

แบบประเมินบทความวิจัย
การประชุมวิชาการระดับชาติ “การศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ครั้งที่ 5” ประจำปี 2564
วันศุกร์ที่ 28 พฤษภาคม 2564 (ผ่านระบบออนไลน์)

1. ชื่อบทความ : กลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรีเพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยว วัฒนธรรมทันสมัยในเขต กรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)

2. หัวข้อการประเมินบทความ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน			ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
	ผ่าน	ผ่านและแก้ไข	ไม่ผ่าน	
1. บทคัดย่อภาษาไทย		✓		1. ตรวจสอบการพิมพ์ชื่อเรื่องให้ถูกต้อง 2. ควรมีการเพิ่มเติมเครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูล 3. เรียบเรียงผลการศึกษาข้อ 1 ให้ชัดเจน และไม่ซ้ำซ้อน
2. บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		✓		1. แก้ไขโครงสร้างทางภาษาในบทคัดย่อภาษาอังกฤษให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ 2. ควรใช้คำเดียวกันตลอดบทคัดย่อ และตรงกับชื่อบทความวิจัย
3. บทนำ		✓		เพิ่มเติมการอ้างอิงตามหลักวิชาการในบทนำ
4. วัตถุประสงค์การวิจัย	✓			
5. สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)	✓			ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์การวิจัยและสมมติฐานการวิจัย
6. วิธีดำเนินการวิจัย		✓		ควรเพิ่มเติมผลการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้
7. ผลการวิจัย		✓		ควรเพิ่มเติมรายละเอียดของผลการวิจัยให้ชัดเจน โดยอาจนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณในรูปแบบตารางและอธิบายผลจากตาราง
8. สรุปผลการวิจัย		✓		ควรเพิ่มเติมผลการวิจัยให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย
9. อภิปรายผล	✓			
10. ข้อเสนอแนะ	✓			ใส่เลขในข้อเสนอแนะ แต่ละประเด็นจะทำให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
11. เอกสารอ้างอิง	✓			
12. องค์กรความรู้ใหม่และคุณค่าทางวิชาการ	✓			

ผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

- ☐ 1) บทความผ่านเกณฑ์
- ☒ 2) บทความผ่านเกณฑ์ แต่ต้องแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
- ☐ 3) บทความไม่ผ่านเกณฑ์

แบบประเมินบทความวิจัย
การประชุมวิชาการระดับชาติ “การศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ครั้งที่ 5” ประจำปี 2564

วันศุกร์ที่ 28 พฤษภาคม 2564 (ผ่านระบบออนไลน์)

1.

ข้อบ่งชี้ : ภาวะขาดน้ำในช่องท้องและลำไส้เล็ก
 ① ปริมาณปัสสาวะ < 0.5 cc/วัน
 ② ภาวะขาดน้ำในช่องท้องและลำไส้เล็ก

2. หัวข้อการประเมินบทความ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน			ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
	ผ่าน	ผ่านและ ยังไม่ผ่าน	ไม่ผ่าน	
1. บทคัดย่อภาษาไทย	/			
2. บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	/			
3. บทนำ	/			
4. วัตถุประสงค์การวิจัย	/			
5. สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)	/			
6. วิธีดำเนินการวิจัย	/			เพิ่มส่วนที่ปรึกษาฉบับสมบูรณ์ไป หน้า ๑๔
7. ผลการวิจัย	/			
8. สรุปผลการวิจัย	/			
9. อภิปรายผล	/			
10. ข้อเสนอแนะ	/			
11. เอกสารอ้างอิง	/			
12. องค์ความรู้ใหม่และคุณค่าทางวิชาการ	/			

ผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

- ☒ 1) บทความผ่านเกณฑ์
☐ 2) บทความผ่านเกณฑ์ แต่ต้องแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
☐ 3) บทความไม่ผ่านเกณฑ์

กลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรีเพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรี และการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรีเพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรี ผู้ประกอบการมีตราสินค้า (BRAND) เป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง มีรูปแบบร้านเป็นอาคารอิสระหรือห้องเช่าที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เฉพาะเขตพระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์ จำนวน 20 ผู้ประกอบการ โดยศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินงานร้านกาแฟและแกลลอรี เรื่องทั่วไปเกี่ยวกับกาแฟ รูปแบบการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรี ลักษณะการดำเนินงาน การจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการจัดการด้านการตลาด(ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps) รวมถึงศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน ในด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การตลาด เพื่อให้พัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) ได้ ผลการศึกษพบว่า 1. ข้อมูลของกิจการร้านกาแฟและแกลลอรีอันประกอบด้วยรูปแบบของกิจการ เงินลงทุนกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันที่แตกต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจประเภทร้านกาแฟและแกลลอรีในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) พบว่ามีความแตกต่างกัน 2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางการตลาดเพื่อพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย ได้มีผลส่งเสริมให้มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรีในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)เฉพาะเขตพระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์

