

แรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

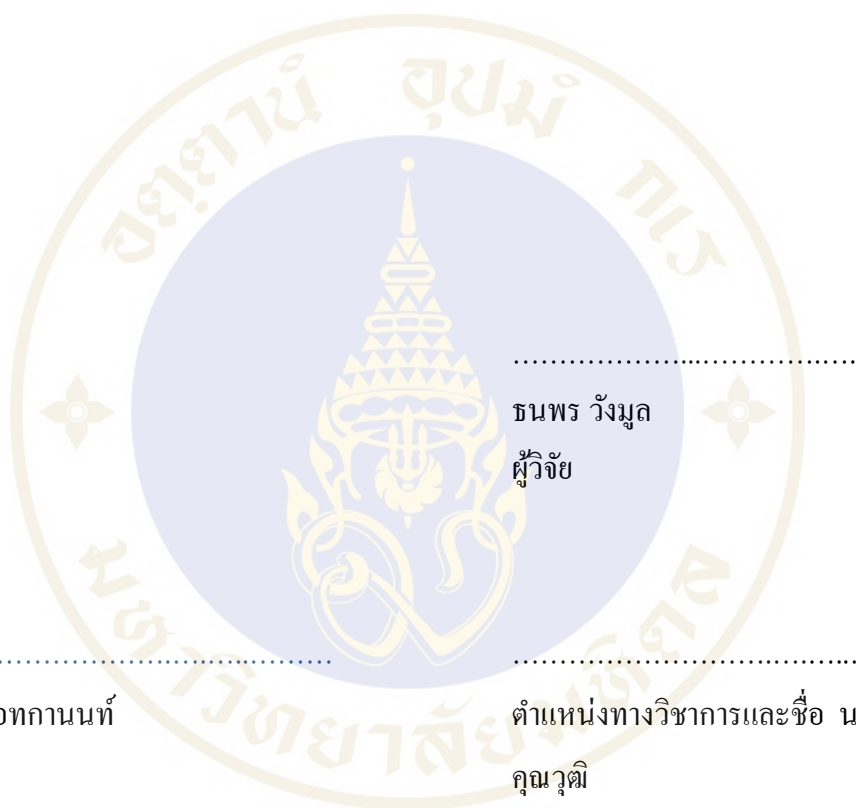
เรื่อง

แรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ พ.ศ.



.....

ธนพร วังมูล
ผู้วิจัย

.....

บุริม โอทกานนท์

M.B.A

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

ตำแหน่งทางวิชาการและชื่อ นามสกุล,

คุณวุฒิ

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....

ดวงพร อาภาศิลป์, Ph.D.

กณปดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....

ตำแหน่งทางวิชาการและชื่อ นามสกุล,

คุณวุฒิ

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining) ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของอาจารย์บุริม โอทกานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้ให้คำปรึกษา แนะนำ เสนอแนะแนวทาง และตรวจสอบความชอบพร้อมด้วยความเอาใจใส่ และผลักดัน ให้กำลังใจในการจัดทำสารนิพนธ์ตลอดมา ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คณะอาจารย์ทุกท่านตั้งแต่เริ่มการศึกษาในระดับปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจ ในการเรียนการศึกษามาโดยตลอด รวมถึงขอบคุณเพื่อนๆ หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ช่วยเหลือ ร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้สำเร็จมาเป็นอย่างดี

ท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจ และเป็นสามารถเป็นส่วนหนึ่งของแรงผลักดันให้ความใฝ่ฝัน หรือความคาดหวังในการประกอบ กิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป เป็นจริงขึ้นได้อย่างที่ตั้งเป้าหมายไว้

ธนพร วังมูล

แรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)
MOTIVATION FACTORS FOR FAST DINING BUSINESS OPERATIONS

ธนพร วังมูล 6050471

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : บุริม โอทกานนท์, M.B.A., พิรยุทธ์ พัฒน์ธัญยานนท์, Ph.D.,
สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาแรงจูงใจในการประกอบกิจการร้านอาหารทั่วไป (Fast dining) การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากช่องรายการบนสื่อสังคมออนไลน์ (YouTube) ดังนี้ ช่องรายการอายุน้อยร้อยล้าน จำนวน 25 คลิปวิดีโอ และช่องรายการอื่น ๆ จำนวน 5 คลิปวิดีโอ รวมทั้งหมด 30 คลิปวิดีโอ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คัดเลือกคลิปวิดีโอที่เป็นเจ้าของธุรกิจประเภทอาหาร โดยทำการฟัง และถอดเทปด้วยการจดบันทึกอย่างละเอียด เพื่อนำมาแยกประเด็นสำคัญของแต่ละคลิปวิดีโอ และนำมาถอดรหัสข้อมูล (Coding) จากนั้นทำการกำหนดหมวดหมู่หลัก และจัดหมวดหมู่โดยอาศัยหลักเกณฑ์ของเนื้อหาที่มีความสอดคล้องหรือคล้ายคลึงกันให้อยู่ในหมวดเดียวกัน จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ สรุปเป็นผลของแรงจูงใจในการประกอบกิจการร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)

ผลงานวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการประกอบกิจการร้านอาหาร หรือจุดเริ่มต้นในการริเริ่มกิจการต่าง ๆ ได้นั้น มีสาเหตุหลักมาจาก 3 ปัจจัย คือ 1. ความชอบ 2. การมีเป้าหมาย 3. ความรู้สึกรับผิดชอบ ซึ่งคำว่าความชอบเป็นคำที่พบมากที่สุด การมีเป้าหมาย และความรู้สึกรับผิดชอบเป็นลำดับรองลงมา จากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจจากการชอบรับประทานอาหารต่าง ๆ เป็นแรงจูงใจที่มากที่สุด รองลงมาจะเป็นในด้านของ ธุรกิจครอบครัว พบมากที่สุดเป็นอันดับสอง อันดับสามคือการสร้างความแตกต่าง อันดับสี่คือการต้องการประสบความสำเร็จ และอันดับที่ห้าคือการชอบค้าขาย และจากวิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งผลการวิจัยทั้งสองด้านที่เท่ากัน

คำสำคัญ : แรงจูงใจ/ร้านอาหาร/ความชอบรับประทาน/ธุรกิจครอบครัว/สร้างความแตกต่าง
36 หน้า

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1	1
บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามงานวิจัย	2
วัตถุประสงค์งานวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขั้นตอนการทำวิจัย	2
ขอบเขตงานวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2	4
ทบทวนวรรณกรรม	4
ความหมายของคำหลัก	4
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3	13
วิธีการดำเนินงานวิจัย	13
3.1 แหล่งข้อมูล	13
3.2 กรอบขั้นตอนงานวิจัย	13
3.3 กลุ่มเป้าหมาย	14
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	14
3.5 การออกแบบแบบเครื่องมือ	14
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	15

สารบัญญ (ต่อ)

	หน้า
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลที่ได้จากการศึกษา	16
ผลการคัดกรอง และวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีภูมิ	16
สรุปประเด็นในแต่ละคลิปวิดีโอ	17
การกำหนดรหัสเปิดข้อมูลทฤษฎีภูมิ (Open Coding)	25
การกำหนดรหัสแนวความคิดความสัมพันธ์กัน (Axial Coding)	26
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	30
สรุปผลการวิจัย	30
อภิปรายผลการวิจัย	32
ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัย	32
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	33
บรรณานุกรม	34
ประวัติผู้วิจัย	36

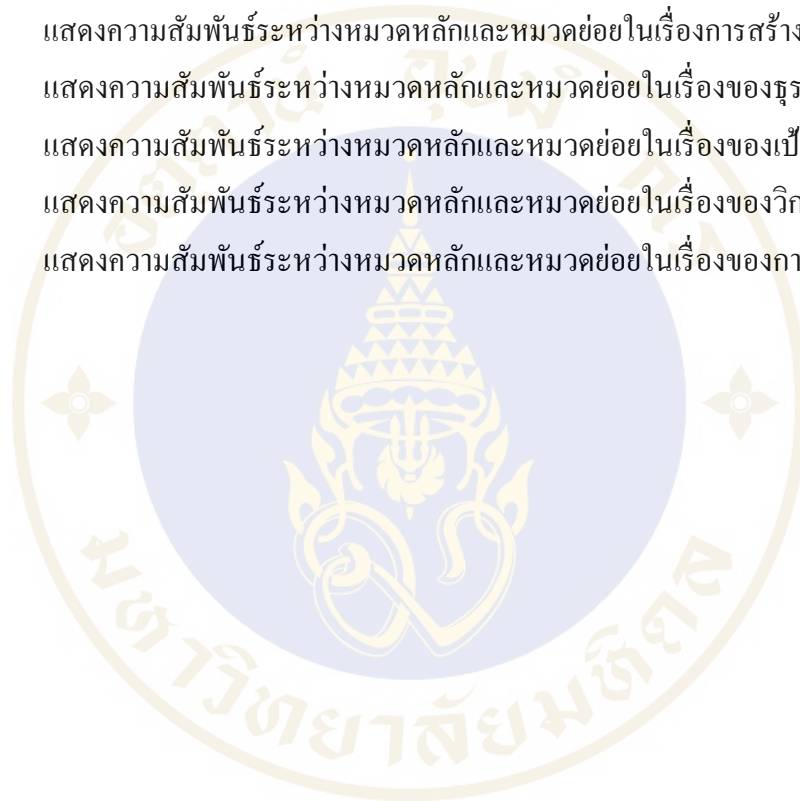
สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงข้อมูลชื่อร้านอาหาร, ช่องรายการ และที่อยู่ของคลิป์วิดีโอ	16
2	แสดงรหัสแบบเปิด (Open Coding) ของคลิป์วิดีโอ	25



สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงกรอบขั้นตอนงานวิจัย	14
2	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของความชอบ	26
3	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องการสร้างความแตกต่าง	27
4	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของธุรกิจครอบครัว	28
5	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของเป้าหมาย	28
6	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของวิกฤตเศรษฐกิจ	29
7	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของการชอบค้าขาย	29



บทที่ 1

ที่มา ความสำคัญ ปัญหา

1.1 ที่มาของเรื่องความสำคัญและปัญหา

ปัจจุบันสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปมากมายหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต การทำงาน การแต่งกาย เครื่องมือสื่อสาร ยานพาหนะ และรวมไปถึงเรื่องสำคัญหนึ่งในปัจจัยสี่ของมนุษย์ นั่นคือการรับประทานอาหาร ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า ในยุคปัจจุบันมนุษย์เรานั้นมีรูปแบบการเลือกรับประทานอาหารที่เปลี่ยนแปลงไปมากจากอดีต อันเนื่องมาจากสาเหตุของรูปแบบของสังคมที่มีการแข่งขันสูง ผู้คนทุ่มเทชีวิตให้กับการทำงานเพื่อหารายได้มาจุนเจือในครอบครัว ส่งผลให้รูปแบบการรับประทานอาหารเปลี่ยนไป ผู้คนให้ความสนใจทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และร้านอาหารประเภทหนึ่งที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ได้แก่ ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) ที่เหมาะสมกับยุคสมัยปัจจุบันที่มีความเร่งรีบตลอดเวลา ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) คือร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัดและสามารถหมุนเวียนลูกค้านั่งได้ในปริมาณมาก. (ส่วนส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการ สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ, 2552) และในยุคสมัยที่เทคโนโลยีก้าวไกล รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป การกำหนดเป้าหมายในชีวิตของคนรุ่นใหม่ คนวัยทำงาน หรือนักศึกษาจบใหม่ จะมีการกำหนดเป้าหมายชีวิตให้ประสบความสำเร็จตามแบบฉบับของตนเองมากขึ้น

