

ความต้องการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟ และ สถานที่สอนพิเศษ

ครบวงจร Tutor Cafe

Business Demand and operation of coffee shop and tutor cafe

นาย รัชชัช สุภสินสาธิต

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟของคนกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษาคือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มวัยทำงาน และ ผู้ที่มีความชื่นชอบในการดื่มกาแฟหรือชอบบรรยากาศร้านกาแฟ จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาทำการ หาค่าร้อยละ เพื่อใช้ประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาถึงการใช้บริการร้านกาแฟของกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการเพื่อการดื่มกาแฟรับประทานนม และ ที่สำคัญคือผู้ใช้บริการเพื่อการ อ่านหนังสือ ดิวหนังสือ หรือเพื่อการ ทำงาน เป็นหลักด้วย เพื่อเข้าถึงปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ในการเลือกใช้บริการของกลุ่มคนแต่ละประเภท โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนที่1 ประชากรศาสตร์ ส่วนที่2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ และส่วนที่3 คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ทั้งนี้การวิจัยนี้ทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคที่ร้านกาแฟจากแต่ก่อนที่ใช้เพื่อการดื่มกาแฟทานนมจริงๆ แต่ปัจจุบันมีแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจนมากขึ้นคือ พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟเพื่อการ อ่านหนังสือ ดิวหนังสือ หรือ ใช้เพื่อการทำงานเป็นหลัก ทางผู้วิจัยยังเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและสนใจ ที่จะศึกษาเพื่อนำข้อมูลทางสถิติด้านปัจจัยและพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟ ที่รวบรวมมาได้ มาใช้ในการตอบสนองความต้องการ ต่อกลุ่มผู้บริโภคแต่ละประเภทให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากการให้บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม การบริการ และ สถานที่แล้ว ทางผู้วิจัยยังเห็นถึงช่องทางทางธุรกิจที่สามารถประสานงานกันได้ดีคือ การติวเตอร์ของกลุ่มเด็กนักเรียนซึ่ง จากผลสำรวจพบว่า ไปปัจจุบันผู้บริโภคมีความนิยมใช้บริการร้านกาแฟ ที่มีรสชาติของอาหาร เครื่องดื่ม และ กาแฟที่เป็นมาตรฐานและมีความหลากหลาย และยังชอบบรรยากาศร้านที่ดูโล่งสบาย และ สามารถใช้ในการทำงานได้อีกด้วย โดยร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอยู่ในรูปแบบของร้านกาแฟแบบ stand alone ที่อยู่ใกล้เขตชุมชนเดินทางสะดวก และราคาต้องอยู่ในราคาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ในทุกกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

Abstract

This research have objective to study about behavior of people for coffee shop in Bangkok . target in this research are a student in school or university , office worker and any people have activity to drink coffee everyday. In this research use a 200 sample people to do questionnaire .for collect data to analyze for get a knowledge to study.

IN this research use to study about people using coffee shop . to drink coffee , eat dessert and use to reading book , working , tutor . for access this factor have a effective for choose to come to using this coffee shop . by this questionnaire have a 3 content to ask this sample people . first ask about demography . about sex , age , status , work ,salary . in this second content ask about behavior to using this coffee shop such as how many time to use coffee shop in one week or how long you using coffee shop per times . in third ask about factor have effect to choose to come to this coffee shop .

Survey result found . people like to using coffee to drink coffee ,eat dessert and like to working or reading in coffee shop same. And one factor have a important in coffee is taste of coffee and dessert .

If this coffee shop make a coffee change taste . people don't like this . and second important is about design of coffee shop . many sample people like a quiet place and open .

But in this research talk about complete business . coffee shop can make a new product to support business . in this present have a many people using coffee shop to work , reading , tutor .It's a chance to respond people . and have a way to make a money . in this coffee shop have a computer to service have a printer . if customer finish this work can print in this coffee shop and pay a money.It's a complete business in one store .

