

**ทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กร
ธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผล
ของธุรกิจกาแฟในประเทศไทย “กรณีศึกษา Cafe Amazon”**

**Attitudes of People Affecting the Management of Image Problem
Management. Franchise Business That Has an Effective Effect on The Quality
of The Organization. The Effectiveness of The Coffee Business in Thailand
“Case Study at Cafe Amazon”**

กัญญาวรา กันทะแก้ว
Kanyawara Kantakaew

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟในประเทศไทย “กรณีศึกษา Cafe Amazon” ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ์จังหวัดปราจีนบุรี ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็นประชากรในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ์จังหวัดปราจีนบุรีที่มีอายุแตกต่างกันในแต่ละช่วงวัยโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 450 คน ซึ่งแบ่งตัวอย่างเป็นประชากรในเขตต่าง ๆ ที่ใช้บริการ ในจังหวัดปราจีนบุรี ได้แก่ เขตอำเภอศรีมหาโพธิ์ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่ตัวอย่างได้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง มีค่าความเชื่อมั่น 0.914 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ที่ใช้ในการวิเคราะห์เรื่อง ทัศนคติ ประสิทธิภาพ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการใช้บริการ ธุรกิจแฟรนไชส์ “Café Amazon” ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติ ประสิทธิภาพ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการใช้บริการ ธุรกิจแฟรนไชส์ “Café Amazon” ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ทัศนคติ, การบริหารจัดการ, ประสิทธิภาพ

ABSTRACT

The objective of this study is to study the attitudes of the people that affect the management of the image of an effective franchise business organization, resulting in the development of the organization's quality of effective coffee businesses in Thailand. Amazon " in the area of Si Maha Phot District, Prachinburi Province The sample used in this study comes from the population of the population in Si Maha Phot District, Prachin Buri Province, with different age in each age group, using accidental sampling method, consisting of 450 people. Which is divided into populations in different regions That use the service In Prachin Buri, including Si Maha Phot district. The measuring tool used in the study was a questionnaire in which the sample filled out the questionnaire manually. The confidence value is 0.914 and the content is checked for accuracy by experts. The statistics used for data analysis were descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation. And reference statistics Used in the analysis of attitudes, effectiveness, personal factors towards service use Franchise business "Café Amazon" The results of the study revealed that the attitude, the effectiveness, the personal factors on the service use The franchise business of "Café Amazon" 'affects the service decision statistically significant at the level 0.05.

Key Word: Attitude, Management, Effectiveness

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการดื่มกาแฟของคนไทย มีอัตราเฉลี่ยที่ 300 แก้วต่อคนต่อปี โดยสถิติปี 61 ระบุว่า มูลค่ารวมของธุรกิจร้านกาแฟในประเทศสูงกว่า 1.7 หมื่นล้านบาท ซึ่งเติบโตขึ้นกว่า 15-20% จากปีก่อน และหากมองไปที่อัตราการดื่มกาแฟต่อคนต่อปี ประเทศไทยก็ถือว่ายังมีโอกาสอีกมากเมื่อเทียบกับหลายประเทศ ที่มีอัตราการดื่มกาแฟสูงถึง 1,000 แก้วต่อคนต่อปี เช่น ฟินแลนด์ และสหรัฐฯ (เทรนด์ธุรกิจกาแฟปี 2019,2562)¹ ด้วยสาเหตุนี้จึงมีร้านกาแฟเกิดขึ้นอย่างมากมาย หนึ่งในร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากคือ Café Amazon ที่ส่วนมากจะมีอยู่ในปั้ม ปตท. มีการตกแต่งร้านให้มีความร่มรื่นของธรรมชาติอันประกอบด้วยแมกไม้และเสียงน้ำไหลที่ให้ความร่มเย็น สามารถนั่งพักผ่อนระหว่างการเดินทาง หรือเป็นแหล่งนัดพบของกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่ยินยอมดื่มกาแฟที่มีรสชาติอร่อยเข้มข้น พร้อมบรรยากาศเย็นสบายด้วยร่มไม้ล้อมรอบพื้นที่