คำสำคัญ : กลยุทธ์ในการดำเนินงาน , ร้านกาแฟและแกลลอรี , การท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย

Operation strategy for Coffee Shop and Gallery to develop the Pop Culture Tourism in Bangkok (Inner City)

ABSTRACT

The purpose of this study To study operational strategy and competitiveness of coffee and gallery and setting strategy for operations of coffee and gallery to develop a modern cultural tourism in Bangkok. (Inner City) The sample is 20 coffee shop and gallery entrepreneurs who operate the business on their own brand in their own building or rental near to cultural attractions in Bangkok (Inner City) specifically Phra Nakhon, Pom Prap Sattru Phai, Samphanthawong District. Studying the patterns and operating characteristics of coffee shops and galleries by studying about general coffee, business model of coffee shop and gallery, operational characteristics, product management and marketing management (Marketing mix) including Strategy for creating a competitive advantage, Differentiation strategy, Marketing strategy in order to develop into a modern cultural tourism destination in Bangkok. (Inner City) The results of the study revealed that 1) Information of the business, coffee shop and gallery include form, investment, operating time, employees, product management and creation of competitive advantage of business in the type of coffee shop and gallery in Bangkok. (Inner City) revealed that are different. 2) Marketing differentiation strategy to develop coffee shops and galleries to be a modern cultural tourist attraction result to competitiveness of coffee shop and gallery in Bangkok. (Inner City)

Keywords: Operational strategies, Coffee and Gallery business, Modern culture tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้ประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ หากเปรียบเทียบกับรายได้อื่นๆ ของประเทศ แม้ว่าประเทศไทยจะจัดว่ามีสถานการณ์ที่ผันแปรต่อการท่องเที่ยวหลายอย่างแต่การท่องเที่ยวของไทยถือว่าได้รับผลกระทบในระยะสั้นๆ เท่านั้น บทบาทของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศนั้นว่าส่งผลต่อการส่งเสริมรายได้จากเงินตราต่างประเทศได้เป็นอย่างดี การท่องเที่ยวได้กลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเนื่องจากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยตรงและการกระตุ้นการลงทุนได้ส่งผลต่อการเติบโตทางการเงินในระบบเศรษฐกิจหลายประการทั้งรายได้จากแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก การขนส่ง การสร้างงานและการสร้างโอกาสทางธุรกิจ รายได้ของชุมชนเงินตราจากต่างประเทศ การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทุกส่วน รวมถึงการนำเข้าและส่งออกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในระบบเศรษฐกิจของประเทศทั้งสิ้น

หากกล่าวถึงการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้กลายเป็นตัวเลือกใหม่ของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางวัฒนธรรมสมัยใหม่เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่ทันสมัย เช่น การเดินทางท่องเที่ยวสวนสนุก ห้างสรรพสินค้า การแสดงคอนเสิร์ต งานแข่งกีฬา ร้านกาแฟและแกลลอรี เป็นต้น ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงและการเรียนรู้ผ่านทางการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว อีกทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนับเป็นหนึ่งในประเด็นที่เป็นวาระสำคัญที่ต้องนำไปสู่การพัฒนาที่เป็นรูปธรรมของประเทศเพราะนอกจากจะสร้างการเติบโตให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหลักที่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศแล้ว ยังเป็นการรักษาความสมดุลระหว่างการส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมกับการอนุรักษ์และผสมผสานทางวัฒนธรรม ที่ต้องใช้ความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน ชุมชน และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องในการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมซึ่งจะส่งผลดีไม่เพียงแต่ด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเท่านั้นแต่ยังส่งผลต่อยุทธศาสตร์ของชาติอีกด้วย