บทนำ

๑.ความเป็นมาและความสำคัญ

ธุรกิจ Tutor Cafe นี้เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นความสำคัญของการใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในยุคสมัยนี้ซึ่ง นิยมใช้ร้านกาแฟเพื่อการ อ่านหนังสือ ทำงาน ดิวหนังสือ หรือ สอนพิเศษ และเพื่อการทำงาน กันมากขึ้น ทำให้ในบางครั้งบางร้านกาแฟ ไม่มีที่นั่งเพียงพอสำหรับลูกค้ารายใหม่ๆ ที่เข้ามาใช้บริการ ทำให้อาจได้ยอดขายที่น้อยลงจากที่ควรจะเป็น ทางผู้ทำวิจัยจึงอยากหาทางออกในการดำเนินธุรกิจให้พัฒนาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น โดยทำร้านกาแฟให้เป็นไปในรูปแบบ สถานที่ดิวหนังสือ ที่ทำงาน ที่อ่านหนังสือ ไปเลยพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นหลายๆอย่างแบบครบครัน ไม่ว่าจะเป็น WIFI เครื่องถ่ายเอกสาร คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เครื่องเขียน กระดาษ และมีการให้บริการ พิมพ์งาน ถ่านเอกสาร เข้าเล่ม ครบจบในร้านเดียว แต่ทุกอย่างมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยที่ผู้ที่เข้ามาทำงาน ทำการบ้าน รายงาน ดิวหนังสือ ไม่ต้องวิ่งออกไปใช้บริการร้านปรีนอื่นๆที่อาจจะอยู่ไกล และ นั่งทำงานได้อีกด้วย โดยร้านจะใช้เป็นห้องแถว 2 คูหา แบ่งโซนการใช้บริการเป็นด้านหน้าเป็นโซนสำหรับผู้ใช้บริการที่ มาดืมกาแฟ เครื่องดื่ม ทานอาหาร พบปะผู้คน เท่านั้น โซนกลาง และ โซนด้านหลัง สำหรับทำงาน ทำรายงาน ดิวหนังสือได้ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆจะอยู่โซนด้านหลัง เพื่อเป็นการไม่รบกวนผู้มาใช้บริการด้านหน้า และ ที่สำคัญที่สุดสำหรับคำว่าครบวงจรของ tutor cafe นั่นคือ การที่เรา มีบริการจัดหาtutorหรือครูสอนพิเศษให้ตามความต้องการของลูกค้าอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นเรียนเป็นกลุ่มหรือเรียนเดี่ยว โดยเราจะหากกลุ่มนักศึกษาหรือคนทำงาน ที่มีความต้องการในการหารายได้เสริมรับสอนพิเศษตามรายวิชาที่มีความถนัด และชั้น 2 3 4 ของตัวร้านก็จะเป็นเป็นห้องสำหรับการดิวหนังสือ ห้องคอมพิวเตอร์สำหรับพิมพ์งาน ห้องประชุม อีกด้วย จากพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มผู้บริโภคที่ มาเพื่อการทำงานแล้ว ยังไงก็ต้องใช้เครื่องถ่ายเอกสาร คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต เข้าเล่ม เย็บมูม เพียงแต่ร้านอาหารหรือร้านกาแฟทั่วไปจะไม่มีบริการไปด้านเหล่านี้ นี่จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสร้างรายได้ เป็นจุดแข็งที่ทาง ธุรกิจ tutor cafe มีอยู่ โดยรวบรวมความต้องการของผู้บริโภคประเภทเดียวกันมารวมกัน ทั้งนี้สามารถตอบสนองได้ทั้ง ผู้ดืมกาแฟ ทานอาหาร นักเรียน นักศึกษา ที่หาที่ทำการบ้านดิวหนังสือ และ กลุ่มคนทำงานที่หาที่พิมพ์งาน ทำงาน คุยงาน หาห้องประชุมใช้บริการแบบง่ายๆและครบวงจร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟของคนกรุงเทพมหานคร
- 2.เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟของคนกรุงเทพ
- 3.เพื่อศึกษาและทำการวางแผนในการดำเนินธุรกิจ

นิยามคำศัพท์

- 1.ร้านกาแฟ หมายถึง สถานที่ให้บริการเครื่องดื่มประเภทกาแฟ และเครื่องดื่ม อาหาร และบริการต่างๆ
- 2.ตัว หมายถึง การสอนหนังสือแบบเจาะจงเนื้อหาหนึ่งๆโดยผู้มีความรู้หรือเชี่ยวชาญในด้านนั้นๆ
- 3.ครบวงจร หมายถึง ความไม่ขาดตกบกพร่องในด้านต่างๆ ที่ควรจะมี
- 4.ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่นิยมดื่มกาแฟ หรือ ใช้บริการร้านกาแฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1.ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ : ประชากรศาสตร์ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟภายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มเป้าหมายหลักคือ นักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท

2.ขอบเขตด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล : เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 200 ชุด