Café Amazon เริ่มสร้างการรับรู้ของแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก ตั้งแต่ปี พ.ศ.ปี 2545 -2547 โดยมีสาขาในสถานบริการเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งเส้นทางหลักที่จะมุ่งไปสู่จังหวัดต่าง ๆ และต่อมาได้ขยายไปสู่ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ซึ่งในช่วงระยะเวลา 3 ปี แรก Café Amazon มีสาขามากกว่า 100 สาขา กระจายอยู่ทั่วประเทศ ต่อมาในปี 2547-2550 เป็นยุคที่ Café Amazon สามารถขยายและเพิ่มจำนวนสาขาไปกับสถานบริการน้ำมัน ปตท. ที่ได้มีการปรับปรุงภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัย รวมทั้งได้มีการปรับพื้นที่บริเวณโดยรอบของห้องน้ำให้มีสีเขียว จึงเป็นโอกาสที่ทำให้ร้านกาแฟ Café Amazon ภายในสถานี ปตท. ทำหน้าที่เสมือนเป็น “ห้องรับรองแขกผู้มาเยือน” ของสถานบริการน้ำมัน ปตท. และในปี 2550 Café Amazon เป็นร้านกาแฟมีสาขาจำนวนมากที่สุดในประเทศไทยถึง 230 สาขา ต่อมา Café Amazon เห็นว่าฐานลูกค้าไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มคนเดินทางอีก ปัจจุบัน Café Amazon ได้ขยายสาขาทั้งในและนอกสถานบริการ รวมกว่า 1,000 สาขา ทั้งในประเทศและต่างประเทศในภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยลาวและประเทศกัมพูชา

ในยุครุ่งเรืองของ Café Amazon ที่มีสาขาจำนวนมากทำให้มีโอกาสเกิดความผิดพลาดในการบริหารจัดการภายในร้านดังที่ได้มีข่าวจากโลกออนไลน์ เมื่อวันที่ พุธที่ 17 ต.ค 62 กรณีลูกค้าซื้อโกโก้ปั่นจำนวน 2 แก้ว จากร้านกาแฟ Amazon แห่งหนึ่ง แต่กลับพบว่ามีเศษแข็ง ๆ อยู่ในน้ำ จึงนำโกโก้ปั่นทั้ง 2 แก้ว ไปเทแล้วใช้น้ำล้าง จนพบว่ามีเกล็ดของแข็งสีใสอยู่ภายในแก้ว เรื่องราวที่เกิดขึ้นกลายเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ทั่วทั้งสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ Café Amazon เป็นอย่างมาก

ต่อมา Café Amazon ได้ชี้แจงผ่านแฟนเพจแสดงความรับผิดชอบต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยการสั่งปิดสาขาดังกล่าวเพื่อทำความสะอาดอุปกรณ์ทั้งหมด และเร่งตรวจสอบหาสาเหตุอย่างละเอียด พบว่าสาเหตุเกิดจากคุณภาพของน้ำแข็ง ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ จึงสั่งการให้ผู้ผลิตน้ำแข็งทบทวนและปรับปรุงกระบวนการผลิตและระบบควบคุมคุณภาพทั้งหมด (เดลินิวส์,2562)

นอกจากนี้ยังมีข่าวเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2562 พนักงานร้าน Cafe Amazon สาขา สุขุมวิท-ระยอง 4 นำแก้วที่ใช้แล้วมาล้างทำความสะอาดแล้วนำกลับไปใช้ซ้ำ เพจ “Café Amazon” ได้ออกมาชี้แจงกรณีดังกล่าวโดยระบุว่า “ต้องขอภัยเป็นอย่างสูงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ได้สั่งการให้ปิดร้านสาขาดังกล่าวเป็นเวลา 3 วันเพื่อสอบสวนพนักงานที่กระทำผิดและอบรมพนักงานทุกคนให้ปฏิบัติตามขั้นตอนมาตรฐานที่ cate Amazon กำหนด ไว้อย่างเคร่งครัด และหากตรวจสอบพบการไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนมาตรฐานจะดำเนินการลงโทษอย่างเด็ดขาด ทาง Cafe Amazon ยังคงยึดมั่นในนโยบายการรักษามาตรฐานการบริการอย่างเคร่งครัด และดูแลกวาดขันพนักงานอย่างใกล้ชิด เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐาน เต็มเปี่ยมด้วยคุณภาพจากใจ Café Amazon ให้แก่ผู้บริโภคทุกท่าน(ผู้จัดการออนไลน์,2562)3

