

การประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับเมนูอาหารและเครื่องดื่ม
ของธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาวัด: กรณีศึกษาในเขตพระนคร เขตดุสิต
เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

An Applying of Design Thinking for Food and Beverage Menus
of the Nostalgia Coffee Shop: A Case study in Phra Nakhon District, Dusit District,
Samphanthawong District and Taling Chan District, Bangkok

ณนท์ แดงสังวาลย์¹ และสันติธร ภูริภักดี²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาวัดในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร และ 2) ศึกษาองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาวัด โดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานรากเพื่อหาข้อสรุปเชิงทฤษฎีด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาวัด จำนวน 8 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แนวข้อคำถาม การสังเกตและจดบันทึก เครื่องบันทึกเสียงและวิดีโอ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาวัด ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึกด้วยวิธีการสังเกตพูดคุย และการศึกษาข้อมูลความต้องการจากสื่อสังคมออนไลน์ 2) การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบ ประกอบด้วย การระดมสมอง การสร้างและพัฒนาต้นแบบ และการนำไปทดสอบใช้กับลูกค้า และ 3) การบูรณาการองค์ความรู้ ประกอบด้วย ความรู้ด้านการประกอบอาหาร ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาวัด ประกอบด้วย 1) ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) ด้านสังคม ได้แก่ การพัฒนาบุคลากร และการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมและสาธารณประโยชน์ และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ และการจัดการขยะ

คำสำคัญ: การคิดเชิงออกแบบ การออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่ม ร้านกาแฟแนววิถีหาวัด

Abstract

This research was a qualitative research which had the aims as follows 1) to investigate an applying of design thinking for food and beverage menus of the nostalgia coffee shop in Phra Nakhon

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร E-mail: nanoln.d@rmutp.ac.th

² อาจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

District, Dusit District, Samphanthawong District and Taling Chan District, Bangkok and 2) to study the elements of sustainable development for the nostalgia coffee shop by using grounded theory method: in-depth interview for finding theoretical conclusions. Key information was 8 informants who are the nostalgia café entrepreneurs. The instruments used for data collection were interview guides, observation and field note, voice and video recorders. The result of this study pointed that an applying of the design thinking for food and beverage menus of the nostalgia coffee shop consisted of 3 steps as follows: first, knowing the customers by observation and conversation and studying customers' needs from social media. Second, visualization and rapid prototyping consisted of brainstorming, creating and developing a prototype and product testing with customers. Third, knowledge integration consisted of the knowledge of cooking, arts and historical and information technology. The elements of sustainable development for the nostalgia coffee shop featured of 3 dimensions as follows: first, the economy included community economic support and product development. Second, the society included human resources development and corporate social responsibility (CSR). Lastly, the environment included using natural ingredients and waste management.

Keywords: Design thinking Food & beverage menu planning Nostalgia coffee shop

วันที่รับบทความ : 09 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 30 เมษายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

จากบทวิเคราะห์การขยายตัวธุรกิจกาแฟจากการจัดตั้งธุรกิจในปี 2561 ที่ผ่านมา พบว่า มีจำนวนธุรกิจผลิตกาแฟเพิ่มขึ้นร้อยละ 37.71 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) การขยายตัวดังกล่าว ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟต้องเผชิญกับความท้าทายที่มีการแข่งขันสูงขึ้นเนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ไม่มีการกีดกันผู้ดำเนินกิจการหน้าใหม่ จึงทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากสนใจและเริ่มต้นธุรกิจประเภทนี้ นอกจากนี้ยังพบว่า มีความท้าทายด้านความต้องการสินค้าและบริการที่ให้คุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Value) ของ

ลูกค้าขณะใช้บริการในร้านกาแฟและคาเฟ่มากขึ้น ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวจึงยังไม่สามารถสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจได้ ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟที่ซื้อและร้านคาเฟ่ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อสร้างคุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึกในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การให้บริการกาแฟแนววิถีชีวิต คาเฟ่ย้อนยุค หรือการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มพร้อมเรื่องเล่าที่มีคุณค่าทางจิตใจ เป็นต้น

คาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตเป็นธุรกิจบริการที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการถวิลหาอดีต (Nostalgia) ที่เกิดจากความรู้สึกของมนุษย์เมื่อมีความรู้สึกหวนไกล หรือนึกถึงเรื่องราว ความทรงจำที่เคยเกิดขึ้นในอดีตของตนเองหรือประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา สู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจผ่านการสร้างความรู้สึกลึกซึ้ง และการให้ความสุขแก่ลูกค้าที่ได้ย้อนเวลากลับไปในสถานการณ์อดีต ปัจจุบันมักจะพบคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตให้บริการตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเรื่องเล่าทางศิลปะและวัฒนธรรม เช่น ตลาดสามชุก จ. สุพรรณบุรี ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวแนววิถีลหาวาอดีตด้วยการปรับปรุงตลาดเก่า (ชาตรี ประทีปนันทการ, 2556) จากผลการศึกษาความต้องการใช้บริการภัตตาคารแนววิถีลหาวาอดีตของ Jinsoo Hwanga and Sunghyup Sean Hyun (2013) พบว่า การออกแบบและพัฒนาการอาหารและเครื่องดื่มของร้านเป็นปัจจัยแรกที่ลูกค้ามีความคาดหวังสูงสุด ทั้งนี้ การประยุกต์การคิดเชิงออกแบบ (design thinking) สามารถช่วยสร้างนวัตกรรมอาหารและบริการที่แก้ไขปัญหาความต้องการและสร้างความพึงพอใจที่ดีให้แก่ผู้บริโภคได้ (Nina Veflen Olsen, 2015)

จากที่กล่าวมาข้างต้น การวิจัยนี้จึงศึกษาการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีต และศึกษาองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีต โดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานรากเพื่อหาข้อสรุปเชิงทฤษฎีด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ซึ่งเป็นวิธีวิทยาการวิจัยที่สามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตในปัจจุบันได้ด้วยข้อมูลที่หลากหลายและมีรายละเอียดครอบคลุม อันเกิดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านคาเฟ่ หรือมีข้อมูลเฉพาะด้านที่ดี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตผ่านการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มและการพัฒนาที่

ยั่งยืนสำหรับธุรกิจ หรือใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการบริหารธุรกิจการบริการอาหารให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภคแนววิถีลหาวาอดีตทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

1.2.2 ศึกษาองค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีต

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาแนวคิดการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบ และแนวคิดวิถีลหาวาอดีตในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านคาเฟ่