กรณีร้านกาแฟและแกลลอรี ที่ถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยนั้นพบว่า “กาแฟ” ในอดีตเป็นเครื่องดื่มที่มีกลิ่นและรสชาติเป็นเอกลักษณ์เป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วโลกที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน และกาแฟกลายเป็นหนึ่งในเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ วัยทำงาน และคนที่ใช้ชีวิตอยู่ในสังคมเมืองได้หันมาบริโภคกาแฟกันมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้อัตราการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟ (Café) ในประเทศมีอัตราสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดธุรกิจร้านกาแฟ (Café) ที่เป็นตราสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนและเกิดการกระตุ้นทางการตลาดของร้านกาแฟ (Café) อย่างต่อเนื่องทำให้เกิดความตื่นตัวอย่างมากส่งผลให้อัตราการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟ (Café) ทั้งขนาดเล็กและใหญ่ในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงระยะเวลา 5-6 ปีที่ผ่านมา สามารถพบเห็นร้านกาแฟ (Café) ปรากฏตามสถานที่ต่างๆ ทั่วไป แม้ว่าจะเป็นร้านกาแฟโบราณที่เป็นรถเข็น จนถึงร้านกาแฟ (Café) แบรินด์เนมจากต่างประเทศตลอดจนถึงร้านกาแฟและแกลลอรีที่กลายเป็นธุรกิจที่ต้องจับตามองของตลาดกาแฟของประเทศไทย โดยที่ธุรกิจร้านกาแฟแบรินด์เนมจากต่างประเทศได้ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟของคนไทยรับเอารูปแบบวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาก่อให้เกิดการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปมากโดยเริ่มนิยมดื่มกาแฟเพื่อความบันเทิงและมีความต้องการประสบการณ์การดื่มกาแฟที่หลากหลาย ในร้านกาแฟ (Café) ที่มีบรรยากาศและการตกแต่งร้านที่ทันสมัยมีความรื่นรมย์สวยงามแปลกตาเหมาะสมกับการนั่งดื่มกาแฟพบปะพูดคุยหรือชื่นชมกับการจัดแสดงผลงานทางศิลปะ จึงทำให้เกิดการพัฒนา รูปแบบและเอกลักษณ์ของร้านให้โดดเด่น เช่น การตกแต่งร้านในยุค 60s-70s หรือตกแต่งแบบโมเดิร์น วินเทจ รวมทั้งใช้เมล็ดกาแฟคั่วบดที่มีรสชาติเฉพาะตัวผ่านการชงด้วยเครื่องชงที่ทันสมัย และการนำเสนอขายอาหารจานเดียวประเภทอาหารยุโรป อาหารพิวซัน หรือขนมอบเบเกอรี่ (Bakery) ควบคู่ไปด้วย จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ (Café) หลายแห่งต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งและตอบสนองความต้องการผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

ขณะเดียวกันดังที่กล่าวถึงความนิยมในร้านกาแฟ (Café) ส่งผลให้ร้านหลายแห่งได้พัฒนาปรับปรุงมาเรื่อย ๆ จนกระทั่งเกิดเป็นรูปแบบร้านกาแฟและแกลลอรีที่มีการตกแต่งรวมทั้งอาจจะมี การจัดแสดงผลงานศิลปะในแบบแกลลอรีและปรับปรุงร้านให้มีความทันสมัยนิยมและตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ทำให้เกิดมีรูปแบบร้านที่

หลากหลายตามทำเลที่ตั้งและกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) จัดว่ามีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำนวนมากและหลากหลาย เช่น วัดสำคัญ พระบรมมหาราชวัง พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ ชุมชนเยาวราช เป็นต้น ส่งผลให้มีร้านกาแฟและแกลลอรี เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย (Popular Cultural Tourist) อีกทั้งกระแสความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยที่นิยมเข้าร้านกาแฟ(Café) ที่มีการตกแต่งร้านในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ หูหระ สวยงาม มีบรรยากาศที่รื่นรมย์เหมาะสำหรับการใช้เป็นสถานที่พบปะพูดคุยกันเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นผลทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับรูปแบบและลักษณะการดำเนินงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวในกลุ่มดังกล่าว ทั้งในด้านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่ต้องเน้นการสร้างสรรค์และเสนอแนวคิดใหม่ๆ ที่มีความโดดเด่นกว่าคู่แข่งในกิจการแบบเดียวกัน ซึ่งผู้ประกอบการอาจจะต้องปรับปรุงรูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรี

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบ ลักษณะการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรีในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เฉพาะเขตพระนคร ,ป้อมปราบศัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์ การจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการจัดการด้านการตลาด (ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps) รวมถึงศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)ได้ ทำให้เข้าใจถึงการบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจและการใช้กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินงานร้านกาแฟและแกลลอรีในเขตพื้นที่ดังกล่าว หากเมื่อศึกษาวิจัยเสร็จแล้วสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจเริ่มต้นทำธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรีเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย รวมทั้งผู้ประกอบการในกลุ่มร้านกาแฟและแกลลอรีสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการและสามารถกำหนดกลยุทธ์หรือนโยบายให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยได้ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรีในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)
2. เพื่อศึกษาการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรีเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)

สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลของกิจการร้านกาแฟและแกลลอรี อันประกอบด้วยรูปแบบของกิจการ เงินลงทุนกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่แตกต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจประเภทร้านกาแฟและแกลลอรี ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)เฉพาะเขตพระนคร, ป้อมปราบศัตรูพ่ายและสัมพันธวงศ์ พบว่ามีความแตกต่างกัน
2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางการตลาดเพื่อพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย จะส่งผลให้มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรี ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)เฉพาะเขตพระนคร ,ป้อมปราบศัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตการณ์ (Observation) ทั้งเจ้าของกิจการและลูกค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และน่าเชื่อถือมากที่สุด

→ แหล่งข้อมูล ?

