กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของร้านกาแฟสด ในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

The Competitive Advantage Strategy Of Fresh Coffee Shop Enterprises In Rachanusorn Park Community Mueang Lopburi District, Lopburi

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (Viroj Jadesadalug)*
ธนัชพร ชาติวงศ์ (Tanutporn Chatwong)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบธุรกิจร้านกาแฟสด 2) สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และ3) กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจกาแฟสด การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาจากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดสด ในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 2 ราย และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดจากการสร้างอาชีพเสริม ใช้ความรู้ประสบการณ์เดิมหรือจากความไม่ยุ่งยากซับซ้อนของธุรกิจ โดยมีการ พิจารณาเลือกพื้นที่ดำเนินการจากจำนวนลูกค้า จำนวนคู่แข่ง ต้นทุนค่าเช่า และมีการจ้างพนักงาน ประจำร้านโดยคำนึงถึงขนาดธุรกิจและความเหมาะสม รวมทั้งการจัดฝึกอบรมพนักงานให้มี ประสิทธิภาพ และรูปแบบการลงทุนส่วนใหญ่เป็นแบบกิจการเจ้าของคนเดียว การเริ่มต้นธุรกิจใน ระยะแรกใช้งบประมาณลงทุนไม่มากนัก รูปแบบของสินค้าที่ให้บริการจะมีกาแฟสดและเครื่องดื่ม ประเภทอื่น ขนมและอาหาร กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าสัญจร แต่บางร้านจะมุ่งกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย 2) สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟสดจากการวิจัย พบว่า ผลกระทบที่ เกิดจากด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ ด้านคู่แข่ง สินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อและผู้ขายปัจจัยการผลิต 3) ผู้ประกอบการเลือกใช้กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่างทางด้านสินค้า การตกแต่งร้าน การให้บริการเสริมอื่นๆ การสร้างโปรโมชั่น มีการใช้กลยุทธ์มุ่งต้นทุนต่ำในด้านต้นทุนวัตถุดิบและช่องทางการจำหน่าย รวมไปถึงการมุ่งเน้นการบริการที่ รวดเร็ว มีการเตรียมความพร้อมสำหรับการผลิต และการปรับตัวสินค้า ให้เข้ากับตลาดใหม่ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Assistant Professor. Ph.D. in Faculty of Management Science Silpakorn University.
E-mail: viroj_jade@hotmail.com
** นักศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Student's Bachelor of Business Administration in General Business Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University. E-mail: tanutcha_snook@hotmail.com

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ผลการศึกษา ข้อสรุปและข้อเสนอแนะของการศึกษาครั้งนี้สามารถ นำไปใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็ก หรือธุรกิจที่มีความใกล้เคียงกันต่อไป

คำสำคัญ: ร้านกาแฟสด / สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน / กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Abstract

The competitive advantage strategy of fresh coffee ahop enterprises in Rachanusorn Park Community Mueang Lopburi District, Lopburi. The objective of this research was to study 1) form of fresh coffee shop business, 2) competitive environment in coffee business, and 3) competitive strategy of fresh coffee business. This study was a qualitative research. The sample of this study were 2 owners of fresh coffee shop enterprises in Rachanusorn Park Community Mueang Lopburi District, Lopburi and collected data through in-depth interview.

The results of this study show that 1) the sample's motivation to operate fresh coffee shop business from their supplement career by using prior knowledge, experience or uncomplicated of business. The sample considered number of customers, competitors, principals, and wage of stuffs by considering size of business and suitability when hiring full time stuffs including provided stuffs the training program to enhance their efficiency. The sample mostly was a single proprietor. In the early of business operation, the sample spent moderate investment budget. The sample sold fresh coffee and beverages, desserts and foods. The target group were travelers, but some shops focused on variety of customer. 2) in competitive environment of fresh coffee shop business research found that, the impacts of environment as follow: new competitors and potential entrants, replacement product, bargaining power of buyers, and bargaining power of suppliers. 3) the sample used different competitive strategies in terms of products, decorations, extra services, and sale promotion: low cost strategy in term of raw materials cost and distribution channels including focused on fast services, ready to produced, and adaptability to new markets in order to the customize the customer satisfaction. The results, concludtions, and suggestions can be used to the guideline for small fresh coffee shop business or further approximate business.

Keywords: Fresh coffee shop/ Competitive environment/ Competitive advantage Strategy

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันระหว่างธุรกิจร้านกาแฟรายใหญ่ จากต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในบ้านเรา การบุกตลาดกาแฟไทยของแบรนด์นอก ทำให้วงการธุรกิจร้านกาแฟมีการแข่งขันสูง ขณะเดียวกัน เป็นการปลุกกระแสให้คอกาแฟที่เดิมนิยมดื่มกาแฟผงสำเร็จรูปให้หันมาดื่มกาแฟในร้านกาแฟสดมากขึ้นด้วย (กองบรรณาธิการ, 2553) ธุรกิจร้านกาแฟสดพรีเมี่ยมเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมี การขยายตัวออกไปตามย่านเศรษฐกิจ หัวเมืองใหญ่ แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเป็นการรองรับ ความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าที่เข้ามาในร้านกาแฟ ไม่ว่าจะเข้าร้านเพื่อลิ้มรสชาติจากกลิ่นที่ หอมหวานของกาแฟหรือเครื่องดื่มต่าง ๆ หรือเพื่อเป็นแหล่งนัดเพื่อน ๆ มาพบปะสังสรรค์ประชุม นอกสถานที่หรือบ้างก็มานั่งอ่านหนังสือ ทำงาน แม้กระทั่งมาบริโภคเพื่อแสดงออกถึงค่านิยมสถานะ ทางสังคม (วิษณุ ศศิธรวัน และเพ็ญจิรา คันธวงศ์, 2556)

ในประเทศไทยมีผู้ที่สนใจประกอบกิจการอุตสาหกรรมธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กและ ขนาดกลาง (SMEs: Small and Medium Enterprise) เป็นจำนวนมากจนเป็นกระแสนิยมและ สามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่องในระยะเวลาที่ผ่านมา ตลาดยังคงต้องการผู้ประกอบการรายใหม่ๆที่ มีประสิทธิภาพ ซึ่งธุรกิจร้านกาแฟมีทั้งลักษณะการลงทุนเองและระบบแฟรนไชส์หรือผู้ประกอบการรายใหม่อื่นๆ ที่สนใจลงทุนประกอบการร้านกาแฟทั้งนี้ ผู้บริโภคนิยมหันมาดื่มกาแฟสดกันอย่างแพร่หลายมากขึ้น ธุรกิจร้านกาแฟก็มีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นเช่นกัน ทำให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ๆเข้ามาอีกเป็นจำนวนมาก (ไพลิน บรรพโต, 2556) การสร้างสรรค์เมนูเครื่องดื่มใหม่ ๆ จะช่วยเติมเต็มโอกาสทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดวัน จะช่วยเพิ่มยอดขายให้ผู้ประกอบการได้ อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มคนรุ่นใหม่ยุคนี้มีกำลังซื้อ เปิดใจยอมรับเมนูและเครื่องดื่มที่มีรสชาติที่แตกต่างและมีความแปลกใหม่ (ชมพูนุช สิริแสงทักษิณ, 2559) ผู้ประกอบการร้านกาแฟสดมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภค หันมาดื่มกาแฟสดมากขึ้น โดยมีการปรับกลยุทธ์และเปลี่ยนแปลง ลักษณะสินค้าและบริการ ให้ความสำคัญมากขึ้นในส่วนของกรรมวิธีชงกาแฟสดให้ได้มาตรฐาน เนื่องจากกระแสความนิยมดื่มกาแฟสดเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงาน ที่มีความนิยมดื่มมากขึ้น ทำให้ร้านกาแฟสดแต่ละร้านที่แข่งขันกัน มีการนำเสนอจุดขายหรือจุดเด่นที่สร้างความแตกต่าง ให้เหนือคู่แข่งขันเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้มากที่สุด