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านคาเฟ่ที่ให้บริการแนววิถีลหาวาอดีต ที่มีช่วงอายุระหว่าง 35–55 ปี

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ตั้งแต่ เดือนมิถุนายน ถึง กรกฎาคม 2562

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาข้อมูลคือ ร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตที่ดำเนินกิจการในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครมีการประยุกต์ใช้แนวคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่ม

1.4.2 องค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตที่จัดตั้งในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และ เศรษฐกิจ

1.5 การทบทวนวรรณกรรม

1.5.1 การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

การคิดเชิงออกแบบ (นุชจรี กิจวรรณ, 2561) หมายถึง กระบวนการวางแผนเพื่อแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์โดยเน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมอย่างเป็นระบบที่ใช้จินตนาการหลากหลายจากกลุ่มคนต่างสาขา ต้นแบบของนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจะถูกนำไปทดสอบอย่างรวดเร็วเพื่อนำผลลัพธ์ไปปรับแก้จนกระทั่งได้นวัตกรรมที่สมบูรณ์ ขั้นตอนกระบวนการคิดเชิงออกแบบของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึก (Empathize) คือ การทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ วิธีการที่จะได้ประเด็นปัญหาสามารถทำได้โดยการสังเกต (Observe) การสมมติให้ตัวเองเข้าไปอยู่ในสถานการณ์นั้น ๆ (Immerse) และการพูดคุย (interview) เพื่อให้เข้าใจความคิดของกลุ่มเป้าหมาย 2) การตีความปัญหา (Define) คือ การตีความจากสิ่งที่ได้เรียนรู้มาจากขั้นตอนแรก เพื่อระบุให้ได้ปัญหาที่แท้จริง และสรุปปัญหาหรือความต้องการที่สำคัญ 3) การระดมจินตนาการแบบไร้ขีดจำกัด (Ideate) คือ การระดมความคิดที่หลากหลายของทีมที่มีจำนวนมากพอในการนำมาแก้ปัญหา จากนั้นทำการจัดกลุ่มความคิดและร่วมกันเลือกกลุ่มความคิดที่สมาชิกคาดว่าจะสามารถนำไปแก้ปัญหาได้ 4) การพัฒนาต้นแบบ (Prototype) คือ การนำกลุ่มความคิดที่ได้มาสร้างเป็นชิ้นงานต้นแบบที่จับต้องได้และเหมาะกับการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด และ 5) การทดสอบต้นแบบ (Test) คือ การนำต้นแบบที่ได้ไปทดสอบใช้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อขอคำแนะนำ จากนั้นนำมาปรับปรุงให้มีคุณภาพ จากผลการศึกษาแนวทางในการใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหาร ของ Nina Veften Olsen (2015)

พบว่า แนวทางในยุคที่ใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึก (Customer Empathize) 2) การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบ (Visualization and Rapid Prototyping) และ 3) การบูรณาการองค์ความรู้ (Integration) คือ การศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่างสาขาวิชาที่แตกต่างกันหรือการทำงานร่วมกันระหว่างการวิจัยและภาคอุตสาหกรรมบริการและการตลาด โดยข้อดีของการใช้การคิดเชิงออกแบบที่นอกเหนือจากการได้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ตรงตามความต้องการผู้บริโภคแล้ว แนวคิดเชิงออกแบบยังช่วยพัฒนาความคิดและการเรียนรู้ของพนักงานเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ อีกทั้งยังช่วยสร้างความมั่นใจด้านความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลของพนักงานซึ่งจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพขององค์กร

1.5.2 แนวคิดวิหาคอดีตกับอุตสาหกรรมบริการ

การวิหาคอดีต หรือโหยหาอดีต (Nostalgia) (Aliana Leong, et al., 2015) เดิมเป็นศัพท์ทางการแพทย์ที่ใช้อธิบายความคิดถึงบ้านของทหารที่ออกปฏิบัติหน้าที่ โดยภายหลังพบว่า การใช้คำวิหาคอดีตได้ถูกนำไปใช้เพื่ออธิบายความรู้สึกเมื่อมีความรู้สึกห่างไกล หรือเรื่องราวและความทรงจำที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ที่เกิดขึ้นกับตนเองหรือจะเป็นประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาก็ได้ โดยบุคคลที่มีความคิดถึงวิหาคอดีตนี้ มักจะค้นหาวัตถุที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนาในอดีตเพื่อบรรเทาความรู้สึกคิดถึงอดีตที่เกี่ยวข้องกับเวลาหรือสถานที่ เช่น วัตถุโบราณหรือของเก่าที่มีประวัติหรือเรื่องเล่า อาคารโบราณ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลทำให้คนรู้สึกซาบซึ้งและมีความสุขจากความรู้สึกที่ได้ย้อนเวลากลับไปในสถานการณ์นั้น ๆ (Christoua, et al., 2018) สำหรับการประยุกต์ใช้แนวคิดวิหาคอดีตในประเทศไทย ชาติรี ประกิตนทการ (2556) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่

สำคัญในการจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวแนววิถีชีวิตของกลุ่มตลาดย้อนยุคควรประกอบด้วย การออกแบบสีพื้น ฉากร้านค้าที่สื่อถึงสัญลักษณ์แห่งอดีต การจัดวางสิ่งของ ภาพถ่าย และป้ายโฆษณา โบราณ ขนมนครและเครื่องดื่มโบราณ อุปกรณ์เครื่องใช้ที่ย้อนยุค ทั้งนี้การออกแบบที่ดีควรออกแบบให้ย้อนกลับไปไม่เกินสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีต่อความรู้สึกของการมาใช้บริการและกลับมาใช้ซ้ำของภัตตาคารที่ให้บริการในรูปแบบวิถีชีวิต Jinsoo Hwang & Sunghyup Sean Hyun (2013) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า คือระยะเวลาในการเข้าใช้บริการในภัตตาคารที่ตกแต่งกับให้บริการแบบวิถีชีวิต และพนักงานที่ให้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภัตตาคารที่ให้บริการรูปแบบวิถีชีวิตมีความคาดหวัง 3 ด้านหลัก ได้แก่ 1) รายการอาหาร 2) เหตุการณ์ที่สามารถสร้างความประทับใจและจดจำในระหว่างการใช้บริการ และ 3) สภาพแวดล้อมที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งรูปแบบการจัดตกแต่งภายนอกและภายในภัตตาคาร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เรณูมาศ กุละศิริมา และคณะ (2561) พบว่า แนวทางของกลยุทธ์ที่ร้านอาหารควรใช้เพื่อพัฒนาด้านอาหารและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวประกอบด้วย การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเลือกกรรมวิธีการปรุงอาหารที่สามารถนำไปประกอบในการเล่าเรื่องประวัติความเป็นมาหรือการสื่อถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชน

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อค้นหาคำตอบของความคิดพื้นฐานในการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหาร

และเครื่องดื่มของธุรกิจร้านอาหารแนววิถีชีวิต และแผนการสร้างมายั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านอาหารแนววิถีชีวิต อันนำไปสู่การสร้างทฤษฎีฐานรากเพื่อใช้อธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการ ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแนววิถีชีวิตซึ่งเป็นที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านอาหารอดีตมากกว่า 3 ปี ในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร จำนวนเขตละ 2 ราย รวมทั้งสิ้น 8 ราย ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเอกพันธ์ (Homogeneous Sampling) วิธีนี้เป็นวิธีการเลือกตัวอย่างที่มีภูมิหลังหรือประสบการณ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายลักษณะเฉพาะในเชิงลึก โดยวิธีการนี้จะช่วยลดความแตกต่างของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพได้ (ประไพพิมพ์ สุธีสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559) นอกจากนี้การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักยังพิจารณาพร้อมกับลักษณะ การให้บริการของร้านที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และมีการออกแบบรายการอาหารและเครื่องดื่มที่มีการผสมผสานความเป็นวัฒนธรรมหรือเรื่องราวในอดีตรวมถึงร้านที่เกิดจากการต่อยอดจากกิจการเดิมโดยการขยายร้านไปจัดตั้งในพื้นที่อื่น พบว่ามีจำนวนร้านที่ให้บริการในรูปแบบดังกล่าว ใน 4 เขตมีจำนวนทั้งสิ้น 8 ร้าน การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยได้ป้อนแนวข้อคำถามให้แก่ผู้ให้ข้อมูลหลักโดยมีอิสระในการตอบพร้อมกับการสัมภาษณ์ซ้ำหลายครั้งจนกระทั่งข้อมูลถึงจุดอิ่มตัวและสามารถตอบวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

2.1.1 การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีการคิดเชิงออกแบบที่มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างนวัตกรรมผ่านขั้นตอนการวางแผนอย่างเป็นระบบ 5 ขั้นตอน อย่างไรก็ตามพบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิด

เชิงออกแบบในธุรกิจร้านอาหารและคาเฟ่ที่มีขนาดเล็ก ขั้นตอนการวางแผนจะลดลงเหลือ 3 ขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ลดลงนั้นจะแทรกอยู่ในขั้นตอนการบูรณาการองค์ความรู้ ส่วนอุตสาหกรรมบริการแบบวิถีหาอดีตในประเทศไทยในปัจจุบัน พบว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีการให้บริการเฉพาะกลุ่มเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านความรู้สึกและอารมณ์ที่ได้ย้อนความทรงจำในอดีตผ่านรูปแบบบริการ การจัดตกแต่งและบรรยากาศภายในร้าน และรายการอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการจัดการธุรกิจบริการแนววิถีหาอดีตมีความสัมพันธ์กับการคิดเชิงออกแบบที่เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการโดยเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2.1.2 การสัมภาษณ์ (Interview) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการร้านคาเฟ่แนววิถีหาอดีต จำนวน 8 คน เพื่อนำข้อมูลไปสร้างทฤษฎีฐานราก โดยผู้วิจัยเป็นผู้มีบทบาทหลักในการเก็บข้อมูลด้วยการใช้แนวข้อคำถามในการสัมภาษณ์ (Interview Guide)

2.1.3 การบันทึกเสียง ในระหว่างการสนทนา ผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อบันทึกเสียงการสัมภาษณ์

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

2.2.1 ตัวผู้วิจัย ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีการคิดเชิงออกแบบ และอุตสาหกรรมบริการแบบวิถีหาอดีต

2.2.2 แนวข้อคำถาม เป็นคำถามปลายเปิดด้วยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ซึ่งสร้างแนวคำถามจาก 3 ส่วนหลัก คือ มโนทัศน์หรือประเด็นการศึกษา (study concept) คำถามหรือประเด็นการสนทนา (questions) และประเด็นในการซักถาม (ชาย โพธิสิตา, 2562)

2.2.3 เครื่องบันทึกเสียงและบันทึกภาพ ได้แก่ โปรแกรมบันทึกเสียงในมือถือสมาร์ตโฟน และไอแพด

(iPad) สำหรับจดบันทึก และกล้องถ่ายรูปใช้สำหรับการบันทึกภาพ

2.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัย

ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลที่ต่างกัน (Data Triangulation) นอกจากนี้ยังเน้นการตรวจสอบเส้าอื่นๆ ได้แก่ เส้าด้านตัวผู้วิจัย (Investigator Triangulation) และเส้าด้านทฤษฎี (Theoretical Triangulation) โดยทำการตรวจสอบข้อมูลเรื่องเดียวกันจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่งที่มีความแตกต่างกันจนกระทั่งข้อมูลที่ได้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมหรือข้อมูลถึงจุดอิ่มตัว (Theoretical Saturation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2556) โดยแสดงรายละเอียดของการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัยในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัย

การตรวจสอบ	วิธีดำเนินการ
เวลา	ตรวจสอบความแน่นอนของคำพูดในเรื่องเดียวกันแต่ต่างช่วงเวลาของการสนทนาโดยการวนถามซ้ำ
สถานที่	เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้มาจากผู้ประกอบการร้านคาเฟ่แนววิถีหาอดีตที่มีการจัดตั้งร้านจากแหล่งที่ตั้งต่างกัน
บุคคล	เปรียบเทียบข้อมูลเรื่องกระบวนการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีหาอดีตจากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 8 คน
ผู้วิจัย	เปรียบเทียบข้อมูลที่ค้นพบว่าเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไรโดยมีผู้ช่วยวิจัยช่วยเปรียบเทียบข้อมูลและความถูกต้อง
ทฤษฎี	เปรียบเทียบข้อค้นพบกับแนวคิดและทฤษฎีการคิดเชิงออกแบบ และอุตสาหกรรมบริการแบบวิถีหาอดีตเพื่อสรุปเป็นข้อสันนิษฐาน

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้สามารถเขียนสรุปเป็นขั้นตอนการดำเนินงานได้ดังตารางที่ 2