→ แหล่งข้อมูล ?
ผู้ให้ข้อมูล
เป็นร้านค้า
ในเขตพระนคร

1. การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลตามกรอบแนวคิดทบทวนวรรณกรรม โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เฉพาะเขตพระนคร , ป้อมปราบศัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์ โดยได้มาของข้อมูลด้วยวิธีดังนี้

1.1 การสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านต่างๆของกลยุทธ์ในการดำเนินงานของ “ร้านกาแฟและแกลลอรี” ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) จึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ดังต่อไปนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านกาแฟและแกลลอรี กลุ่มลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลโดยการเข้าสังเกตในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย “ร้านกาแฟและแกลลอรี” และเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมร้านกาแฟและแกลลอรี เพื่อให้ได้ข้อมูลของกิจกรรมรูปแบบรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆอย่างละเอียดรอบด้าน

1.3 เอกสารจากแหล่งข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลรวบรวมเอกสารจากแหล่งข้อมูล ได้แก่ รูปภาพ เอกสารแผ่นพับ เว็บไซต์ เป็นต้น เพื่อนำมาประกอบการวิจัยครั้งนี้

2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้คือ

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านกาแฟและแกลลอรี กลุ่มลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ตอบ

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ ข้อมูลที่มีผู้เรียบเรียงและรวบรวมไว้แล้วได้แก่ ตำรา เอกสาร บทความ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากสื่อวันตรกรรมสมัยใหม่

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview form) ที่เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่สอบถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรีและลูกค้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เฉพาะเขตพระนคร, ป้อมปราบศัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์ มีจำนวนดังนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรี จำนวน 20 แห่ง จำนวนลูกค้าชาวไทย 200 คน และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 100 คน

4. เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย การศึกษานี้ใช้เครื่องมือในการดำเนินการวิจัยคือเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) In-depth Interview

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการร้านกาแฟและแกลลอรี เกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน ความสามารถในการแข่งขัน กลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรีเพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามสำหรับลูกค้าและนักท่องเที่ยวในด้านส่วนประสมทางการตลาด บริการและพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคในการเลือกใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟและแกลลอรี ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) ซึ่งผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ต่อผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant Interview) เป็นการซักถามผู้ประกอบการและลูกค้าที่มาใช้บริการของร้านกาแฟและแกลลอรี ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) โดยมีการซักถามแบบบูรณาการ ให้เกิดความกลมกลืนในการเข้าไปสัมภาษณ์และเป็นกันเอง

4.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observations)