3.ขอบเขตด้านเวลา : เริ่มต้นเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน – 30 มิถุนายน 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปปรับใช้กับการทำธุรกิจร้านกาแฟได้
- 2.ช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดให้สอดคล้อง และ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้
- 3.ได้ทราบความต้องการของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ และ วางแผนตอบสนองได้ทุกกลุ่มผู้บริโภค

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล

- 1.ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จากการตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ค่าสถิติในรูปแบบของร้อยละ
- 2.ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟของคนกรุงเทพมหานคร
- 3.ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของคนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

แหล่งข้อมูลในการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ และปรับใช้เข้ากับธุรกิจ ร้านกาแฟ TUTOR CAFE โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 - 30 มิถุนายน 2562

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสำรวจข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ DIGITAL ในการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ผู้ที่ใช้บริการร้านกาแฟในเขตกรุงเทพมหานคร
2. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของคนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุดในการเก็บรวบรวมข้อมูล คำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม เป็นแนวคิดทฤษฎีด้าน ประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของคนกรุงเทพ และ ปัจจัยและเครื่องมือต่าง ๆ ทางการตลาด

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามที่เราจะได้ข้อมูลของ กลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ที่มีความแตกต่างกันในด้าน ประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ เงินเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 ข้อ ในคำถามส่วนนี้เราจะได้ทราบถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่ทำแบบสอบถามแต่ละคน ไม่ว่าจะเป็น ช่วงเวลาการให้บริการร้านกาแฟ ระยะเวลาการให้บริการ ลักษณะร้านกาแฟที่เลือกไปใช้ รวมถึง ปริมาณการใช้จ่ายเงินในแต่ละครั้งการให้บริการอีกด้วย

ส่วนที่3เป็นคำถามด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของคนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 7 ข้อ ในส่วนนี้เราจะรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภค ปัจจัยทางการตลาดที่ธุรกิจควรมีและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล(Google Form และ SPSS) คือ

1. การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) คือ อธิบายลักษณะของข้อมูลในแบบสอบถามตามลักษณะต่าง ๆ
2. ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการอธิบายระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P's) เพื่อวิเคราะห์เหตุในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสังเกต

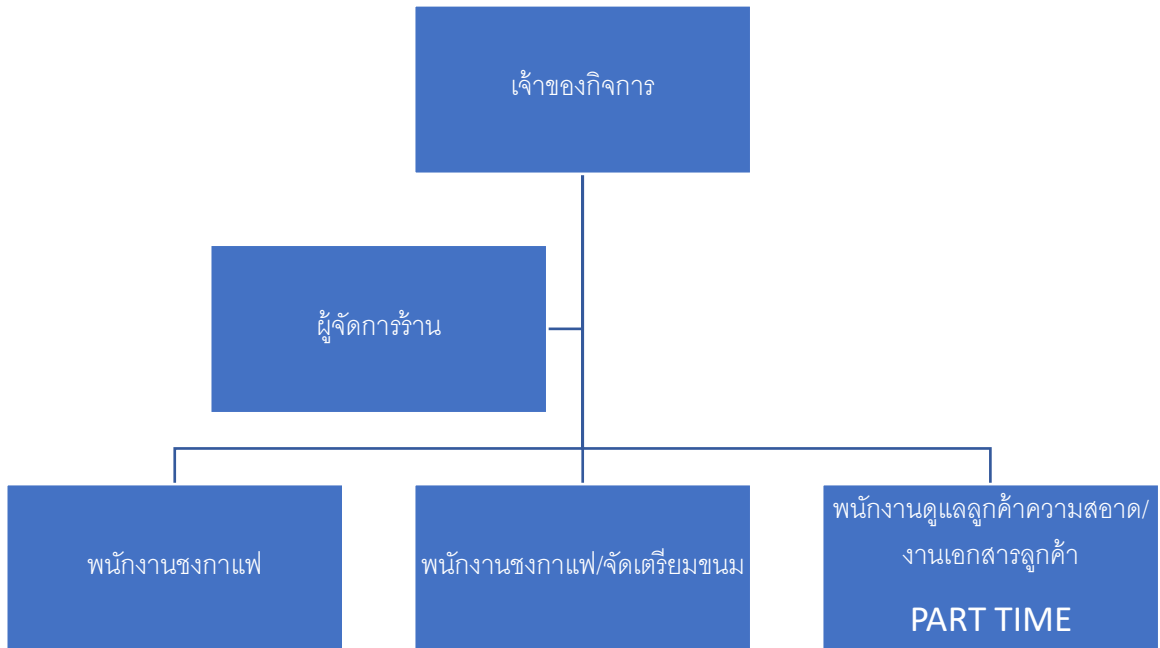
การรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตธุรกิจประเภทเดียวกัน ก็คือร้านกาแฟ ในเขตกรุงเทพมหานครคือร้าน

