจารณาจากสำนักกองจากผู้ทรงคุณวุฒิและจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ให้ถูกต้องตามมาตรฐานวิชาการ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๖ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทศพล อารีนิจ)

อธิการบดี

อุปสรรคและปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Food Truck ของ Bake&Beach Creperie ในเขตหัวหิน

กชนิภา บัวมณี¹ นภัสวรรณ ชูจันทร์² และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงอุปสรรค และปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Food Truck ของ Bake & Beach Creperie ในเขตหัวหิน โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้วิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ระดับลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ คุณพงศ์เกษม ทัศนานุกุลกิจ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มการทำธุรกิจเครปส์โตลล์ญี่ปุ่นในรูปแบบรถอาหารเคลื่อนที่เป็นเจ้าแรกในหัวหิน จากผลการวิจัยพบว่าเหตุผลที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้นมาจากภาพลักษณ์ภายนอกของธุรกิจที่มีความแปลกใหม่ และโดดเด่น และความมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยทำจากวัตถุดิบที่มีการคัดสรรคุณภาพมาเป็นอย่างดี ใส่ใจในทุกขั้นตอนการทำแบบขึ้นต่อขึ้น ซึ่งเป็นจุดแข็งที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกรับประทาน

คำสำคัญ : อุปสรรค ความสำเร็จ รถขายอาหารเคลื่อนที่ เครป

¹ นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, จังหวัดเพชรบุรี
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

Email: waewaewaewae@hotmail.com , bow.biw_za@hotmail.com

The Obstacles and Key Success Factors of Bake&Beach Creperie food truck in Hua-Hin

Abstract

The purpose of this research was to study the obstacles and key success factors of Bake & Beach Creperie food truck in Hua-Hin. The qualitative method was applied in this research. The data was collected by in depth interviews. The key informant was Mr. Pongkasem Tatsanaunkoonkit who started the first Japanese creperie food truck in Hua-Hin. The finding showed that the success factors of business came from the business image which was different from others, outstanding, and good quality of products. The owner used only the best quality ingredients and attended on each process with his heart. This was the strong point of the business for being the chosen choice of consumers.

Keywords : Obstacles, Success, Food Truck, Crepe

บทนำ

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง เพราะเหตุผลที่ว่าประเทศไทยไม่สามารถพัฒนาไปได้มากกว่านี้ จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้รัฐบาลต้องพยายามปรับเปลี่ยนและสร้างโมเดลใหม่ๆ ขึ้นมาอยู่เสมอเพื่อปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศไทยให้สามารถพัฒนาต่อไปได้ ปัจจุบันประเทศไทยก้าวเข้าสู่ยุค “ไทยแลนด์ 4.0 หรือ ประเทศไทย 4.0” ซึ่งเป็นความมุ่งมั่นของนายกรัฐมนตรีที่ต้องการจะปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” (ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) โดยปัจจุบัน ธุรกิจเป็นสิ่งที่พยายามนำนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ที่ล้ำค่าไปใช้มากที่สุด ในการปรับเปลี่ยนธุรกิจของตนเองเพื่อให้มีความน่าสนใจต่อสายตาผู้บริโภค เนื่องจาก สภาพการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันเพิ่มขึ้น ทำให้มีหลายธุรกิจที่ไม่สามารถอยู่รอดและต้องปิดตัวลงในท้ายที่สุด ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ จึงพยายามหาหรือปรับเปลี่ยนธุรกิจของตนเองให้มีความแปลกใหม่ ให้มีความเป็นนวัตกรรมมากที่สุดเพื่อให้สามารถเข้ายุคสมัยในปัจจุบันและเพื่อกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความสนใจและต้องการใช้บริการมากขึ้น เพราะสิ่งที่สำคัญของธุรกิจที่จะทำให้สามารถอยู่รอดได้นั้นคือ ผู้บริโภคนั่นเอง

ธุรกิจที่เป็นกระแสนิยมและมาแรงมากๆ ในปัจจุบัน คือ ธุรกิจประเภท Food Truck หรือรถให้บริการอาหารเคลื่อนที่ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วธุรกิจ Food Truck นี้ อาจไม่ได้เป็นสิ่งที่แปลกตามากนัก เพราะสามารถพบเห็นได้ตามทั่วไป แต่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของเจ้าของธุรกิจจึงทำให้ธุรกิจ Food Truck เป็นที่สะดุดตาและมีภาพลักษณ์ที่น่าดึงดูดใจผู้บริโภคได้มากขึ้น ทำให้ธุรกิจนี้เกิดเป็นกระแสนั่นเอง

