**กลยุทธ์ในการดําเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรี่เพื่อพัฒนาให้เป็นการทองเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)**

**จิรัฏฐิตติ สันต๊ะยศ และวีรยุทธ จันทร์สิงห์**

สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

E-mail : his\_47@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรี่ และการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรี่เพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรี่ ผู้ประกอบการมีตราสินค้า (BRAND) เป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง มีรูปแบบร้านเป็นอาคารอิสระหรือห้องเช่าที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เฉพาะเขตพระนคร ป้อมปราบศรัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์ จำนวน 20 ผู้ประกอบการ โดยศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินงานร้านกาแฟและแกลลอรี่ เรื่องทั่วไปเกี่ยวกับกาแฟ รูปแบบการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรี่ ลักษณะการดำเนินงาน การจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการจัดการด้านการตลาด(ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps) รวมถึงศึกษากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การตลาด เพื่อให้พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)ได้ ผลการศึกษาพบว่า 1. ข้อมูลของกิจการร้านกาแฟและแกลลอรี่อันประกอบด้วยรูปแบบของกิจการ เงินลงทุนกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่แตกต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจประเภทร้านกาแฟและแกลลอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) พบว่ามีความแตกต่างกัน 2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางการตลาดเพื่อพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย ได้มีผลส่งเสริมให้มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)เฉพาะเขตพระนคร ป้อมปราบศรัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์

คำสำคัญ : กลยุทธ์ในการดำเนินงาน , ร้านกาแฟและแกลลอรี่ , การท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย

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

**Chiratthitti Santayot and Weerayut Junsing**

**Bachelor of Arts Program** **Integrated Tourism Management Innovation**

**Rattana Bundit University**

E-mail : his\_47@hotmail.com

**ABSTRACT**

The purpose of this study To study operation strategy and competitiveness of coffee shop and gallery and setting strategy for operation of coffee shop and gallery to develop a modern cultural tourism in Bangkok. (Inner City) The sample is 20 coffee shops and gallery enterpreneurs 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, operation 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 gallery 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 บทบาทของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศนับว่าส่งผลต่อการส่งเสริมรายได้จากเงินตราต่างประเทศได้เป็นอย่างดี การท่องเที่ยวได้กลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเนื่องจากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยตรงและการกระตุ้นการลงทุนได้ส่งผลดีต่อการเติบโตทางการเงินในระบบเศรษฐกิจหลายประการทั้งรายได้จากแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก การขนส่ง การสร้างงานและการสร้างโอกาสทางธุรกิจ รายได้ของชุมชน เงินตราจากต่างประเทศ การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทุกส่วน รวมถึงการนำเข้าและส่งออกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในระบบเศรษฐกิจของประเทศทั้งสิ้น

หากกล่าวถึงการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้กลายเป็นตัวเลือกใหม่ของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางวัฒนธรรมสมัยใหม่เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่ทันสมัย เช่น การเดินทางท่องเที่ยวสวนสนุก ห้างสรรพสินค้า การแสดงคอนเสิร์ต งานแข่งกีฬา ร้านกาแฟและแกลลอรี่ เป็นต้น ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงและการเรียนรู้ผ่านทางการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว อีกทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนับเป็นหนึ่งในประเด็นที่เป็นวาระสำคัญที่ต้องนำไปสู่การพัฒนาที่เป็นรูปธรรมของประเทศ เพราะนอกจากจะสร้างการเติบโตให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหลักที่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศแล้ว ยังเป็นการรักษาความสมดุลระหว่างการส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมกับการอนุรักษ์และผสมผสานทางวัฒนธรรม ที่ต้องใช้ความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน ชุมชน และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องในการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมซึ่งจะส่งผลดีไม่เพียงแต่ด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเท่านั้นแต่ยังส่งผลดีต่อยุทธศาสตร์ของชาติอีกด้วย