จากกระแสข่าวที่ได้กล่าวไปในข้างต้นและยังคงมีข่าวอื่นๆ ที่เกิดจากความผิดพลาดในการบริหารจัดการและการให้บริการ โดยที่ Cafe Amazon ได้ออกมาชี้แจงและแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคทุกครั้ง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรของ Cafe Amazon ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟ Cafe Amazon เพื่อเป็นแนวทางและข้อเสนอแนะในการดำเนินธุรกิจกาแฟในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ ที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจแฟรนไชส์ ในประเทศไทย “ กรณีศึกษา Café Amazon”
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรของ ธุรกิจแฟรนไชส์ ในประเทศไทย “ กรณีศึกษา Café Amazon”
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพขององค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรของ Café Amazon มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพองค์กรในทิศทางเดียวกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

- ขอบเขตด้านประชากร

ทั่วไปในเขตพื้นที่ อำเภอสรรคบุรี จังหวัดพิจิตร จำนวน 450 คน ใช้วิธีเลือกแบบบังเอิญ โดยเก็บข้อมูลจากประชาชนที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

- ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ตัวแปรอิสระ

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

1.2 ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ Café Amazon

2. ตัวแปรตาม การบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ที่มี

ประสิทธิภาพส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟ

- ขอบเขตด้านเวลา ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2562 – มีนาคม 2563
- ขอบเขตด้านพื้นที่ดำเนินการวิจัย อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

สุชาติ ประสิทธิ์ รัฐสินธุ์ (2538-129) (อ้างอิงใน ณพวีร์ ซึ่งกมลพิสุทธิ, 2559)⁴ กล่าวว่า ทัศนคติหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งจะแสดงออกให้เห็นได้จากคำพูดหรือพฤติกรรมที่สะท้อนทัศนคติของคนแต่ละคนมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากน้อยแตกต่างกันไป ทัศนคติถึงแม้จะเป็นสิ่งที่เป็นนามธรรม แต่ก็ก็เป็นสิ่งที่ป็นจริงสำหรับบุคคลที่มีทัศนคตินั้น บทบาทของทัศนคติต่อพฤติกรรมของคนมีมากแทบจะกล่าวได้ว่าทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตมนุษย์ขึ้นอยู่กับทัศนคติไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กเรื่องใหญ่หรือเรื่องสำคัญต่าง ๆ มากมาย

2.แนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการ

สุรพันธ์ ฉันทแดนสุวรรณ (2550:3)⁹ การบริหาร คือ การดำเนินการในระดับนโยบายและแผนงาน ซึ่งส่วนใหญ่มักใช้กับการบริหารในภาครัฐหรือองค์กรขนาดใหญ่

3.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผล

(วิกิพีเดีย,ออนไลน์,2560)¹⁴ ประสิทธิภาพ หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการดำเนินการใด ๆ โดยมุ่งหวังถึงผลสำเร็จ และผลสำเร็จนั้นได้มาโดยการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด และการดำเนินการเป็นไปอย่างประหยัด ไม่ว่าจะเป็นระยะเวลา ทรัพยากร แรงงาน ให้สำเร็จและถูกต้อง

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

LI HONGLIN, 2560 เรื่องทัศนคติ ความพึงพอใจและความคาดหวังของชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทย ทัศนคติของชาวไทยเชื้อสายจีนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทยผลการวิจัยในด้านจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทย 10 ข้อของส่วนที่ 2 กลุ่มตัวอย่างชาวไทยเชื้อสายจีน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือข้อที่ 6. ผู้สื่อข่าวนำเสนอข่าวควรคำนึงถึงอยู่เสมอว่ามีเยาวชนชายหญิงเป็นผู้อ่านด้วย รองลงมาคือข้อที่ 8. ผู้สื่อข่าวนำเสนอข่าวสามารถดำรงตนให้อยู่ในขอบเขตและกิริยามารยาทที่ดี ลำดับที่ 3 คือ ข้อที่ 7. ผู้สื่อข่าวนำเสนอข่าวบนข้อเท็จจริงที่ปรากฏแก่ผู้รับสาร ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือข้อที่ 1. ผู้สื่อข่าวมีความเที่ยงธรรมในการรายงานข่าว

วิธีดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยได้มาจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 450 ชุด ให้ประชาชนที่ใช้บริการ Café Amazon ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ Café Amazon ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี โดยคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating scale ตามแนวของ Likert กำหนดระดับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กร Café Amazon แต่ละด้านตามสัดส่วน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลด้านพนักงานของธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี โดยคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating scale ตามแนวของ Likert

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้สถิติดังนี้
ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1
ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะของข้อมูลจากแบบสอบถามที่ 2 และ 3
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายลักษณะของข้อมูลจากแบบสอบถามที่ 2 และ 3
2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้
 - 2.1 สถิติวิเคราะห์ t test
 - 2.2 สถิติวิเคราะห์ F test เพื่อทดสอบความแตกต่าง
 - 2.3 สถิติตำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อใช้วัดความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการวิจัย

ผลสรุปข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

จากการวิจัยเรื่อง ทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟในประเทศไทย “กรณีศึกษา Cafe Amazon” ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 3 ใน 4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 313 คน ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เท่ากับ 179 คน มีระดับ

การศึกษาปริญญาตรี 236 คน ระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป เท่ากับ 217 คน ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เลือกใช้บริการ Café Amazon ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี มีจำนวนสูงที่สุดจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 450 คน

ผลสรุปตามวัตถุประสงค์

1. ทศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กร ธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจแฟรนไชส์ ในประเทศไทย “กรณีศึกษา Café Amazon” เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับที่แตกต่างกับการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64)

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจแฟรนไชส์ ในประเทศไทย “กรณีศึกษา Café Amazon” เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับที่แตกต่างกับการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60)

3. การบริหารจัดการปัญหาที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจแฟรนไชส์ ในประเทศไทย “กรณีศึกษา Café Amazon” เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับที่แตกต่างกับการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62)

การบริหารการจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ Cafe Amazon ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี		ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารการจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon"	ประสิทธิผลด้านพนักงานของธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี
ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon"	Pearson Correlation	1	.230**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	450	450
ประสิทธิผลด้านพนักงานของธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี	Pearson Correlation	.230**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	450	450

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง การวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ Café Amazon ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กร มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 หมายความว่าทัศนคติของประชาชนที่แตกต่างกันมีผลต่อเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรที่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุของประชาชนที่ใช้บริการ Café Amazon อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี มีความแตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรของ Café Amazon มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรของ Café Amazon มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพองค์กรแตกต่างกัน

การอภิปรายผลวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ที่มีความสะอาดถูกสุขอนามัยของธุรกิจแฟรนไชส์ Café Amazon ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี เป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นร้านค้าแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงและเอกลักษณ์ในเรื่องของรสชาติส่วนใหญ่ Café Amazon จะมีตามปั้มน้ำมัน ปตท. ซึ่งมีการจัดตกแต่งร้านที่สวยงามรวมถึงเป็นจุดนัดพบที่ดีของประชาชนในการเดินทาง และความสะอาดสบายในเรื่องของสถานที่จอดรถกว้างขวางไม่แออัด

รองลงมาในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพองค์กรของธุรกิจแฟรนไชส์ Café Amazon ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรีและความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ Café Amazon ในเขตพื้นที่อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี เนื่องจากเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงและมีสาขาเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใส่ใจในด้านคุณภาพองค์กรและด้านความเชื่อมั่น

1. สมมติฐานการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" ด้านการพัฒนาคุณภาพ