จึงนำมาสู่การศึกษา กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ ร้านกาแฟสดในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี โดยมุ่งเน้นจำหน่ายกาแฟสดกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มวัยทำงาน ทำให้มีผู้นิยม บริโภคกาแฟเป็นจำนวนมาก จึงเป็นแหล่งที่ทำให้ผู้ประกอบการหันมาสนใจที่จะลงทุนใน ธุรกิจร้านกาแฟสด

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบธุรกิจร้านกาแฟสด ในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟสด ในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟสด ในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. รูปแบบของธุรกิจ (Business Model) หมายถึง รูปแบบและลักษณะการ ลงทุน การจัดจำหน่าย เอกลักษณ์สำคัญของธุรกิจที่จะนำเสนอต่อลูกค้า ทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่อาจจะมุ่งเน้นไปในเรื่องคุณภาพสินค้า หรือราคา
2. สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Competitive Environment) หมายถึง สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับงานหรืออุตสาหกรรม ความสามารถในการสร้างกำไรของธุรกิจและลักษณะของการแข่งขันในอุตสาหกรรมมีทิศทางโดยตรงต่อการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ประกอบด้วยคู่แข่งขัน ลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต และสินค้าทดแทน
3. กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantages strategy) หมายถึง สิ่งที่ทำให้องค์การมีความแตกต่างจากผู้อื่น อยู่ในรูปของขีดความสามารถขององค์การ สามารถทำได้ในขณะที่ผู้อื่นทำไม่ได้ หรือองค์การสามารถทำได้ดีกว่า หรืออาจเกิดจากสินทรัพย์หรือทรัพยากร บางอย่างที่องค์การมี ซึ่งทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ร้านกาแฟ หรือ คาเฟ่ เป็นร้านประกอบกิจการเกี่ยวกับกาแฟลักษณะร้านแบบคาเฟ่นั้นเป็นการผสมรูปแบบระหว่างภัตตาคารและบาร์เข้าด้วยกัน โดยทั่วไปคาเฟ่จะไม่จำหน่ายเครื่องที่มีแอลกอฮอล์ จะเน้นไปที่เครื่องดื่มประเภท กาแฟ ชา หรือ ช็อกโกแลต และอาจมีอาหารว่าง ซุป แซนวิช ขนมอบและขนมหวานที่เสิร์ฟเคียงกับเครื่องดื่ม เช่น เค้กหรือคุกกี้ไว้บริการด้วย(Motorcycle. Alford, Steven E. Objekt Series, 2007) ธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นธุรกิจร้านกาแฟที่มีการสร้างสรรค์เมนูใหม่อยู่เสมอ บรรยากาศภายในตกแต่งแบบเรียบง่ายน่ารัก สบายตา เน้นใช้สีเขียว ขาว และน้ำตาลเข้ม ให้ความรู้สึกอบอุ่น ร้านตั้งอยู่ในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

รูปแบบธุรกิจ(Business Model) ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีหลายรูปแบบให้เลือกปฏิบัติเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับ กิจการ วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการประกอบกิจการ และเงินทุนที่ผู้ต้องการประกอบกิจการ และผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆด้วย เช่น ความรู้ความสามารถในการดำเนินงาน ประสบการณ์ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จที่ดีได้รับผลประโยชน์หรือผลกำไร สูงสุด ซึ่งรูปแบบของธุรกิจถ้าหากพิจารณาจากขนาดของธุรกิจและเงินทุนแล้วอาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ ธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดเล็กซึ่งจะต้องมีผู้ประกอบการที่ ดำเนินงานบริหารให้ธุรกิจสามารถเติบโต

ไปตามเป้าหมายที่วางไว้ (ตุลา มหาพสุธานนท์, 2554) อย่างไรถ้าหากพิจารณาถึงรูปแบบความเป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของของธุรกิจ ผู้ลงทุนธุรกิจร้านกาแฟสดในประเทศไทยส่วนใหญ่ เป็นการลงทุนแบบเจ้าของคนเดียวหรือห้างหุ้นส่วน การเลือกรูปแบบในการดำเนินธุรกิจจะต้องเลือกให้เหมาะสมกับ ลักษณะของกิจการ ปริมาณเงินทุน และความรู้ความสามรถของเจ้าของ โดยการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ ตางๆ จะมีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันไป ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาในส่วนของรูปแบบ ธุรกิจเพื่อให้ทราบถึงแนวคิดว่าการดำเนินธุรกิจนั้นควรที่จะเลือกรูปแบบธุรกิจแบบใดจึงจะมีความ เหมาะสมและส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Competitive Environment) ปัจจุบันธุรกิจร้าน กาแฟสดได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงทำให้มีผู้ที่สนใจที่จะลงทุนในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก จะส่งผลกระทบต่อปริมาณการผลิต ส่วนแบ่งตลาด ความรุนแรง และความซับซ้อนในการแข่งขัน และการใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม ทำให้ต้องมีการวิเคราะห์ถึงระดับความรุนแรงจากภาวะคุกคามของ ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดมีมากน้อยเพียงใด รวมถึงศักยภาพการ ดำเนินงานของคู่แข่งขันรายใหม่ โดยธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมควรพยายามสร้างอุปสรรคที่จะมีต่อ การตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุนรายใหม่หรืออุปสรรคต่อการเข้าสู่อุตสาหกรรม ถ้าอุตสาหกรรมมีสิ่งกีด ขวางผู้แข่งขันรายใหม่ก็จะเข้ามาในอุตสาหกรรมได้ยาก แต่ถ้าซึ่งการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ ทำได้ง่ายและคล่องตัวจะทำให้เกิดภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจอาจจะต้อง เสียส่วนแบ่งการตลาดและผลกำไรลดลงได้ (มัลลิกา ต้นสอน, 2544)การตลาดนั้นไม่ใช่เป็นเพียงการขายหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ขายแต่เพียงอย่างเดียว แต่ จะเกี่ยวข้องกับการค้นหาและบรรลุความต้องการทั้งทางด้านสังคมและมนุษย์ ภารกิจของนักการ ตลาดคือการประเมินความต้องการเพื่อวัดระดับความเข้มข้นของความต้องการนั้นตลอดจนประเมิน ว่ามีโอกาสสร้างผลกำไรหรือไม่ นักการตลาดต้องพยายามค้นหาผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ ทำการปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ ติดต่อสื่อสารและส่งมอบคุณค่านั้นแก่ผู้บริโภค รวมทั้งการรักษาให้อยู่กับเราตลอดไป ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญในการศึกษากลยุทธ์การตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการร้านกาแฟสด เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน(Competitive Advantages strategy) เป็นกลยุทธ์ที่จะใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสดที่กำหนดขึ้นเพื่อที่จะหาวิธีการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งและการดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดย Porter ให้ความสำคัญกับฐานะทางอุตสาหกรรมของธุรกิจเทียบเคียงกับคู่แข่งขัน โดยธุรกิจที่สร้างฐานะทางอุตสาหกรรมที่ดีกว่าจะมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง และการเปิดธุรกิจร้านกาแฟสดจะต้องมีการกำหนดว่าจะมีสินค้าหรือบริการอะไรบ้างที่นอกเหนือจากการจำหน่ายกาแฟ เลือกพื้นที่ใด เลือกเจาะกลุ่มลูกค้าประเภทไหนแล้วควรจะใช้เทคโนโลยีใดมาช่วยส่งเสริมให้ร้านกาแฟมีความน่าสนใจเหนือกว่าคู่แข่ง จึงต้องนำแนวทางการดำเนินงาน 3 แนวทาง ได้แก่ การเป็นผู้นำทางต้นทุนต่ำ (Low-cost leadership) การสร้างความ แตกต่าง (Differentiation) และการมุ่งเน้นตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะ (Focus) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ของแต่ละธุรกิจจะมีความแตกต่างกันไปหรืออาจคล้ายคลึงกันได้ (อนิวัช แก้วจำนงค์, 2551) ในความหมายของ “กลยุทธ์ระดับธุรกิจ” คือ การระบุขอบเขตของธุรกิจที่บริษัทจะทำเพื่อที่จะเพิ่มพูนความสามารถในการทำกำไรในระยะยาวให้ได้สูงที่สุด และเป็นวิธีการดำเนินงานขององค์การโดย