ผู้วิจัยดำเนินการโดยการร่วมกิจกรรมและทำการศึกษาลักษณะที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษาในแง่ต่างๆ ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายร้านกาแฟและแกลลอรี เช่น กิจกรรมของร้านกับลูกค้า ศักยภาพของผู้ประกอบการสภาพแวดล้อมของร้านกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อุปกรณ์ที่ใช้ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ สมุดบันทึก ภายใต้ประเด็นการสังเกตในพื้นที่ดังต่อไปนี้ ผู้วิจัยดำเนินการสอบถามโดยใช้แบบบันทึก สังเกต ฝ้าดูลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟและแกลลอรี พิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อนำมาประกอบข้อมูลจากส่วนอื่นที่ได้รวบรวมมา รวมทั้งศึกษาศักยภาพร้านกาแฟและแกลลอรีที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่มาลำดับเหตุการณ์ เรียบเรียงวิเคราะห์และพรรณนาการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทำการแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นต่างๆ และวิเคราะห์เนื้อหาให้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล วิเคราะห์และปรับแนวกระบวนการวางแผนไปพร้อมกัน เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลที่สัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่ได้รับจากการสำรวจพื้นที่และทฤษฎี หลักการพัฒนา โดยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาตีความ แยกประเด็น จัดกลุ่มในกรอบความเป็นไปได้และความเหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวางแผนการพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เพื่อให้เกิดการเตรียมความพร้อมด้านอื่นๆในการรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวในอนาคตการกำหนดแนวทางกลยุทธ์ต่างๆในการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งแนวทางสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆที่จะส่งผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของการพัฒนา การดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ศึกษาเอาไว้อย่างยั่งยืนด้านข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกถือเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อใช้ทำการวิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อประเมินร้านกาแฟและแกลลอรีและนำข้อมูลมาสรุปประเด็นเนื้อหา ในการเตรียมการวางแผนแนวทางการพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) ต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรีเพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาร้านกาแฟและแกลลอรีที่เปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิมเพื่อสอดคล้องกับกลยุทธ์และความต้องการของลูกค้าและนักท่องเที่ยวจนสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) ได้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัดส่วนระหว่างเพศชายร้อยละ 59.7 และเพศหญิงร้อยละ 51.3 มีอายุ 30 – 39 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนและนักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนช่วงระหว่าง 15,001 – 25,000 บาทมากที่สุดและมีการศึกษาระดับปริญญาตรีตรี โดยอาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป ผู้มาใช้บริการในร้านกาแฟและแกลลอรี ส่วนใหญ่มาใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และใช้เวลาในร้านร้านกาแฟและแกลลอรีเป็นจำนวน 2-3 ชั่วโมง พบว่าจำนวนสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)รวมทั้งร้านกาแฟและแกลลอรีมีจำนวนมากกว่า 3 แห่งต่อครั้ง และผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับร้านกาแฟและแกลลอรีส่วนใหญ่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ตและการเดินทางไปร้านกาแฟและแกลลอรีส่วนใหญ่ใช้บริการขนส่งสาธารณะ ซึ่งค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในร้านกาแฟและแกลลอรีต่อคนอยู่ที่จำนวนเฉลี่ย 150-200 บาทต่อคน ส่วนเหตุผลหลักที่มาใช้บริการร้านกาแฟและแกลลอรี คือ ความดึงดูดใจของสถานที่ การตกแต่ง และกิจกรรม ส่วนการเดินทางมาใช้บริการด้วยการวางแผนการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะและการเดินทางใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและครอบครัว ซึ่งในช่วงระหว่างการเดินทางมาใช้บริการร้านกาแฟและแกลลอรีปัญหาที่พบส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีบริการไม่หลากหลาย และสถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการคิดว่าจะเดินทางมาใช้บริการร้านกาแฟและแกลลอรีนั้นๆ อีกครั้ง

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาและการใช้นวัตกรรมของร้านกาแฟและแกลลอรีในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและนักท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยด้านความสวยงาม ความประทับใจ และภูมิทัศน์โดยรอบของร้าน เป็นปัจจัยอันดับแรกที่มีความจำเป็นในการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี ส่วนปัจจัยรองคือ การจัดให้มีกิจกรรมเสริมในร้านกาแฟและแกลลอรี ในส่วนปัจจัยด้านราคาที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือราคาของกาแฟและเบเกอรี่ ขณะที่การจัดที่ตั้งของร้านกาแฟและแกลลอรีให้ชัดเจน มองเห็นได้ง่ายเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทางช่องทางให้บริการ ณ ร้านกาแฟและแกลลอรีมากที่สุด ในด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ต้องการการประชาสัมพันธ์ทางสื่ออินเทอร์เน็ต ออนไลน์ เป็นหลักสำคัญอันดับต้น ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือการให้ส่วนลดหรือการมีโปรโมชั่นประเภทแถมฟรี เมื่อซื้อครบตามกำหนด ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีต่อการเลือกใช้บริการมาก

ที่สุด คือ พนักงานผู้ให้บริการในร้านกาแฟและแกลลอรีมีความเอาใจใส่เป็นกันเองและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด คือ ความรวดเร็วและความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า และปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด คือ การให้บริการ Free Wi-Fi ปัจจัยด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพที่สำคัญมากที่สุดคือ สภาพแวดล้อมของร้านกาแฟและแกลลอรีสามารถเข้าถึงได้สะดวก สะอาด มีระเบียบ การตกแต่งสวยงามและแปลกตา ส่วนปัจจัยที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองเป็นสิ่งที่รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการและคุณภาพการบริการต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรีมากที่สุด คือ การให้ความสำคัญกับบรรยากาศ และให้ความสำคัญกับความสะอาด ด้านการจัดการขนส่งกายภาพในเขตที่ตั้งร้านกาแฟและแกลลอรีต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรีมากที่สุด คือ การเดินทางเข้าถึงแหล่งร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตที่ตั้งโดยได้ง่าย ด้านการพัฒนาการจัดการนวัตกรรมและสารสนเทศต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรีมากที่สุด คือ การให้ข้อมูลด้านกิจกรรมร้านกาแฟและแกลลอรี ด้านความเคลื่อนไหวด้านการเงินต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรีมากที่สุด คือ ความสะดวกจากระบบรับบริการชำระเงิน เพื่อซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ด้านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรีมากที่สุด คือ การพัฒนาแอปพลิเคชันบนสื่อออนไลน์ หรือสมาร์ทโฟนและการพัฒนาเว็บไซต์ของร้านกาแฟและแกลลอรี ด้านขอบข่ายของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรีมากที่สุด คือ การเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าของที่ระลึกของฝากจำหน่าย ด้วยการส่งและส่งในช่องทางผู้ให้บริการการขนส่ง ด้านลักษณะของสื่อ นวัตกรรมที่นำเสนอต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรีมากที่สุด คือ การทำสื่อหรือภาพประกอบให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวเห็นอย่างชัดเจน และด้านการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรีมากที่สุด คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานการจัดการร้านกาแฟและแกลลอรี