Food Truck มีต้นกำเนิดมาจากรัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยอาหารประเภทแรกที่ขายในรถ คือ จะเป็นอาหารทั่วไปที่ไม่ต้องอาศัยการปรุงที่ยุ่งยาก เช่น ข้าวโพด ถั่ว กาแฟ เป็นต้น ซึ่งในสมัยนั้นหลายคนรู้จักรถขายอาหารเคลื่อนที่นี้ในชื่อว่า “Chuck Wagon” และถือเป็นต้นแบบแห่ง Food Truck ต่อมา Charles Goodnight ที่ทำงานในฟาร์มปศุสัตว์ มีความรู้สึกว่ามันช่างลำบากและวุ่นวายเหลือเกินในการเตรียมอาหาร เขาจึงได้เกิดความคิดที่จะอยากมีห้องครัวเคลื่อนที่มาทำงานได้ ประกอบกับเขาเห็นวารถทหารของสหรัฐอเมริกา นั้นมันช่างแข็งแรงและกว้างขวาง จึงเหมาะกับการดัดแปลงภายในให้เป็นห้องครัวเคลื่อนที่และตกแต่งได้ไม่ยาก จึงเกิดเป็น Food Truck ในปัจจุบัน

Bake & Beach Creperie เป็นหนึ่งในธุรกิจ Food Truck ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงอย่างมากในปัจจุบัน โดยก่อตั้งที่แรกในเขตพื้นที่หัวหิน Bake & Beach Creperie เป็นรถขายเครปเคลื่อนที่

สามารถเห็นได้ตามห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดังต่างๆ ซึ่งมีมากมายหลายสาขา เป็นเครปส์สไตล์
ญี่ปุ่นแท้ๆที่ผู้บริโภครู้จักให้คำชานานามว่าเป็นเครปส์ที่อร่อยและสวยที่สุด สิ่งที่ร้าน Bake & Beach Creperie ทำ
ได้ดีและไม่เหมือนร้านอื่นๆ คือ แป้งนุ่มๆ มีกลิ่นหอมอ่อนๆ และรสชาติที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ไม่เหมือนร้าน
ไหนๆ จึงทำให้เป็นจุดขายของทางร้าน เป็นเพราะการคัดสรรและเลือกใช้วัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพมาผสมกับสูตร
เฉพาะของทางร้านนั่นเอง โดยเมนูของทางร้านนั้นมีทั้งหมด 27 เมนู แบ่งเป็นเครปส์ของหวานมี 21 เมนู ที่
สามารถทานคู่กับผลไม้สด, วิปป์ครีมหรือไอศกรีม ส่วนเครปส์ของคาวนั้นมี 6 เมนู ให้ผู้บริโภครู้จักเลือกอย่าง
หลากหลาย ซึ่งจุดสังเกตของร้าน Bake & Beach Creperie คือ เป็นรถ Truck แบบไซส์มินิ ที่มีสีดำทั้งคัน
โดยใช้ลูกเล่นต่างๆ มีทั้งคำเขียนหรือภาพเล็กๆที่เป็นสีแดงมาตัดกันสีรถ และมีตัวหนังสือเขียนอยู่ด้านข้างของ
รถ ซึ่งเขียนคำว่า CREPES ทั้งสองข้างของรถเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักเห็นได้อย่างชัดเจนและง่ายต่อการจดจำ
(www.thaimescenter.com)

Bake & Beach Creperie ได้ดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปีแล้ว สิ่งที่ทำให้ Bake & Beach Creperie
ประสบความสำเร็จและสามารถดำเนินธุรกิจมาได้จนถึงปัจจุบันนั้นคือเสียงตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคเสมอมา ที่มี
การใช้บริการ, คอยติดตามร้าน Bake & Beach Creperie อยู่เสมอ และยังรวมไปถึงผู้บริโภคยังมีการไป
รโม้ร้านอยู่ตลอดเวลาผ่านทางช่องทางสื่อออนไลน์ ทำให้มีผู้บริโภครู้จักมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นเพราะ Bake
& Beach Creperie มีความตั้งใจและพิถีพิถันในการทำเครปส์ทุกชิ้นตอนตลอดระยะเวลากว่า 5 ปีที่ผ่านมา
และยังคงรักษารสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ไว้ได้เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประทานเครปส์ที่มีความอร่อย ถูกใจ ให้
คุ้มค่าในสิ่งที่ผู้บริโภคจะได้รับจากร้าน Bake & Beach Creperie นั่นเอง ดังนั้น จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้
ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาริเริ่มรู้อุปสรรคและปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Food
Truck ของ Bake & Beach Creperie ในเขตหัวหิน ซึ่งผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ สามารถ
นำไปใช้ในการประกอบธุรกิจและแก้ไขปัญหาได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Food Truck ของ Bake & Beach Creperie
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Food Truck ของ Bake & Beach Creperie