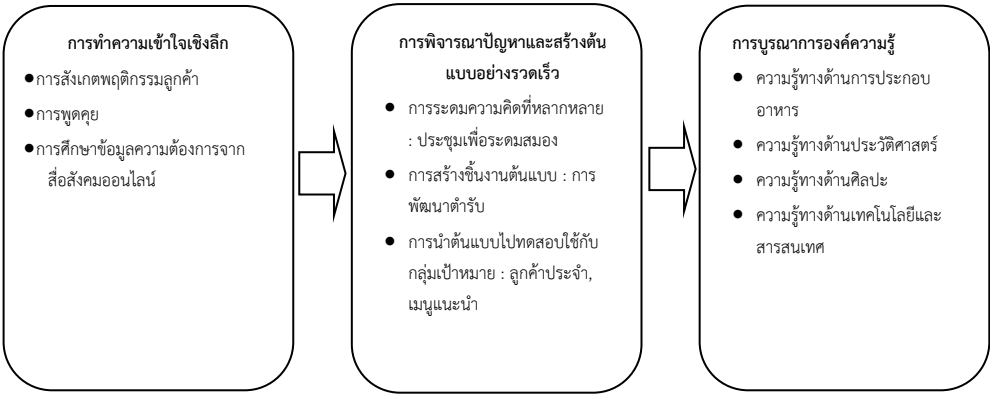
ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอน	วิธีดำเนินการ
1. การจัดระเบียบข้อมูล	ถอดการบันทึกเสียงและภาพของการสัมภาษณ์ด้วยการจัดรูปแบบเนื้อหาที่ถอดความด้วยวิธีการพิมพ์แบบคำต่อคำ (Verbatim)
2. การทำดัชนีคำ	จัดข้อมูลโดยการค้นหาและระบุคำหรือวลีหลัก จากนั้นจัดเป็นหมวดหมู่ 2 ด้าน คือการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตและความยั่งยืนให้กับธุรกิจ
3. การสร้างข้อสรุป	เชื่อมโยงคำหรือวลีหลักเข้าด้วยกันโดยการเขียนเป็นประโยคที่แสดงความสัมพันธ์กัน

ชั่วคราว	ระหว่างคำหลักที่ค้นพบ
4. การสร้างบทสรุป	เขียนเชื่อมโยงข้อสรุปแต่ละประเด็นที่มีความสัมพันธ์กันจนเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลชุดเดียวกันและสามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ได้

3. สรุปผลการวิจัย

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปแนวทางเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มมี 3 ขั้นตอน และองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตมี 3 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต

3.1 การประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต

3.1.1 การทำความเข้าใจเชิงลึก (Customer Empathize) ดังแสดงไว้ในภาพที่ 1

การทำความเข้าใจเชิงลึกถึงปัญหาของผู้มาใช้บริการหรือกลุ่มลูกค้าธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตพบว่า ผู้บริหารธุรกิจใช้วิธีการที่สำคัญ ดังนี้ 1) การสังเกตพฤติกรรมลูกค้าขณะเข้ามาและหลังใช้บริการ เช่น จำนวนการสั่งอาหารและเครื่องดื่ม ปริมาณอาหารและ

เครื่องดื่มที่ลูกค้ารับประทานเหลือ อย่างไรก็ตามการสังเกตดังกล่าวควรไม่สร้างการรบกวนความเป็นส่วนตัวของลูกค้า 2) การพูดคุยเพื่อให้เข้าใจความคิดของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการระหว่างผู้บริหารร้านและลูกค้า โดยใช้แนวข้อคำถามปลายเปิดเพื่อให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นและความรู้สึก เช่น การสอบถามความพึงพอใจ ความต้องการในการสนับสนุนการบริการด้านต่าง ๆ และข้อเสนอแนะ และ 3) การศึกษาข้อมูลความต้องการจากข้อเสนอแนะผู้ติดตามบนสื่อสังคมออนไลน์

เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มาจากการติดตามผลงาน การให้บริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) โปรแกรมไลน์ (Line) และเฟสบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage)

กระบวนการภายหลังจากการศึกษาปัญหาของลูกค้า คือ การตีความจากสิ่งที่ได้เรียนรู้เพื่อสรุปถึงสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีต่อธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตที่ดี พบว่า ความต้องการพื้นฐานของลูกค้ามีดังนี้

3.1.1.1 ความต้องการทางด้านร่างกาย คือ การเพิ่มรายการอาหาร เครื่องดื่ม อาหารระหว่างมื้อ และเมนูของหวานเพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเยี่ยมชมงานหรือสถานที่ ซึ่งสามารถแยกเป็นประเด็นย่อยของปัญหาได้ดังนี้ 1) ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่ออกแบบเข้ากับแนวคิดวิถีชีวิตที่ดี 2) ความต้องการทางด้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และ 3) ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่มีรสชาติถูกปากคนไทย

3.1.1.2 ความต้องการทางด้านจิตใจ คือ การสร้างสิ่งสนับสนุนการรับรู้ด้านอารมณ์และความรู้สึกให้แก่ลูกค้าด้วยการเพิ่มผลิตภัณฑ์บริการในรูปแบบต่าง ๆ เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตที่ดีส่วนใหญ่จัดตั้งในอาคารหรือสถานที่เก่าแก่และมีประวัติหรือเรื่องเล่าที่น่าสนใจและนิยมจัดนิทรรศการแสดงผลงานทางศิลปะ ทั้งนี้สามารถแยกประเด็นย่อยของปัญหาได้ดังนี้ 1) ความ

ต้องการด้านเรื่องเล่าของอาหารที่สอดคล้องกับสถานที่หรืองาน 2) ความต้องการด้านศิลปะการจัดตกแต่งอาหารเพื่อการถ่ายภาพลงสื่อสังคมออนไลน์ และ 3) ความต้องการของผู้ติดตามหรือแฟนคลับ (fan club)

3.1.2 การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็ว (Visualization and Rapid Prototyping)

การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็วสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตที่ดีประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การระดมความคิดที่หลากหลาย การสร้างชิ้นงานต้นแบบ และการนำต้นแบบไปทดสอบใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

3.1.2.1 การระดมความคิดที่หลากหลาย พบว่า วิธีการจัดประชุมเพื่อระดมสมอง (Brainstorm) ระหว่างทีมบริหารและพนักงานทุกคนเป็นวิธีการที่สามารถแก้ไขปัญหาสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตที่ดีที่สุดด้วยการเปิดโอกาสให้ทุกคนเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่สร้างสรรค์ เนื่องจากทุกคนมีความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรงจึงสามารถเชื่อมโยงแนวทางในการแก้ปัญหา กับสถานการณ์ได้ดี จากนั้นทำการจัดกลุ่มความคิดเพื่อแก้ปัญหาด้วยการหาแนวทางที่พร้อมดำเนินการก่อน