องค์กร,ด้านภาพลักษณ์,ด้านการบริหารจัดการ,ด้านประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Café Amazon อยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.64 อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของฮาร์ริงตัน (Harrington.1996:20) ได้ให้คำนิยามประสิทธิภาพรวมขององค์กร ซึ่งกำหนดไว้ 4 ด้านประกอบด้วย กำหนดจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน, ใช้หลักเหตุผลทั่วไป, คำแนะนำที่ดี, วินัย

การศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ทศนคติได้รับอิทธิพลจากความเชื่อ โดยอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อ จินตนาการ และการจดจำ ทั้งนี้ยังส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ในทางบวกหรือลบที่มีต่อเป้าหมาย หรือเป็นได้ทั้งบวกและลบและยังรวมถึงแนวโน้มของพฤติกรรม หรือการแสดงออกของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพองค์กรที่มีประสิทธิผลของธุรกิจกาแฟ

2. สมมติฐานทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" ผลการทดสอบสมมติฐานกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าภาพลักษณ์ที่มีความสะอาดถูกสุขลักษณะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" อยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.70 ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของAnderson and Robin,(1986,p.53) (อ้างอิงใน ภัทรพร วันพิรัตน์ , 2559)²⁵ ได้อธิบายไว้ว่า ภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นถึงความรู้สึกที่มาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกจำลองขึ้นมา
2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อถือได้
3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่งและรับรู้ได้
4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน
5. ภาพลักษณ์ต้องเป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่ายแก่การเข้าใจและแตกต่าง
6. ภาพลักษณ์มีความหมายละเอียดนุ่ม

ข้อเสนอแนะ

ธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในทางธุรกิจดังนี้

1. จากการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" อยู่ในระดับมากผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายให้ความสำคัญเรื่องภาพลักษณ์ที่มีความสะอาดถูกสุขอนามัยและผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายให้ความสำคัญการพัฒนาคุณภาพองค์กร และภาพลักษณ์ของบรรจภัณฑ์ที่สวยงาม ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจควรให้ความสำคัญ

- กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการปัญหาภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" ที่มีการแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมากผู้ประกอบการควรเลือกพัฒนาความสะอาดถูกสุขอนามัย การพัฒนาคุณภาพองค์กรและภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามให้มีความต่อเนื่องในแต่ละด้านเช่น การประชาสัมพันธ์ หรือการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon"
2. จากการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านความเชื่อถือเป็นผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายได้ให้ความเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจควรให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือในมาตรฐานควรแนะนำประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์เพื่อความสนใจให้ผู้บริโภคในหลากหลายมิติที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon"
3. จากการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon" อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายให้ความเห็นว่าความเชื่อมั่นของธุรกิจมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นให้เป็นที่ไว้วางใจกับลูกค้าผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อผู้บริโภคอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการธุรกิจแฟรนไชส์ "Café Amazon"

เอกสารอ้างอิง

- Phawanthaksa. (2562). เทรนด์ธุรกิจกาแฟปี 2019.ค้นเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2562. จาก www.smartsme.co.th/content/
- เดลินิวส์,(2562). 'อเมซอน' สั่งปิดสาขาแล้ว ปมลูกค้าเจอ'เกล็ดในโกโก้'ป่น ค้นเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2562. จาก www.dailynews.co.th/regional/
- ผู้จัดการออนไลน์.(2562). “Café Amazon” แจ้งขอภัยกรณีพนักงานนำแก้วแก้วใช้ซ้ำ ระบุปิดสาขานี้ 3 วันสอบสวน. ค้นเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2562. จาก <https://mgronline.com/onlinesection/detail/>
- ณพวรี ชัยกมลพิสุทธิ ,2559 .ทัศนคติ.ค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2562.จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3019/1/chisa_chot.pdf
- มิ่งขวัญ ศรีทอง,2558.ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สวมใส่ (Wearable Device) ในรูปแบบสายรัดข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2562.จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702031880_2896_1775.pdf

รุจิรา คำรอด,2560.ทัศนคติของประชาชนจังหวัดจันทบุรีที่มีต่อปัญหาช้างป่าและแนวทางแก้ไข
ปัญหาช้างป่า.ค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2562.จาก [http://www.etheses.rbru.ac.th/pdf-
uploads/allfile-241-file01-2017-09-29-10-27-51.pdf](http://www.etheses.rbru.ac.th/pdf-uploads/allfile-241-file01-2017-09-29-10-27-51.pdf)