กรณีร้านกาแฟและแกลลอรี่ ที่ถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยนั้นพบว่า “กาแฟ” ในอดีตเป็นเครื่องดื่มที่มีกลิ่นและรสชาติเป็นเอกลักษณ์เป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วโลกที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน และกาแฟกลายเป็นหนึ่งในเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ วัยทำงาน และคนที่ใช้ชีวิตอยู่ในสังคมเมืองได้หันมาบริโภคกาแฟกันมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้อัตราการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟ (Café) ในประเทศมีอัตราสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดธุรกิจร้านกาแฟ(Café) ที่เป็นตราสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนและเกิดการกระตุ้นทางการตลาดของร้านกาแฟ(Café) อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความตื่นตัวอย่างมากส่งผลให้อัตราการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟ (Café) ทั้งขนาดเล็กและใหญ่ในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงระยะเวลา 5-6 ปีที่ผ่านมา สามารถพบเห็นร้านกาแฟ(Café) ปรากฏตามสถานที่ต่างๆ ทั่วไป แม้ว่าจะเป็นร้านกาแฟโบราณที่เป็นรถเข็น จนถึงร้านกาแฟ (Café) แบรนด์เนมจากต่างประเทศ ตลอดจนถึงร้านกาแฟและแกลลอรี่ที่กลายเป็นธุรกิจที่ต้องจับตามองของตลาดกาแฟของประเทศไทย โดยที่ธุรกิจร้านกาแฟแบรนด์เนมจากต่างประเทศได้ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคกาแฟของคนไทยรับเอารูปแบบวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาก่อให้เกิดการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปมากโดยเริ่มนิยมดื่มกาแฟเพื่อความบันเทิงและมีความต้องการประสบการณ์การดื่มกาแฟที่หลากหลาย ในร้านกาแฟ(Café) ที่มีบรรยากาศและการตกแต่งร้านที่ทันสมัยมีความรื่นรมย์สวยงามแปลกตาเหมาะกับการนั่งดื่มกาแฟพบปะพูดคุยหรือชื่นชมกับการจัดแสดงผลงานทางศิลปะ จึงทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบและเอกลักษณ์ของร้านให้โดดเด่น เช่น การตกแต่งร้านในยุค 60s-70s หรือตกแต่งแบบโมเดิร์น วินเทจ รวมทั้งใช้เมล็ดกาแฟคั่วบดที่มีรสชาติเฉพาะตัวผ่านการชงด้วยเครื่องชงที่ทันสมัย และการนำเสนอขายอาหารจานเดียวประเภทอาหารยุโรป อาหารฟิวชั่น หรือขนมอบเบเกอรี่(Bakery) ควบคู่ไปด้วย จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ(Café) หลายแห่งต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งขันและตอบสนองความต้องการผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

ขณะเดียวกันดังที่กล่าวถึงความนิยมในร้านกาแฟ(Café) ส่งผลให้ร้านหลายแห่งได้พัฒนาปรับปรุงมาเรื่อย ๆ จนกระทั่งเกิดเป็นรูปแบบร้านกาแฟและแกลลอรี่ที่มีการตกแต่งรวมทั้งอาจจะมีการจัดแสดงผลงานศิลปะในแบบแกลลอรี่และปรับปรุงร้านให้มีความทันสมัยนิยมและตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ทำให้เกิดมีรูปแบบร้านที่หลากหลายตามทำเลที่ตั้งและกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) จัดว่ามีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำนวนมากและหลากหลาย เช่น วัดสำคัญ พระบรมมหาราชวัง พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ ชุมชนเยาวราช เป็นต้น ส่งผลให้มีร้านกาแฟและแกลลอรี่ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย (Popular Cultural Tourist) อีกทั้งกระแสความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยที่นิยมเข้าร้านกาแฟ(Café) ที่มีการตกแต่งร้านในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ หรูหรา สวยงาม มีบรรยากาศที่รื่นรมย์เหมาะสำหรับการใช้เป็นสถานที่พบปะพูดคุยกันเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นผลทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับรูปแบบและลักษณะการดำเนินงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวในกลุ่มดังกล่าว ทั้งในด้านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่จะต้องเน้นการสร้างสรรค์และเสนอแนวคิดใหม่ๆ ที่มีความโดดเด่นกว่าคู่แข่งขันในกิจการแบบเดียวกัน ซึ่งผู้ประกอบการอาจจะต้องปรับปรุงรูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรี่