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน ความสามารถในการแข่งขัน กลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรีเพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ประกอบการร้านกาแฟและแกลลอรีในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) พบว่า ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการในการดูแลหรือมีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรีมีมากกว่า 3 – 5 ปี ส่วนงบประมาณที่ใช้ในการบริหารจัดการร้านเงินส่วนใหญ่มาจากการรวมหุ้นและเงินทุนส่วนตัว ในด้านศักยภาพแนวทางการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรีเพื่อนำไปปรับปรุงเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยว ส่วนมากเห็นว่าความน่าสนใจของเครื่องดื่ม อาหาร ขนมเบเกอรี่ และกิจกรรมภายในร้านสามารถดึงดูดลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด ด้านการตั้งราคาสินค้าและบริการสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การนำเสนอรายการอาหารและเครื่องดื่มใหม่ๆ ด้านการให้บริการปัจจุบันสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การให้บริการของพนักงานและการจัดการตกแต่งของร้าน ด้านการประชาสัมพันธ์ร้านกาแฟและแกลลอรีสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การใช้ นวัตกรรมสมัยใหม่และสื่ออินเทอร์เน็ต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในและภายนอกสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การเสนอรายการอาหาร ขนมเบเกอรี่และเครื่องดื่มใหม่ๆ ด้านกระบวนการให้บริการ ณ ร้านกาแฟและแกลลอรีสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ จำนวนพนักงานผู้ให้บริการที่เพียงพอต่อลูกค้าและนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการในเขตพื้นที่ที่เหมาะสมสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การได้รับการแก้ไขปัญหาการจราจรและบริการที่จอดรถ ด้านความสะดวกในการใช้จ่ายสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความสะดวกจากระบบการรับบริการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ ด้านความสามารถในการรองรับลูกค้าและนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การจัดระบบการจราจร ด้านการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวร่วมกับร้านกาแฟและแกลลอรี คือ ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมร้านกาแฟและแกลลอรีและนำสินค้าชุมชนมาฝากขายร่วมกัน

ส่วนในด้านอุปสรรคของการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรีคือ เงินลงทุนและความคิดเห็นที่แตกต่างกันของหุ้นส่วน ด้านสิ่งที่สนับสนุนช่วยเหลือการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี คือ ได้รับการนำเสนอผ่านช่องทาง youtube ผ่าน youtuber

และด้านสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตที่ตั้งร้านกาแฟและแกลลอรีในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) ในปัจจุบัน คือ สถานการณ์โรคระบาด covid-19

สรุปผลและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรีเพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) นี้ ผู้วิจัยนำประเด็นที่ศึกษามาอภิปรายผลได้ดังนี้ พบว่าลูกค้าและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งผู้ประกอบการร้านกาแฟและแกลลอรีสามารถแข่งขันกันได้ตามทรัพยากรที่มีอยู่ของตนเองและแต่ละแห่งสามารถสร้างความแตกต่างของร้านตนเองอย่างชัดเจน (Differentiation) เนื่องจากเขตพื้นที่ตั้งอยู่ในเขตแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างหลากหลาย เช่น ร้าน Lhong Tou café ที่อยู่พื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ในแหล่งท่องเที่ยวย่านเยาวราชจะมีการตกแต่งร้านที่มีอัตลักษณ์แบบจีน และรายการอาหารเครื่องดื่มในแบบจีนฟิวชั่น เป็นต้น ขณะเดียวกันการนำเอากลยุทธ์จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน (swot) ของตน เพื่อนำกลยุทธ์นั้นมาใช้จะช่วยสร้างรายได้เปรียบได้ในระดับหนึ่งซึ่งตามหลักการตลาดแล้วผู้นำสิ่งใหม่และแตกต่างมาใช้ก่อนจะเป็นผู้นำทางการตลาดสามารถสร้างส่วนแบ่งการตลาดได้สูง เช่น ร้านบ้านขนมปังจิง (Gingerbread House & Gallery) ในเขตพระนครได้ใช้รูปแบบอาคารไม้เก่าอายุร้อยกว่าปี ลักษณะแบบสถาปัตยกรรมขนมปังจิง (Gingerbread House architecture) และการนำเสนอการเสิร์ฟเครื่องดื่มและขนมไทยในภาชนะที่ทำให้เกิดคว้นลอยโดยรอบนั้น มาสร้างจุดสนใจแก่ลูกค้าทั้งยังมีโอกาสได้ถ่ายทอดบรรยากาศบริเวณเสาชิงช้า(ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร)อีกด้วย เป็นต้น

กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจของร้านกาแฟและแกลลอรี คือ การมุ่งเน้นตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะ หรือ focus strategy โดยกลุ่มธุรกิจดังกล่าวในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) ที่ทำการวิจัยครั้งนี้ จะมุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มวัยทำงานและนักท่องเที่ยวที่สนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการบริการอื่นๆของร้านกาแฟและแกลลอรีมุ่งเน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะให้มากกว่านี้ซึ่งจะสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ ได้ จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละด้านและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคนำมาบูรณาการร่วมกันจะทำให้สามารถวิเคราะห์ลูกค้าได้ชัดเจนมากขึ้น และสามารถใช้ในการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่ธุรกิจและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น เช่น ร้าน Wallflowers Café ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย ได้นำเสนอเมนูเครื่องดื่มเมนู Filter - Nitro Cold Brew ที่สกัดจากกาแฟดำเมล็ดพันธุ์ของ Ethiopia Nekkisse จากนั้นอัดแก๊ส CO2 เข้าไป เพื่อเร่งปฏิกิริยาทำให้กาแฟมีโฟมนุ่ม ๆ คล้ายกับฟองเบียร์ ซึ่งรสชาติของกาแฟที่ได้นั้นจะออกแนวFruity และได้เสนอผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบดของร้านที่ใช้ตรา (Brand) ของตนเองบรรจุภายใต้แนวคิด Summer Blend Cold Brew บรรจุในขวดที่มีหลากหลายรสชาติให้ลูกค้าซื้อกลับไปอีกด้วย

ขณะที่ผู้ประกอบการและหุ้นส่วนที่มีความเสียสละเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค มีการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรี ที่ชัดเจนและเหมาะสมกับพื้นที่ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีการวางแผนการผลิตไวล่วงหน้าสำหรับการความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือการผลิต และมีกำลังคนไม่ขาดช่วง มีการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ และมีการส่งเสริมในการพัฒนากิจกรรม การออกแบบและการตกแต่งแกลลอรีอย่างเหมาะสมสม่ำเสมอ สนับสนุนในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยี สนับสนุนให้มีการสร้างความโดดเด่นทางผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ของร้านกาแฟและแกลลอรีให้แก่ลูกค้า เช่น ร้าน Ha Tein Café มีทำเลที่ตั้งอยู่ในชุมชนท่าเตียนบนเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งร้านมีเรื่องราว(The Story of Ha Tien) อาคารลักษณะภูมิสถาปัตย์เป็นตึกแถวโครงสร้างเดิม ถูกตกแต่งในรูปแบบ Oriental (จีน) ที่มีของสะสมเป็นแกลลอรีในรูปแบบเดียวกัน อีกทั้งพนักงานได้รับการฝึกอบรมในเรื่องผลิตภัณฑ์ต่างๆอย่างแม่นยำ และบริการได้อย่างรวดเร็ว ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับปรุงและนำเสนอเมนูใหม่ๆ อาทิ กาแฟมะตูม (Rose Latte) ที่ใช้กาแฟคั่วบดเองมีลักษณะพิเศษโดยใช้ไซรัปมะตูมที่ร้านทำขึ้นเอง ทำให้ลูกค้าได้รับรสสัมผัสที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ในด้านการส่งเสริมการตลาดร้านได้สร้างช่องทางสื่อสารออนไลน์ด้วยช่องทาง Facebook Page , Instagram และ Line@ รวมทั้งช่องทางสื่อกลาง อาทิ wongnai เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สราวุธ พุฒนวล (2562) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรสชาติอร่อยบรรจุภัณฑ์สวยงามจึงควรกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมีความเหมาะสมให้ตรงกับกลุ่มลูกค้า