ร้านกาแฟ	คาเฟ่เมซอน	สตาร์บัค	Holly coffee
ราคาต่อแก้ว	เริ่มต้นที่35บาทสูงสุดไม่เกิน 100 บาท	100 บาทขึ้นไป	100 บาทขึ้นไป
ปลั๊กไฟ	มีบางจุด	มีทั่วถึง	มีทั่วถึง
FREE WIFI	มีแบบจำกัดเวลา	กรอกข้อมูลหรือเป็นสมาชิกในการใช้บริการ wifi	FREE WIFI
สถานที่ตั้ง	ตามสถานีบริการน้ำมัน	ตามห้างสรรพสินค้าและ	ตามห้างสรรพสินค้าและ

	ปตท. และ อื่นๆ	แหล่งท่องเที่ยวทั่วไป	แหล่งท่องเที่ยวทั่วไป
--	----------------	-----------------------	-----------------------

การจัดการและพฤติกรรมองค์กรในอุตสาหกรรม

แผนผังองค์กร



ตารางที่ 4.2.1 แสดงแผนผังองค์กร

1.เจ้าของกิจการ

หน้าที่หลักคือบริหารงาน และ ประสานงานกับผู้จัดการร้านในการออกคำสั่ง โดยใช้ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์จากที่เคยทำงานด้านร้านอาหารมาก่อน ในการควบคุมการใช้วัตถุดิบ การเลือกซื้อวัตถุดิบ การดูราคา การบริการลูกค้า ดูแลและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2.ผู้จัดการร้าน

รับคำสั่งจากเจ้าของกิจการทั้งหมด ช่วยดูแล และ ประสานงานกับ พนักงานในองค์กรนี้ สามารถทำได้ทุกอย่างเทียบเท่าเจ้าของกิจการ ดูแลงานเอกสารบิลการซื้อขาย ปิดยอดประจำวัน ทำเอกสารการเงินทั้งของร้านค้า และของพนักงาน

3.พนักงานชงกาแฟ

จำนวน 1-2 คน หน้าที่หลักคือชงกาแฟ และบริการลูกค้าได้ โดยที่มีมากกว่า 1 คน เพื่อการจัดวันหยุดและยังมีคนยืนตำแหน่งแทนได้ มีความสามารถในการชงกาแฟ จำสูตรกาแฟ คิดค้นและพัฒนาสูตรต่างๆได้ดี

4.พนักงานชงกาแฟ และ จัดเตรียมขนม

จำนวน 1 คนหน้าที่หลักคือ เตรียมอาหาร ขนม และ เครื่องดื่มได้ และยังคอยบริการลูกค้าได้อีกด้วย โดยเพื่อความคงที่ของรสชาติ อาหารและขนม

5.พนักงานดูแลลูกค้าความสะอาด/งานเอกสารลูกค้าPART TIME

จำนวน 1-2 คน เป็นลักษณะพนักงาน part time หรือเป็นพนักงานเสริม คอยช่วยดูแลลูกค้า ด้านความสะอาดของร้าน

การจัดการการตลาดในอุตสาหกรรม

STP

Segment การแบ่งส่วนตลาด

แบ่งตามลักษณะประชากรศาสตร์ เลือกมาใช้เพียงแค่ 3 ตัวคือ

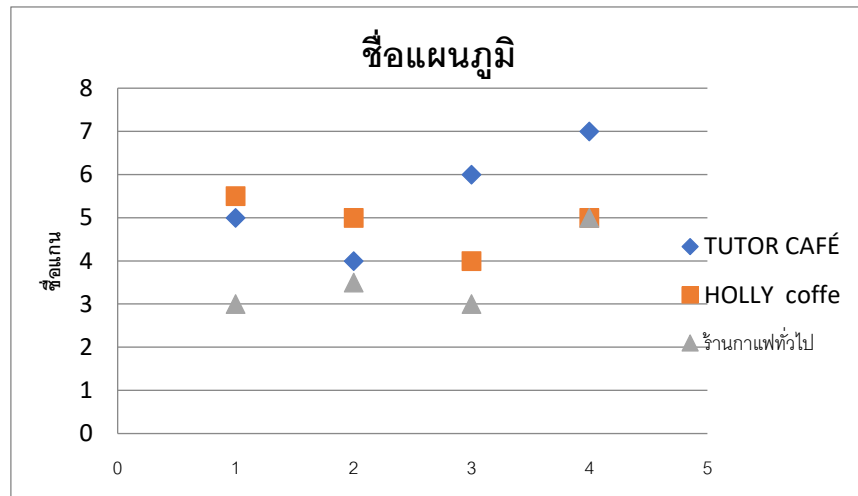
เพศ	ชาย หญิง เพศที่3
อายุ	15 -50 ปี
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา/พนักงานออฟฟิศ