ธุรกิจร้านอาหารถือเป็นธุรกิจที่เป็นดาวรุ่งมาโดยตลอด ในแต่ละปีตลาดร้านอาหารทั้งเล็ก-ใหญ่ มีมูลค่าเกือบ 4 แสนล้านบาท และเติบโตขึ้นทุกปี ๆ ในสัดส่วนร้อยละ 4.0 - 6.8 (Krungsri GURU SME, 2017) จากข้อมูลตัวเลขการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจกักตุนอาคาร/ร้านอาหาร ใน 3 เดือนแรกของปี 2560 (ม.ค.-มี.ค.) มีจำนวน 430 ราย เพิ่มสูงขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา คิดเป็น 3.37% เมื่อพิจารณาจากผลประกอบการของธุรกิจในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2559) และยังพบว่าพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้านในสังคมไทยมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นถึง 56 ครั้งต่อเดือน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วจำนวน 50 ครั้งต่อเดือน. (นิลเส็น ประเทศไทย, 2017) การเป็นเจ้าของธุรกิจยังคงเป็นความฝันของใครหลาย ๆ คน และการทำธุรกิจ SMEs หรือ Startup ได้รับความสนใจเป็นจำนวนมาก. (MoneyHub, 2016) แต่ด้วยค่านิยมของสังคมไทยที่ยังยึดติดเรื่องความมั่นคงในอาชีพจากการต้องทำงานเป็นข้าราชการ หรือการทำงานบริษัทเอกชนที่มีชื่อเสียงเท่านั้น ทั้งนี้หลาย ๆ คนอาจมี

ความฝันที่จะเป็นเจ้าของร้านอาหาร เจ้าของธุรกิจ เพียงแต่ยังมีความกลัว ขาดความมั่นใจ ขาดความรู้ รวมถึงการมีข้อสงสัยมากมายเกี่ยวกับจุดเริ่มต้นของการจะเป็นเจ้าของธุรกิจร้านอาหารต้องเริ่มกันที่ตรงไหน เริ่มกันได้อย่างไร

ดังนั้นจึงถือเป็นโอกาสทางธุรกิจที่เปิดกว้างมากขึ้น จากพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้านในสังคมไทยที่เปลี่ยนไป และเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการหน้าใหม่ การศึกษาข้อมูลแรงจูงใจการประกอบการร้านอาหาร เพื่อเพิ่มแรงผลักดัน ให้กล้าคิด กล้าทำ และเตรียมความพร้อมเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ การค้นหาข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ๆ การศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ได้แก่ YouTube, Website จะถือเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่มีข้อมูลที่ได้รับการอัปเดตทันยุคสมัยตลอดเวลา และเป็นประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้เป็นอย่างดี

1.2 คำถามงานสารนิพนธ์

แรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining) มีอะไรบ้าง

1.3 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)

1.4 ประโยชน์

- 1.4.1 เพื่อให้ทราบแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป(Fast dining)
- 1.4.2 เพื่อให้ผู้ประกอบการ และผู้สนใจประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining) สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการต่อยอดในการเริ่มต้นทำธุรกิจ

1.5 ขอบเขตของสารนิพนธ์

1.5.1 ประเด็นที่ศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้เพื่อศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภท
ร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)

1.5.2 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ เจ้าของกิจการที่ประสบความสำเร็จและมี
ชื่อเสียงในวงการร้านอาหาร หรือกลุ่มนักธุรกิจหน้าใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นประกอบกิจการร้านอาหาร

1.5.3 พื้นที่

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ YouTube

1.5.4 ระยะเวลา

การวิจัยในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ เดือน มกราคม – เมษายน 2562

1.6 นิยามศัพท์

1. ร้านอาหารทั่วไป (fast dining) หมายถึง เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัดและสามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก
2. แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง การที่บุคคลได้รับกระตุ้นจากสิ่งเร้า ทั้งภายใน และภายนอก ซึ่งบุคคลที่ได้รับแรงจูงใจจะมีการแสดงออกผ่านทางพฤติกรรมอย่างชัดเจน แสดงออกถึงความกระตือรือร้น การมุ่งมั่นเพื่อพิชิตเป้าหมายในชีวิต และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นผลที่ได้รับมาจากแรงผลักดัน ที่เรียกว่าแรงจูงใจ
3. ผู้เริ่มต้นธุรกิจ/ผู้ประกอบการหน้าใหม่ หมายถึง ผู้ที่ยังไม่เคยทำธุรกิจ และมีความสนใจเริ่มต้นธุรกิจประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining)
4. สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต YouTube

บทที่ 2

การทบทวน วรรณกรรม

การวิจัยศึกษาแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ความหมายของคำหลัก
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ
 - 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายของคำหลัก

2.1.1 ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) คือ ร้านอาหารที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัดและสามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก. (ส่วนส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการ สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ, 2552) และ (สำนักงานโครงการสุขภาพโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2532) ได้ให้นิยามความหมายของร้านอาหารทั่วไป หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดเล็ก 1-2 คูหา รับประทานอาหารส่วนใหญ่อยู่ภายในอาคาร และประเภทอาหารที่จำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นอาหารประจำถิ่นหรือเป็นอาหารเฉพาะ เช่น ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง ส้มตำ ฯลฯ

ทั้งนี้จึงสรุปได้ว่า ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) คือร้านจำหน่ายอาหารที่มีรูปแบบการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวก มีการตกแต่งร้านแบบเรียบง่าย มีรายการอาหารจำนวนไม่มาก สามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมากในแต่ละวัน เหมาะสมกับยุคสมัยที่สังคมมีการแข่งขันสูง และเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนในยุคสมัยปัจจุบัน

2.1.2 แรงจูงใจ คือ พลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรมแล้วยังกำหนดทิศทาง และเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วย คนที่มีแรงจูงใจสูงจะใช้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ แต่คนที่มีแรงจูงใจต่ำจะไม่แสดงพฤติกรรม หรือไม่ก็ล้มเลิกการกระทำไปก่อนบรรลุเป้าหมาย (พระครูวิสุทธิ ธรรมานุวัตร (สมเกียรติวิสุทธิ), & อนุวัตร กระสังข์, 2017.)

ในขณะที่ (Loundon and Bitta,1988:368) ระบุว่าแรงจูงใจ หมายถึง “สถานะที่อยู่ภายในตัวที่เป็นพลังทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มีเป้าหมาย ที่ได้เลือกไว้แล้ว ซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ในภาวะสิ่งแวดล้อม” และทางด้าน Ball, B. (2012) ให้คำนิยามคำว่าแรงจูงใจไว้ว่าแรงจูงใจเป็นสิ่งที่สามารถบังคับการกระทำต่าง ๆ หรือกำหนดการริเริ่มพฤติกรรมจากภายในของแต่ละบุคคล และ (Walters.1978:218) ให้ความหมายแรงจูงใจ ว่าแรงจูงใจ หมายถึง “บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำ หรือเคลื่อนไหว หรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย” กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ แรงจูงใจเป็นเหตุผลของการกระทำนั่นเอง นอกจากนี้ มัลลิกา ต้นสอน(2554).ยังกล่าวไว้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง ความยินดีและ ความเต็มใจของบุคคลที่จะทุ่มเทความพยายาม เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายบุคคลที่มีแรงจูงใจ จะแสดงออกมาในรูปพฤติกรรมที่มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน

จากคำอธิบาย และความหมายดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจ มีปัจจัยหลักมาจากการที่บุคคลได้รับกระตุ้นจากสิ่งเร้า ทั้งภายใน และภายนอก ซึ่งบุคคลที่ได้รับแรงจูงใจจะมีการแสดงออกผ่านทางพฤติกรรมอย่างชัดเจน แสดงออกถึงความกระตือรือร้น การมุ่งมั่นเพื่อพิชิตเป้าหมายในชีวิต พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นผลที่ได้รับมาจากแรงผลักดันที่เรียกว่าแรงจูงใจ

(อ้างอิง เพลินพิศ วิบูลย์กุล.(2558). แรงจูงใจ Motives การจูงใจ Motivation [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร) ลักษณะของแรงจูงใจ : แรงจูงใจของมนุษย์มีมากมายโดยการจูงใจให้มีการกระทำหรือพฤติกรรมหลายรูปแบบ เพื่อหาน้ำและ อาหารมาดื่มกิน เพื่อสนองความต้องการทางกาย แรงจูงใจ จึงเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก แรงจูงใจภายใน (intrinsic motives) แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวมาเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร

แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motives) : แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศ ชื่อเสียง คำชม การได้รับการยอมรับ ยกย่อง ฯลฯ แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรม บุคคลจะ แสดงพฤติกรรม เพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าว เฉพาะในกรณีที่ต้องการรางวัล ต้องการเกียรติ ชื่อเสียง คำชม การยกย่อง การได้รับ การยอมรับ ฯลฯ

รูปแบบของแรงจูงใจ : บุคคลแต่ละคนมีรูปแบบแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ซึ่งนักจิตวิทยาได้แบ่งรูปแบบ แรงจูงใจของมนุษย์ออกเป็นหลายรูปแบบที่สำคัญ มีดังนี้

1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) หมายถึง แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรม ที่จะประสบ สัมฤทธิ์ผลตามมาตรฐานความเป็นเลิศ (Standard of

Excellence) ที่ตนตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ จะไม่ทำงานเพราะ หวังรางวัล แต่ทำเพื่อจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้
 มุ่งหาความสำเร็จ (Hope of Success) และกลัวความล้มเหลว (Fear of Failure) มีความทะเยอทะยานสูง ตั้งเป้าหมายสูง มีความรับผิดชอบในการงานดี มีความอดทนในการทำงานรู้ความสามารถที่แท้จริงของตนเอง เป็นผู้ที่ทำงานอย่างมีการวางแผน เป็นผู้ที่ตั้งระดับความคาดหวังไว้สูง

2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliative Motive) ผู้ที่มีแรงจูงใจ ใฝ่สัมพันธ์ มักจะเป็นผู้ที่โอบอ้อมอารี เป็นที่รักของเพื่อน มีลักษณะเห็นใจผู้อื่น ซึ่งเมื่อศึกษาจากสภาพครอบครัวแล้วผู้ที่มีแรงจูงใจ ใฝ่สัมพันธ์มักจะเป็นครอบครัวที่อบอุ่น บรรยากาศในบ้านปราศจาก การแข่งขัน พ่อแม่ไม่มีลักษณะเข้มขู่ พี่น้องมีความรักสามัคคีกันดี ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้ เมื่อทำสิ่งใด เป้าหมายก็เพื่อได้รับการยอมรับจากกลุ่ม ไม่มีความทะเยอทะยาน มีความเกรงใจสูง ไม่กล้าแสดงออก ตั้งเป้าหมายต่ำ หลีกเลี่ยงการโต้แย้งมักจะคล้อยตามผู้อื่น

3. แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive) สำหรับผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจนั้น พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจแบบนี้ส่วนมาก มักจะพัฒนามาจาก ความรู้สึกที่ตนเอง “ขาด” ในบางสิ่งบางอย่างที่ต้องการ อาจจะเป็นเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ได้ทำให้เกิดมีความรู้สึกเป็น “ปมด้อย” เมื่อมีปมด้อย จึงพยายามสร้าง “ปมเด่น” ขึ้นมาเพื่อชดเชยกับสิ่งที่ตนเองขาด ผู้มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจจะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้ ชอบมีอำนาจเหนือผู้อื่น ซึ่งบางครั้งอาจจะออกมาในลักษณะการก้าวร้าว มักจะต่อต้านสังคม แสวงหาชื่อเสียง ชอบเสี่ยง ทั้งในด้านของการทำงาน ร่างกาย และอุปสรรคต่าง ๆ ชอบเป็นผู้นำ

4. แรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว (Aggression Motive) ผู้ที่มีลักษณะแรงจูงใจแบบนี้มักเป็นผู้ที่ได้รับการเลี้ยงดูแบบเข้มงวดมากเกินไป บางครั้งพ่อแม่อาจจะใช้วิธีการลงโทษที่รุนแรงเกินไป ดังนั้นเด็กจึงหาทางระบายออกกับผู้อื่น หรืออาจจะเนื่องมาจากการเลียนแบบ บุคคลหรือจากสื่อต่าง ๆ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว จะมีลักษณะที่สำคัญดังนี้ ถือความคิดเห็นหรือความสำคัญของตนเป็นใหญ่ ชอบทำร้ายผู้อื่น ทั้งการทำร้ายด้วยกายหรือวาจา

5. แรงจูงใจใฝ่พึ่งพา (Dependency Motive) สาเหตุของการมีแรงจูงใจแบบนี้ก็เพราะการเลี้ยงดูที่พ่อแม่ทะนุถนอมมากเกินไป ไม่เปิดโอกาสให้เด็กได้ช่วยเหลือตนเอง ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่พึ่งพา จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้ ไม่มั่นใจในตนเอง, ไม่กล้าตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง มักจะลังเล ไม่กล้าเสี่ยง ต้องการความช่วยเหลือและกำลังใจจากผู้อื่น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

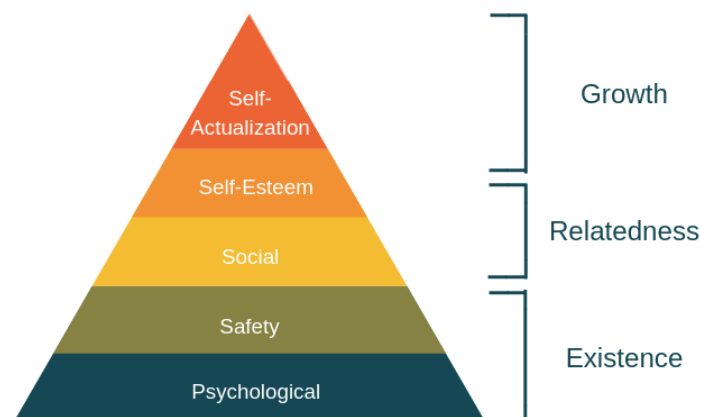
2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

ในยุคปัจจุบันสภาพแวดล้อมสังคมที่พัฒนามากขึ้น การเติบโตทางเทคโนโลยีต่างๆ มากมาย ล้วนมีผลต่อแรงจูงใจของมนุษย์ในหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นในด้าน การเรียน การทำงาน หรือแม้แต่การรับประทานอาหารเป็นต้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจเพื่อเป็นกรอบความคิดในการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหาร (Fast dining) ดังต่อไปนี้

2.2.1.1 ทฤษฎี ERG ของอัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's ERG Theory) 1969

อัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer) ได้นำทฤษฎีของ Maslow มาปรับปรุง และพัฒนาเป็นทฤษฎีการดำรงชีพ, สัมพันธภาพ และการงอกงาม (Existence-Relatedness-Growth Theory : ERG Theory) หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งได้ว่า ทฤษฎีความต้องการเชิงลำดับขั้นประยุกต์ของอัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's modified need hierarchy theory) โดยแบ่งความต้องการ ของมนุษย์เป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. การดำรงชีพ (Existence) เป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เปรียบได้กับความต้องการต่างๆ ในขั้นที่ 1 (ความต้องการทางร่างกาย หรือสรีระ) และขั้นที่ 2 (ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย) ของมาสโลว์
2. สัมพันธภาพ (Relatedness) เป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น อันได้แก่ ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs) และ ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ตามทฤษฎีของมาสโลว์
3. การงอกงาม (Growth) เป็นความต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพในตนเอง ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับทฤษฎีของมาสโลว์ ได้แก่ ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) และความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ (Need for self-actualization)



ทฤษฎีอีอาร์จี (ERG) ของแอลเคอร์เฟอร์มีความเชื่อในขั้นต้นคล้ายกับแนวคิดของ มาสโลว์ คือ เมื่อความต้องการขั้นต้นได้รับการตอบสนอง บุคคลจะเลื่อนสู่ความต้องการในขั้นสูงต่อไป อย่างไรก็ตาม แอลเคอร์เฟอร์เห็นว่า เมื่อบุคคลเกิดความขัดแย้งโดยไม่สามารถทำพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการในขั้นที่ต่ำกว่าได้เช่นกัน และที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ทฤษฎี ERG ของแอลเคอร์เฟอร์แตกต่างจากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ คือ แอลเคอร์เฟอร์เชื่อว่า แรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอาจเกิดจากความต้องการรวมกันหลายๆ อย่าง ในเวลาเดียวกัน

2.2.1.2 ทฤษฎีแรงจูงใจของแมคเคลแลนด์ (McClelland) แมคเคลแลนด์ มีความเชื่อว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ คือ ความต้องการสัมฤทธิ์ผล มนุษย์มีความปรารถนาที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้ บรรลุความสำเร็จ (Needs for Achievement: N Act) ความต้องการความรัก และผูกพัน (Needs for Affiliation: N Aff) ความต้องการอำนาจ (Needs for Power: N Power) (McClelland, 1961, pp. 100- 110) ในช่วงปี ค.ศ. 1940 นักจิตวิทยาชื่อ เดวิด ไอ แมคเคลแลนด์ (David I. Mc Clelland) ได้ ทดลองโดยใช้แบบทดสอบการรับรู้ของบุคคล (Thematic Apperception Test (TAT)) เพื่อวัด ความต้องการของมนุษย์ โดยแบบทดสอบ TAT เป็นเทคนิคการนำเสนอภาพต่างๆ แล้วให้บุคคล เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่เขาเห็น จากการศึกษาวิจัยของแมคเคลแลนด์ ได้สรุป คุณลักษณะของคนที่ มีแรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความต้องการ 3 ประการที่ได้จากแบบทดสอบ TAT ซึ่งเขาเชื่อว่า เป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลได้ ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement: N Ach)

เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ จากการศึกษาวิจัยของแมคเคลแลนด์ (McClelland) พบว่า บุคคลที่ต้องการความสำเร็จ (N Ach) สูงจะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการ ใฝ่สัมฤทธิ์สูงใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความต้องการ 3 ประการที่ได้จากแบบทดสอบ TAT ซึ่งเขาเชื่อว่า เป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลได้ ดังนี้

มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว

2. ความต้องการความรักผูกพัน (Need for Affiliation: N Aff)

เป็นความต้องการการยอมรับ จากบุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลที่ต้องการ ความผูกพันจะสูงจะชอบสถานการณ์การร่วมมือมากกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายาม สร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

3. ความต้องการอำนาจ (Need for Power: Npower)

เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมี อิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูง จะแสวงหาวิถีทางเพื่อทำให้ตนมีอิทธิพลเหนือ บุคคลอื่น ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการทำงานให้เหนือกว่า บุคคลอื่น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าทำงานให้มีประสิทธิภาพ

นอกจากงานในลักษณะดังกล่าวแล้วแมคเคลเลนดได้พบว่าปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพคือสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับงานที่ทำด้วย ทฤษฎีแรงใจของแมคเคลเลนดได้เน้นสาระสำคัญด้านแรงใจ ผู้ที่จะทำงานได้อย่าง ประสบผลสำเร็จต้องมีแรงใจด้าน N Ach เป็นสำคัญ บุคคลแต่ละคนเมื่อมี N Ach สูง ก็สามารถ ทำงานได้สำเร็จ และช่วยให้หน่วยงานมีประสิทธิผล และแมคเคลเลนดได้สรุปทฤษฎีแรงใจไว้ ว่าความต้องการของบุคคลสามารถให้การเรียนรู้และกระตุ้นให้เกิดขึ้นได้ โดยเฉพาะความต้องการ สัมฤทธิ์ผล (N Ach) นั่นคือ บุคคลที่มีความต้องการสัมฤทธิ์ผลต่างสามารถให้ประสบการณ์เรียนรู้ หรือ การฝึกอบรมจนทำให้ความต้องการด้านนี้สูงขึ้นได้ สังคมหรือประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจ ไม่ดีก็อาจทำให้ดีขึ้นได้ โดยการกระตุ้นให้คนในสังคมนั้นมีความต้องการสัมฤทธิ์ผลสูงขึ้น (อ้างใน วิจารณ์ พาระกรณ์.2551)

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

2.2.1.1 โมเดล 5A's

โมเดล 5A's ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีต้นแบบ AIDA ที่นิยมใช้กันมาก AIDA Model ประกอบไปด้วย A = Attention การสร้างความสนใจ, I = Interest ความเอาใจใส่, D = Desire ความปรารถนา, A = Action การลงมือทำ แต่ด้วยสังคมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปมาก AIDA Model อาจจะไม่ครอบคลุม หรือไม่เหมาะสมกับยุคสมัยไปแล้ว พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากเดิม มีการเชื่อมโยงถึงกันจากสื่อต่าง ๆ มากมายที่ให้ข้อมูล ข่าวสาร แก่ผู้บริโภค อย่างรวดเร็ว และสะดวกมากขึ้น จึงเป็นเป็นที่มาของพัฒนาการตลาดในยุค Marketing 4.0 และเกิดขึ้นเป็นโมเดล 5A's ดังนี้ A1 (AWARE) การสร้างการรับรู้ โดยการที่ทำให้ผู้บริโภคเห็น การนำเสนอสินค้าหรือเนื้อหา ชั่ว ๆ ชั่ว ๆ เพื่อสร้างการจดจำ A2 (APPEAL) การที่ลูกค้าชอบในการนำเสนอสินค้าหรือเนื้อหาของสินค้าสังเกตได้จากการคอมเมนต์ การกดไลค์ในโซเชียลมีเดีย หรือบอกต่อ A3 (ASK) การหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ โดยการสอบถามจากเพื่อน หรือผู้ขาย A4 (ACT) การซื้อ, การสมัคร หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ A5 (ADVOCATE) การสนับสนุน การแนะนำบอกต่อ

จะเห็นว่าโมเดล 5A มีจุดเด่นคือความเข้าใจผู้บริโภค และเข้าใจแบรนด์ไปพร้อม ๆ กัน ฟังผู้บริโภคเองมีช่องทางการรับสื่อมากมาย แต่ความต้องการคอนเทนต์หรือโฆษณาจากแบรนด์ ไม่ต้องการถูกขัดแย้งจากสื่อที่ไม่ได้สนใจ (Kotler Philip. การตลาด 4.0 สู่อุทิศการตลาดดิจิทัล, แปลโดย ณงลักษณ์ จารุวัฒน์. สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ (2560). P.72-80)

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรัณย์ภัทร เรื่องประไพ ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยจูงใจ และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนิสิต นักศึกษาใน สถาบัน อุดมศึกษาในการตัดสินใจประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม” เพื่อ ประโยชน์ในการวางแผนทางพัฒนาหลักสูตร การศึกษาให้สอดคล้องกับมาตรการด้านทรัพยากร มนุษย์ตามนโยบายของภาครัฐซึ่งจะเป็น รากฐานสำคัญในการพัฒนา ประเทศต่อไป การศึกษาวิจัย ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยศึกษาข้อมูล ปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ในด้านข้อมูลปฐมภูมิมุ่งศึกษาถึง ตัวแปรส่วนบุคคล ตัวแปรด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และตัวแปรด้านปัจจัยจูงใจ ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาค้นคว้าและ รวบรวม ข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนด ขอบเขตโดยศึกษานิสิตนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ชั้นปีสุดท้าย จำนวน 394 คน จาก สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 3 แห่ง และ สถาบันการศึกษาของเอกชน 3 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้า

ผลการวิจัยภาพรวมแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในการ ตัดสินใจประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 อยู่ในระดับมาก โดยเรื่องที่มี ค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เรื่อง “การทำงานที่สำคัญและต้องใช้ความสามารถอย่างมาก เป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้กับนิสิตนักศึกษาเป็นพิเศษ” รองลงมาเป็นแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เรื่อง “งานที่ใช้ความรับผิดชอบเป็นงานที่น่าสนใจกว่างานที่ไม่ต้องรับผิดชอบ” ส่วนแรงจูงใจในใฝ่สัมฤทธิ์ที่ มีค่าต่ำที่สุดได้แก่ เรื่อง “นิสิตนักศึกษาไม่รู้ลึกเบื้องหน้าย ถ้างานที่ทำมีอุปสรรคมาก ๆ” และ ผลการวิจัยด้านการตัดสินใจประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของนิสิตนักศึกษา พบว่ามี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 อยู่ในระดับมาก โดยเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่เรื่อง”ความตั้งใจในการ ประกอบธุรกิจส่วนตัวหากมีโอกาส” อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่อง “ความตั้งใจประกอบ ธุรกิจส่วนตัว หากมีความพร้อมในเรื่องเงินทุน” ถัดมาเป็นเรื่อง “ความต้องการประกอบธุรกิจส่วนตัว มากกว่าการเป็นลูกจ้างของหน่วยงานต่าง ๆ” และเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ เรื่อง”ความตั้งใจ ประกอบธุรกิจส่วนตัวเพราะครอบครัวและคนรอบข้างสนับสนุน” ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจ ประกอบธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมของนิสิตนักศึกษาเพศชาย มี ค่าเฉลี่ยต่ำกว่านิสิตนักศึกษา เพศหญิง ปัจจัยจูงใจที่มีราคาเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ปัจจัย จูงใจเรื่อง “ธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อม เป็น เป็นอาชีพที่อิสระ สามารถ พัฒนาความรู้ความสามารถ และให้ ประสบการณ์ ในการประกอบอาชีพ ของตนเอง” ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีความต้องการของ แมคเคลแลนด์ในเรื่องความ ต้องการ ความสำเร็จ โดยผู้ต้องการความสำเร็จสูง มี ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะทำงานให้ได้ผลงานดีขึ้น

วิไล พึ่งผล, & วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ ได้ศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะ ความเป็นผู้ประกอบการ รุ่นใหม่ที่ส่งผลต่อการ ดำเนิน ธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านศักยภาพการดำเนินธุรกิจ ด้าน การยอมรับในคุณค่าของคนอื่น ด้านการมีปฏิสัมพันธ์สื่อสารระหว่างสังคมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบ ทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ การวิจัยนี้สุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจสตาร์ท อัพ จำนวน 163 คน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) มาตรฐาน 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย และแบบพหุคูณ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยทำธุรกิจจากการสืบทอด กิจการจากครอบครัว, ทำธุรกิจด้วยการเป็นเจ้าของคนเดียว ระยะเวลาก่อตั้งธุรกิจ 1-3 ปี

จากผลการวิจัยพบว่า จิตสำนึกในความรับผิดชอบทางด้านศักยภาพการดำเนินธุรกิจ ด้านการยอมรับในคุณค่าของผู้อื่น ด้านการมีปฏิสัมพันธ์สื่อสารระหว่างสังคม และการดำเนินธุรกิจ สตาร์ทอัพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันผลการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางปรับ แผนการพัฒนาพฤติกรรมแก่ทุกระดับในองค์การขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่ ทำให้ผลดำเนินธุรกิจ ประสบความสำเร็จในอนาคต การวิจัยนี้พบ 5 ตัวแปรย่อยทางด้านศักยภาพการดำเนินธุรกิจ คือ มุ่งมั่น ในความสำเร็จ, ทำงานเชิงรุก, จริยธรรมในการดำเนินงาน, เผชิญหน้ากับความเสี่ยง, เรียนรู้อย่าง ต่อเนื่อง และสรุปได้ว่าผู้ประกอบการในกลุ่มเป้าหมายนี้มีประสบการณ์พร้อมที่จะดำเนิน ธุรกิจ สตาร์ทอัพแบบก้าวกระโดดอย่างท้าทายสอดคล้องตาม Marion (2016) กล่าวว่า ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่มีวุฒิภาวะทางธุรกิจสตาร์ทอัพได้ดีประกอบด้วย อายุตั้งแต่ 20-30 ปีขึ้นไปการศึกษาระดับปริญญาตรี ขึ้นไปมี ประสบการณ์ทางธุรกิจ 1-3 ปีขึ้นไปหรืออยู่กับธุรกิจครอบครัวมาก่อน และมีเงินทุนส่วนตัว มากพอที่จะเปิดธุรกิจและเป็นหลักประกันแก่สถาบันการเงินได้

ภัทธานิชฐ์ สรเสริมสมบัติ, วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์, จารุวรรณ แดงนุบ ผา, & ณัฐเชษฐ์ พูล เจริญ. (2017). ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ โรงแรม ในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยด้าน จิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย และ เพื่อทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา กับขนาดของธุรกิจโรงแรมที่ผู้ประกอบการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่ง ได้ดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อมใน ประเทศไทย ที่จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจโรงแรมไม่เกิน 1 ปี จำนวน 365 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิง พรรณนาเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมานด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย และการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ป็นอิสระจากกัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการ โรงแรมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 41-50 ปี เป็นเจ้าของ โรงแรมขนาดเล็ก มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์ในการทำงานก่อนที่จะมาเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม ผลการจัดกลุ่มปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยพบว่า สามารถจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ 7 ปัจจัย ประกอบด้วย (1) แรงบันดาลใจที่มาจากความท้าทายทางธุรกิจ พบว่ายังผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความท้าทายทางธุรกิจเป็นลำดับแรก ยังมีแนวโน้มที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจมากขึ้น (2) การไม่ขึ้นอยู่กับผู้อื่น พบว่า ยังผู้ประกอบการเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นผลมาจากอิทธิพลของคนอื่น ยังมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นธุรกิจ ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการมีความเชื่อคล้าย ๆ กันว่า ความเป็นไปได้ในการเริ่มต้นธุรกิจไม่ได้ขึ้นอยู่กับอำนาจของผู้อื่นแต่ขึ้นอยู่กับตัวผู้ประกอบการเอง (3) การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี พบว่าผู้ประกอบการมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี ยังมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นธุรกิจมากกว่า หรือสรุปได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะมองเห็นโอกาสทางธุรกิจแทนที่จะเป็นอุปสรรคจากการมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดีคล้าย ๆ กัน จึงกล้าตัดสินใจลงทุนในธุรกิจขนาดใหญ่ขึ้น (4) แรงบันดาลใจที่มีจะมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น พบว่านอกจากแรงจูงใจที่มาจากความท้าทายทางธุรกิจแล้ว ยังมีแรงจูงใจอื่นที่ผสมผสานกันและส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจนั่นคือ เพื่อมีวิถีชีวิตที่สะดวกสบายขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองเห็นโอกาสจากการประกอบธุรกิจว่าจะสามารถช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของผู้ประกอบการให้ดีขึ้น (5) การยอมรับต่อความล้มเหลว พบว่ายังผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีต่อความล้มเหลว ยังมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นธุรกิจ (6) ความอดทนต่อความไม่แน่นอน พบว่าระดับความอดทนต่อภาวะคลุมเครือไม่แน่นอนมีความสัมพันธ์กับการเริ่มต้นธุรกิจ และ (7) ความเชื่อในความสามารถของตัวเอง พบว่าผู้ประกอบการเชื่อว่าตนเองมีการสร้างสรรค์ความแปลกใหม่ ความเชื่อที่มีต่อการสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะมองเห็น โอกาสทางธุรกิจจากความสามารถของตัวเอง คล้าย ๆ กัน จึงกล้าที่จะตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีขั้นตอน วิธีการนำเสนอ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูล
2. กรอบขั้นตอนงานวิจัย
3. กลุ่มเป้าหมาย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การออกแบบเครื่องมือ
6. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

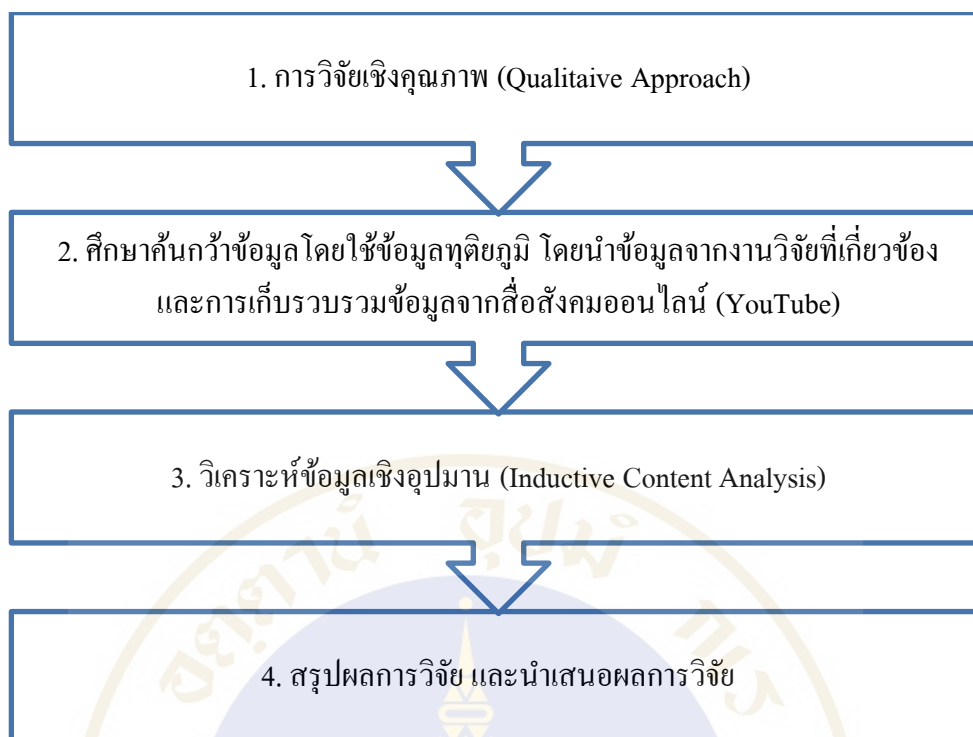
3.1 แหล่งข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) :

โดยการค้นคว้าข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ (YouTube) ที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้เรื่องแรงจูงใจในการประกอบกิจการร้านอาหาร จำนวน 30 คลิปวิดีโอ

3.2 กรอบขั้นตอนงานวิจัย

จากการศึกษาและค้นคว้าเพื่อกำหนดแนวทางการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบงานที่วิจัย เพื่อให้ได้ผลตามที่ต้องการ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบขั้นตอนงานวิจัย

3.3 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าของกิจการที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงในวงการร้านอาหาร หรือกลุ่มนักธุรกิจหน้าใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นประกอบกิจการร้านอาหาร รวมถึงช่องรายการที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับธุรกิจ SME หรือ Startup

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ช่องรายการบนสื่อสังคมออนไลน์ (YouTube) ที่เกี่ยวกับการนำเสนอแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)

3.5 การออกแบบเครื่องมือ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากช่องรายการบนสื่อสังคมออนไลน์ (YouTube) ที่มีการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาร่วมวิเคราะห์ และสรุปให้มีความสัมพันธ์กับงานวิจัย