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

มุ่งเน้นการปรับปรุงสถานการณ์แข่งขันของธุรกิจเพื่อสร้างความสามารถที่เด่นพิเศษเพื่อ ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นการกำหนดกลยุทธ์ขึ้นมาเพื่อนำไปใช้ในการบริหารงานด้านต่างๆ ของ ธุรกิจร้านกาแฟทำให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งได้ ยิ่งถ้ามีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งมากเท่าไหร่ก็จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากขึ้นเท่านั้น โดยผู้ประกอบการร้านกาแฟได้มีการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และมีการวางแผนสร้างกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมาช่วยในการดำเนินงานเพื่อสร้างประสิทธิผลให้กับธุรกิจ เช่น ผลกำไร ความจงรักภักดีของลูกค้า เป็นต้น ไม่ว่าผู้ประกอบการจะเลือกใช้วิธีการใดแต่สิ่งสำคัญคือว่าลูกค้าจะต้องได้รับคุณค่าที่เหนือกว่าที่คู่แข่งขันและทำให้เกิดความได้เปรียบทำให้ธุรกิจร้านกาแฟประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวม ข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตการณ์ (Observation) ทั้งเจ้าของกิจการและลูกค้าเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และน่าเชื่อถือมากที่สุด

2. ผู้ให้ข้อมูลหลักและเกณฑ์การคัดเลือก

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด และลูกค้าของร้านกาแฟสดในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านกาแฟสดและวางแผนการดำเนินงานต่างๆของธุรกิจ

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ครั้งนี้คือแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant Interview) เป็นการซักถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีและลูกค้าที่มาใช้บริการของร้าน โดยมีการซักถามแบบบูรณาการ คือมีความกลมกลืนในการเข้าไปสัมภาษณ์และเป็นกันเอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่มาลำดับเหตุการณ์ เรียบเรียง วิเคราะห์และพรรณนาการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะทำการแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นต่างๆ และวิเคราะห์เนื้อหาให้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

5. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลโดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมนั้นถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือของข้อมูลหรือไม่ โดยผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านกาแฟ และลูกค้าของร้านกาแฟ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้มานั้นจะถูกนำมาเชื่อมโยงเพื่อประมวลและวิเคราะห์ว่ามีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกันหรือไม่

6. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและบทบาทผู้วิจัย

ผู้วิจัยแนะนำตัวแก่ผู้ให้ข้อมูล และแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลแต่ละราย รวมทั้งขออนุญาตบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจะไม่นำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ให้สัมภาษณ์และธุรกิจ รวมทั้งไม่เปิดเผยชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

การสรุปผลวิจัย

1. รูปแบบและลักษณะธุรกิจร้านกาแฟสด

ธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กในปัจจุบันเจริญเติบโตขึ้นกว่าอดีตที่ผ่านมามาก จากในอดีตชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มีร้านกาแฟสดอยู่น้อยรายถ้าเปรียบเทียบกับปัจจุบัน จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ส่วน ใหญ่ มีอายุประมาณ 22 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มี ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดตั้งแต่ 1 – 3 ปีขึ้นไป

1.1. แรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจ

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด มีอาชีพหลักอยู่แล้วแต่เนื่องจากว่าต้องการมีอาชีพเสริม เพื่อสร้างรายได้หรือต้องการหาผลกำไร จากการดำเนินธุรกิจเพิ่มอีกช่องทางหนึ่งให้กับครอบครัว นอกจากนี้ยังมีความชอบและให้ความสนใจในเรื่องของร้านกาแฟสด ประกอบกับความชื่นชอบในเรื่องของกาแฟและสูตรกาแฟที่เป็นสูตรเฉพาะของแต่ละร้านซึ่งจะมีกลิ่นและรสชาติที่แตกต่างกันออกไป

1.2. การพิจารณาเลือกพื้นที่ดำเนินการ

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกลงทุน เปิดธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตพื้นที่ในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เนื่องจากเป็นย่านชุมชนที่มีผู้เข้ามาพักอาศัยตั้งแต่เดิมและอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากทั้งแม่บ้าน พ่อบ้าน พ่อค้า แม่ค้า คนทำงาน หรือนักเรียนมีการคมนาคมที่สะดวกรถเมล์และรถสองแถวิ่งผ่านหลายเส้นทาง มีร้านค้าสะดวกซื้อจำนวนมากเป็นย่านเศรษฐกิจที่สำคัญ ทำให้ผู้ประกอบการคิดว่าการเลือกลงทุนในอำเภอเมืองนี้จะสร้างรายได้ให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดีและเล็งเห็นถึงความเจริญเติบโตทั้งทางสังคมเศรษฐกิจ