ตาราง แสดงถึงส่วนแบ่งตลาด segment

Target กลุ่มเป้าหมาย

เน้นเป็นกลุ่มผู้ชื่นชอบการดื่มกาแฟ ชอบ บรรยากาศร้านกาแฟ และ กลุ่มที่ใช้ร้านกาแฟเพื่อการทำงาน อ่านหนังสือ ดิวหนังสือ โดยเน้นไปที่3 กลุ่มหลักๆ คือ นักเรียน นักศึกษา พนักงานทำงาน

Positioning การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์



ตาราง แสดงถึง การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ positioning

กลยุทธ์ 4 P

PRODUCT : สินค้าและบริการคือ ร้านกาแฟ ร้านขนม และสถานที่ตีพิมพ์พร้อมอุปกรณ์ ครบวงจร

โดยเป็นร้านกาแฟที่มากกว่าร้านกาแฟ มีคอมพิวเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร อุปกรณ์เครื่องเขียนที่จำเป็นแก่การทำงาน ทำรายงาน ตีพิมพ์หนังสือ คอยให้บริการด้วย และยังมี การให้บริการเช่าห้องสำหรับการ ตีพิมพ์หนังสือเป็นกลุ่ม และการทำการประชุมเล็กๆ

PRICE : ราคาอยู่ในระดับที่เข้าถึงได้ทั้ง นักเรียนนักศึกษาและผู้ที่ทำงานแล้ว โดยราคาเครื่องดื่ม ขนม และอาหาร จะเท่ากับร้านกาแฟปกติทั่วไป คือ 40 – 60 บาทต่อแก้ว/ต่อจาน และในส่วนของราคาการใช้บริการเครื่องถ่ายเอกสาร และคอมพิวเตอร์ จะเท่ากับร้านทั่วไปภายนอก เนื่องจากเราไม่ได้ต้องการบวกกำไรจากลูกค้ามากนัก เราแค่ต้องการให้ทุกอย่างมันครบจบในร้านๆเดียว โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินออกไปหาร้านในการปริ้นงานหรือถ่ายเอกสารอีก

PLACE : สถานที่ เลือกแหล่งที่ใกล้ ชุมชน ใกล้รถไฟฟ้า และใกล้ สถานศึกษา โดยสถานที่ที่ทางธุรกิจจะจัดตั้งคือ ตรง BTS บางหว้าฝั่งวังเข้าบางแค ได้สถานนี้มีพื้นที่เป็นตึกแถวให้เช่าให้เช่าอยู่ และ ยังอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยสยาม และโรงเรียนอีกมากมาย

PROMOTION: จะเน้นทำโปรโมชั่นควบคู่กับช่องทางออนไลน์เป็นหลัก เพราะในยุคปัจจุบันเราควรใช้ช่องทางในการเข้าถึงผู้คนจำนวนมากให้ได้ประโยชน์สูงสุด เช่น แคมเปญเมื่อทำการเช็คอินผ่าน facebook ที่ร้าน , เข้าร่วมแคมเปญโปรโมชั่นกับค่ายมือถือ และ ธนาคารต่างๆ และ สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง ทั้งเงินสด เงินโอน บัตรเครดิต หรือ brothercard

เครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้

1. การทำการโฆษณา จะใช้สื่อช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ทั้ง facebook , instagram , line@ , youtube เนื่องจากในปัจจุบัน ทุกๆธุรกิจแข่งขันกันสูงขึ้นมาก และช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าและดีกลูกค้าไว้ได้ดีอันดับที่หนึ่งในปัจจุบันนี้คือ

2. การทำpromotionจะทำโดยควบคู่กับช่องทางออนไลน์ โดยการลดราคาสินค้า หรือแถมสินค้าแต่ต้องทำตามข้อกำหนดของโปรโมชั่น เช่น การเช็คอินผ่านfacebookกดติดตามเพจของร้าน

บทสรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลสำรวจจากแบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้รับทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นในด้านต่างๆและสามารถแจกแจงความต้องการได้ในด้านต่างๆดังนี้

ความต้องการและพฤติกรรมของตลาด

ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจกับร้านกาแฟกันมากขึ้น เนื่องจากตลาดของธุรกิจร้านกาแฟที่ขยายตัวขึ้น และ ยอดขายของตลาดเมล็ดกาแฟ ทั้งแบบเมล็ดสดและแบบขั้วบด ที่สูงขึ้นเรื่อยๆในทุกๆปี จากการทำแบบสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคทำให้ทราบว่า ผู้บริโภค ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟส่วนมากเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และช่วงอายุของผู้ใช้บริการส่วนมาก อยู่ในชองอายุ 20-25ปี อาชีพที่ใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุดสองอันดับแรกคือ พนักงานบริษัท และ นักเรียนนักศึกษา โดยส่วนมากผู้บริโภคจะใช้บริการอาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง และใช้เวลาภายในร้าน อยู่ที่ประมาณ 1 ชั่วโมง โดยรูปแบบของร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมคือ แบบ stand alone โดยเฉลี่ยค่าใช้จ่ายต่อครั้งจากการใช้บริการร้านกาแฟอยู่ที่ 100 บาท และนิยมใช้บริการกันไม่เกิด 1-2 คน ส่วนมากนิยมมากกันเพื่อน และผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญ กับเรื่องรสชาติของ อาหาร กาแฟ และขนม เป็นหลักอีกด้วย โดยความต้องการด้านสถานที่ของร้านกาแฟ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านที่จอดรถของร้านเป็นอันดับหนึ่ง และยังให้ความสำคัญกับ ความอยู่ใกล้ชุมชนที่ผู้บริโภคพักอาศัยอยู่อีกด้วย ราคาของเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคเห็นสมควรว่าเหมาะแก่การซื้ออยู่ที่ แก้วละ 50-60 บาท ในเรื่องของบริการและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ที่สำคัญและขาดไม่ได้ในการใช้บริการคือ WIFI และ เสียงดนตรีภายในร้าน ซึ่งจากแบบสอบถาม สองสิ่งนี้ได้รับการให้ความสำคัญมาเป็นอันดับต้นๆ และในบางกลุ่มก็ต้องการเครื่องถ่านเอกสารในการให้บริการจากร้านอีกด้วย ในด้านบรรยากาศการตกแต่งร้านนั้น ผู้บริโภคส่วนมากชอบ การตกแต่งที่พร้อมใช้งานทั้งทางด้าน การรับประทานอาหาร กาแฟ อาหาร ขนม และ ยังมีความต้องการให้ตกแต่งให้เหมาะสมกับการนั่งทำงานอ่านหนังสืออีกด้วย

ยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี

ตารางแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายผันแปร แบบรายเดือน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ ผันแปร	งบประมาณที่ใช้
ค่าเช่าสถานที่ตั้งแถว 2 คูหา	30,000 บาทต่อเดือน
เงินเดือนพนักงานหลัก 5 คน	55,000 บาทต่อเดือน
เงินเดือนพนักงาน part time	6,000 บาทต่อเดือน
ค่าน้ำค่าไฟ	12,000 บาทต่อเดือน
ค่าวัสดุดิบ กาแฟ และ อาหาร	35,000 บาทต่อเดือน
ค่า internet และ online marketing	5000 บาทต่อเดือน
รวม	153,000 บาทต่อเดือน

ตารางคาดคะเนยอดขายวันธรรมดา

ผลิตภัณฑ์	จำนวนต่อวัน	จำนวนเงิน/วัน	20 วัน/เดือน
กาแฟ/เครื่องดื่ม	80 แก้ว	4,000 บาท	80,000 บาท
ขนม/อาหาร	20 ชิ้น	1,200 บาท	24,000 บาท
ค่าใช้จ่ายคอม เครื่องถ่ายเอกสาร ห้องตีว ตีวเตอร์	10 ราย	1,200 บาท	24,000 บาท
รวม		6400 บาท	128,000 บาท

ตารางคาดคะเนยอดขายวัน เสาร์ อาทิตย์ และ วันหยุดพิเศษ

ผลิตภัณฑ์	จำนวนต่อวัน	จำนวนเงิน/วัน	10 วัน/เดือน
-----------	-------------	---------------	--------------