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูลช่องรายการบนสื่อสังคมออนไลน์ (YouTube) ที่มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining) โดยใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์เนื้อหาตามที่ปรากฏ โดยไม่ใช้ความรู้สึกของผู้วิจัยเข้าไปเกี่ยวข้อง ทั้งนี้สามารถสรุปเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยคัดเลือกช่องรายการบนสื่อสังคมออนไลน์ (YouTube) ที่มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining) โดยการถอดเทปด้วยการจดบันทึกอย่างละเอียด เพื่อคัดแยกประเด็นสำคัญของแต่วิดีโอ
2. คัดเลือกประเด็นสำคัญของแต่ละวิดีโอ และนำมาถอดรหัสข้อมูล (Coding)
3. กำหนดกลุ่มคำหลัก ให้ครอบคลุม
4. จัดกลุ่มคำหลักโดยใช้เกณฑ์ของเนื้อหาที่มีความคล้ายคลึงกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน
5. นำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เพื่อทำสรุปผลของแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)

3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยรวม 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม – 30 เมษายน 2562

บทที่ 4

ผลที่ได้จากการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก ช่องรายการบนสื่อสังคมออนไลน์ (YouTube) ดังนี้ ช่องรายการ อายุน้อยร้อยล้าน จำนวน 25 คลิปวิดีโอ และช่องรายการอื่น ๆ จำนวน 5 คลิปวิดีโอ รวมทั้งหมด 30 คลิปวิดีโอ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งจะได้นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

4.1 ผลการคัดกรองและวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ

การคัดกรองข้อมูลเริ่มต้นจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก ช่องรายการบนสื่อสังคมออนไลน์ (YouTube) ดังนี้ ช่องรายการ อายุน้อยร้อยล้าน จำนวน 25 คลิปวิดีโอ และช่องรายการอื่น ๆ จำนวน 5 คลิปวิดีโอ รวมทั้งหมด 30 คลิปวิดีโอ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลชื่อร้านอาหาร ช่องรายการ และที่อยู่ของคลิปวิดีโอ

ลำดับ	ธุรกิจ	ช่องรายการ	ที่อยู่คลิปวิดีโอ
1	ก๋วยเตี๋ยว ปัง ปัง	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=nQvX_Ykv_s4
2	ผัดไทยอร่อยจริง	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=AsSbl8JUHUU
3	เรื่องของมัน (ขนมไข่เต่า)	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=y3F5lmY3FPc
4	ขนมโตเกียว	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=7aJTE1Ozk5A
5	เฟรนช์ฟรายทอด	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=JUC1hqco3_8
6	Cheezy King เกี้ยวซ่า	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=5p3-aGroxF4
7	Bad Burger	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=jKvc-3U6Ckk
8	ชาบูอินดี้	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=fkCrv34JKgE

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลชื่อร้านอาหาร ช่องรายการ และที่อยู่ของคลิปวิดีโอ (ต่อ)

ลำดับ	ธุรกิจ	ช่องรายการ	ที่อยู่คลิปวิดีโอ
9	ข้าวแกงถนดแตก	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=7EnZjxIKIKE
10	ก๋วยเตี๋ยวไข่	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=_233UdmFBxQ
11	หมูทอดคิปปัน	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=v1KNfp5gelo
12	น้ำพริกป่าตีว	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=yjxGxjFIUp0
13	กิ้นลำกิ้นดี	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=Fc_dL_Fm1RA
14	เตี๋ยตุ๋นหม้อไฟ อินดี้	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=4gB2qYhjhc&t=17s
15	เจริญชัย ไก่ตอน	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=qUja2DVFsvA
16	ก๋วยจั๊บน้ำใส	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=y0bqyzkImbE
17	พระราม9 ไก่ย่าง	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=FnCXEObp_wc
18	เครปไส้แตก	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=zIN6K0UEsPk
19	สถานีมีหอย	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=_lhnRxEJopw
20	บังมีน เนื้อปิ้ง ไก่ปิ้ง	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=c_Pa-xvrcmk
21	คงบัง ก๋วยเตี๋ยวเนื้อตุ๋น	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=MG6HyKk6mbg
22	ก๋วยเตี๋ยวไข่กรุงศรี	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=o6meMJXcOgg
23	เซฟคีย์ Ranger (บาปี้คิว)	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=TZ8DURuQ5Gk
24	ขนมปังชีสยัด	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=YG9VzHEHZL0&t=2326s
25	บะหมี่จอมพลัง	อายุน้อยร้อยล้าน	https://www.youtube.com/watch?v=Cwj-J40Ve6o
26	หมูกระทะย่างไฟ	TNN ช่อง 16	https://www.youtube.com/watch?v=V9JsoCEhCBE
27	สถานี นมเหนียว	5 เช้าแม่ที่ใหญ่	https://www.youtube.com/watch?v=gnrMqE5khEI
28	ต.เนื้อย่าง	Thai Franchise Center	https://www.youtube.com/watch?v=Lw-co-R2NO8
29	Penguin eat Shabu	ฟาสต์ฟู้ดธุรกิจ	https://www.youtube.com/watch?v=lwSydFP5wOA
30	ปังปังลาวา	Smart SME TV	https://www.youtube.com/watch?v=YkoF_6VdrJo

ขั้นตอนที่ 1 สรุปประเด็นในแต่ละคลิปวิดีโอจากช่องรายการต่าง ๆ ที่มีแรงจูงใจ หรือจุดเริ่มต้นในการประกอบกิจการร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)

ผู้วิจัยได้ทำการฟังคลิปวิดีโอ และถอดเทปด้วยการจดบันทึก เพื่อค้นคว้าในแต่ละประเภทกิจการร้านอาหาร ในการหาประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการประกอบกิจการร้านอาหารทั่วไป และทำการถอดเทปสรุปแรงจูงใจจุดเริ่มต้นของแต่ละคลิปวิดีโอ มีรายละเอียด ดังนี้

1. ธุรกิจ : ก๋วยเตี๋ยว บึง บึง

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : เริ่มจากที่บ้านเปิดร้านอาหารอยู่แล้ว และมีคุณแม่ทำคนเดียว และท่านก็สุขภาพไม่ดี จึงคิดอยากช่วย เลยทำเมนูก๋วยเตี๋ยวเพิ่ม เพื่อให้ร้านมีความหลากหลาย ให้ลูกค้าที่มาที่ร้านมาที่เดียวแล้วครบทุกอย่าง
2. ธุรกิจ : ผัดไทยอร่อยจริง

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : เริ่มแรกทำงานเป็นแอร์โฮสเตส แต่ประสบอุบัติเหตุบนเครื่องบิน ทำให้กระดูกบริเวณไหล่ข้อที่3,4 หัก และทำงานต่อไม่ได้ จึงเริ่มคิดอยากทำธุรกิจ ประจวบกับน้องชายกลับมาจากต่างประเทศ และอยากเปิดร้านอาหาร และโดยส่วนตัวเป็นคนชอบทานผัดไทยมาก แต่จะหาทานร้านอร่อยจริงๆ ก่อนข้างยาก จึงเป็นที่มาของการทำร้านผัดไทย
3. ธุรกิจ : เรื่องของมัน (ขนมไข่เต่า)

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : ตอนเรียนจบมาใหม่ๆ แล้วยังไม่รู้จะทำอะไรดี และมีโอกาสได้ไปเดินตลาดสตรีทฟู้ด สังเกตเห็นร้านขนมไข่เต่าคนต่อแถวเยอะมาก และโดยส่วนตัวเป็นคนชอบทานขนมไข่เต่า เลยได้ไอเดียกลับมาลองทำขาย
4. ธุรกิจ : ขนมโตเกียว

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : ส่วนตัวชอบทานขนมโตเกียว มาตั้งแต่เด็กๆ และมีความคิดที่อยากทำให้ขนมที่เราชอบมีจุดขาย จุดเด่น และมีชื่อเสียงมากขึ้น
5. ธุรกิจ : เฟรนซ์ฟรายทอด

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : มีโอกาสเดินทางไปอังกฤษ และเห็นร้านขายเฟรนซ์ฟรายทอด พอเรามองดูแล้วร้านมันดูสนุก ทำไปเดินไป ผู้คนให้ความสนใจ หลังจากนั้นจึงมีความคิดอยากนำมาทำขายที่ประเทศไทย และได้ทำการคิดทดลองทำในครอบครัวเกือบปี

6. ธุรกิจ : Cheezy King เกี่ยวซ่า
 พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร
 ธุรกิจ : เป็นคนชอบไปเที่ยวประเทศญี่ปุ่นมาก และชอบทานเกี่ยวซ่า ลองทานมาหลายร้านจนได้มีโอกาสไปทานเกี่ยวซ่าร้านหนึ่งที่ญี่ปุ่น รสชาติอร่อยมาก จนไปทานทุกวันเพื่อศึกษารสชาติ และได้้นำกลับมาพัฒนาสูตรต่อจนกลายเป็น Cheezy king เกี่ยวซ่า
7. ธุรกิจ : Bad Burger
 พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร
 ธุรกิจ : เดิมเป็นเชฟในโรงแรม ทำอาหารมา 5 ปี จนวันหนึ่งอยากออกมาลองทำร้าน เริ่มจากร้านแผงลอยเล็กๆ วันแรกก็มีลูกค้าให้ความสนใจ ชอบในรสชาติ
8. ธุรกิจ : ชาบูอินดี้
 พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร
 ธุรกิจ : หลังจากเรียนจบ มีความฝันอยากทำธุรกิจเลย และบอกกับตัวเองเลยว่าจะไม่ไปสัมภาษณ์งาน เริ่มต้นจากเปิดร้านอาหารอีสานร่วมกับแฟน แต่ไม่ประสบความสำเร็จ และก็คิดพัฒนาต่อเนื่องมาจนเป็นร้านชาบูในปัจจุบัน
9. ธุรกิจ : ข้าวแกงถนัดแตก
 พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร
 ธุรกิจ : ผมเป็นเด็กเกร ที่บ้านทำอู่แท็กซี่ มีลูกตอนวัยเรียน พ่อแม่ผิดหวัง เริ่มขับรถแท็กซี่ขับอยู่สามปี สิ่งที่ได้เรียนรู้คือ ได้ศึกษามนุษย์ทุกรูปแบบ และเป็นคนมีความทะเยอทะยานสูง ด้วยความเป็นนักกิน เริ่มต้นจากการต่อยอดจากยูทูบเบอร์ เริ่มทำเพราะอยากเก็บไว้ดูตอนแก่ ทำด้วยความรัก ไม่ได้หวังเงิน
10. ธุรกิจ : ก๋วยเตี๋ยวไข่ (ก๋วยเตี๋ยวต้มยำซีฟู้ด)
 พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร
 ธุรกิจ : พี่นเพเป็นคนสมุทรสงคราม ขึ้นชื่อเรื่องอาหารซีฟู้ดส์ จึงเริ่มต้นจากการใช้ทรัพยากรหลักของพื้นที่ แต่สาเหตุที่ไม่ทำร้านอาหารซีฟู้ดส์ เนื่องจากมีเยอะแล้ว และคิดต่อว่า อยากให้คนมาทานอาหารของเราในช่วงเช้าหรือบ่าย จึงกลายเป็นก๋วยเตี๋ยวต้มยำซีฟู้ด

11. ธุรกิจ : หมูทอดคืดพัน

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : เริ่มจากความเบื่องานประจำที่รู้สึกว่าเป็นตัวเอง จึงต้องการสร้างธุรกิจขึ้นมา ปรึกษากับเพื่อนสนิทที่มีรสนิยมเดียวกันคือนักกิน โดยเฉพาะของทอด เป็นคนชอบทำอาหาร เลยชวนเพื่อนมาทำ เริ่มต้นด้วยเงินคนละ 30,000 บาท จากระดมเงินเล็ก ๆ