3.1.2.2 การสร้างชิ้นงานต้นแบบ พบว่า การทดลองพัฒนาตำรับรายการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อความเหมาะสมของรายการนั้น ๆ ใช้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นพนักงานพอร์คิวและพนักงานผสมเครื่องดื่มที่มีประสบการณ์ นอกจากนี้แล้วยังใช้ผู้เชี่ยวชาญที่ทำหน้าที่ปรึกษาด้านอาหารและเครื่องดื่มจากภายนอกร่วมในการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้ โดยพิจารณาจากความเหมาะสมของคุณลักษณะทางประสาทสัมผัส (ลักษณะปรากฏ, ลักษณะทางรสชาติ, เนื้อสัมผัส และกลิ่นรส) และการทดลองจะสิ้นสุดเมื่อทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องยอมรับและตรงกับแนวคิดหลัก (concept) ของร้านด้วย

3.1.2.3 การนำต้นแบบผลิตภัณฑ์หรือตัวอย่างอาหารและเครื่องดื่มที่ผ่านการพัฒนาไปทดสอบใช้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ภายหลังจากพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางร้านได้ใช้วิธีการทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 2 วิธี คือ การแจกให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าประจำทดสอบ เนื่องจากเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และรับรู้ถึงแนวคิดหลักของร้านมากกว่าลูกค้าใหม่ และการทดสอบผ่านการเสนอเป็นเมนูแนะนำ (chef-recommended) เพื่อศึกษาความพึงพอใจและคำแนะนำผ่านการสนทนาระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า

3.1.3 การบูรณาการองค์ความรู้ (Integration)

การบูรณาการองค์ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งทางธุรกิจสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต พบว่า ภายหลังจากการนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปทดสอบคุณภาพ ร้านมีการบูรณาการความรู้ระหว่างสาขาวิชาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามข้อเสนอแนะจากผู้ทดสอบ องค์ความรู้ที่สำคัญมี 4 ด้าน ได้แก่

3.1.3.1 ความรู้ทางด้านการประกอบอาหาร ได้แก่ การคัดเลือกวัตถุดิบตามฤดูกาลและการใช้วัตถุดิบทดแทน ความรู้ด้านคุณภาพอาหาร การเก็บรักษาคุณภาพอาหาร และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.1.3.2 ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ ได้แก่ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับประวัติอาหารคาวหวาน และเครื่องดื่ม ความรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมศาสตร์ของไทยและต่างชาติ และความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมต่างชาติ

3.1.3.3 ความรู้ทางด้านศิลปะ ได้แก่ ความรู้ด้านศิลปะการบริการอาหารและเครื่องดื่ม การนำเสนออาหารผ่านการเล่าเรื่องราวของอาหาร ความรู้ทางด้านศิลปะและการจัดตกแต่งอาหาร และจิตวิทยาการบริการ

3.1.3.4 ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ ได้แก่ การค้นหาข้อมูลผ่านแหล่งเรียนรู้

ออนไลน์ การเผยแพร่ข้อมูลและประชาสัมพันธ์อาหารบอกเล่าเรื่องราวของอาหารผ่านสังคมออนไลน์

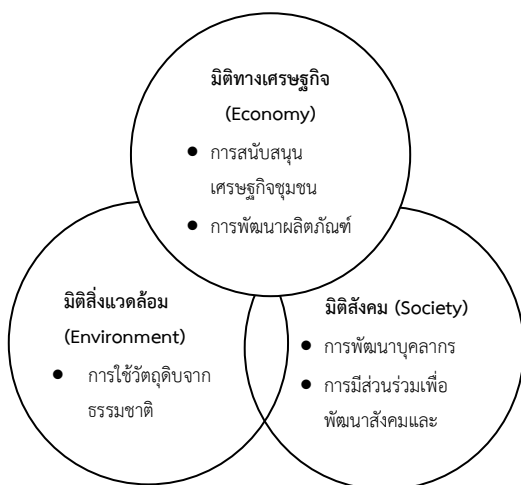
สรุปองค์ประกอบของการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การทำความเข้าใจเชิงลึก การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็ว และการบูรณาการองค์ความรู้

ตารางที่ 3 ข้อสรุปการทำความเข้าใจเชิงลึกเพื่อพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต

ปัญหาความต้องการ		แนวทางในการแก้ไขปัญหา	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และการบริการต้นแบบ
1. ด้านร่างกาย	ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่ออกแบบเข้ากับแนวคิดวิถีชีวิต	การใช้วัตถุดิบที่มีเรื่องราวกับความทรงจำในอดีตของทุกคน เช่น วัตถุดิบที่ซื้อจากตลาดสด การออกแบบรายการอาหารและเครื่องดื่มที่อิงจากประวัติศาสตร์ผ่านหนังสือหรือเรื่องเล่าของคนในครอบครัว ผู้ที่มีประสบการณ์และมีชื่อเสียง	เมนูอาหารบ้านเรามี เมนูอาหารว่าง และเครื่องดื่มตำรับหลวง เมนูอาหารอิตาเลียนพื้นบ้าน และเมนูกับข้าวไทยพื้นบ้าน
	ปัญหาความต้องการทางด้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	การใช้พืชสมุนไพรหรือวัตถุดิบที่มีจำหน่ายในชุมชน การใช้กรรมวิธีให้ความร้อนเพื่อเพิ่มคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสที่ดี และการพัฒนาตำรับเพื่อสร้างเมนูเพื่อสุขภาพ	กาแฟและเครื่องดื่มสมุนไพร เครื่องดื่มกลิ่นดอกไม้ (aromatic drinks) และอาหารที่ทำจากดอกไม้ไทย
	ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่มีรสชาติถูกปากคนไทย	การพัฒนาตำรับที่ผสมผสานความเป็นไทยและสากล และการจ้างที่ปรึกษาด้านอาหารและเครื่องดื่ม	กาแฟ 2 วัฒนธรรม (กาแฟไทยผสมกับกาแฟตะวันตก) และเมนูอาหารและเครื่องดื่มแบบฟิวชั่น (fusion food)
2. ด้านจิตใจ	ความต้องการด้านเรื่องเล่าของอาหารที่สอดคล้องกับสถานที่หรืองาน	การจ้างผู้เชี่ยวชาญที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับเรื่องราว การศึกษาข้อมูลเชิงลึกของเรื่องราวในอดีต และการกำหนดลักษณะอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบงาน	เมนูอาหารอิตาเลียนพื้นบ้านกับตึกเจ้าของบ้านชาวอิตาเลียน ขนมนมกล อาหารและขนมไทยในพระราชพิธี และอาหารว่างและเครื่องดื่มในยุครัชกาลที่ 6
	ความต้องการด้านศิลปะการจัดตกแต่งอาหารเพื่อการถ่ายภาพ	การใช้ของเก่าที่สะสม เช่น ชุดชาวมลายูมัดแดง ชุดภาชนะลายไทยเพื่อจัดอาหารและเครื่องดื่ม การกำหนดแนวคิดหลักเพื่อออกแบบรายการอาหาร และโทนสี	การเลือกวัตถุดิบและภาชนะที่มีโทนสีน้ำตาล เขียว เหลือง หรือน้ำเงิน การเลือกใช้ภาชนะที่เป็นของเก่าในเมนูเครื่องดื่มพิเศษ และการตกแต่งหน้าเครื่องดื่มด้วยลายไทยหรือสมุนไพร
	ความต้องการของผู้ติดตามหรือแฟนคลับ	การสร้างเอกลักษณ์ที่สื่อถึงตัวตนของร้าน เช่น ยุคสมัยที่จัดตกแต่ง รายการอาหารและเครื่องดื่ม และรูปแบบและเทคนิคการให้บริการ	รูปแบบการจัดนิทรรศการ รูปแบบการตกแต่งแบบพื้นบ้าน ร่วมสมัย และยุโรปโบราณ เครื่องแต่งกายของพนักงาน