1.3. รูปแบบการจัดตั้งและการลงทุน

ธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว หรือเป็นธุรกิจครอบครัว มีความคล่องตัวในการบริหารการเริ่มต้นธุรกิจร้านกาแฟสดในระยะแรกอาจใช้เงินลงทุนไม่มากนักหรืออาจจะใช้งบประมาณไปมากเพราะต้องลงทุนเกี่ยวกับการตกแต่งร้าน ต่อมามีจำนวนคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการร้านกาแฟสดต้องมีการพัฒนาธุรกิจอย่าง ต่อเนื่องในการเพิ่มประสิทธิภาพให้เหนือคู่แข่ง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะไม่ลงทุนทีเดียวแล้วเสร็จสิ้นแต่จะค่อยๆเริ่มต่อเติมไปทีละน้อยแล้ว พัฒนาต่อยอดให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

1.4. การจัดการด้านบุคลากร

กิจร้านกาแฟสด จะมีลักษณะและขนาดแตกต่างกันขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ปริมาณของลูกค้าว่า ซึ่งส่งผลต่อการจ้างพนักงาน เพื่อช่วยงานด้านบริการ เช่น ชงกาแฟ ทำอาหาร เสิร์ฟ หรือทำความสะอาดร้าน จะแบ่งหน้าที่ตามความถนัดของพนักงานแต่ละคนจึงจำเป็นที่จะต้องมีการจ้างพนักงานเข้ามาช่วยแบ่งเบาภาระหน้าที่ต่างๆในร้าน

1.5. รูปแบบสินค้าและการให้บริการ

ร้านกาแฟสด ส่วนใหญ่จะมีสินค้าที่เป็นสินค้าหลักของร้าน คือ กาแฟสดที่เป็นสูตรเฉพาะของทางร้านเท่านั้น มีทั้งสูตรร้อน เย็น และแบบปั่น ซึ่งจะนอกเหนือจากกาแฟสดที่เป็นสินค้าหลักของร้านแล้วยังมีเครื่องดื่มประเภทอื่นๆที่ขายร่วมด้วย การจำหน่ายเครื่องดื่มที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค สำหรับด้านราคา มีการกำหนดราคาในระดับที่แตกต่างกันออกไป แต่ราคาจะมีความใกล้เคียงกัน เหมาะสมกับต้นทุน และผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกวัยสามารถซื้อรับประทานได้ ไม่เพียงแต่จำหน่ายเฉพาะกาแฟสดหรือเครื่องดื่มเท่านั้น แต่มีการจำหน่ายขนมหรืออาหารจานเดียวทั้ง อาหารไทย อาหารฝรั่ง ขนม เบเกอรี่ต่างๆ ควบคู่ไปด้วย เนื่องจากผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าการจำหน่ายขนมและอาหารจานเดียวนั้นสามารถสร้างความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคได้

1.6. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ในปัจจุบันร้านกาแฟสดส่วนใหญ่ เปิดร้านในลักษณะคาเฟ่ ซึ่งจำหน่ายขนมและพวกอาหารจานเดียวควบคู่กับกาแฟสด มีโต๊ะสำหรับบริการลูกค้าประมาณ 1 – 6 โต๊ะ เพื่อ ตอบสนองลูกค้าที่มีเวลาและลูกค้าผู้ประกอบการที่เปิดร้านในรูปแบบลักษณะเช่นนี้จะเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกวัย คือ กลุ่มวัยรุ่นที่ มักจะเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนวัยทำงาน และโดยเฉพาะกลุ่มครอบครัวที่มาเที่ยวพักผ่อน ในวันหยุดและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่

2. สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟ

2.1. ด้านคู่แข่ง

จากการศึกษาผู้ประกอบการพบว่าในปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟสดมีอัตราการเติบโตขึ้น อย่างรวดเร็ว เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มาก ทำให้มีจำนวนร้านกาแฟสดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายเดิมที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เพราะการที่มีร้านกาแฟสดเพิ่มขึ้นจะเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ๆให้กับผู้บริโภคแต่ในทางตรงกันข้าม การประกอบการร้านกาแฟสด ประสบปัญหาในเรื่องของการเพิ่มขึ้นของจำนวนคู่แข่งธุรกิจร้านกาแฟสด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ เป็นกังวลมากนัก เพราะมีความมั่นใจในศักยภาพการดำเนินงานของร้านตนเอง สร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้กับสินค้าและบริการให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง

2.2. ด้านสินค้าทดแทน

ปัจจุบันมีเครื่องดื่มจำนวนมากให้ผู้บริโภคเลือกดื่มแทนกาแฟสด โดยเฉพาะเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพหรือเครื่องดื่มที่ทำจากสมุนไพร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกระแสนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดส่วนใหญ่จะมีกาแฟสดเป็นสินค้าหลักของร้าน แต่เนื่องจากมีสินค้าทดแทนจำนวนมากทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวด้วยการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง ควบคู่การการเพิ่ม

ความหลากหลายของชนิดเครื่องดื่ม เพื่อให้สินค้าในร้านสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ให้ผู้ประกอบการไม่กังวลถึงผลกระทบที่อาจ เกิดขึ้นจากปริมาณของสินค้าทดแทน นั่นคือ คุณภาพของกาแฟสดมีรสชาติที่อร่อยลงตัวและผู้บริโภค สามารถสัมผัสถึงกลิ่นหอมของเมล็ดกาแฟ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับสินค้าทดแทนอย่างกาแฟ กระป๋อง หรือกาแฟสำเร็จรูป

2.3. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

มีธุรกิจร้านกาแฟสดเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงสินค้าทดแทนกาแฟอีกมากมาย ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นไปด้วย ผู้ประกอบการจึงต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความ ต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ และกำหนดราคาให้อยู่ในระดับที่ผู้บริโภคมีกำลังความสามารถซื้อทานได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่กำหนดราคาโดยไม่มุ่งหวังกำไรเกินควรแต่มุ่งให้ร้านกาแฟสดใช่วัตถุดิบที่มี คุณภาพ ถึงแม้ว่าลูกค้าจะมีทางเลือกที่หลากหลายแต่ก็ต้องกลับมาซื้อซ้ำ เพราะชื่นชอบในรสชาติและ คุณภาพที่คุ้มค่ากับราคา

2.4. ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด พบว่า ส่วนใหญ่จะมีร้านค้า ตลาดสด หรือ โรงงานประจำ เช่น แมคโคร ร้านเบเกอรี่ ร้านจำหน่ายเมล็ดกาแฟที่เป็นสูตรเฉพาะของผู้ผลิตแต่ละราย หรือร้านอื่นๆ สำหรับการซื้อวัตถุดิบต่างๆเพื่อนำมาประกอบเป็นสินค้าโดยร้านค้าประจำนั้นจะมีการตกลงราคาซื้อขายกับผู้ประกอบการ เนื่องจาก ผู้ประกอบการมีการซื้อซ้ำ ซื้อบ่อย ค่าใช้จ่ายต่างๆก็จะเป็นราคาที่คงตัวเหมือนเดิมในทุกครั้งที่ซื้อ หรืออาจมีการปรับขึ้นลงบ้างเล็กน้อยขึ้นอยู่กับสถานการณ์เศรษฐกิจแต่ในบางครั้งผู้ประกอบการอาจต้องประสบกับปัญหาเช่น สินค้าขาด ส่งผลให้ ไม่สามารถส่งวัตถุดิบให้กับร้านกาแฟสดได้ทำให้ผู้ประกอบการต้องแก้ไขปัญหาโดยการหาวัตถุดิบที่ใกล้เคียงกับวัตถุดิบเดิมมากที่สุดมาทดแทนชั่วคราวให้กับผู้บริโภคแทน หรือไม่ผู้ประก็จะใช้วิธีการสต็อก วัตถุดิบไว้ในคลังทีละจำนวนมากๆเพื่อป้องกันการเกิดวัตถุดิบขาดหรือไม่เพียงพอในการนำมาผลิตเป็นสินค้า

3. กลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

3.1. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดพบว่า ในแต่ละร้านมีวิธีสร้างกลยุทธ์ความแตกต่างให้กับร้านกาแฟสดที่แตกต่างกันออกไป เพื่อสร้างความดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความสนใจ โดยการสร้างความแตกต่างของธุรกิจผู้ประกอบการร้านกาแฟสดบางราย มีการสร้างสรรค์กาแฟสดให้มีรูปแบบที่มีความ แปลกใหม่ มีการสร้างชื่อสินค้าใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของร้าน โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะใช้วิธีการสร้างความแตกต่างให้เหนือคู่แข่งโดยการตกแต่งร้านกาแฟสดให้มีความสวยงามเพื่อสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าประทับใจสามารถจดจำร้านกาแฟสดได้ และยินดีที่จะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปอีก และในปัจจุบันร้านกาแฟหลายๆ ร้านจัดให้มีบริการเสริมนอกจากการจำหน่ายกาแฟสด โดยมีการให้บริการ Wi-Fi หรืออินเตอร์เน็ตไร้สาย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำหรับผู้ที่จะเปิดร้านกาแฟที่ต้องการก้าวทันเทคโนโลยี เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ ร้านกาแฟสดแต่ละรายจำเป็นต้องสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆสำหรับการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นหรือการสร้างกลุ่มลูกค้าของร้านกาแฟสด ในบางครั้ง โปรโมชั่นต่างๆผู้ประกอบการจะมอบส่วนลดหรือแถมสินค้าให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้ากระทำในสิ่งที่ร้านกาแฟได้กำหนดขึ้น เช่น กำหนดว่าถ้าลูกค้าเช็คอินในขณะที่มาทาน กาแฟสดที่

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ร้านผ่านสื่อออนไลน์และกดติดตามแฟนเพจไม่ว่าจะเป็น Facebook Instagram และอื่นๆ เพื่อมอบส่วนลดสำหรับการซื้อกาแฟสด

3.2. กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ได้มีการนำกลยุทธ์ต้นทุนต่ำมาใช้ในการดำเนินงานธุรกิจร้านกาแฟสด เพื่อให้เกิดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำให้มากที่สุด มุ่งไปในด้านของต้นทุนวัตถุดิบและด้านต้นทุนการส่งเสริมการขายในการซื้อวัตถุดิบเพื่อนำไปประกอบเป็นสินค้าและบริการของผู้ประกอบการส่วน ใหญ่นั้นจะซื้อวัตถุดิบจากแหล่งขายวัตถุดิบที่มีราคาถูก และจะคัดเลือกผู้ขายปัจจัยการผลิตที่สามารถ เจรจาต่อรองได้ง่าย โดยซื้อวัตถุดิบครั้งละจำนวนมากๆ เพื่อที่สามารถเจรจาต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิตในเรื่องของราคาวัตถุดิบที่ต้องจ่ายให้ถูกลง อีกทั้งยังประหยัดในส่วนของค่าขนส่ง การโฆษณาร้านกาแฟสดผ่านสื่อออนไลน์ช่วยประหยัดต้นทุนในการส่งเสริมการขายได้มาก ต่างจากการแจกใบปลิวส่งผลให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้เร็วด้วยต้นทุนที่ต่ำ โดยการแชร์ การส่งต่อ และสื่อในด้านต่างๆที่สามารถสร้างกระแสให้ธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นที่รู้จักได้อย่าง กว้างขวางมากขึ้น ซึ่งสื่อออนไลน์ถือเป็นเครื่องมือการทำตลาดชั้นเยี่ยมที่จะช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้า ให้กับร้านกาแฟสด

3.3. กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ได้มีการสนองความต้องของลูกค้าอย่างรวดเร็วและให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็น อันดับแรกว่าลูกค้าต้องมาก่อนเสมอ เพื่อสร้างความพึงพอใจหรือความประทับใจให้กับลูกค้า ทั้งในด้านการบริการไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการรับออเดอร์สินค้า การเสิร์ฟสินค้า ที่ไม่ต้องใช้เวลาในการรอนานเกินไป สิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า คือ ความรวดเร็วในการผลิตสินค้า ให้กับลูกค้า ผู้ประกอบการจึงมีการจัดเตรียมวัตถุดิบต่างๆเพื่อใช้ในขั้นตอนการผลิตสินค้าไม่ว่าจะเป็นกาแฟ เบเกอรี่ อาหาร ให้มีความพร้อมสำหรับการใช้งานในแต่ละวันเพื่อป้องกันไม่ให้เปิดปัญหาต่างๆ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังใช้กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็วในด้านรูปลักษณ์ของสินค้า ขนาดสินค้า และรสชาติของสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดำเนินชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการความแปลกใหม่ ความรวดเร็วและสะดวกสบายมากขึ้น ทำให้

อภิปรายผล

1. **รูปแบบและลักษณะธุรกิจร้านกาแฟสด**

1.1. แรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจ

แรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจเกิดขึ้นด้วยหลายสาเหตุ ไม่ว่าจะเกิดจากการที่ ผู้ประกอบการมีงานประจำทำอยู่แล้วแต่ต้องการหาอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้กับ ครอบครัวจึงเลือกที่จะเปิดธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว ถึงแม้ว่าจะออกจากงานประจำก็ยังมีอาชีพหรือธุรกิจร้านกาแฟสดที่ตนเป็นเจ้าของรองรับอยู่ อีกหนึ่ง สาเหตุที่คนเลือกที่จะเปิดธุรกิจร้านกาแฟสดสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธีรา อะทะวงษา (2556: 157) ได้ศึกษาถึง “คุณลักษณะของการผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโต ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย” พบว่าผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนารูปแบบสินค้าของตนเองให้มีคุณภาพซึ่งต้องอาศัย

การ เรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเอง รวมทั้งแสวงหาความรู้ใหม่ๆมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการ ดำเนินธุรกิจ