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงคุณภาพแบบเล่าเรื่องราวที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาประสบการณ์แบบ
รายบุคคล ซึ่งวิธีการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คือ การสังเกตที่ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมทำกิจกรรมกับผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการยอมรับและสามารถ
ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยได้อย่างเต็มที่ และอีกวิธีหนึ่ง คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นการ
สัมภาษณ์ในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ จะสร้างบรรยากาศแบบเป็นกันเองในการเก็บข้อมูล มีการพูดคุยการ
สนทนาแบบตะล่อมค่อยเป็นค่อยไป โดยผู้วิจัยจะพยายามทำให้การสนทนาเป็นไปอย่างธรรมชาติ ในการวิจัย
ครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาตามแนวคิดของ ฮัสเซิล (Husserl) ซึ่งเป็นการวิจัยปรากฏการณ์วิทยาเชิงพรรณนา
(Descriptive Phenomenology) ที่ศึกษาการดำเนินธุรกิจด้วยการ ค้นหาโดยตรง (Direct Exploration)
วิเคราะห์และบรรยายปรากฏการณ์ที่เฉพาะเจาะจงอย่างเป็นอิสระโดยปราศจากการทดสอบสมมติฐานที่
กำหนดไว้ล่วงหน้า

2. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ Bake & Beach Creperie ในเขตหัวหิน
โดยข้อมูลหลักในการดำเนินการวิจัยได้มาจากการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในการ
วิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ มีจำนวนทั้งสิ้น 2 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวผู้วิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและละเอียดรอบคอบอย่างเป็นกลาง โดยผู้วิจัยได้เตรียมตัวในส่วนของการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหา อุปสรรค และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Bake & Beach Creperie ผู้วิจัยได้เตรียมแนวคำถามในการวิจัยที่สร้างจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีโดยการใช้คำถามปลายเปิดและร่วมเข้าไปสังเกตในการดำเนินงานของธุรกิจ Bake & Beach Creperie นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เตรียมเครื่องบันทึกเสียง เตรียมอุปกรณ์การจดบันทึก และเครื่องบันทึกภาพ สำหรับการทำวิจัยภาคสนาม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 2 คน ซึ่งจะใช้สมุดจดบันทึกและเครื่องบันทึกเสียงในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและครบถ้วน ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่างๆ ในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ และเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ทำการศึกษายู่เท่านั้น

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) คือ หลังจากผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ออกถอดเทปการสนทนาแบบคำต่อคำ (Verbatim) แล้วจะทำการลดรหัสข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อไม่ให้ข้อมูลเหล่านั้นปะปนกัน ต่อมาผู้วิจัยจะตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และสำรวจภายในตัวผู้วิจัย เพื่อดูว่าผู้วิจัยมีข้อสรุปที่คิดไว้ก่อนเกี่ยวกับสถานการณ์ที่ศึกษา โดยผู้วิจัยจะต้องทำความเข้าใจก่อนเริ่มการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้อย่างเที่ยงตรงและมีทัศนคติที่เปิดกว้าง จากนั้นจึงทำการแตกข้อมูลที่ศึกษา โดยจะพิจารณาประเด็นหลักที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงจะนำประเด็นหลักมาพิจารณา แบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อยและหัวข้อย่อย เพื่อให้เกิดเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคและความสำเร็จของธุรกิจ ของ Bake & Beach Creperie ในเขตหัวหิน และนำไปสู่การเกิดข้อมูลที่เกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค เพื่อเป็นแนวทางพื้นฐานการปรับปรุงหรือพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการในอนาคต

6. การตรวจสอบความเชื่อมั่น การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ โดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ดังนี้

1. การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) จะทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่างๆ ว่าแหล่งข้อมูลนั้นมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ และดูว่าข้อมูลเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งหากได้ข้อค้นพบที่เหมือนกันสามารถบอกได้ว่าข้อมูลที่ได้มามีความถูกต้อง