12. ธุรกิจ : น้ำพริกป่าดัว

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : เป็นลูกแม่ค้า คุณแม่ขายยำ และส้มตำ แผงลอยก่อน ช่วงที่คุณแม่ขายก็มีการกู่หม่ายืมสินเยอะ ฐานะทางบ้านไม่ได้ดีมาก แต่คุณแม่ก็ทำคนเดียวไม่มีใครที่จะมาช่วยขายของ จึงมีความคิดอยากช่วยคุณแม่ อยากทำให้น้ำพริกที่เป็นน้ำพริกธรรมดา ไปสู่ตลาดต่างประเทศให้ได้

13. ธุรกิจ : กิ้นลำกิ้นดี (ร้านอาหารเหนือ)

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : ที่บ้านขายอาหารเหนือในตลาดอยู่แล้ว จึงเริ่มทำขายออนไลน์ และตอนนั้นเราก็ทำงานอยู่กรุงเทพ คิดอยากหาอาหารเหนือที่รสชาติเหมือนฝีมือแม่อยากจะมีไอเดียว่าถ้าไม่ได้กลับบ้านก็จะไม่ได้ทาน ถ้าอย่างนั้น เราก็ทำส่งไปให้คนกรุงเทพได้ทานแทน

14. ธุรกิจ : เตี่ยวตุ๋นหม้อไฟ อินดี้

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : คือเรามองคนข้างหลังเป็นแรงผลักดันให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จ เอาความล้มเหลว ให้เป็นพลังให้ก้าวต่อไป อยากหาสิ่งที่ทำให้ครอบครัวประสบความสำเร็จได้มากที่สุด ถึงล้มเหลวมาหลายครั้งแต่ไม่เคยท้อ แล้วสู้ต่อไปทำต่อเพื่อไปถึงความสำเร็จให้เร็วที่สุด จุดเริ่มต้น ทางบ้านขายเซรามิก ตั้งแต่เด็กๆ คลุกคลีกับการค้าขายมาโดยตลอด อยากทำธุรกิจส่วนตัว อยากขายของตั้งแต่เด็กๆ อยากทำร้านอาหาร เริ่มต้นจากร้านอาหาร เริ่มต้นด้วยร้านอาหารอีสาน ด้วยความคุ้นเคย

15. ธุรกิจ : เจริญชัย ไก่คอน

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : เดิมทีเป็นร้านของพี่เขย แล้วตนได้นำมาทำต่อ นำมาต่อยอด จากเดิมขายตั้งแต่ เวลาบ่ายสองถึงตีสอง แต่เราสังเกตว่าย่านนี้เป็นย่านที่มีคนพลุกพล่านตลอดเวลา จึงมีไอเดียทำร้านให้เป็นร้านข้าวมันไก่ 24 ชม.

16. ธุรกิจ : ก๊วยจ๊ับเศรษฐี

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : ที่บ้านคุณพ่อเป็นตำรวจ และมีความมุ่งมั่นอยากให้ผมเป็นตำรวจ แต่สุดท้ายผมก็ไม่สามารถสอบนักเรียนนายร้อยได้ ตั้งแต่ตอนเรียนเป็นคนชอบขายของเริ่มจากขาย เสื้อผ้า ขายมาสักพักเริ่มมีรายได้เข้ามาค่อนข้างเยอะ จึงเดินไปขอพ่อแม่ว่าจะไม่เรียนต่อแล้ว จากนั้นก็หาธุรกิจอื่นทำเช่นขายน้ำมะนาว ขายดีมากจนทำเฟรน ไซส์ แต่ด้วยการขาดการวางแผน ทำให้วัตถุดิบหาย สุดท้ายก็ไม่ประสบความสำเร็จ และในช่วงนั้นเริ่มมีแฟนแล้วก็มีโอกาสได้ไปทานก๊วยจ๊ับอีสานบ่อยๆ และจำได้ว่าอาม่าทำก๊วยจ๊ับ อร่อย จึงไปขอสูตรมา

17. ธุรกิจ : พระราม9 ไก่ย่าง

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : เดิมทีทางบ้านค่อนข้างมีฐานะ ทำธุรกิจอสังหา แต่ช่วงเศรษฐกิจฟองสบู่แตก ทางบ้านก็เริ่มแย่ แต่เพื่อการอยู่รอด คุณพ่อก็เลยเริ่มที่จะเปิดร้านไก่ย่าง จากร้านเล็กๆ ข้างถนน แต่ตอนนั้นเราอายุมากที่อยู่ดีคุณพ่อมาขายไก่ย่าง เรารับไม่ได้ และไม่เคไปช่วยที่บ้านขายเลย เคยแกลไปเป็นหน้าม้าทำที่ว่ามาซื้อไก่จนเรียนจบ เราจบด้านวิทยาศาสตร์ และได้งานในห้างแลปชื่อดังที่นึง ตอนนั้นเป็นช่วงเวลาที่ต้องตัดสินใจว่าจะทำงานในห้างแลป หรือจะไปขายไก่ สุดท้ายก็เลือกที่จะมาช่วยคุณพ่อ และได้พัฒนาต่อมาถึงปัจจุบัน

18. ธุรกิจ : เครบไส้แตก

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : เริ่มต้นคือเป็นคนชอบทานเครบมาตั้งแต่เด็ก เราเห็นขนมเครบมาตั้งแต่ตอนเดินจนโตมาขนมเครบก็ยังคงอยู่ จึงมีความคิดที่อยากจะทำเครบขาย อยากเปิดร้านเบเกอรี่ตามกระแสในตอนนั้น

19. ธุรกิจ : สถานีมีย่อย

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : ได้มีโอกาสไปกินหอยที่เขาวราช แล้วรู้สึกว่ามันง่าย มีหม้อใบเดียวเพื่อลวกแค่นั้น แต่ด้วยความตั้งใจหลักเราอยากขายความสุข ความสนุก เราคิดจากสิ่งที่ต้องการจะทำก่อน การทำให้คนยิ้ม นั่นคือความสุขที่พวกผมต้องการ

20. ธุรกิจ : บังมีน เนื้อปิ้ง ไก่ปิ้ง

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : แพนเห็นผมอยู่ว่างๆ เลยไปหาไรทำเล่นๆ ผมชอบทานเนื้อ จึงลองปิ้งเนื้อขายดูจากนั้นเริ่มมีลูกค้า มาซื้อ เริ่มมีการแชร์ และมีชื่อเสียงมากขึ้น

21. ธุรกิจ : คงบัง ก๋วยเตี๋ยวเนื้อตุ๋น

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : เดิมที่บ้านขายเนื้อวัวอยู่แล้ว และคุณพ่อก็เริ่มขายก๋วยเตี๋ยวเนื้อก่อน พอเราเรียนจบจึงเข้ามาช่วยคุณพ่อ และพัฒนาจากโดยการใช้ Social Media มาช่วยในการขายทำให้ร้านเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

22. ธุรกิจ : ก๋วยเตี๋ยวไข่กรุงศรี

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : ก่อนหน้านี้ก็ทำงานออฟฟิศ 7 ปี และถึงจุดที่คิดว่าชีวิตต้องดีกว่าเดิม ถ้ามีขอมก๋วยออกมาจะไม่มีวันนี้ และมีโอกาสได้ไปทานก๋วยเตี๋ยวร้านหนึ่ง ซึ่งมองแล้วในอยุธยายังไม่มีจึงคิดอยากทำร้านที่มีเอกลักษณ์ของอยุธยา (กุ้งแม่น้ำ)

23. ธุรกิจ : เซฟตี้ Ranger (บาบีคิว)

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : เริ่มต้นจากการทำธุรกิจรับเหมา แต่ไม่ประสบความสำเร็จ จึงเริ่มมองหาธุรกิจใหม่ และก็สังเกตเห็นร้านบาบีคิวข้างทาง ว่าทำไมคนกินเยอะ จึงทดลองไปขายตามตลาดงานเทศกาลดนตรีต่าง ๆ วันแรกที่ขายกแต่งตัวเป็น Ranger เพราะกลัวคนไม่ซื้อจากนั้นก็เริ่มมีคนแชร์ และเป็นที่ยอมรับ

24. ชุรกิจ : ขนมปังชีสยี่ด

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ชุรกิจ : เป็นคนชอบทานชีสมาก ๆ ตะเวนสรรหาทานทานชีสทั่วโลก และก็ได้อค้นพบชีสที่ประเทศญี่ปุ่น ที่เป็นชีสสดมีรสชาติอร่อย จึงนำมาพัฒนาทำเป็นขนมปังชีสยี่ด

25. ชุรกิจ : บะหมี่จอมพลัง

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ชุรกิจ : เริ่มขายปอเปี๊ยะ แล้วจึง เป็นหนี้ จึงมองหาอะไรขายต่อ เลยหาอะไรในบ้านที่นำออกไปขายได้ แล้วหาสูตรจากอินเทอร์เน็ต ที่ตลาดรถไฟ ด้วยตลาดเป็นตลาดที่มีไอเดีย เลยคิดว่าต้องทำให้อาหารมีไอเดียจนกลายเป็นบะหมี่จอมพลังชามยักษ์

26. ชุรกิจ : หมูกระทะย่างให้

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ชุรกิจ : เกิดจากวิกฤตเศรษฐกิจ ที่วันหนึ่งตนเองกลายเป็นบุคคลล้มละลาย และคุณแม่ไม่สบาย ด้วยวิกฤตจึงเริ่มจากที่เรามีสูตรหมูกระทะอยู่เดิม จึงเริ่มจากร้านเล็กมีไอเดียจาก คนที่ต้องการทานหมูกระทะ แต่ไม่อยากตัวเหม็น หรือไม่มีเวลา จึงเป็นที่มาของหมูกระทะย่างให้

27. ชุรกิจ : สถานี นมเหนียว

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ชุรกิจ : เกิดจากเป็นคนชอบทานนม ปกติที่บ้านจะชอบทานนมกันมาก และได้มีการทดลองทำเมนูต่าง ๆ ให้คนที่บ้านลองทาน ขายวันแรกผลตอบรับดี

28. ชุรกิจ : ต.เนื้อย่าง

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ชุรกิจ : ครอบครัวเป็นคนชอบทานเนื้อ ชอบทานสเต็ก เลยลองคิดทำเนื้อเสียบไม้ย่าง จึงออกมาเป็น ต.เนื้อย่าง (ต.มาจากชื่อพี่น้อง 3 คน) มองเห็นโอกาสของตลาดเนื้อโดยอาศัยความชอบส่วนตัว และการได้สังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคในสังคมไทยซึ่งมีคนชื่นชอบการทานเนื้ออยู่เป็นจำนวนมาก แต่การทำตลาดเนื้อไม่มากเท่าที่ควรส่วนใหญ่เป็นหมูปิ้ง

29. ธุรกิจ : Penguin eat shabu

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : เริ่มจากธุรกิจที่บ้านส้ม จนไม่เหลืออะไรเลย เดิมทีผมและพี่ชายมีธุรกิจส่วนตัว และหลังจากที่บ้านก็ประสบปัญหาทางธุรกิจ ที่เป็นจุดเปลี่ยนให้ตนและพี่ชายต้องช่วยกันคิดและแก้ไขปัญหา จึงมองหาธุรกิจที่สามารถทำร่วมกันได้กับพี่ชาย และก่อนจะเป็นร้านชาบู ได้มีโอกาสได้ออกแบบร้านอาหารให้กับลูกค้า และได้สอบถามรายละเอียดต่าง ๆ ในการเปิดร้าน จึงเป็นที่มาของร้านชาบู

30. ธุรกิจ : ปังปังลาวา

พิธีกร : จุดเริ่มต้น หรือแรงบันดาลใจเกิดจากอะไร

ธุรกิจ : จากความชอบรับประทานขนมปัง และอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเองจึงมองหาสิ่งที่ชอบ และมาลงตัวที่ขนมปังปิ้งใส่ทะลัก ปังปังลาวา

จากขั้นตอนที่ 1 ทำให้เราทราบถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจ โดยปัจจัยมี 3 ปัจจัยคือ