1.2. การพิจารณาเลือกพื้นที่ดำเนินการ

สถานที่ประกอบการเป็นสิ่งที่จะเป็นตัวกำหนดของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นควรต้องเลือก พื้นที่ทำเลที่เหมาะสมสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดมีการสัญจรสะดวกและต้องมีที่จอดรถที่เพียงพอ เพราะถ้าหากร้านอยู่ในทำเลที่ไม่ดีอาจเกิดความ เสียงที่ธุรกิจจะไม่ประสบความสำเร็จได้สอดคล้องกับ คณิต พูลผล (2547: 15) ที่ได้กล่าวถึง ธุรกิจเจ้าของคนเดียวไว้ว่า เป็นธุรกิจที่มีบุคคลเพียงคนเดียวเป็นเจ้าของ การประกอบกิจการเช่นนี้ สามารถจัดตั้งได้ง่าย ใช้เงินลงทุนน้อยและจำกัด มีความอิสระในการประกอบการ

1.3. รูปแบบการจัดตั้งและการลงทุน

ธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กมักเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ซึ่งทำให้ ธุรกิจมีความคล่องตัวในการดำเนินงาน ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และสามารถปรับตัวได้ทันต่อการ เปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสภาพแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับ คณิต พูลผล (2547: 15) ที่ได้กล่าวถึง ธุรกิจเจ้าของคนเดียวไว้ว่า เป็นธุรกิจที่มีบุคคลเพียงคนเดียวเป็นเจ้าของ การประกอบกิจการเช่นนี้ สามารถจัดตั้งได้ง่าย ใช้เงินลงทุนน้อยและจำกัด มีความอิสระในการประกอบการและการตัดสินใจ

1.4. การจัดการด้านบุคลากร

เจ้าของร้านกาแฟเพียงคนเดียวไม่ สามารถดูแลกิจการได้อย่างทั่วถึง ประกอบกับมีลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการ ต้องมีการจัดจ้างพนักงานเพิ่มประมาณ 2 - 3 คนเพื่อให้การดำเนินงานในด้านต่างๆของกิจการมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งไม่ว่าจะในธุรกิจใดควรมีการบริหารจัดสรรหน้าที่ในการทำงานที่ดี เพราะถ้าหากเกิดการบริการที่ไม่มีคุณภาพจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์ของธุรกิจ สอดคล้องกับทฤษฎีของ อนิวัช แก้วจำนงค์ (2550: 30) ได้กล่าวถึง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ว่า มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ธุรกิจมีกำลังคนที่มีประสิทธิภาพพร้อมในการทำงานในทุกตำแหน่งงาน โดยยึดหลักที่ทำให้ทุกตำแหน่งมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและเหมาะสมกับงานที่ทำ

1.5. รูปแบบสินค้าและการให้บริการ

ธุรกิจร้านกาแฟสดสินค้าหลักก็คือ กาแฟสด ซึ่งในแต่ละร้านจะมีรสชาติที่แตกต่างกันที่เป็นสูตรเฉพาะของร้านและแตกต่างจากร้านอื่น มีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีขั้นตอนการ การชงที่พิถีพิถันเพื่อให้กาแฟสดมีความสดใหม่ รสชาติเข้มข้นนอกจากนี้ธุรกิจร้านกาแฟสดในปัจจุบันนอกเหนือจากการ จำหน่ายเครื่องดื่มแล้วก็นิยมจำหน่ายขนมและอาหารเป็นสินค้าเสริมควบคู่ไปด้วยเพื่อเป็นการสร้าง ความหลากหลายในสายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ มีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเพิ่มปริมาณการซื้อมาก ขึ้น อันจะส่งผลถึงความพึงพอใจที่สูงมากขึ้นในที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิญา รัตนวราหะ และ สรสิชา หุ่นแก้ว (2554: 76) ได้ศึกษาถึง “ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ของร้านกาแฟที่ให้บริการบนสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส” ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ทางร้านกาแฟ ควรมีการพัฒนาและเพิ่มความหลากหลายของเครื่องดื่มให้มากยิ่งขึ้น ประกอบกับมีการคิดค้นและ ปรับปรุงคุณภาพของวัตถุดิบให้ดีมากยิ่งขึ้น ส่วนในเรื่องราคากาแฟสดของ

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่จะ กำหนดราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าและคุณภาพของสินค้าซึ่งจะมีราคาที่ไม่ถูกและแพงมากเกินไป โดยเป็นราคาที่ผู้บริโภคสามารถยอมรับได้

1.6. กลุ่มลูกค้า

จำนวนลูกค้าของธุรกิจร้านกาแฟสดจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้นขึ้นอยู่กับ สภาพแวดล้อมและลักษณะของร้านกาแฟ ซึ่งการกำหนดกลุ่มลูกค้าของผู้ประกอบการในขั้นตอนการวางแผนซึ่งร้านกาแฟสดที่อยู่ในแหล่งชุมชน ตั้งอยู่ริมถนน มีที่จอดรถน้อย กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มักจะเป็นลูกค้าสัญจรที่เป็นวัยทำงานส่วนร้านกาแฟสดลักษณะคาเฟ่ที่นอกเหนือจากการจำหน่ายกาแฟสดแล้วยังมีขนมและอาหารเป็น สินค้าเสริม มีที่จอดรถ และมีโต๊ะไว้บริการ 1 – 6 โต๊ะ สิ่งเหล่านี้ช่วยดึงกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นทำให้ ร้านกาแฟสดลักษณะนี้ได้รับการตอบรับจากลูกค้า

2. สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟสดสดในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

2.1. ด้านคู่แข่ง

มีธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กมีการเพิ่มขึ้นและขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้มีการเพิ่มขึ้นของคู่แข่งตลอดเวลา ยิ่งถ้าเป็นร้านในลักษณะเดียวกันและตั้งอยู่ใน บริเวณใกล้ๆกัน ก็จะส่งผลให้ผู้ประกอบการรายเดิมต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นแต่ต้องมีความพยายามในการสร้างคุณค่าให้แก่ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นในด้าน ประสิทธิภาพในการให้บริการ เพิ่มความหลากหลายในการบริการเพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับลูกค้า มีการพัฒนาสูตรกาแฟให้มีมาตรฐานและคุณภาพมากขึ้น การตกแต่งร้านให้สวยงาม และมุ่งสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในทุกๆด้าน สอดคล้องกับ มัลลิกา ต้น สอน (2544: 55) ได้กล่าวว่า ธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมควรพยายามสร้างอุปสรรคที่จะมีต่อการ ตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุนรายใหม่ ถ้าอุตสาหกรรมมีสิ่งกีดขวางผู้แข่งขันรายใหม่ก็จะเข้ามาใน อุตสาหกรรมได้ยาก แต่ถ้าซึ่งการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ทำได้ง่ายและคล่องตัวจะทำให้เกิดภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