2. การตรวจสอบด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) ซึ่งจะทำการตรวจสอบจากผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล โดยจะตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ถ้าหากได้ข้อมูลหลักในการวิจัยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถบอกได้ว่าข้อมูลมีความถูกต้อง

3. การตรวจสอบด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) จะตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยอิงทฤษฎีต่างๆนั้น เป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ หากข้อมูลที่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาแสดงว่าข้อมูลนั้นมีความถูกต้อง

4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodology Triangulation) การเก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านเอกสารนั้น ผู้วิจัยมีการวางแผนวิเคราะห์ถึงกรณีที่จะศึกษาหาคำตอบในประเด็นดังกล่าว จึงทำให้การศึกษาข้อมูลด้านเอกสารนั้นมีความครบถ้วนและเหมาะสม และในส่วนของ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะสังเกตพฤติกรรมของผู้ประกอบการก่อนที่จะศึกษาและจะมีการพูดคุยก่อนสัมภาษณ์ เพื่อให้ผู้วิจัยและผู้ถูกสัมภาษณ์มีบรรยากาศความรู้สึกแบบเป็นกันเอง มีความผ่อนคลายในการสนทนาระหว่างกัน เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยได้อย่างเต็มที่ ครบถ้วนและถูกต้องตามประเด็นที่ศึกษา

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาอุปสรรคและปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Food Truck ของ Bake & Beach Creperie ในเขตหัวหิน ผู้วิจัยขอนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจจะกล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และรวมไปถึงผลจากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจ Bake & Beach Creperie ในเขตหัวหิน จากนั้นจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ จากการสัมภาษณ์อุปสรรคและความสำเร็จของเจ้าของธุรกิจ พบดังนี้

1). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ Bake & Beach Creperie ในเขตหัวหิน

ซึ่งจากทฤษฎีปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ กล่าวว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factor: CSF) เป็นปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต้องมีและต้องทำให้เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตามวิสัยทัศน์ หลักการ หรือแนวทางต่างๆ ซึ่งแต่ละองค์กรจะมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเป้าหมายหลักที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการปฏิบัติในทุกระดับให้มุ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เจ้าหน้าที่และผู้บริหารขององค์กรรู้ว่าจะต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้บรรลุผลตามวิสัยทัศน์ ซึ่งหากไม่มีปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว วิสัยทัศน์ขององค์กรก็จะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการได้มาซึ่งความสำเร็จของธุรกิจนั้น จึงจำเป็นต้องมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเป้าหมายที่เป็นรูปธรรม เพื่อให้การดำเนินการในองค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ธุรกิจ Bake & Beach Creperie หรือรถขายเครปเคลื่อนที่ ที่ปัจจุบันถูกพูดถึงเป็นอย่างมากในกลุ่มของผู้บริโภคและสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งยังได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคเสมอมาตลอด 5 ปี เนื่องจากเป็นธุรกิจขายเครปที่มีความโดดเด่นและแปลกใหม่ทั้งทางด้านตัวร้านและตัวผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกันเจ้าอื่นๆ โดยความโดดเด่นของตัวร้านและผลิตภัณฑ์นั้นเป็นเป้าหมายความสำเร็จของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีความคิดว่า หากทำให้เป้าหมายสำเร็จได้นั้น จะนำมาซึ่งการประสบความสำเร็จของธุรกิจ ทำให้มีการขยายฐานลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ รวมไปถึงยังทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อธุรกิจ โดยมาจากการคิดค้นของคุณพวงศเกษม ทศนานุกุลกิจ ทั้งสิ้น คุณพวงศเกษม ทศนานุกุลกิจ เกิดที่หัวหิน จึงเริ่มก่อตั้งธุรกิจ Bake & Beach Creperie ในเขตหัวหินเป็นที่แรก บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดังของหัวหินคือ Cicada หลังจากนั้นเมื่อได้รับการตอบรับที่ดี จึงทำให้คุณพวงศเกษม ทศนานุกุลกิจ เกิดความที่อยากขยายสาขาไปเขตพื้นที่จังหวัดอื่น เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้บริโภคให้มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งเป้าหมายแห่งความสำเร็จหรือจุดแข็งที่ทำให้ Bake & Beach Creperie ประสบความสำเร็จ นั้น ได้แก่