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบ ลักษณะการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เฉพาะเขตพระนคร ,ป้อมปราบศรัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์ การจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการจัดการด้านการตลาด (ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps) รวมถึงศึกษากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)ได้ ทำให้เข้าใจถึงการบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจและการใช้กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินงานร้านกาแฟและแกลลอรี่ในเขตพื้นที่ดังกล่าว หากเมื่อศึกษาวิจัยเสร็จแล้วสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจเริ่มต้นทำธุรกิจร้านร้านกาแฟและแกลลอรี่เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย รวมทั้งผู้ประกอบการในกลุ่มร้านกาแฟและแกลลอรี่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการและสามารถกำหนดกลยุทธ์หรือนโยบายให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยได้ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

**วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)

2. เพื่อศึกษาการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรี่เพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)

**สมมติฐานการวิจัย**

1. ข้อมูลของกิจการร้านกาแฟและแกลลอรี่ อันประกอบด้วยรูปแบบของกิจการ เงินลงทุนกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่แตกต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจประเภทร้านกาแฟและแกลลอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)เฉพาะเขตพระนคร, ป้อมปราบศรัตรูพ่ายและสัมพันธวงศ์ พบว่ามีความแตกต่างกัน

2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางการตลาดเพื่อพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย จะส่งผลให้มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟและแกลลอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เฉพาะเขตพระนคร ,ป้อมปราบศรัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์

**วิธีดำเนินการวิจัย**

 การวิจัยนี้มุ่งทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตการณ์ (Observation) ทั้งเจ้าของกิจการและลูกค้าเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และน่าเชื่อถือมากที่สุด

**1. การเก็บข้อมูล** ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลตามกรอบแนวคิดทบทวนวรรณกรรม โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เฉพาะเขตพระนคร ป้อมปราบศรัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์ โดยได้มาของข้อมูลด้วยวิธีดังนี้

1.1 การสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านต่างๆของกลยุทธ์ในการดำเนินงานของ “ร้านกาแฟและแกลลอรี่” ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) จึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ดังต่อไปนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านกาแฟและแกลลอรี่ กลุ่มลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลโดยการเข้าสังเกตในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย “ร้านกาแฟและแกลลอรี่” และเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมร้านกาแฟและแกลลอรี่ เพื่อให้ได้ข้อมูลของกิจกรรมรูปแบบรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆอย่างละเอียดรอบด้าน

 1.3 เอกสารจากแหล่งข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลรวบรวมเอกสารจากแหล่งข้อมูล ได้แก่ รูปภาพ เอกสารแผ่นพับ เวปไซด์ เป็นต้น เพื่อนำมาประกอบการวิจัยครั้งนี้

 **2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย** ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้คือ

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านกาแฟและแกลลอรี่ กลุ่มลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ตอบ

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

**3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ใช้วิธีแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview form) และตอบแบบสอบถามที่เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่สอบถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรี่และลูกค้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เฉพาะเขตพระนคร ป้อมปราบศรัตรูพ่าย และสัมพันธวงศ์ มีจำนวนดังนี้ 1)ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรี่ จำนวน 20 แห่ง 2) จำนวนลูกค้าชาวไทย 200 คน และ 3)จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 100 คน

**4. เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย** การศึกษานี้ใช้เครื่องมือในการดำเนินการวิจัยคือเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 แบบสอบถาม (Questionnaire)

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบสัมภาษณ์ (In-depth interview form) สำหรับผู้ประกอบการร้านกาแฟและแกลลอรี่ เกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน ความสามารถในการแข่งขัน กลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรี่เพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)

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

4.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observations)

ผู้วิจัยดำเนินการโดยการร่วมกิจกรรมและทำการศึกษาลักษณะที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษาในแง่ต่างๆ ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายร้านกาแฟและแกลลอรี่ เช่น กิจกรรมของร้านกับลูกค้า ศักยภาพของผู้ประกอบการ สภาพแวดล้อมของร้านกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อุปกรณ์ที่ใช้ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ สมุดบันทึก ภายใต้ประเด็นการสังเกตในพื้นที่ดังต่อไปนี้ ผู้วิจัยดำเนินการสอบถามโดยใช้แบบบันทึก สังเกต เฝ้าดูลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟและแกลลอรี่ พิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อนำมาประกอบข้อมูลจากส่วนอื่นที่ได้รวบรวมมา รวมทั้งศึกษาศักยภาพร้านกาแฟและแกลลอรี่ที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)