1. ความชอบ จากการวิจัยพบว่ามีคำว่าความชอบ จำนวน 14 คำ
 - 1.1 ชอบรับประทาน 12 คำ
 - 1.2 ชอบค้าขาย 2 คำ
2. การมีเป้าหมาย จากการวิจัยพบว่ามีคำว่าเป้าหมาย จำนวน 9 คำ
 - 2.1 สร้างความแตกต่าง 5 คำ
 - 2.2 ต้องการประสบความสำเร็จ 4 คำ
3. ความรู้สึกรับผิดชอบ จากการวิจัยพบว่ามีคำว่าความรับผิดชอบ จำนวน 7 คำ
 - 3.1 ธุรกิจครอบครัว / ครอบครัว 5 คำ
 - 3.2 วิกฤตเศรษฐกิจ 2 คำ

ทำให้ผู้วิจัยสามารถจำกัดความคำว่า “แรงจูงใจ” ได้ว่า แรงจูงใจคือเหตุของปัจจัยที่เกิดมาจากความชอบ ความรู้สึกรับผิดชอบ หรือการมีเป้าหมายในชีวิต ที่ส่งผลให้แสดงพฤติกรรม การกระทำต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ตนเองมุ่งหวังไว้

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดรหัสเปิดข้อมูลทฤษฎี (Open Coding)

ผู้วิจัยจะทำการพิจารณาประเด็นต่างๆ จากคำบอกเล่าในคลิปวิดีโอ แล้วนำมากำหนดรหัสเปิด จากนั้นจะทำการวิเคราะห์เพื่อกำหนดหมวดหมู่หลัก และจัดกลุ่มหมวดรหัสเปิด เข้าสู่หมวดหลัก โดยใช้เกณฑ์ของเนื้อหาที่มีความหมายคล้ายคลึงกัน ให้อยู่ในหมวดเดียวกัน

ตารางที่ 2 แสดงรหัสแบบเปิด (Open Coding) ของคลิปวิดีโอ

รหัสที่	รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสที่	รหัสแบบเปิด (Open Coding)
1	ที่บ้านเปิดร้านอาหารอยู่แล้ว	16	เป็นคนชอบขายของ
2	ชอบทานผัดไทย	17	เศรษฐกิจพอเพียง
3	ชอบทานขนมไข่เต่า	18	ชอบทานเครป
4	ชอบทานขนมโตเกียว	19	คิดจากสิ่งที่ต้องการจะทำ
5	เดินทางไปอังกฤษ	20	ชอบทานเนื้อ
6	ชอบทานแกงเขียวหวาน	21	ที่บ้านขายเนื้อวัว
7	อยากออกมาเปิดร้าน	22	ชีวิตต้องดีกว่าเดิม
8	มีความฝันอยากทำธุรกิจ	23	มองหาธุรกิจใหม่
9	เป็นนักกิน	24	ชอบทานชีส
10	มีชื่อเสียงเรื่องอาหารทะเล	25	ทำให้อาหารมีไอเดีย
11	เป็นนักกิน	26	เป็นบุคคลล้มละลาย
12	เป็นลูกแม่ค้า	27	ชอบทานนม
13	ที่บ้านขายอาหารเหนือ	28	ครอบครัวเป็นคนชอบทานเนื้อ
14	อยากขายของตั้งแต่เด็ก ๆ	29	ธุรกิจที่บ้านล้ม
15	เป็นร้านของพี่เขย	30	ชอบรับประทานขนมปัง

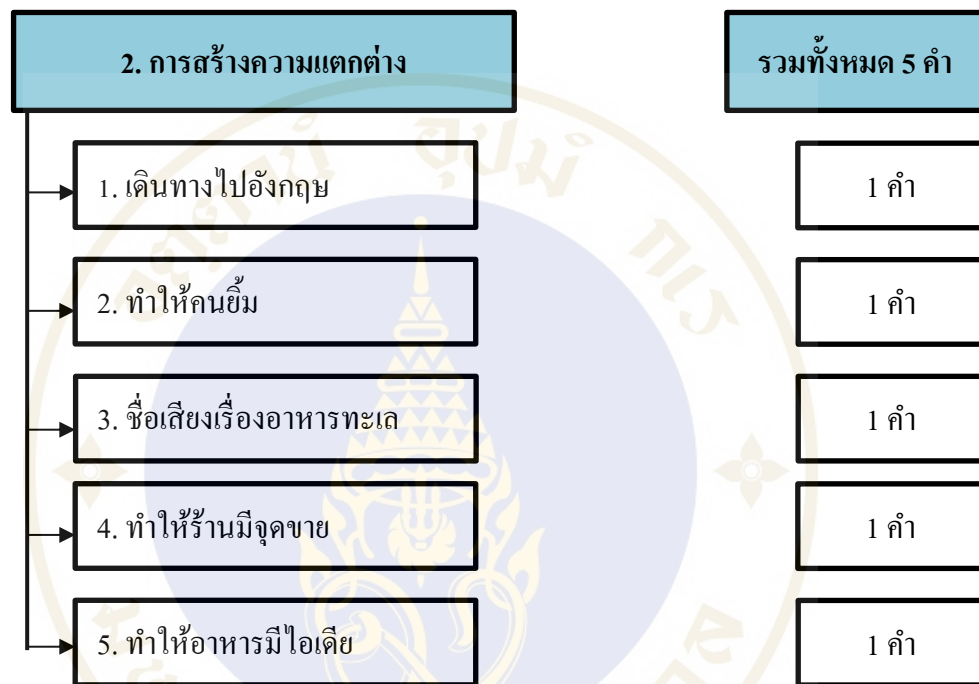
ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดรหัสแนวคิดสัมพันธ์กัน (Axial Coding)

การคัดเลือกความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลัก กับหมวดย่อย จะพิจารณาจากบริบทที่เกี่ยวข้องกันมาวิเคราะห์หารหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน นำมาประมวลผลในแต่ละประเด็นที่มีความหมายเดียวกัน เพื่อนำมาสรุปผลได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น



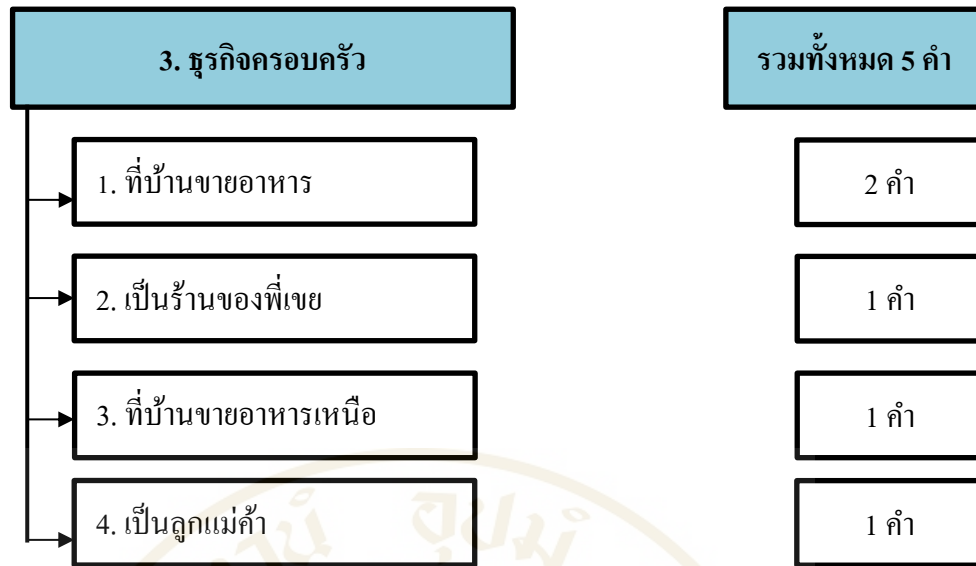
ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของความชอบในการรับประทานอาหาร

ในด้านของความชอบในการรับประทานอาหารต่าง ๆ จากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเริ่มต้นประกอบกิจการร้านอาหารทั่วไป (Fast dining) เกิดมาจากความชอบในอาหาร หรือขนมที่ตนเองคุ้นเคย หรือชอบทานอยู่เป็นประจำ จากการวิจัยความชอบในการรับประทานที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ เป็นนักรักกิน และชอบทานเนื้อ พบมากถึง 2 คำ นอกเหนือจากนั้นพบ 1 คำ ได้แก่ ชอบทานเครป, ชอบทานขนมปัง, ชอบทานแกวซ่า, ชอบทานขนมไข่เต่า, ชอบทานขนมโตเกียว, ชอบทานผัดไทย, ชอบทานชีส และชอบทานนม



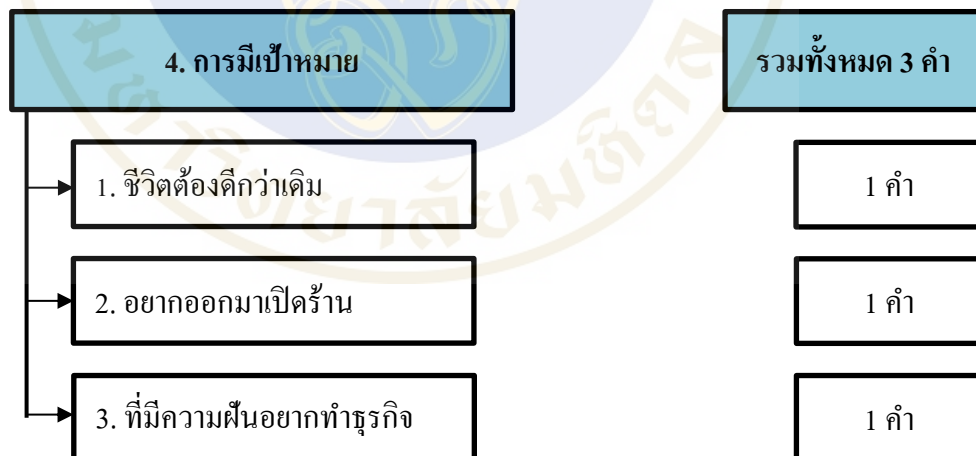
ภาพที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของการสร้างความแตกต่าง

ในด้านของการสร้างความแตกต่าง จากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่มากจากการสร้างความแตกต่างเป็นแรงจูงใจที่มากเป็นอันดับสอง จากการวิจัย พบ 1 คำ ได้แก่ เดินทางไปอังกฤษ, ทำให้คนยิ้ม, มีชื่อเสียงเรื่องอาหารทะเล, ทำให้ร้านมีจุดขาย และทำให้อาหารมีไอเดีย



ภาพที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของธุรกิจครอบครัว

ในด้านของธุรกิจครอบครัวจากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่มาจากธุรกิจครอบครัว อยู่อันดับที่สาม พบ 1 คำ ได้แก่ ที่บ้านขายเนื้อวัว, เป็นร้านของพี่เขย, ที่บ้านขายอาหารเหนือ และเป็นลูกแม่ค้า



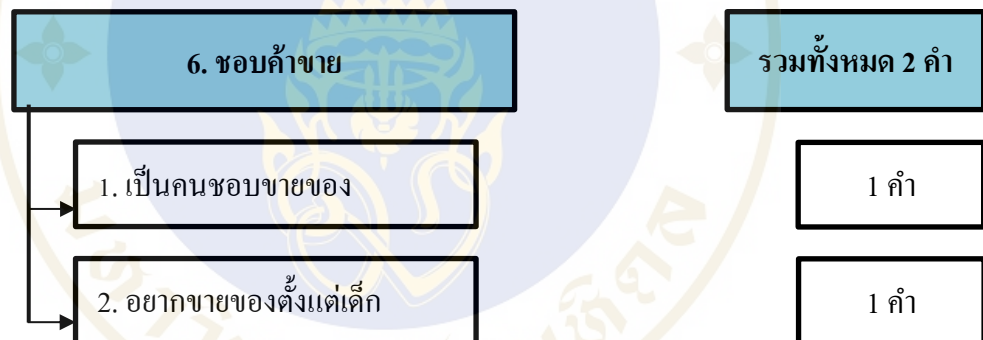
ภาพที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของเป้าหมาย