1. ด้านภาพลักษณ์ภายนอกของธุรกิจ

ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของร้าน จากการเปิดกิจการแบบมีหน้าร้านเป็นหลักแหล่ง มีทำเลที่ตั้งเป็นของตนเองมาเปลี่ยนเป็นการใช้รถ Truck ขนาดเล็กหรือที่เรียกว่าการใช้รถขายอาหารเคลื่อนที่ ที่เห็นได้ตามทั่วไปในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จึงไม่ได้มีความแปลกใหม่มากนัก คุณพวงศเกษม ทศนานุกุลกิจ จึงเกิดความคิดที่ต้องการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและหันมาลิ้มลองเครปที่มีความอร่อยไม่เหมือนใคร โดยเกิดจากการสนใจในภาพลักษณ์ภายนอกของร้านเบื้องต้น คุณพวงศเกษม ทศนานุกุลกิจ จึงได้ทำการตกแต่งรูปแบบรถให้มีความโดดเด่น มีการเลือกใช้สีที่มีความสะดุดตาและสามารถสร้างการรับรู้และการจดจำตราสินค้าได้ง่ายแก่ผู้บริโภคได้จากการมองเห็น

2. ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

คุณพวงศเกษม ทศนานุกุลกิจ ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจกล่าวว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความอยู่รอดของธุรกิจ Bake & Beach Creperie นั้นคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจหลังจากได้รับประทานและกลับมาใช้บริการอีกครั้งจนทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ จะเห็นว่า คุณพวงศเกษม ทศนานุกุลกิจ ไม่มีการทำโปรโมชั่นหรือการส่งเสริมการขายใดๆเลย หรือถ้าหากมีก็มีได้น้อยมาก ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเป็นผู้ทำการ โปรโมทเองแบบปากต่อปากและผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ หลังจากรับประทานแล้ว เกิดความความรู้สึกประทับใจ และมีความรู้สึกที่ดี

“ เครปของร้าน Bake & Beach Creperie มีกว่า 27 เมนู ให้เลือกรับประทาน โดยจะแบ่งเป็นของคาว 6 เมนู และของหวาน 21 เมนู ให้ผู้บริโภคได้เลือกได้ตรงกับความต้องการของตนมากที่สุด ซึ่งคุณภาพของเครปที่ผู้บริโภคชื่นชอบนั้นเกิดจาก การคิดค้นหาสูตรลับเฉพาะกรรมวิธี ในการทำเนื้อแป้งให้มีความนุ่ม มีความหอมละมุนแบบเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร และจะเลือกใช้วัตถุดิบที่มีความสดใหม่ มีคุณภาพเท่านั้น แม้ว่าต้นทุนทางด้านราคาจะสูงขึ้นก็ตามแต่ หากเปรียบเทียบกับความรู้สึกที่ดีและความประทับใจที่ผู้บริโภคจะมีต่อ Bake & Beach Creperie เพื่อให้ธุรกิจ Bake & Beach Creperie สามารถอยู่รอดได้และประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจได้ ”

คุณพงศ์เกษม ทัศนานุกุลกิจ

2). อุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจ Bake & Beach Creperie ในเขตหัวหิน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ พบว่าธุรกิจมีการดำเนินงานที่ลงตัว และคงที่ มีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน ถึงอย่างนั้น ผู้วิจัยก็ยังได้สอบถามถึงอุปสรรคของการดำเนินงานของธุรกิจ Bake & Beach Creperie จึงพบดังนี้

1.ด้านสภาพแวดล้อม

ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมของ ธุรกิจ Bake&Beach Creperieในเขตหัวหิน ส่วนใหญ่มาจากพื้นที่ในการขาย เนื่องจากธุรกิจไม่สามารถหาพื้นที่เปิดร้านถาวรเป็นของตัวเองได้ ถึงอย่างนั้นธุรกิจก็ยังคงเปิดร้านได้ในบริเวณเดิม แต่พื้นที่ หรือตำแหน่งขายก็มีการเปลี่ยนแปลงไปมาไม่ประจำที่ ก่อเกิดปัญหาโดยพื้นที่ที่ได้มักจะเป็นที่จอดรถทั่วไป ซึ่งสภาพแวดล้อมไม่เหมาะต่อการขาย และการรอรับสินค้า หรือต่อแถวเพื่อสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า เนื่องจากบริเวณพื้นที่นั้นมีความมืด และเป็นพื้นที่ที่มีการก่อสร้างยังไม่เสร็จสมบูรณ์ เมื่อมีลูกค้าเยอะ ก็อาจเสียผู้บริโภคที่มีโอกาสจะเป็นลูกค้าบางรายไป