เป้าหมายมากขึ้น ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของกาแฟ และเหมาะสมกับปริมาณ มีเมนูที่กำหนดราคาอย่างชัดเจนซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่การจัดจำหน่ายพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับที่ตั้งสะดวก สะดวกเห็นง่าย ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกที่จะเข้ามาใช้บริการ มีการตกแต่งร้านหรือพื้นที่ให้ดูสวยงาม สะดวก แต่ควรมีการปรับปรุงสถานที่จอดรถให้เพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ของร้านมีความน่าสนใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ควรรักษาระดับมาตรฐานนี้ไว้ แต่ควรมีบัตรสะสมจำนวนการใช้บริการเพื่อชิงโชค ด้านบุคคล พนักงานที่มีความรู้และความสามารถที่พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจพนักงานให้บริการ ควรรักษาระดับมาตรฐานนี้ไว้ ด้านกระบวนการให้บริการพบว่า กระบวนการชงกาแฟ มีความรวดเร็วอุปกรณ์ในการชงกาแฟมีความสะอาด มีความรวดเร็วในการให้บริการ ลูกค้า มีความรวดเร็ว ถูกต้องในการคิดเงิน ควรรักษามาตรฐานกระบวนการให้บริการนี้ไว้ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า บรรยากาศของร้านน่าใช้ บริการการตกแต่งภายในและภายนอกร้านสวยงาม ภายในร้านมีแสงสว่างเพียงพอ อากาศ ถ่ายเทได้สะดวก และควรมีห้องน้ำไว้บริการลูกค้าอย่างเพียงพอและสะอาด

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอก ด้านการแข่งขันทางการตลาด ควรมีวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของร้าน และการนำเสนอกลยุทธ์ที่หลากหลาย ให้เกิดมีการแข่งขันในการปรับเปลี่ยนแบบผลิตภัณฑ์จากหลายกลุ่มอย่างต่อเนื่อง และมีเทคนิคหรือวิธีการที่ส่งเสริมการเพิ่มยอดขายจากหลายกลุ่ม ด้านศักยภาพทางการตลาด ควรทำการสำรวจความต้องการของลูกค้าและนักท่องเที่ยว เพื่อนำผลมาปรับปรุงคุณภาพรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามตรงตามความต้องการของลูกค้า

ผู้ประกอบการควรศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในแต่ละปัจจัยทางกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของกาแฟ กลยุทธ์ด้านการตกแต่งทางกายภาพ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟ และกลยุทธ์ หรือการส่งเสริมการขายในเชิงธุรกิจ เพื่อให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อไปในการวางแผนการตลาด

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำเป็นต้องส่งเสริมให้มีการผลิตหรือพัฒนาสินค้า ลักษณะการตกแต่งทางกายภาพที่มีความแตกต่างเพิ่มมากขึ้นจากเดิม ผู้ประกอบการควรสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และทำการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ

ผู้ประกอบการควรศึกษากลุ่มตัวอย่างนอกเหนือจากพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เพื่อจะทำให้ได้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคร้านกาแฟและกลยุทธ์ทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นเนื่องจากพื้นที่ที่แตกต่างกันจะมีความแตกต่างด้านอิทธิพลในการเลือกซื้อร้านกาแฟและกลยุทธ์ และได้รับข้อมูลที่น่าวิเคราะห์และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้ศึกษาวิจัยควรศึกษาเพิ่มเติมหรือดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งอาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอยู่ นี้ ตามแนวโน้มการพัฒนาธุรกิจของตลาด เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางนโยบายเชิงรุกของคู่แข่งในขณะนั้น อีกทั้งผู้วิจัยควรศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

ผู้ศึกษาวิจัยควรศึกษาเพิ่มเติมกลุ่มตัวอย่างนอกเหนือจากพื้นที่เดิม เช่น เขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดท่องเที่ยวเมืองใหญ่ เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนซึ่งในพื้นที่ที่แตกต่างกันจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีปัจจัยตัวแปรที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ โรจน์เรืองรัตน์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟริมเมืงบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐวรรณ ศิริพันธ์พิริยะ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ร้านกาแฟในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ตุลา มหาพสุธานนท์.(2554).หลักการจัดการ Principle of Management. กรุงเทพมหานคร:พี เอ็น เค แอนด์สกายพริ้นตังส์.
- พาฝัน ตันตัยย์. (2543). การดำเนินงานของธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ร้าน Ha Tein Café ค้นวันที่ 12 มกราคม 2564. จาก <https://www.facebook.com/hatiencafebkk/>
- ร้าน Lhong Tou café ค้นวันที่ 14 มกราคม 2564. จาก <https://www.facebook.com/Lhongtou/>
- ร้าน Wallflowers Café ค้นเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2564. จาก <https://www.bkkmenu.com/eat/we-recommend/wallflowers-cafe.html>
- สรารุช พุฒนวล. (2562). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง. รายงานการวิจัยทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีงบประมาณ 2562.
- อติทยา จินตามณี. (2553). ความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโยเกิร์ตของลูกค้าในร้าน Red mango ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (2010). Service productivity, quality and innovation:Implications for service-design practice and research. International Journal of Quality and Service Sciences, 2(3), 277-286.