3.2 องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจร้านค้ากาแฟแนววิถีชีวิต

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของปัจจุบัน โดยไม่ทำให้เกิดปัญหาในอนาคตในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของธุรกิจร้านค้ากาแฟแนววิถีชีวิต โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญแสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจร้านค้ากาแฟแนววิถีชีวิต

3.2.1 ด้านเศรษฐกิจ (Economy)

การบริหารงานธุรกิจร้านค้ากาแฟแนววิถีชีวิตให้เติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงทางเศรษฐกิจ พบว่า องค์ธุรกิจมีแนวทางในการปฏิบัติที่ดีซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2 ด้าน ดังนี้

3.2.1.1 การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากธุรกิจร้านค้ากาแฟแบบวิถีชีวิตส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีแนวคิดการนำของที่มีอยู่ในบ้านหรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในบ้านและชุมชนนั้น ๆ มาเป็นแนวคิดหลักเพื่อสร้างเรื่องราวและเชื่อมโยงสู่การบริการ ดังนั้นการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องใช้ และสิ่งของอื่น ๆ ที่ผลิตขึ้นในชุมชน หรือ ที่จำหน่ายในตลาดชุมชน จึงถือเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องราวเพื่อส่งเสริมการบริการได้ เช่น ลักษณะการจ่ายตลาด

ของแม่บ้านที่เดินไปตลาดเช้า ซื้อวัตถุดิบเจ้าประจำ นอกจากนี้แล้วการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนยังเกิดขึ้นจากการทำความร่วมมือทางการค้าเพื่อแบ่งปันลูกค้าซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจร้านค้ากาแฟภายในชุมชนและธุรกิจบริการอื่น ๆ ซึ่งวิธีการนี้จะประสบความสำเร็จได้ต่อเมื่อแต่ละธุรกิจมีการสร้างอัตลักษณ์ของร้านที่แตกต่างกัน เช่น การแบ่งปันลูกค้าระหว่างร้านอาหารและร้านค้ากาแฟในเขตพระนคร การแบ่งปันข้อมูลเพื่อสร้างกิจกรรมร่วมกันในการประชาสัมพันธ์ชุมชนในเขตดุสิตและสัมพันธ์วงศ์ เป็นต้น

3.2.1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจที่ผ่านมา พบว่า ธุรกิจได้มีการกำหนดนโยบายการเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบท้องถิ่นที่มีราคาตกต่ำหรือมีปริมาณการใช้น้อยให้ใช้ได้มากขึ้นโดยการนำมาใช้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ใช้เป็นส่วนประกอบในตำรับอาหารและเครื่องดื่ม หรือใช้ตกแต่งสถานที่ให้สื่อถึงแนวคิดหลักของร้าน เป็นต้น

3.2.2 ด้านสังคม (Society)

การส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านต่าง ๆ เพื่อมุ่งหวังให้ธุรกิจบริการสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างมีสุขและยั่งยืน พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้ากาแฟแนววิถีชีวิตมีแนวทางในการปฏิบัติที่ดี สามารถแบ่งออกได้ 2 ด้าน ดังนี้

3.2.2.1 การพัฒนาบุคลากร เนื่องจากธุรกิจร้านค้ากาแฟส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กมีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 3-6 คน ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรพบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นการพัฒนาด้านความรู้และทักษะของพนักงานเพื่อให้ทุกคนสามารถปฏิบัติหน้าที่แทนกันได้ เช่น การฝึกอบรมการชงกาแฟ การประกอบอาหาร และการบริการ หากพนักงานมีความรู้และทักษะที่ดี ทางร้านยังเปิดโอกาสให้พนักงานได้นำเสนอโปรโมชันรายการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อเป็นเมนูแนะนำของร้าน นอกจากนี้แล้วยังสนับสนุนให้พนักงานมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษจากการ

เรียนรู้กับที่เลี้ยงภายในร้าน เนื่องจากประมาณร้อยละ 20-30 ของผู้เข้ามาใช้บริการเป็นชาวต่างชาติ

3.2.2.2 การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมและสาธารณประโยชน์ พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่จะทำความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวแนววิถีชีวิต และการจัดแสดงนิทรรศการทางด้านศิลปะ เช่น การเข้าร่วมเป็นจุดท่องเที่ยวสำคัญของพื้นที่ตั้ง (Check in) การจัดนิทรรศการศิลปะและดนตรี การร่วมทำกิจกรรมเพื่อหารายได้สนับสนุนองค์กรการกุศลต่าง ๆ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ร้านคาเฟ่ส่วนใหญ่เล็งเห็นถึงความสำคัญของสุขภาพอนามัยของผู้บริโภคด้วยการปฏิบัติตามนโยบายความปลอดภัยพื้นฐาน เช่น การกำหนดแนวทางการบริการอาหารตามหลักกินร้อน ช้อนกลาง และการควบคุมคุณภาพของการทำความสะอาดวัตถุดิบ ห้องครัว ห้องอาหาร และห้องสุขาตามระเบียบมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดไว้ เป็นต้น

3.2.3 ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

การมุ่งเน้นดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อก่อให้เกิดความสมดุลของระบบนิเวศในชุมชนที่ตั้งของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิตอย่างยั่งยืน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิตมีแนวทางในการปฏิบัติที่ดีซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2 ด้าน ดังนี้