2. ด้านสภาพอากาศ

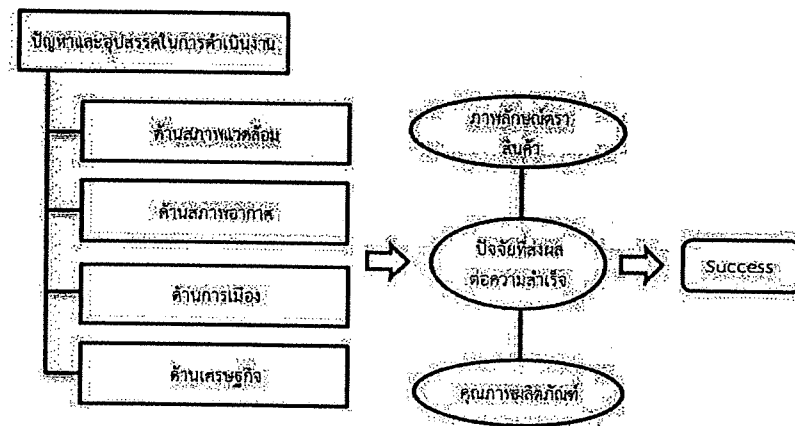
พบว่าสภาพอากาศที่เป็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่จะเป็นในช่วงฤดูฝน หรือช่วงที่มีพายุเข้า ช่วงฤดูฝนนั้นธุรกิจยังสามารถคาดคะเนวัตถุดิบที่ควรเตรียมในการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ไม่ยากเท่าช่วงที่มีสภาพอากาศแปรปรวนมีฝนตก และเกิดพายุเข้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ และเมื่อเกิดส่งผลให้จำนวนผู้บริโภคลดลงอย่างเห็นได้ชัด เกิดการสูญเสียต้นทุนในการเตรียมวัตถุดิบ และสูญเสียเวลาในการทำกำไรในส่วนอื่น

3.ด้านการเมือง

สถานการณ์บ้านเมืองในตอนนี้เกิดการสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่ ที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจของประชาชนชาวไทยทั่วประเทศ จึงมีการงดกิจกรรมสร้างสรรค์มากมาย และเนื่องจากกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ Bake&BeachCreperie ในเขตหัวหิน จะเน้นไปที่กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวคนไทยทำให้ธุรกิจในช่วงนี้ซบเซาเป็นอย่างมากซึ่งเกิดจากการลดลงของนักท่องเที่ยว หรือผู้บริโภคอื่นๆ ที่งดการเดินทางเที่ยวตามสถานที่รื่นเริง

4. ด้านเศรษฐกิจ

สภาพเศรษฐกิจมีความตกต่ำลง โดยปี 2559 เป็นปีที่ยังมีความน่าเป็นห่วง และน่าจะอยู่ในสภาพฟื้นตัวยาก แม้รัฐบาลจะแสดงความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยปี 2559 จะกระเตื้องขึ้นจากปี 2558 ก็ตาม แต่ในปี 2559 นี้ก็ยังมีเศรษฐกิจที่ตกต่ำอยู่ ส่งผลให้รายได้ของประชาชนลดลง ทำให้ในปีนี้ธุรกิจหลายๆ ธุรกิจได้รับผลกระทบด้วย ซึ่งธุรกิจ Bake&Beach Creperie ก็เป็นหนึ่งในนั้น เพราะเมื่อประชาชนไม่มีกำลังซื้อ ธุรกิจก็จะได้รับผลในทางลบตามไปด้วยอย่างแน่นอน



ภาพที่ 2 อุปสรรคและปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Food Truck ของ Bake&Beach Creperie

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า ธุรกิจ Bake&Beach Creperie ก่อตั้งที่แรกในอำเภอหัวหิน เนื่องจากคุณพงศ์เกษม ทศนานุกุลกิจ มีถิ่นกำเนิดและอาศัยอยู่ในเขตหัวหิน ต่อมาเมื่อธุรกิจเริ่มมีชื่อเสียง ได้รับเสียงตอบรับอย่างดีจากกลุ่มผู้บริโภค คุณพงศ์เกษม ทศนานุกุลกิจ จึงเกิดแนวคิดที่จะขยายสาขาไปเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อต้องการขยายฐานกลุ่มลูกค้าให้กว้างขึ้นและต้องการให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Bake&Beach Creperie ประสบความสำเร็จนั้นคือ ภาพลักษณ์ของธุรกิจ และ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยทั้ง 2 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการกำหนดไว้เป็นเป้าหมายอย่างชัดเจน และมีการกำหนดการดำเนินการเป็นไปในทางเดียวกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายแห่งความสำเร็จที่ตั้งไว้ตามคากล่าวของทฤษฎีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่กล่าวไว้ในข้างต้น