ในด้านของเป้าหมายจากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่มาจากเป้าหมาย อยู่อันดับที่สี่ พบ 1 คำ ได้แก่ ชีวิตต้องดีกว่าเดิม, เป็นเซฟในโรงแรม, และ มีความฝันอยากทำธุรกิจ



ภาพที่ 6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของวิกฤตเศรษฐกิจ

ในด้านของวิกฤตเศรษฐกิจจากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่มาจากวิกฤตเศรษฐกิจ อยู่อันดับที่สี่พบ 1 คำ ได้แก่ เป็นบุคคลล้มละลาย, ธุรกิจที่บ้านล้ม และ เศรษฐกิจฟองสบู่แตก



ภาพที่ 7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหลักและหมวดย่อยในเรื่องของการขอบข่าย

ในด้านของการขอบข่ายจากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่มาจากขอบข่ายพบ 1 คำ ได้แก่ เป็นคนขอบข่ายของและ อยากรายของตั้งแต่เด็ก

บทที่ 5

สรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการประกอบกิจการร้านอาหารทั่วไป โดยการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากกลุ่มตัวอย่างจากช่องรายการ อายุน้อยร้อยล้าน จำนวน 25 คลิปวิดีโอ และช่องรายการอื่น ๆ จำนวน 5 คลิปวิดีโอ รวมทั้งสิ้น 30 คลิปวิดีโอ ผู้วิจัยได้สรุปผลงานวิจัยรวมทั้งข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากช่องรายการ อายุน้อยร้อยล้าน จำนวน 25 คลิปวิดีโอ และช่องรายการอื่น ๆ จำนวน 5 คลิปวิดีโอ รวมทั้งสิ้น 30 คลิปวิดีโอ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และสรุปผลปัจจัยด้านแรงจูงใจแบ่งเป็น 3 ปัจจัย คือ ด้านความชอบ เป้าหมาย และความรับผิดชอบ โดยจำแนกแรงจูงใจในการประกอบกิจการร้านอาหาร ได้ 6 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ความชอบรับประทาน

ด้านความชอบในการรับประทานอาหาร จากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจด้านความชอบเป็นแรงจูงใจที่มากที่สุดอันดับที่หนึ่ง จากการวิจัยความชอบในการรับประทานอาหารพบว่า ผู้ประกอบการที่บอกว่าตนเองเป็นนักกินเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาจะเป็นความชอบในอาหารต่าง ๆ ที่คุ้นเคยหรือชอบรับประทานเป็นประจำ ได้แก่ ชอบทานเนื้อ ขนมนึ่ง ก๋วยเตี๋ยว ขนมไข่เต่า ผัดไทย ซีส และนม เป็นต้น

ด้านที่ 2 การสร้างความแตกต่าง

ด้านการสร้างความแตกต่าง จากการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจเป็นแรงจูงใจที่มากเป็นอันดับที่สอง จากการวิจัยด้านการสร้างความแตกต่างพบจะประกอบไปด้วยเรื่องของการเดินทางไปต่างประเทศ อยากทำให้คนอึ้ง มีชื่อเสียงด้านอาหารทะเล ทำให้ร้านมีจุดขาย และทำให้อาหารมีไอเดีย

ด้านที่ 3 ธุรกิจครอบครัว

ด้านธุรกิจครอบครัว จากการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการต่อยอดจากธุรกิจครอบครัว เป็นแรงจูงใจอันดับที่สาม จากผลการวิจัยการประกอบธุรกิจจากธุรกิจของครอบครัว พบว่าเป็นการประกอบกิจการต่อยอดจากพ่อแม่ ญาติ ที่ทำกันอยู่แล้ว ได้แก่ ที่บ้านขายเนื้อวัว เป็นร้านของพี่เขย ที่บ้านขายอาหารเหนือ และเป็นลูกแม่ค้า

ด้านที่ 4 เป้าหมาย

ด้านเป้าหมาย จากการวิจัยพบว่าแรงจูงใจด้านเป้าหมายในชีวิต เป็นแรงจูงใจอันดับที่สี่ จากผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจของการมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ชีวิตต้องดีกว่าเดิม อยากออกมาเปิดร้าน มีความฝันอยากทำธุรกิจ

ด้านที่ 5 วิกฤตเศรษฐกิจ

ด้านวิกฤตเศรษฐกิจ จากการวิจัยพบว่าแรงจูงใจจากวิกฤตเศรษฐกิจ เป็นแรงจูงใจในอันดับที่สี่ ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในด้านวิกฤตเศรษฐกิจเป็นแรงผลักดันให้มุ่งมั่นมองหาธุรกิจที่จะมาช่วยเหลือครอบครัว ได้แก่ เป็นบุคคลล้มละลาย ธุรกิจที่บ้านล้ม และเศรษฐกิจฟองสบู่แตก

ด้านที่ 6 ชอบค้าขาย

ด้านการชอบค้าขาย จากการวิจัยพบว่าแรงจูงใจจากความชอบค้าขายเป็นแรงจูงใจอันดับที่ห้า ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจจากพฤติกรรมที่ชอบค้าขาย ได้แก่ ชอบขายของ และอยากขายของตั้งแต่เด็ก

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining) พบว่าแรงจูงใจในการประกอบกิจการร้านอาหาร หรือจุดเริ่มต้นในการริเริ่มกิจการต่างๆ ได้นั้น มีสาเหตุหลักมาจาก 3 ปัจจัย คือ 1. ความชอบ 2. การมีเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ มัลลิกา ดันสอน (2554) ที่ได้ให้ข้อสรุปว่าแรงจูงใจหมายถึง ความยินดีและ ความเต็มใจของบุคคลที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย และ 3. ความรู้สึกประทับใจ มีความสอดคล้องกับบทความของ London and Bitta.(1988:368) ที่สรุปไว้ว่าแรงจูงใจหมายถึง สภาวะที่อยู่ในตัวที่เป็นพลังทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มีเป้าหมาย ที่ได้เลือกไว้ ซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ในภาวะสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1. ความชอบ 2. การมีเป้าหมาย 3. ความรู้สึกประทับใจ ในแต่ละปัจจัยยังประกอบไปด้วยเหตุผลในแต่ละด้าน ซึ่งจากงานวิจัยพบ ทั้งสิ้น 6 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านความชอบ รับประทาน พบว่าแรงจูงใจต่าง ๆ สามารถเกิดขึ้นได้จากสิ่งของตนเองชื่นชอบ หรือคุ้นเคย มากที่สุด 2. ด้านการสร้างแตกต่าง พบว่า ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้รูปแบบการนำเสนอสินค้า หรืออาหาร จะมีความสร้างสรรค์แปลกใหม่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น 3. ด้านธุรกิจครอบครัว พบว่า แรงจูงใจที่มาจากครอบครัวก็พบมากเป็นอันดับสาม อันสืบเนื่องมาจากหลายปัจจัย เช่น เรื่องของสถานะเศรษฐกิจต่างๆ หรือเป็นการสืบทอดกิจการเป็นต้น 4. ด้านเป้าหมาย พบว่าเป็นแรงจูงใจที่พบในกลุ่มนักธุรกิจ หรือผู้ประกอบการที่มีเป้าหมาย ความใฝ่ฝันในการประกอบกิจการร้านอาหารอย่างมุ่งมั่น และชัดเจน 5. ด้านวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่าสถานะเศรษฐกิจก็เป็นสาเหตุหนึ่งของการสร้างแรงจูงใจให้มีความมุ่งมั่น อดทน ต่อสู้ ไม่ย่อท้อกับความล้มเหลว 6. ด้านการชอบค้าขาย พบว่า แรงจูงใจดังกล่าวเกิดมาจากอุปนิสัยของเจ้าของธุรกิจ หรือผู้ประกอบการที่มีความชอบ หลงรักในการค้าขายมาตั้งแต่เด็ก หรือมีความคลุกคลีกับอาชีพค้าขายมานานเป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dining)” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

สำหรับผู้ประกอบการ หรือผู้ที่มีความสนใจในการประกอบกิจการร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป (FAST DINING) สามารถเลือกพิจารณาปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ

โดยเริ่มต้นจากการหาแรงจูงใจในด้านความชอบ ซึ่งสามารถพิจารณาจากความชอบในการ
รับประทาน หรือความชอบด้านการค้าขาย อันดับที่สองพิจารณาจากเป้าหมายในการทำธุรกิจ ในด้าน
ของการสร้างความแตกต่าง หรือความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ และอันดับที่
สามการพิจารณาแรงจูงใจจากความรับผิดชอบต่อครอบครัว ทั้งในด้านการสานต่อธุรกิจของ
ครอบครัว รวมถึงสถานะวิกฤตเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อความมั่นคงภายในครอบครัว

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

หากจะมีการพัฒนาต่อยอดงานวิจัยชิ้นดังกล่าวนี้ ควรจะขยายช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล
และเพิ่มเติมจำนวนคลิป์วิดีโอของกลุ่มตัวอย่างให้มากยิ่งขึ้นเพื่อที่จะได้ข้อมูลที่มีความลึกมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- ญาณิศา เพ็ญเภา. (2561) ประเภทของร้านอาหาร กับคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน 2561, 303-321
- นิลเส็นประเทศไทย.(2017). นิลเส็นเผย 4 เทรนด์หลักพฤติกรรมกรรมการทานอาหารนอกบ้านชาวไทย.
[ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.nielsen.com/th/th/press-room/2017/nielsen-food-trips.html>
- ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ, วราวุธ ฤกษ์วารักษ์, จารุวรรณ แดงบุบ ผา, & ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ. (2017).
ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย
ศรัณย์ ภัทร, & เรือง ประไพ. (2548). ปัจจัยจูงใจ และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ของนิสิตนักศึกษาใน
สถาบันอุดมศึกษาในการตัดสินใจประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาด ย่อม.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2554). การจัดการยุคใหม่.(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : เอกซ์เปอร์เน็ท.
วิลาลินี อารีย์. โครงการจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารไทยเปิดบริการ 24 ชั่วโมง (360° Thai Cuisine by
Wharn).
- วิไล พิ่ง ผล, & วิโรจน์ เกษฎา ลักษณะ. คุณลักษณะ ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่
ส่งผลต่อการ ดำเนิน ธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ
สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร.(2558). แรงจูงใจ Motives การจูงใจ Motivation [ข้อมูล
อิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/training/page/sub/5280/Book-Briefing/0/info/12876>
- ส่วนส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการ สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ. (2552). ธุรกิจร้านอาหารภัตตาคาร.
[เว็บไซต์]. สืบค้นจาก www.dbd.go.th/download/data_srevice/2sep.doc

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Ball, B. (2012). A summary of motivation theories. Retrieved on www. yourcoach. be> uploads, 3.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2560).การตลาด 4.0 ผู้ยุคการตลาดดิจิทัล. แปล โดย ณงลักษณ์ จารุวัฒน์. เนชั่นบุ๊คส์: กรุงเทพฯ. 72-80
- MoneyHub.(2016). 7 ธุรกิจ SME ที่น่าลงทุน.[เว็บบล็อก]. สืบค้นจาก
<https://moneyhub.in.th/article/7-sme-business/>
- Plearn!เพลิน By Krungsri.(2017).ร้านอาหาร – ธุรกิจทำเงินที่มีอนาคต.[เว็บบล็อก]. สืบค้นจาก
<https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/restaurant-make-money-future.html>
- Plearn!เพลิน By Krungsri.(2017). Startup และ SME สองอย่างนี้ต่างกันอย่างไร.[เว็บบล็อก]. สืบค้น
 จาก <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/the-differences-between-startup-and-sme.html>