3.2.3.1 การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ การเพาะปลูกผักและผลไม้บางชนิดที่ปราศจากการใช้สารเคมี โดยนำมาใช้ในการประกอบอาหารและผสมเป็นเครื่องดื่มภายในร้าน ถือเป็นการดำเนินงานที่สร้างการรับรู้ด้านความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือเกิดระบบการบอกต่อ (word of mouth) นอกจากนี้ การใช้วัตถุดิบที่เพาะปลูกภายในรั้วบ้านยังสามารถตอบสนองแนวคิดหลักของร้านได้ด้วย คือ ใช้วัตถุดิบและเครื่องปรุงที่บ้านเรามี (homemade)

3.2.3.2 การจัดการขยะ หลักการจัดการขยะที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจ คือ การประยุกต์ใช้

ผลิตภัณฑ์ทดแทน เช่น การกลับมาใช้ผ้าเช็ดปากแทนกระดาษทิชชู การใช้ขวดแก้วเพื่อบรรจุน้ำดื่มภายในร้าน การตั้งจุดบริการน้ำดื่มฟรีและจัดจำหน่ายน้ำเปล่าที่บรรจุขวดพลาสติก และกำหนดนโยบายการแยกขยะก่อนส่งทำลาย โดยขยะประเภทที่สามารถสร้างรายได้ ร้านจะเก็บรายได้ดังกล่าวแล้วมอบกลับให้แก่พนักงานเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

3.3 ข้อสรุปเชิงทฤษฎีของการวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

3.3.1 ธุรกิจคาเฟ่แนววิถีชีวิตมีการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบในการพัฒนาตัวรับอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านอารมณ์และความรู้สึกที่ต้องการรื้อฟื้นเรื่องราวความสุขและความทรงจำในอดีตที่สำคัญ 3 องค์ประกอบ คือ การทำความเข้าใจเชิงลึกเพื่อศึกษาความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบด้วยวิธีการการระดมสมองและสร้างตัวรับต้นแบบเพื่อทดสอบความพึงพอใจจากผู้บริโภคและ การบูรณาการองค์ความรู้จากผู้มีประสบการณ์ที่หลากหลายศาสตร์เพื่อแก้ไขปัญหาภายหลังการได้รับข้อเสนอแนะจากลูกค้าหรือสร้างความประทับใจในด้านอื่น ๆ

3.3.2 การพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจคาเฟ่แนววิถีชีวิตมีการสร้างวิธีการเพื่อบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนทางธุรกิจทั้งสามองค์ประกอบ คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้วยการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนเพื่อกระจายรายได้ให้คนในชุมชนเพิ่มมากขึ้นควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านสังคม ด้วยการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในการบริการที่ดีร่วมกับการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมและสาธารณประโยชน์ในชุมชนหรือประเทศผ่านการบริการของร้าน และด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติเพื่อความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคควบคู่กับการจัดการขยะเพื่อลดปริมาณขยะจากธุรกิจบริการ

4. อภิปรายผล

4.1 จากการศึกษากระบวนการประยุกต์ใช้แนวคิดการคิดเชิงออกแบบและแนวคิดวิถีหาดีสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจและการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านอาหารแนววิถีหาดี ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดย่อมในพื้นที่มีเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมนั้น แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์แนวคิดดังกล่าวมีขั้นตอนที่สำคัญ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึก 2) การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็ว และ 3) การบูรณาการองค์ความรู้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Nina Olsen (2015) พบว่า แนวทางในประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึก 2) การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบ และ 3) การบูรณาการองค์ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่างสาขาวิชา นอกจากนี้แล้วจากยังสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกของแผนการดำเนินธุรกิจร้านอาหารแนววิถีหาดี ของอนุรักษ์ แพรโรจน์ (2562) ที่กล่าวว่า “เนื่องจากร้านอาหารเป็นร้านที่มีขนาดเล็ก ดังนั้น เราจึงไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการวางแผนแบบอุตสาหกรรมทั้งหมดโดยจะปรับใช้เฉพาะสิ่งที่ตรงกับแนวคิดหลักและบริบทการบริหารจัดการภายในร้าน อย่างไรก็ตามจากการสอบถามความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำให้พบจุดอ่อนของการบริหารจัดการที่ใช้การคิดเชิงออกแบบเพียง 3 ขั้นตอน ดังกล่าว คือ ความต้องการด้านความหลากหลายของรายการอาหารที่ส่งผลต่ออารมณ์และจิตใจมากขึ้น ดังนั้น หากธุรกิจแยกขั้นตอนการคิดเชิงออกแบบเป็น 5 ขั้นตอนตามแนวของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดที่แบ่งขั้นตอนการออกแบบได้อย่างละเอียด โดยเฉพาะขั้นตอนการตีความปัญหา ควบคู่กับการระดมจินตนาการแบบไร้ขีดจำกัด และการพัฒนาต้นแบบที่ตอบสนอง

ความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สัมพันธ์กับการออกแบบรายการอาหารอย่างยิ่ง

4.2 ผลการศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เหมาะสมกับการจัดการธุรกิจร้านอาหารแนววิถีหาดี ประกอบด้วย 3 มิติ คือ 1) มิติทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนด้วยความร่วมมือกับชุมชนในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หรือการสร้างพันธมิตรทางการค้าเพื่อแบ่งปันลูกค้าด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้มาใช้บริการที่มีลักษณะเฉพาะคือความชื่นชอบเรื่องราวในอดีตที่ส่งผลดีต่อความสุขทางอารมณ์เมื่อได้บริโภค สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญาณิศา เผื่อนเพาะ (2561) การสร้างความแตกต่างให้แก่ร้านอาหารกลางแบบร่วมสมัย พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างสรรค์ในการดัดแปลงเมนูอาหารให้น่าสนใจ รวมถึงการออกแบบตกแต่งร้านอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 2) มิติทางด้านสังคม ได้แก่ การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร และการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมและสาธารณประโยชน์ จากค้นพบดังกล่าว ถือเป็นแนวปฏิบัติอันดีที่ตอบสนองยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ที่มุ่งเน้นพัฒนาแรงงานให้มีทักษะ ความรู้ และความสามารถให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดแรงงานและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ประเภทของผู้มาใช้บริการ ยังค้นพบอีกว่า ปัจจุบันผู้มาใช้บริการร้านอาหารในเขตกรุงเทพฯ จำนวนหนึ่งเป็นชาวต่างชาติ ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาความรู้และทักษะที่รอบด้านให้แก่พนักงานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีต่อความยั่งยืนของธุรกิจเช่นกัน สอดคล้องกับ ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาเพื่อสถานประกอบการธุรกิจร้านอาหารของ นพรัตน์ บุญเพียรผล (2560) พบว่า การพัฒนาคุณภาพและบริการในด้านสังคมเพื่อความเข้มแข็งของธุรกิจอาหารที่มีต่อการกลับมาใช้