ซึ่งจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีภาพลักษณ์ตราสินค้าของ Kotler (2000 อ้างใน รุ่งรัตน์ชัยสำเร็จ ,2550) และ ทฤษฎีคุณภาพผลิตภัณฑ์ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สามารถอภิปรายปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ Bake&Beach Creperie ได้ดังต่อไปนี้

1.ทฤษฎีภาพลักษณ์ตราสินค้า คือ เป็นภาพที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้า จะเห็นว่า คุณพงศ์เกษม ทศนานุกุลกิจ พยายามสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ โดยการเลือกใช้ Food Truck ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้มีความทันสมัย สามารถสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคได้กว้างขวางมากขึ้น และมีการออกแบบตัวรถให้มีความแปลกใหม่ น่าสนใจหรือเป็นที่สะดุดตาของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ ซึ่งจะใช้สีและตัวอักษรเป็นลูกเล่นในการออกแบบ ดังนั้น จะเห็นว่าภาพลักษณ์ของธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและอยากลองใช้บริการ

2.ทฤษฎีคุณภาพผลิตภัณฑ์ คือ การวัดประสิทธิผลและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเห็นว่าคุณภาพของเครป เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและมีความรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เนื่องจากผู้บริโภคให้การยอมรับว่า เป็นเครปที่มีคุณภาพ และมีความเป็นมาตรฐาน เช่น วัตถุดิบ และ วิธีการทำ เป็นต้น โดย คุณพงศ์เกษม ทศนานุกุลกิจ มีการคิดค้นหาสูตรที่ทำให้เนื้อแป้งมีความหอม ความนุ่มนวล และรสชาติที่ไม่เหมือนใคร จะเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพเท่านั้นในการทำเครป และมีความพิถีพิถันในการทำเครปทุกขั้นตอน

ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจ Bake&Beach Creperie กล่าวว่า กว่าที่ Bake&Beach Creperie จะประสบความสำเร็จหรือสามารถอยู่รอดได้นั้น มีการผ่านอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินการต่างๆที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ เนื่องจากเป็นสภาพแวดล้อมหรือเป็นปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อ

ธุรกิจ Bake&Beach Creperie คือ สภาพแวดล้อม, สภาพอากาศ, การเมือง และเศรษฐกิจ ซึ่งธุรกิจไม่สามารถที่ควบคุมได้

โดยอุปสรรคในการดำเนินงานที่เกิดขึ้นของธุรกิจนั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดสภาพแวดล้อมภายนอกแบบมหภาค ดังต่อไปนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อม

ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมของ ธุรกิจ Bake&Beach Creperie ในเขตหัวหิน คือ พื้นที่ในการขาย เนื่องจากธุรกิจไม่สามารถหาพื้นที่เปิดร้านถาวรเป็นของตนเองได้ และสภาพแวดล้อมบริเวณร้านไม่เหมาะต่อการขาย และการรื้อปรับสินค้า หรือต่อแถวเพื่อสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า

2. ด้านสภาพอากาศ

สภาพอากาศที่เป็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจ คือ จะเป็นในช่วงฤดูฝน และช่วงที่มีพายุเข้า ซึ่งในช่วงฤดูฝนนั้นธุรกิจจะคาดคะเนวัตถุดิบที่เตรียมพร้อมต่อการผลิตค่อนข้างยาก แต่หากในช่วงพายุเข้าจะทำให้คาดคะเนการเตรียมวัตถุดิบยากและจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจโดยตรงเป็นอย่างมาก อาจทำให้จำนวนผู้บริโภคลดลง เกิดการสูญเสียต้นทุนในการเตรียมวัตถุดิบ และสูญเสียเวลาในการทำกำไรในส่วนอื่น

3. ด้านการเมือง

ปัญหาทางด้านการเมืองที่ส่งผลต่อธุรกิจ Bake&Beach Creperie ในเขตหัวหิน คือ สถานการณ์บ้านเมืองในตอนนี้ซึ่งเป็นการสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่ ที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจของประชาชนชาวไทยทั่วประเทศ จึงทำให้มีการงดกิจกรรมสร้างสรรค์มากมาย ทำให้ธุรกิจในช่วงนี้ซบเซาเป็นอย่างมาก