ศินวิชญ์ เรืองขำ,2560.ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารเส้นทางกรุงเทพฯ
(เอกมัย)-บางแสน.ค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2562.จาก
<http://www2.gspa.buu.ac.th/library/is/mpa58/58930247.pdf>

LI HONGLIN, 2560.ทัศนคติ ความพึงพอใจและความคาดหวังของชาวไทยเชื้อสายจีนใน
กรุงเทพมหานครที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทย. ค้นเมื่อ
วันที่ 17 ธันวาคม 2562.จาก
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3118/1/li_hong.pdf

การบริหาร.มปป.สุพันธ์ ฉันทแดนสุวรรณ (2550:3).ค้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2562.จาก
[http://www.researchsystem.siam.edu/images/independent/2561_MBA/Orawan_Le
lakiatvanit/6.2Chapter2.pdf](http://www.researchsystem.siam.edu/images/independent/2561_MBA/Orawan_Lelakiatvanit/6.2Chapter2.pdf)

การจัดการ.มปป.พัชลีรี ชมพุดำ (2552, น. 5). ค้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2562.จาก
http://www.research-system.siam.edu/images/thesisphd/5419200007/08_ch2.pdf

การบริหาร .มปป.ไซมอน("Simon"1965).ค้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2562.จาก
[http://dspace.bru.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/1157/chap2.pdf?seque
nce=2&isAllowed=y](http://dspace.bru.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/1157/chap2.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

การจัดการ .มปป. ดร็คเกอร์ (Drucker:1954).ค้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2562.จาก
<http://it.nation.ac.th/research/ntu/files/54090092.pdf>

นางสาวดวงนภา เพชรแท้,2559.ประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต
บ้านทับซุง ตำบลห้วยเหินยว อำเภอนาทม จันทบุรี ค้นเมื่อวันที่ 19
ธันวาคม 2562.จาก <http://www2.gspa.buu.ac.th/library/is/mpa58/58930243.pdf>

วิกิพีเดีย,ออนไลน์,2560), ประสิทธิภาพ.เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์ (2536:97) .ประสิทธิผลของ
องค์การ ค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2562. จาก
http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561/PDF

อรอนงค์ สิงห์บุพผา,2559.ประสิทธิผลของการนำความรู้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ :
กรณีศึกษา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.ค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2562.จาก
http://mis.krirk.ac.th/librarytext/MOA/2559/F_Onanong_%20%20Singbubpha.pdf

อรสุตา ดุสิตรัตน์กุล, 2557. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร

สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ศึกษากรณีของบุคลากรส่วนกลาง ค้นเมื่อวันที่

20 ธันวาคม 2562. จาก <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2557/20099.pdf>

ภาวิณี กาญจนภา. 2559. ประชากรศาสตร์ (Demographics) ค้นเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2562.

จาก [http://www.research-system.siam.edu/images/independent/2560_MBA/60-](http://www.research-system.siam.edu/images/independent/2560_MBA/60-0359/6.2Chapter_2.pdf)

0359/6.2Chapter_2.pdf

ศศิพร บุญชู, 2560. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรร ในพื้นที่

เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ค้นเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2562. จาก [http://ithesis-](http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1632/1/57602418.pdf)

[ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1632/1/57602418.pdf](http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1632/1/57602418.pdf)

ภัทรพร วันพิรัตน์, 2559. ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กร

ก็เปรียบเทียบกับคนอื่น การสร้างภาพลักษณ์ ค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2562. จาก

http://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/970/fulltext_is_43.pdf

ประวัติ Café Amazon, ค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2562. จาก

<http://samtahantoptt.blogspot.com/2016/07/pttcafeamazon.html>

Intha, S. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการบริหารงบประมาณของ

สำนักการจราจรและขนส่งกรุงเทพมหานคร. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์ และ

สังคมศาสตร์, 1(1), 37-58. ค้นเมื่อวันที่ 6 มกราคม 2563