บริการซ้ำของลูกค้าร้านอาหาร คือ การจัดอบรมพนักงานให้สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติได้ และ 3) มิติด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ การจัดการขยะ อย่างไรก็ดี เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมที่มั่นคงที่ดี ธุรกิจคาเฟ่ควรนำแนวคิดการสร้างควมยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2559) ที่กล่าวถึง การศึกษาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นของตนเองในเชิงลึกซึ่งจะทำให้เกิดวัตถุดิบและกระบวนการใหม่ขึ้นมา ประกอบกับการมีต้นทุนทางพื้นที่ ๆ มีสภาพแวดล้อมเป็นสถาปัตยกรรมเก่าแก่หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการบริการที่สร้างการรับรู้ที่ดีแก่ผู้บริโภคด้วยการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ที่ไม่ส่งผลอันตรายต่อผู้บริโภค ไม่ส่งผลเสียต่อธรรมชาติและที่หาได้ในท้องถิ่น สอดคล้องกับการศึกษาของ สุภาวดี จรุงธรรมโชติ และ รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2561) พบว่า การสร้างความยั่งยืนตลอดกระบวนการผลิตและดำเนินธุรกิจ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดผลเสียในระยะยาวต่อสังคม และดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ ในการสร้างแบรนด์กิจการเพื่อสังคม

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ สามารถแบ่งออกได้ 2 ข้อ ดังนี้

5.1.1 จากข้อสรุปการพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็วสำหรับธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิต ความต้องการของลูกค้าทั้งด้านร่างกายและด้านจิตใจนั้นมีความต้องการที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบรายการอาหารและเครื่องดื่มของร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิตควรนำความต้องการสองด้านนี้มาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองผู้บริโภค

5.1.2 แนวทางในการเพิ่มความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิตในด้านเศรษฐกิจ พบว่าผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการคู่กับการสร้างการรับรู้ถึงเรื่องราวและความสำคัญของร้านวัตถุดิบ และการให้บริการ ส่วนด้านสังคม พบว่าธุรกิจร้านคาเฟ่ควรทำความร่วมมือกับภาครัฐบาลหรือเอกชนเพื่อทำกิจกรรมที่สนับสนุนสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า เพื่อรองรับกระแสการใช้บริการคาเฟ่แนววิถีชีวิตที่มากขึ้น ธุรกิจจำเป็นต้องหาพื้นที่หรือแหล่งที่เพาะปลูกผักและผลไม้ที่นำเชื่อถือสำหรับการจัดส่งวัตถุดิบที่ใช้ภายในร้าน

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป หลังจากได้ประยุกต์ใช้แนวคิดการคิดเชิงออกแบบและแนวคิดวิถีชีวิตสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจและการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิตแล้ว ควรมีการศึกษาถึงการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการแนววิถีชีวิต การเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ และความยั่งยืนของธุรกิจด้วยวิธีวิทยาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

6. เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจผลิตกาแฟ บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำเดือน มกราคม 2562. ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2562, จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201901.pdf?
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). Sustainability. ค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php>
- ชาติรี ประกิตนทการ. (2556). Retro Market ในกระแส Nostalgia Tourism. *TAT Tourism Journal*, 2, 1-76.

ชาย โพธิ์สิตา. (2562). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัย

คุณภาพ: คู่มือนักศึกษาและนักวิจัย

สังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินติ้งแอนด์
พับลิชชิง.

ญาณิศา เผื่อนเพาะ. (2561). ประเภทของร้านอาหาร
กับคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบ
ความสำเร็จในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.

Veridian E-Journal, Silpakorn University,
11, 303-321.

นพรัตน์ บุญเพียรผล. (2560). แนวทางการพัฒนา
คุณภาพบริการของธุรกิจร้านอาหารสำหรับ
นักท่องเที่ยวนานาชาติในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์. **Veridian E-Journal,**
Silpakorn University, 10, 61-76.

นุชจรี กิจวรรณ. (2561). กระบวนการคิดออกแบบ :
มุมมองใหม่ของระบบสุขภาพไทย. **วารสารสภา
การพยาบาล.** 33, 5-14.

ประไพพิมพ์ สุธีวสินนทร์ และประสพชัย พสุนนท์.
(2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัย
เชิงคุณภาพ. **วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัย
ทักษิณ,** 29(2), 32-48.

เรณูมาศ กุลละศิริมา นุจิรา รัศมีไพบูลย์ สุวรรณา พิชัย
ยงค์วงศ์ดี และ เปรมฤทัย แยมบรรจง. (2561).
กลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับ
คุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบ
ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยว
อย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.
วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 14,
168 - 188.

สุภางค์ จันทวานิช. (2556). **การวิเคราะห์ข้อมูลใน
การวิจัยเชิงคุณภาพ.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สุภาวดี จรุงธรรมโชติ และรุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2561).
ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการสร้างแบรนด์กิจการ
เพื่อสังคมกลุ่มอาหารออร์แกนิก. ใน **การประชุม**

วิชาการและการนำเสนอผลงานวิชาการ

ระดับชาติ ครั้งที่ 2 (หน้า 1407-1419).

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.

อนุรักษ์ แพรโรจน์. (15 มิถุนายน 2562).

ผู้ประกอบการร้านมุงคุดคาเฟ่. สัมภาษณ์,

Aliana Man Wai Leong, Shih-Shuo Yeh, Yu-
Chen Hsiao and Tzung - Cheng T.C. Huan.
(2015). Nostalgia as travel motivation and
its impact on tourists' loyalty. **Journal of
Business Research,** 68, 81–86.

Christoua P, Farmakia, A. and Evangeloub, G.
(2018). Nurturing nostalgia?: A response
from rural tourism stakeholders. **Tourism
Management,** 69, 42–51.

Hwang, J. and Hyun, S. (2013). The impact of
nostalgia triggers on emotional responses
and revisit intentions in luxury restaurants.
**International Journal of Hospitality
Management,** 33, 250–262.

Olsen, N. V. (2015). Design Thinking and food
innovation. **Trends in Food Science &
Technology,** 41, 182-187.