4. ด้านเศรษฐกิจ

สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำลง ทำให้ส่งผลโดยตรงต่อรายได้ของประชาชนลดลง ทำให้ในปีนี้ธุรกิจหลายๆ ธุรกิจได้รับผลกระทบด้วย ซึ่งธุรกิจ Bake&Beach Creperie ก็เป็นหนึ่งในนั้น เพราะเมื่อประชาชนไม่มีกำลังซื้อ ธุรกิจก็จะได้รับผลในทางลบตามไปด้วยอย่างแน่นอน

เนื่องจากเป็นปัจจัยภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น คุณพงศ์เกษม ทศนานุกุลกิจ จึงทำได้เพียงพยายามทำการศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลง ให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ได้ และสามารถตั้งรับกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรมีศักยภาพและสามารถอยู่รอดได้

ข้อเสนอแนะการวิจัยและข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

1. นอกจากธุรกิจจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ของกิจการที่เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจเป็นอย่างดีอยู่แล้ว ธุรกิจควรเพิ่มคุณค่าให้กับตราสินค้า เพื่อให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่ง และยังคงความสำเร็จของธุรกิจได้ยิ่งขึ้นไป เนื่องจาก ตราสินค้า เป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักการตลาดว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการประสบความสำเร็จทางการตลาด ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำได้ว่าประทับใจสินค้า หรือบริการใด ซึ่งมีผลต่อการกลับมาหาซื้อตราสินค้าที่ถูกใจได้ (กิตติ สิริพัลลภ)

2. การพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจ Bake&Beach Creperie ในเขตหัวหิน ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ควรมีการเตรียมกลยุทธ์ หรือวิธีการ เพื่อรับมือกับปัญหาภายนอกองค์กร อาจทำได้โดยการติดตามข่าวสารอยู่ตลอดทั้งข่าวของสถานการณ์บ้านเมือง ข่าวที่เกี่ยวกับสถานการณ์ของตลาดทั้งอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน หรืออุตสาหกรรมที่สามารถทดแทนกันได้ และข่าวที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมต่างๆ อันจะก่อให้เกิดแนวทางในการรับมือกับอุปสรรคต่างๆ ได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเปลี่ยนแปลงผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาในการวิจัย จากเดิมผู้ประกอบการเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักเปลี่ยนเป็นผู้ที่เคยใช้บริการมาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้ได้มุมมองในหลายแง่มุมมากขึ้น และทราบถึง

ข้อบกพร่องหรือสิ่งที่เป็นปัญหา เพื่อให้ธุรกิจนำไปปรับปรุงแก้ไขการดำเนินการต่อไปให้ธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน และมีลักษณะการดำเนินธุรกิจ
ในแนวเดียวกันที่มีประสิทธิภาพอื่นๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และประยุกต์ใช้ หรือปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน
ของธุรกิจ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจยิ่งขึ้นไป

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ สิริพลภ. การสร้างคุณค่าให้ตราสินค้า. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2559. จาก www.bus.tu.ac.th/usr/kitti/brand.doc
- ทฤษฎีปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Online). ค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2559. จาก www.dip.go.th/Portals/0/AEC/ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ.pdf
- นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สิ่งแวดล้อมภายนอกแบบมหภาค. ค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2559. จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch2.htm#externalmacro>
- พิชัย นริพทะพันธุ์-อดีต รมว.พลังงาน. (2559). สภาพเศรษฐกิจปี 2559. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2559, จาก www.thaipost.net/?q=เศรษฐกิจ-59-ยุ่งยาก-ย่าแย่
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2550). กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ. ค้นเมื่อ วันที่ 5 ตุลาคม 2559. จาก <http://www.utcc.ac.th/amsar/about/document13.html>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. (พิมพ์ครั้งที่5,ปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- สุวิทย์ เมฆินทรีย์, (2559). ไชรทัส "ประเทศไทย 4.0" สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง. ค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2559. จาก <http://www.thairath.co.th/content/613903>
- ThaiSMEsCenter. (2558). Food Truck รถขายอาหารเคลื่อนที่. ค้นเมื่อ วันที่ 3 ตุลาคม 2559. จาก <http://www.thaismescenter.com/food-truck/>
- ThaiSMEsCenter. (2558). เหตุผลที่ทำให้ธุรกิจ Food Truck มาแรงแบบฉุดไม่อยู่. ค้นเมื่อ วันที่ 3 ตุลาคม 2559. จาก <http://www.thaismescenter.com/5-เหตุผล-food-truck/>