2.2. ด้านสินค้าทดแทน

สินค้าที่สามารถเข้ามาทดแทนที่จะเป็นคู่แข่งสำคัญของธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นร้านสะดวกซื้อที่จำหน่ายกาแฟกระป๋องแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นซึ่งในด้านสินค้าทดแทนนี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทางลบ ได้มากอาจทำให้ยอดขายของธุรกิจลดลง จำนวนลูกค้าลดลง และมีผลต่อการกำหนดระดับ ความสามารถในการกำหนดราคาหรือกำไรจากสินค้าหรือบริการ สอดคล้องกับ พิบูล ทีปะปาล (2551 : 42) ได้กล่าวถึง ข้อจำกัดจากสินค้าทดแทนว่ายิ่งถ้ามีผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้แทนในธุรกิจนั้นได้ ศักยภาพการทำกำไรของธุรกิจนั้นก็จะลดลง เพราะสินค้าทดแทนจะเป็นตัวจำกัดโอกาสในการ กำหนดราคา และถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะไม่เป็นกังวลต่อปัจจัยในด้านนี้มากนักเนื่องจากมั่นใจในคุณภาพของกาแฟสดแต่ก็ไม่ควรไว้วางใจเพราะในปัจจุบันผู้ที่ผลิตสินค้าทดแทนนั้นก็ได้มีการวางกลยุทธ์ในการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าทำให้สินค้าทดแทนเหล่านั้นกลายเป็นตัวเลือกชั้นดี

2.3. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

อิทธิพลที่มีผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจนั่นคือผู้ซื้อหรือผู้บริโภค เนื่องจากผู้ซื้อจะ ตัดสินใจซื้อสินค้าโดยมีผลตอบแทนในรูปรายได้และกำไรให้แก่ธุรกิจร้านกาแฟสด การทำให้ธุรกิจร้านกาแฟมีอำนาจเหนือกว่าลูกค้าหรือมีอำนาจการต่อรองกับลูกค้าสูง ในการสร้างข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดย สร้างคุณค่าด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การพัฒนากาแฟสดให้มีรสชาติที่เข้มข้น ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพที่ เหมาะสมกับราคาที่ขายซึ่งไม่ควรสูงหรือต่ำมากเกินไป นอกจากนี้ลูกค้ายัง สามารถต่อรองราคาให้ลดต่ำลง ต่อรองให้สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น หรือเรียกร้องให้ดีระดับการบริการที่ สูงขึ้นได้ สอดคล้องกับ ปกรณ์ ปรียากร (2552: 105) ได้กล่าวถึง อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อหรือ ลูกค้า เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงอำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อกาแฟสดดื่มที่มีต่อผู้ขายมีมาก น้อยเพียงใด อาจจะต่อรองในเรื่องของราคา ปริมาณหรือคุณภาพก็ได้ ในการลดอำนาจการต่อรอง ของผู้ซื้อทำได้โดยการทำตลาดให้ตราสินค้าเข้าไปอยู่ในใจลูกค้าจนเกิดเป็น Positioning คือการทำให้ ธุรกิจร้านกาแฟมีอำนาจเหนือกว่าลูกค้าหรือมีอำนาจการต่อรองกับลูกค้าสู

2.4. ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต

ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีส่วนสำคัญของการให้บริการด้านร้านค้าที่ขายวัตถุดิบที่ใช้สำหรับ ผลิตกาแฟสดหรือสินค้าต่างๆภายในร้านกาแฟสด เพื่อเพิ่มคุณค่าและภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องเลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาในระดับต่างๆให้เหมาะสมกัน สินค้าของ ผู้ขายปัจจัยการผลิตต้องเป็นตราสินค้าที่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้การยอมรับเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับ ธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันมีร้านขายวัตถุดิบเกี่ยวกับกาแฟเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีผู้ขายปัจจัยการผลิตหลายราย และมีคุณภาพใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองที่สูงกว่า ซึ่งผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่จะพยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขายปัจจัยการผลิตเพื่อให้เกิดการเจรจาที่ดีและง่ายขึ้น จนเกิดการซื้อและขายวัตถุดิบกันเป็นประจำ มีการซื้อซ้ำซื้อบ่อย มีการสั่งซื้อต่อครั้งในปริมาณที่มากทำให้ผู้ขายปัจจัยการผลิตยอมลดราคาของวัตถุดิบลง

3. กลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

3.1. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างถือว่ามีผลต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมากเพื่อให้ธุรกิจมีความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง ถ้าหากเป็นธุรกิจร้านกาแฟสดอันดับแรกที่เจ้าของธุรกิจควรให้ความสำคัญ มากที่สุดและต้องพัฒนาให้มีคุณภาพ มีความโดดเด่น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุดโดยการ คัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ชอบความคุ้มค่าใน การเลือกซื้อกาแฟสด คือต้องมีความสดใหม่ มีรสชาติที่เข้มข้น มีกลิ่นหอม มีความสวยงาม รวมไปถึง รูปแบบของกาแฟสดที่มีความหลากหลายแปลกใหม่และขนาดของบรรจุภัณฑ์ สินค้าที่มีคุณภาพที่ดี จะทำให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าเกิดความพึงพอใจที่จะกลับมาใช้บริการในภายหลังอีกสอดคล้องกับ งานวิจัยของ วัฒนา รสชา (2554: 71) ผลการวิจัยพบว่า ในด้านการส่งเสริมการตลาดร้านกาแฟสดที่ มีการปรุงกาแฟที่รสชาติเข้มข้น มีปริมาณกาแฟและวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมค่อนข้างมากจะมีลูกค้า เยอะกว่าร้านกาแฟสดที่ปรุงกาแฟรสชาติอ่อน และผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญของการตกแต่ง ร้านให้มีบรรยากาศที่สวยงานและจัดให้มีบริการเสริมฟรีไม่ว่าจะเป็น Wi-Fi หรือปลั๊กไฟ ซึ่งเป็นส่วน หนึ่งที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

3.2. กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ

ในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดๆก็ตาม ต้องมีการนำกลยุทธ์มุ่งต้นทุนต่ำ ไปใช้ในการควบคุมต้นทุนในการผลิตและการบริหารจัดการภายในธุรกิจให้มีต้นทุนต่ำที่สุดเพื่อสร้าง ความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมุ่งลดด้านต้นทุนวัตถุดิบในธุรกิจร้านกาแฟสดด้านการลดต้นทุนวัตถุดิบลงนั้นจะทำโดยการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งขายที่มี ราคาถูก อีกทั้งยังคัดเลือกร้านที่มีผู้ขายปัจจัยการผลิตที่สามารถเจรจาต่อรองได้ง่าย และสิ่งสำคัญที่ ผู้ประกอบการควรปฏิบัติคือการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขายปัจจัยการผลิตเพื่อความคล่องตัวใน เรื่องการจัดซื้อวัตถุดิบในระยะยาวและก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย และยังมีการลดต้นทุน ในด้านการโฆษณาส่งเสริมการขาย เนื่องจากในปัจจุบันมีจำนวนการใช้อินเตอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่ง เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมกันมากที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ facebook และ Instagram ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้ธุรกิจเข้าถึงผู้โภคได้มากขึ้นสอดคล้องกับ อนิวัช แกล้วจำนงค์ (2551: 115) ได้กล่าวถึง การเป็นผู้นำทางต้นทุนต่ำว่าเป็นการดำเนินงานของธุรกิจโดยมุ่งการใช้ต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งด้วยวิธีการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตหรือการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ธุรกิจที่เป็นผู้นำด้านต้นทุนจะมีผลตอบแทนที่สูงกว่าธุรกิจของคู่แข่ง