**5. การวิเคราะห์ข้อมูล** ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่มาลำดับเหตุการณ์ เรียบเรียง วิเคราะห์และพรรณนาการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะทำการแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นต่างๆ และวิเคราะห์เนื้อหาให้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล วิเคราะห์และปรับแนวกระบวนการวางแผนไปพร้อมกัน เพื่อเชื่อมปัจจัยที่สัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่ได้รับจากการสำรวจพื้นที่และทฤษฎี หลักการพัฒนา โดยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาตีความ แยกประเด็น จัดกลุ่มในกรอบความเป็นไปได้และความเหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวางแผนการพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เพื่อให้เกิดการเตรียมความพร้อมด้านอื่นๆในการรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวในอนาคตการกำหนดแนวทางกลยุทธ์ต่างๆในการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งแนวทางสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆที่จะส่งผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของการพัฒนา การดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ศึกษาเอาไว้อย่างยั่งยืนด้านข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกถือเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อใช้ทำการวิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อประเมินร้านกาแฟและแกลลอรี่และนำข้อมูลมาสรุปประเด็นเนื้อหา ในการเตรียมการวางแผนแนวทางการพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) ต่อไป

**ผลการวิจัย**

ผลการศึกษาเรื่องกลยุทธในการดําเนินงานของรานกาแฟและแกลลอรี่เพื่อพัฒนาให้เป็นการทองเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาร้านกาแฟและแกลลอรี่ที่เปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิมเพื่อสอดคล้องกับกลยุทธ์และความต้องการของลูกค้าและนักท่องเที่ยวจนสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) ได้ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัดส่วนระหว่างเพศชายร้อยละ 59.7 และเพศหญิงร้อยละ 51.3 มีอายุ 30 – 39 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนและนักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนช่วงระหว่าง 15,001 – 25,000 บาทมากที่สุดและมีการศึกษาระดับปริญญาตรีตรี โดยอาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป ผู้มาใช้บริการในร้านกาแฟและแกลลอรี่ ส่วนใหญ่มาใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และใช้เวลาในร้านร้านกาแฟและแกลลอรี่เป็นจำนวน 2–3 ชั่วโมง พบว่าจำนวนสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน)รวมทั้งร้านกาแฟและแกลลอรี่มีจำนวนมากกว่า 3 แห่งต่อครั้ง และผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับร้านกาแฟและแกลลอรี่ส่วนใหญ่ได้รับจากสื่ออินเตอร์เนต และการเดินไปยังร้านกาแฟและแกลลอรี่ส่วนใหญ่ใช้บริการขนส่งสาธารณะ ซึ่งค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในร้านกาแฟและแกลลอรี่ต่อคนอยู่ที่จำนวนเฉลี่ย 150-200 บาทต่อคน ส่วนเหตุผลหลักที่มาใช้บริการร้านกาแฟและแกลลอรี่ คือ ความดึงดูดใจของสถานที่ การตกแต่ง และกิจกรรม ส่วนการเดินทางมาใช้บริการด้วยการวางแผนการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ และการเดินทางใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและครอบครัว ซึ่งในช่วงระหว่างการเดินทางมาใช้บริการร้านกาแฟและแกลลอรี่ปัญหาที่พบส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวมีบริการไม่หลากหลาย และสถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการคิดว่าจะเดินทางมาใช้บริการร้านกาแฟและแกลลอรี่นั้นๆ อีกครั้ง

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาและการใช้นวัตกรรมของร้านกาแฟและแกลลอรี่ในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและนักท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยด้านความสวยงาม ความประทับใจ และภูมิทัศน์โดยรอบของร้าน เป็นปัจจัยอันดับแรกที่มีความจำเป็นในการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่ ส่วนปัจจัยรองคือ การจัดให้มีกิจกรรมเสริมในร้านกาแฟและแกลลอรี่ ในส่วนปัจจัยด้านราคาที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือราคาของกาแฟและเบเกอรี่ ขณะที่การจัดที่ตั้งของร้านกาแฟและแกลลอรี่ให้ชัดเจน มองเห็นได้ง่ายเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาด้านช่องทางให้บริการ ณ ร้านกาแฟและแกลลอรี่มากที่สุด ในด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ต้องการการประชาสัมพันธ์ทางสื่ออินเตอร์เน็ต ออนไลน์ เป็นหลักสำคัญอันดับต้น ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การให้ส่วนลดหรือการมีโปรโมชั่นประเภทแถมฟรี เมื่อซื้อครบตามกำหนด ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานผู้ให้บริการในร้านกาแฟและแกลลอรี่มีความเอาใจใส่เป็นกันเองและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด คือ ความรวดเร็วและความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า และปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด คือ การให้บริการ Free Wi-Fi ปัจจัยด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพที่สำคัญมากที่สุดคือ สภาพแวดล้อมของร้านกาแฟและแกลลอรี่สามารถเข้าถึงได้สะดวก สะอาด มีระเบียบ การตกแต่งสวยงามและแปลกตา ส่วนปัจจัยที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองเป็นสิ่งที่รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการและคุณภาพการบริการต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่มากที่สุด คือ การให้ความสำคัญกับบรรยากาศ และให้ความสำคัญกับความสะอาด ด้านการจัดการขนส่งกายภาพในเขตที่ตั้งร้านกาแฟและแกลลอรี่ต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่มากที่สุด คือ การเดินทางเข้าถึงแหล่งร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตที่ตั้งโดยได้ง่าย ด้านการพัฒนาการจัดการนวัตกรรมและสารสนเทศต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่มากที่สุด คือ การให้ข้อมูลด้านกิจกรรมร้านกาแฟและแกลลอรี่ ด้านความเคลื่อนที่ด้านการเงินต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่มากที่สุด คือ ความสะดวกจากระบบรับบริการชำระเงิน เพื่อซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ด้านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่มากที่สุด คือ การพัฒนาแอพลิเคชั่นบนสื่อออนไลน์ หรือสมาร์ทโฟนและการพัฒนาเว็บไซต์ของร้านกาแฟและแกลลอรี่ ด้านขอบข่ายของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่มากที่สุด คือ การเพิ่มช่องทางทางการตลาดสินค้าของที่ระลึกของฝากจำหน่าย ด้วยการสั่งและส่งในช่องทางผู้ให้บริการการขนส่ง ด้านลักษณะของสื่อนวัตกรรมที่นำเสนอต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่มากที่สุด คือ การทำสื่อหรือภาพประกอบให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวเห็นอย่างชัดเจน และด้านการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่มากที่สุด คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานการจัดการร้านกาแฟและแกลลอรี่

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน ความสามารถในการแข่งขัน กลยุทธ์ในการดำเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรี่เพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ประกอบการร้านกาแฟและแกลลอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) พบว่า ประสบการณ์ของผู้ประกอบการในการดูแลหรือมีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจร้านกาแฟและแกลลอรี่มีมากกว่า 3 – 5 ปี ส่วนงบประมาณที่ใช้ในการบริหารจัดการร้านเงินส่วนใหญ่มาจากการรวมหุ้นและเงินทุนส่วนตัว ในด้านศักยภาพแนวทางการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่เพื่อนำไปปรับปรุงเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยว ส่วนมากเห็นว่าความน่าสนใจของเครื่องดื่ม อาหาร ขนมเบเกอรี่และกิจกรรมภายในร้านสามารถดึงดูดลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด ด้านการตั้งราคาสินค้าและบริการสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การนำเสนอรายการอาหารและเครื่องดื่มใหม่ๆ ด้านการให้บริการปัจจุบันสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การให้บริการของพนักงานและการจัดการตกแต่งของร้าน ด้านการประชาสัมพันธ์ร้านกาแฟและแกลลอรี่สิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การใช้นวัตกรรมสมัยใหม่และสื่ออินเตอร์เน็ต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในและภายนอกสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การเสนอรายการอาหาร ขนมเบเกอรี่และเครื่องดื่มใหม่ๆ ด้านกระบวนการให้บริการ ณ ร้านกาแฟและแกลลอรี่สิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ จำนวนพนักงานผู้ให้บริการที่เพียงพอต่อลูกค้าและนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการในเขตพื้นที่ที่เหมาะสมสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การได้รับการแก้ไขปัญหาการจราจรและบริการที่จอดรถ ด้านความสะดวกในการใช้จ่ายสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความสะดวกจากระบบการรับบริการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ ด้านความสามารถในการรองรับลูกค้าและนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การจัดระบบการจราจร ด้านการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวร่วมกับร้านกาแฟและแกลลอรี่ คือ ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมร้านกาแฟและแกลลอรี่และนำสินค้าชุมชนมาฝากขายร่วมกัน

ส่วนในด้านอุปสรรคของการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่คือ เงินลงทุนและความคิดเห็นที่แตกต่างกันของหุ้นส่วน ด้านสิ่งที่สนับสนุนช่วยเหลือการพัฒนาร้านกาแฟและแกลลอรี่ คือ ได้รับการนำเสนอผ่านช่องทาง youtube ผ่าน youtuber และด้านสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตที่ตั้งร้านกาแฟและแกลลอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) ในปัจจุบัน คือ สถานการณ์โรคระบาด covid-19

**สรุปผลและอภิปรายผล**

การศึกษาเรื่องกลยุทธในการดําเนินงานของร้านกาแฟและแกลลอรี่เพื่อพัฒนาให้เป็นการทองเที่ยววัฒนธรรมทันสมัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน) นี้ ผู้วิจัยนำประเด็นที่ศึกษามาอภิปรายผลได้ดังนี้ พบว่าลูกค้าและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งผู้ประกอบการร้านกาแฟและแกลลอรี่สามารถแข่งขันกันได้ตามทรัพยากรที่มีอยู่ของตนเองและแต่ละแห่งสามารถสร้างความแตกต่างของร้านตนเองอย่างชัดเจน (Differentiation) เนื่องจากเขตพื้นที่ตั้งอยู่ในเขตแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างหลากหลาย เช่น ร้าน Lhong Tou café ที่อยู่พื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ในแหล่งท่องเที่ยวย่านเยาวราชจะมีการตกแต่งร้านที่มีอัตลักษณ์แบบจีน และรายการอาหารเครื่องดื่มในแบบจีนฟิวชั่น เป็นต้น ขณะเดียวกันการนำเอากลยุทธ์จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน (swot) ของตน เพื่อนำกลยุทธ์นั้นมาใช้จะช่วยสร้างความได้เปรียบได้ในระดับหนึ่งซึ่งตามหลักการตลาดแล้วผู้นำสิ่งใหม่และแตกต่างมาใช้ก่อนจะเป็นผู้นำทางการตลาดสามารถสร้างส่วนแบ่งการตลาดได้สูง เช่น ร้านบ้านขนมปังขิง (Gingerbread House & Gallery) ในเขตพระนครได้ใช้รูปแบบอาคารไม้เก่าอายุร้อยกว่าปี ลักษณะแบบสถาปัตยกรรมขนมปังขิง (Gingerbread House architecture) และการนำเสนอการเสิร์ฟเครื่องดื่มและขนมไทยในภาชนะที่ทำให้เกิดควันลอยโดยรอบนั้น มาสร้างจุดสนใจแก่ลูกค้าทั้งยังมีโอกาสได้ถ่ายรูปบรรยากาศบริเวณเสาชิงช้า(ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร)อีกด้วย เป็นต้น

กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจของรานกาแฟและแกลลอรี่ คือ การมุ่งเน้นตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะ หรือ focus strategy โดยกลุ่มธุรกิจดังกล่าวในเขตกรุงเทพมหานคร (ชั้นใน)ที่ทำการวิจัยครั้งนี้ จะมุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มวัยทำงานและนักท่องเที่ยวที่สนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการบริการอื่นๆของรานกาแฟและแกลลอรี่มุ่งเน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะให้มากกว่านี้ซึ่งจะสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ ได้ จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละด้านและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคนำมาบูรณาการร่วมกันจะทำให้สามารถวิเคราะห์ลูกค้าได้ชัดเจนมากขึ้น และสามารถใช้ในการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่ธุรกิจและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น เช่น ร้าน Wallflowers Café ในเขตป้อมปราบศรัตรูพ่าย ได้นำเสนอเมนูเครื่องดื่มเมนู Filter - Nitro Cold Brew ที่สกัดจากกาแฟดำเมล็ดพันธุ์ของ Ethiopia Nekkisse จากนั้นอัดแก๊ส CO2 เข้าไป เพื่อเร่งปฏิกิริยาทำให้กาแฟมีโฟมนุ่ม ๆ คล้ายกับฟองเบียร์ ซึ่งรสชาติของกาแฟที่ได้นั้นจะออกแนวFruity และได้เสนอผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบดของร้านที่ใช้ตราสินค้า (Brand) ของตนเองบรรจุภายใต้แนวคิด Summer Blend Cold Brew บรรจุในขวดที่มีหลากหลายรสชาติให้ลูกค้าซื้อกลับไปอีกด้วย

ขณะที่ผู้ประกอบการและหุ้นส่วนที่มีความเสียสละเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค มีการดำเนินงานของรานกาแฟและแกลลอรี่ ที่ชัดเจนและเหมาะสมกับพื้นที่ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีการวางแผนการผลิตไว้ล่วงหน้าสำหรับการความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือการผลิต และมีกำลังคนไม่ขาดช่วง มีการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ และมีการส่งเสริมในการพัฒนากิจกรรม การออกแบบและการตกแต่งแกลลอรี่อย่างเหมาะสมสม่ำเสมอ สนับสนุนในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยี สนับสนุนให้มีการสร้างความโดดเด่นทางผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ของร้านกาแฟและแกลลอรี่ให้แก่ลูกค้า เช่น ร้าน Ha Tein Café มีทำเลที่ตั้งอยู่ในชุมชนท่าเตียนบนเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งร้านมีเรื่องราว (The Story of Ha Tien) อาคารลักษณะภูมิกายภาพเป็นตึกแถวโครงสร้างเดิม ถูกตกแต่งในรูปแบบ Oriental (จีน) ที่มีของสะสมเป็นแกลลอรี่ในรูปแบบเดียวกัน อีกทั้งพนักงานได้รับการฝึกอบรมในเรื่องผลิตภัณฑ์ต่างๆอย่างแม่นยำ และบริการได้อย่างรวดเร็ว ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีการปรับปรุงและนำเสนอเมนูใหม่ๆ อาทิ กาแฟมะตูม (Rose Latte) ที่ใช้กาแฟคั่วบดเองมีลักษณะพิเศษโดยใช้ไซรัปมะตูมที่ร้านทำขึ้นเอง ทำให้ลูกค้าได้รับรสสัมผัสที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ในด้านการส่งเสริมการตลาดร้านได้สร้างช่องทางสื่อสารออนไลน์ด้วยช่องทาง Facebook Page , Instagram และ Line@ รวมทั้งช่องทางสื่อกลาง อาทิ wongnai เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สราวุธ พุฒนวล (2562) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรสชาติอร่อยบรรจุภัณฑ์สวยงามจึงควรกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมีความเหมาะสมให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของกาแฟ และเหมาะสมกับปริมาณ มีเมนูที่กำหนดราคาอย่างชัดเจนซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่การจัดจำหน่ายพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับที่ตั้งสะดุดตาสังเกตเห็นง่าย ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกที่จะเข้ามาใช้บริการ มีการตกแต่งร้านหรือพื้นที่ให้ดูสวยงามสะดุดตา แต่ควรมีการปรับปรุงสถานที่จอดรถให้เพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆของร้านมีความน่าสนใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ควรรักษาระดับมาตรฐานนี้ไว้ แต่ควรมีบัตรสะสมจำนวนการใช้บริการเพื่อชิงโชค ด้านบุคคล พนักงานที่มีความรู้และความสามารถที่ดีพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจพนักงานให้บริการ ควรรักษาระดับมาตรฐานนี้ไว้ ด้านกระบวนการให้บริการพบว่า กรรมวิธีการชงกาแฟ มีความรวดเร็วอุปกรณ์ในการชงกาแฟมีความสะอาด มีความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า มีความรวดเร็ว ถูกต้องในการคิดเงิน ควรรักษามาตรฐานกระบวนการให้บริการนี้ไว้ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า บรรยากาศของร้านน่าใช้ บริการการตกแต่งภายในและภายนอกร้านสวยงาม ภายในร้านมีแสงสว่างเพียงพอ อากาศ ถ่ายเทได้สะดวก และควรมีห้องน้ำไว้บริการลูกค้าอย่างเพียงพอและสะอาด

**ข้อเสนอแนะ**

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอก ด้านการแข่งขันทางการตลาด ควรมีวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของร้าน และการนำเสนอแกลลอรี่ที่หลากหลาย ให้เกิดมีการแข่งขันในการปรับเปลี่ยนแบบผลิตภัณฑ์จากหลายกลุ่มอย่างต่อเนื่อง และมีเทคนิคหรือวิธีการที่ส่งเสริมการเพิ่มยอดขายจากหลายกลุ่ม ด้านศักยภาพทางการตลาด ควรทำการสำรวจความต้องการของลูกค้าและนักท่องเที่ยว เพื่อนำผลมาปรับปรุงคุณภาพ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามตรงตามความต้องการของลูกค้า

2. ผู้ประกอบการควรศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในแต่ละปัจจัยทางกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของกาแฟ กลยุทธ์ด้านการตกแต่งทางกายภาพ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟและแกลลอรี่ หรือการส่งเสริมการขายในเชิงธุรกิจ เพื่อให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อไปในการวางแผนการตลาด

3. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำเป็นต้องส่งเสริมให้มีการผลิตหรือพัฒนาสินค้า ลักษณะการตกแต่งทางกายภาพที่มีความแตกต่างเพิ่มมากขึ้นจากเดิม ผู้ประกอบการควรสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และทำการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ

4. ผู้ประกอบการควรศึกษากลุ่มตัวอย่างนอกเหนือจากพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร(ชั้นใน) เพื่อจะทำให้ได้ทราบถึงปัจจัย ทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคร้านกาแฟและแกลลอรี่ทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นเนื่องจากพื้นที่ที่แตกต่างกันจะมีความแตกต่างด้านอิทธิพลในการเลือกซื้อร้านกาแฟและแกลลอรี่ และได้รับข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์และคลอบคลุมมากยิ่งขึ้น

**ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป**

1. ผู้ศึกษาวิจัยควรศึกษาเพิ่มเติมหรือดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งอาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอยู่นี้ ตามแนวโน้มการพัฒนาธุรกิจของตลาด เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางนโยบายเชิงรุกของคู่แข่งในขณะนั้น อีกทั้งผู้วิจัยควรศึกษากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

2. ผู้ศึกษาวิจัยควรศึกษาเพิ่มเติมกลุ่มตัวอย่างนอกเหนือจากพื้นที่เดิม เช่น เขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดท่องเที่ยวเมืองใหญ่ เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนซึ่งในพื้นที่ที่แตกต่างกันจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีปัจจัยตัวแปรที่แตกต่างกัน

**เอกสารอ้างอิง**

กมลรัตน์ โรจน์เรืองรัตน์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟพรีเมี่ยมบนถนนสีลมของผู้บริโภค

กลุ่มวัยทำงาน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ณัฐวรรณ ศิริพันธ์พิริยะ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ร้านกาแฟในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ตุลา มหาพสุธานนท์.(2554).หลักการจัดการ Principle of Management. กรุงเทพมหานคร:พี เอ็น เค แอนด์สกายพริ้นติ้งส์.

พาฝัน ตัณฑัยย์. (2543). การดำเนินงานของธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิต

วิทยาลัย 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

สราวุธ พุฒนวล. (2562). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง.

รายงานการวิจัยทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีงบประมาณ 2562.

อทิตยา จินดามณี. (2553). ความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโยเกิร์ตของลูกค้าในร้าน Red mango ใน

เขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.

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.