กาแฟ/เครื่องดื่ม	120 แก้ว	6,000 บาท	60,000 บาท
ขนม/อาหาร	50 ชิ้น	3,000 บาท	30,000 บาท
ค่าใช้จ่าย เครื่องถ่ายเอกสาร ห้องตีว ตีวเตอร์	20 ราย	3,000 บาท	30,000 บาท
รวม		12,000 บาท	120,000 บาท

ตารางแสดง รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

รวมรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	128,000+120,000	248,000 บาท
-------------------------	-----------------	-------------

ถ้าหลังจากการที่นำ ยอดขาด – ค่าใช้จ่ายที่ผันแปรต่อเดือน ถ้าจะอยู่ที่ ประมาณ 100,000 บาทต่อเดือน ถ้ามีแนวโน้มในด้านการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ ของทางร้านน่าจะยิ่งทำให้เกิดยอดขายได้สูงขึ้น แต่ในด้านธุรกิจประเภทนี้ไม่ใช้ธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตด้านยอดขายได้มากเท่าธุรกิจอื่น ๆ ที่เป็นการผลิตส่งออก ทำให้ยอดขายน่าจะเติบโตขึ้นไม่มาก แต่ได้ ฐานลูกค้าและการกลับมาให้บริการซ้ำเสียมากกว่า เมื่อพันธะระยะจุดคุ้มทุนที่ทำการลงทุนไปแล้ว ผลกำไรที่เหลือจึงจะเป็นส่วนในการคิดค้นและพัฒนาธุรกิจ ในโอกาสต่อไปไม่ว่าจะเป็นด้าน อุปกรณ์และการอำนวยความสะดวก หรือแม้แต่ เมนูกาแฟ ความหลากหลายที่มากขึ้น ขนมและอาหารที่มีความแปลกใหม่ หรือ เป้าหมายที่ได้สูงสุดคือ การขยายสาขาออกไปในตลาด

การดำเนินงานของธุรกิจ

ธุรกิจจะเน้นดำเนินงานตามแผนธุรกิจและกลยุทธ์ที่วางไว้คือ เน้นวิเคราะห์คู่แข่ง เน้นวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการติดตามกระแส และ พร้อมทั้งจะเล่นไปกับกระแสที่เกิดขึ้น เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด โดยช่องทางที่ทางธุรกิจได้เลือกที่จะใช้เป็นช่องทางหลักคือ ทางออนไลน์ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในยุคนี ให้ได้มากที่สุด

การวางแผนการตลาดของธุรกิจเป็นระยะ 5 ปี

ในอีก 5 ปีข้างหน้าเชื่อว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคต้องเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากแน่นอน และสินค้าและบริการก็ต้องพัฒนาไปข้างหน้าเช่นกัน ทางธุรกิจพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสตลาดอยู่

เสมอ โดยจะเน้น ใช้หลัก ความยืดหยุ่น คือไม่แข็งอยู่กับที่ และไม่อ่อนปวกเปียก อะไรที่เข้ามาให้ปรับ และมีแนวทางไปในทางที่ดี ทางธุรกิจก็พร้อมจะปรับปรุงและพัฒนาอยู่ตลอด แต่ในบางส่วนที่เป็น กลิ่น ไอหรือเป็นเอกลักษณ์บางอย่างของร้านก็จะยังคงไว้

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้รับ ทำให้ได้รับรู้ถึงพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภค ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจอย่างมากไม่ว่าจะเป็นทั้งทางด้านความต้องการด้าน สถานที่ บรรยากาศร้าน ในด้านรสชาติของอาหารที่ลูกค้ามีความชอบในร้านที่มีรสชาติอาหารคงที่ หรือจะเป็นด้านอุปกรณ์ที่ควรจะต้องมีในการให้บริการในร้านกาแฟอีกด้วย ทั้งนี้ การนำการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงร้านกาแฟของเจ้าของธุรกิจ จะดึงทั้งความต้องการทั้งอันดับที่หนึ่ง และสอง มาหาทางออกตรงกลาง เพราะถือว่า การตอบแบบสอบถามที่มีคะแนนสูง ๆ ใกล้เคียงกันนั้น ถือว่าเราได้ข้อมูลจาก 2 กลุ่มเป้าหมายมารวมกัน และควรจะตอบสนองทั้ง 2 กลุ่มเป้าหมายให้ได้ดีไม่ใช่เพียงแค่กลุ่มเป้าหมายเดียว

ข้อเสนอแนะ

จากการที่ได้ลงมาศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้ร้านกาแฟนั้นทำให้ จะได้เห็นถึงความสอดคล้องกัน ของแบบสอบถามและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง เนื่องจาก ในช่วงของการทำวิจัยเล่มนี้ทางผู้จัดทำได้ใช้เวลาการส่วนใหญ่อยู่ในร้านกาแฟ อย่างแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำการศึกษาอิสระฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงไม่ได้เลยหากปราศจากความอนุเคราะห์และการสนับสนุนจากหลายท่าน ที่สำคัญยิ่งผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ ท่านรองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย เป็นอย่างสูงที่ได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา การศึกษาอิสระฉบับนี้ นอกจากนี้ยังให้องค์ความรู้ คำแนะนำในการทำการศึกษาอิสระและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาอิสระ รวมถึงชี้แนะข้อบกพร่องเพื่อแก้ไขให้การศึกษอิสระฉบับนี้ของผู้ศึกษาสำเร็จลุล่วงได้อย่างดียิ่ง และผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเริญ ได้ให้ความกรุณาเป็นประธานกรรมการสอบการศึกษาอิสระ ทั้งนี้ยังคอยชี้แนะแนวทางการปรับปรุงการศึกษาอิสระให้มีความสมบูรณ์ขึ้น อีกทั้งผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับ CMOs (กฎการตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และองค์ความรู้แห่งปัญญาแก่ผู้ศึกษาจนสำเร็จเป็นมหาบัณฑิต

ผู้ศึกษาขอขอบคุณเพื่อนๆ ในหลักสูตรCMOs (กฎการตลาด ทุกคนที่ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมสุขร่วมทุกข์มาด้วยกันตลอดการศึกษาโดยเฉพาะคุณคณิต สง่าทรัพย์ ที่คอยให้

คำแนะนำ ช่วยเหลือและให้กำลังใจแก่ผู้เขียนอันเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นรูปธรรมและสำเร็จไปได้ด้วยดี

สุดท้ายแต่สำคัญยิ่ง ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ ให้พลังผลักดันให้เกิดกำลังใจ ความพยายามที่จะศึกษาหาความรู้อยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ศึกษามีความมุ่งมั่นและความพยายามต่อการศึกษผ่านพ้นอุปสรรคต่างๆ มาจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ในการนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาระดับนี้จะประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจไม่มากนัก และหากเนื้อหาในฉบับดังกล่าวนี้ผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยขอความผิดนั้นไว้แต่เพียงผู้เดียวและขออภัยมา ณ ที่นี้

รัชชชัย สุภสินสาริต

บรรณานุกรม

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย : ตุลาคม 2561)

เข้าถึงได้จาก

<https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Coffee-Shop-Management.pdf>

ทีมข่าวเฉพาะกิจไทยรัฐออนไลน์ : 10 มค. 2562

เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/scoop/1430236>

BLT Bangkok : 24 เมษายน 2561

เข้าถึงได้จาก

<http://www.bltbangkok.com/News/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%A2%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%9F%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A9%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%94%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%9A%E0%B9%82%E0%B8%95%E0%B8%81%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%82%E0%B8%94%E0%B8%94>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541

สมยศ นาวิการ (2543 : 30)

มิตเติลมิสท์ และฮิทท์(Middlemist and Hitt, 1988 : 5)

บารอน และกรีนเบิร์ก (Baron and Greenberg, 1989 : 4)

เข้าถึงได้จาก <http://www.chaiwut.net/uploads/page/828/847.pdf>

ดร. เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย

ดร. ดวงมน จิ่งเสถียรทรัพย์

ดร. ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล

เข้าถึงได้จาก <http://mba.sorrawut.com/wiki>

กานต์ธีร์เพิ่มเพียร. (2553).กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับร้านกาแฟขนาดเล็กในบริเวณสถาบันอุดมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ (Appropriate Marketing Strategies for Small Coffee Shops in the Area of Higher Educational Institutions in Chiang Mai Province).การค้นคว้าแบบอิสระ (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สาขาวิชาธุรกิจเกษตร)) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 148 หน้า. ตาราง. (ว/ภน 658.8 ก254ก) 08/2555/129

BrandAge Team 26/04/2018

เข้าถึงได้จาก<http://www.brandage.com/article/4302/Specialty-Coffee->

HORECA 15/11/2018

เข้าถึงได้จาก

<https://officemate.blog/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%9F/>

<http://www.pinkvanilla.in.th/article/43/%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%9F>

บทความออนไลน์ : 22 สิงหาคม 2554

เข้าถึงได้จาก http://rockyzone-zweetrip.blogspot.com/2011/08/starbucks_22.html