3.3. กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ธุรกิจบริการทุกประเภทควรเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ทั้ง ทางด้านการบริการซึ่งหัวใจสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ผู้ประกอบการควรมีการ วางแผนขั้นตอนการให้บริการและมีการจัดระบบการทำงานให้เกิดความคล่องตัว รวดเร็วรวมไปถึงการเตรียมความพร้อมของร้านกาแฟก่อนที่จะเปิดให้บริการในแต่ละวันไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการเตรียมวัตถุดิบที่ให้มีปริมาณที่เพียงพอสำหรับการผลิตในวันนั้นๆ เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาของขาดส่งผลให้บริการลูกค้าได้การดำเนินงานภายใน ร้านให้มีความรวดเร็วทันใจตรงความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟสดจะส่งผลให้ ลูกค้าเกิดความประทับความใจอย่างมากและอยากกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อๆไป นำไปสู่ความ ประสบความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ณัฐวัชต์ ปาลี (2550) ได้ศึกษาถึง รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสดแบบสแตนด์อะ โลน (Stand Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า .ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญต่อการดำเนินงานทางด้านการจัดการ โดยการวางแผนล่วงหน้าในด้านการจัดการและการ ผลิตก่อนการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นการวางแผนในระยะสั้น และธุรกิจควรมีการปรับตัวของสินค้าให้เข้า กับตลาดใหม่ๆ เนื่องจากในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่รวดเร็วจะส่งผลต่อความต้องการ ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเพิ่มมากขึ้น เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้ตรงจุดมากที่สุด

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงการจัดการ

1.1. ในการเริ่มต้นธุรกิจร้านกาแฟสด ถึงแม้จะสามารถทำได้ง่าย ใช้เงินลงทุนน้อย แต่ผู้ประกอบการรายใหม่ควรให้ความสำคัญกับความสนใจของตนเอง มุ่งเน้นความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ เกี่ยวกับธุรกิจร้านกาแฟสดด้วย เพื่อสามารถเสริมให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.2. ในด้านสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการวางแผนกระบวนการดำเนินงานที่ดี มีการวิเคราะห์คู่แข่ง วิเคราะห์ตลาด และนำผล การวิเคราะห์นั้น มาใช้ในการปรับปรุงเพื่อการเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานและการทำกำไรของธุรกิจที่เหนือคู่แข่งขัน

1.3. นอกจากการจำหน่ายกาแฟสด ผู้ประกอบการควรเพิ่มความหลากหลายของ เครื่องดื่มให้มีมากยิ่งขึ้น เช่น ชาเขียว โกโก้ น้ำอิตาเลี่ยนโซดา เป็นต้น และมีการสรรหาสินค้าประเภท อื่นมาจำหน่ายควบคู่ด้วยไม่ว่าจะเป็น ขนมเค้ก ไอศกรีม ขนมปัง อาหารจานเดียวหรืออาหารเพื่อ สุขภาพ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม

1.4. ควรกำหนดราคาของสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเต็มใจในการซื้อหรือใช้บริการร้านกาแฟสด

2. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

การศึกษารูปแบบธุรกิจร้านกาแฟและประเภทในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการเลือกรูปแบบลักษณะการลงทุนให้เหมาะกับธุรกิจและแนวคิดการจัดการธุรกิจ เพื่อศึกษาถึงกระบวนการในการบริหารงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่ธุรกิจได้ตั้งขึ้นมา และหน้าที่ของการบริหารจัดการและแนวคิดสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน เพื่อศึกษาถึงการวิเคราะห์ปัจจัย ทางการแข่งขันที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในธุรกิจและการศึกษากลยุทธ์การแข่งขันระดับธุรกิจ เพื่อศึกษาถึงการกำหนดกลยุทธ์เพื่อนำไปใช้ในการบริหารงานด้านต่างๆของธุรกิจเพื่อ สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง จากการศึกษาที่ได้นำทฤษฎีต่างๆนี้นำมาอธิบายผลการศึกษาซึ่งเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ร้านกาแฟสดขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี การใช้กลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่ทำให้ สามารถอยู่รอดในสภาวะที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบันได้ จึงเป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนาต่อยอด หรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ สำหรับเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจให้ผู้ประกอบการรายเดิมหรือ รายใหม่ที่กำลังจะเริ่มต้นเข้าสู่ธุรกิจประเภทนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดสดในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการอีกจำนวนมากที่อยู่ในต่างจังหวัดซึ่งอาจจะมีแนวทางการดำเนินธุรกิจหรือความ คิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป โดยข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต จึงควรมีการศึกษาในพื้นที่อื่นในแต่ละจังหวัดด้วย และควรสอบถามจากหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ทราบถึง ข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของผู้ประกอบการร้านกาแฟ ซึ่งผู้วิจัยพบว่ายังมีธุรกิจขนาดเล็กอีกมากมายที่มีได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการและมีการแข่งขันที่สูงโดยงานวิจัยในอนาคตควรศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมใน ธุรกิจกลุ่มอื่นๆนอกเหนือจากธุรกิจร้านกาแฟสด

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งในอนาคต นั้นควรทำการศึกษาโดยการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กันไปด้วยเพื่อจะได้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มากขึ้น และได้ข้อมูลในมุมมองที่กว้างและรอบด้านมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถวัดผลในเชิงสถิติได้อีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดทุกท่านในชุมชนสวนราชานุสรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กองบรรณาธิการ. (2553). **รวยด้วยกาแฟ.** กรุงเทพมหานคร : บริษัท ส.เอเชียเพรส จำกัด.

คณิต พูนผล. (2547). **คู่มือเจ้าของกิจการ.** กรุงเทพมหานคร: ดีดี.

ชมพูนุช สิริแสงทักษิณ. (2559). ข่าวธุรกิจกาแฟ. เข้าถึงเมื่อเมื่อ 20 มีนาคม 2560. เข้าถึงได้จาก http:// www.newswit.com/biz/2016-0216//

ณัฐวัชด์ ปาลี. (2550). “รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสดแบบสแตนด์อะโลน (Stand Alone) ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” ปัญหาพิเศษ ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ตุลา มหาพสุธานนท์. (2554). **หลักการจัดการ Principle of Management**. กรุงเทพมหานคร: พี เอ็น เค แอนด์ สกายพริ้นติ้งส์.

ปกรณ์ ปรียากร. (2552). **การวางแผนกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร: เสมาธรรม.

ไพลิน บรรพโต. (2556). “พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พิบูล ทีปะปาล. (2551). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.

ภาวิณี กาญจนาภา. (2554). **หลักการตลาด Principles of Marketing**. กรุงเทพมหานคร: ท้อป.

มัลลิกา ต้นสอน. (2544). **กลยุทธ์ธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เอกซเปอร์เน็ท.

วัฒนา รสชา. (2554). “การศึกษาศักยภาพการจัดการธุรกิจที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.” การค้นคว้าแบบอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิชิต อู่อ้น. (2549). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: พรินท์แอทมี (ประเทศ ไทย).

อนิวัช แก้วจำนงค์. (2550). **หลักการจัดการ**. : ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ.