

กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านกาแฟสดขนาดเล็ก ในเขตอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

The competitive advantage strategy of small coffee enterprises, Bangyai district, Nonthaburi

วิโรจน์ เจษฎาอักษรณ์ (Viroj Jadesadalug)^{*}

พิชชาณีย์ นาคจรรยาศรี (Pitchanee Nakcharunsri)^{**}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบและลักษณะธุรกิจร้านกาแฟสด 2) สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และ 3) กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี จำนวน 4 ราย และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดจากการสร้างอาชีพเสริม ใช้ความรู้ประสบการณ์เดิมหรือจากความไม่ยุ่งยากซับซ้อนของธุรกิจ โดยมีการพิจารณาเลือกพื้นที่ดำเนินการจากจำนวนลูกค้า จำนวนคู่แข่ง ต้นทุนค่าเช่า และมีการจ้างพนักงานประจำร้านโดยคำนึงถึงขนาดธุรกิจและความเหมาะสม รวมทั้งการจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีประสิทธิภาพ และรูปแบบการลงทุนส่วนใหญ่เป็นแบบกิจการเจ้าของคนเดียว การเริ่มต้นธุรกิจในระยะแรกใช้งบประมาณลงทุนไม่มากนัก รูปแบบของสินค้าที่ให้บริการจะมีกาแฟสดและเครื่องดื่มประเภทอื่น ขนมและอาหาร กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าสัญจร แต่บางร้านจะมุ่งกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย 2) สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พบว่าผลกระทบที่เกิดจากด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ ด้านคู่แข่งและผู้มีศักยภาพเข้าใหม่ สินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และผู้ขายปัจจัยการผลิต 3) ผู้ประกอบการเลือกใช้กลยุทธ์การแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่างทางด้านสินค้า การตกแต่งร้าน การให้บริการเสริมอื่นๆ การสร้างโปรโมชั่น มีการใช้กลยุทธ์มุ่งต้นทุนต่ำในด้านต้นทุนวัตถุดิบและช่องทางการจำหน่าย รวมไปถึงการมุ่งเน้นการบริการที่รวดเร็ว มีการเตรียมความพร้อมสำหรับการผลิต และการปรับตัวสินค้าให้เข้ากับตลาดใหม่ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ผลการศึกษา ข้อเสนอแนะของการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็ก หรือธุรกิจที่มีความใกล้เคียงกันต่อไป

คำสำคัญ : การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน/ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน /ร้านกาแฟสดขนาดเล็ก

^{*} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ศิลปากร, E-mail : viroj_jade@hotmail.com

Assistant Professor. Dr. Faculty of Management Science Silpakorn University.

^{**} นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

The Student of Bachelor of Business Administration Program in General Business Management Faculty of Management Science Silpakorn University.

Abstract

The objective of this research was to study 1) model and nature of fresh coffee business, 2) competitive environment in coffee business, and 3) competitive advantage strategy. This study was a qualitative research. The sample of this study was 4 owners of small coffee shops in Bang Yai district, Nonthaburi. Data were collected through in-depth interview.

The results of this study showed that 1) the sample's motivation to operate fresh coffee shop because of their wish to find extra money, to use prior experience, or simple/uncomplicated nature of business. The sample considered number of customers, number of competitors, and rent when choosing the business location. The sample considered business size and suitability when hiring full-time staffs. The sample also provided staffs the training program to enhance their performance. The sample mostly was a sole proprietor. In the early stage of business operation, the sample spent moderate investment budget. The sample sold fresh coffee and beverages as well as desserts and foods. The target group was travelers. But some shops focused on various types of customers. 2) For environmental analysis of coffee business, the five forces included threats of rivalry, new entrants, substitutes, bargaining power of buyers, and bargaining power of suppliers. 3) The sample used differentiation strategy in terms of products, location decoration, extra services, and sales promotion; low cost strategy in terms of raw materials cost and distribution channels. The sample also focused on fast service, ready production, and adaptability to new markets in order to maximize the customer satisfaction. The findings, conclusions and suggestions could be used as the guidelines for owners of fresh coffee business and other related businesses.

Keywords: The competitive advantage/ competitive environment/ Small coffee Enterprises

บทนำ

สภาวะตลาดปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติดื่มกาแฟสดเพราะชื่นชอบรสชาติและกลิ่นที่หอมกรุ่นผลิตจากกาแฟสำเร็จรูป ถึงแม้กาแฟสดจะมีราคาแพงแต่ผู้บริโภคสมัยใหม่ที่ชื่นชอบรสชาติของกาแฟสดนั้นจะไม่คำนึงถึงเม็ดเงินแต่ขอให้ถูกปากถูกคอเพียงพอแล้วยังมีพฤติกรรมการบริโภคกาแฟอย่างต่อเนื่องกาแฟจึงเป็นสินค้าที่ต้องการกันทั่วโลกมากเป็นอันดับ 2 รองจากน้ำมัน ทำให้ธุรกิจประเภทนี้มีผู้สนใจที่จะทุ่มงบประมาณในการลงทุนเป็นจำนวนมาก จากผลการสำรวจพบว่าการเปิดร้านธุรกิจกาแฟที่เกิดขึ้นทั่วไป มีการเติบโตปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 โดยมีมูลค่าของอุตสาหกรรมกาแฟหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงมากและคาดว่าจะสูงขึ้นเรื่อยๆทุกปี (เชษฐา ใจใส และสุจินดา ใจใส, 2552)

ในสภาวะการแข่งขันทางการตลาดธุรกิจร้านค้ากาแฟที่มีการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการเข้ามาทำการตลาดอย่างจริงจังจึงทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟของไทย ขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ในขณะเดียวกันการขยายหรือการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ต้องเผชิญกับความยากลำบากมากขึ้น อันเป็นผลมาจากสภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้นจากการเข้ามาช่วงชิงหรือขยายส่วนแบ่งการตลาด บางกิจการบริหารงานได้ดีจึงได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคถือว่าประสบความสำเร็จแต่บางกิจการก็ต้องปิดตัวลง เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจร้านค้ากาแฟเครือข่ายขนาดใหญ่หรือแฟรนไชส์จากต่างประเทศได้เข้ามามีบทบาทมาก อย่าง ร้านสตาร์บัคส์ และได้รับกระแสนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังต้องแข่งขันกับธุรกิจเครื่องดื่มประเภทอื่นอีก เช่น น้ำอัดลม น้ำผักและผลไม้ ชาเขียว เป็นต้น จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านค้ากาแฟขนาดเล็กโดยได้รับแรงกดดันให้ต้องมีการปรับตัวและพัฒนามาตรฐานการให้บริการและรสชาติของกาแฟให้เท่าเทียมกับธุรกิจร้านค้าแฟระดับพรีเมียมเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดหรือยอดขาย โดยผู้ประกอบการจะเริ่มต้นจากการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและดำเนินการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปรับกลยุทธ์ทั้งรุกและรับให้ทันกับสถานการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลาประกอบกับการหาแนวทางการสร้างความได้เปรียบจากคู่แข่งเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบวงจร (ประชาชาติธุรกิจ, 2556)

จะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านค้ากาแฟสดมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจึงทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายพยายามค้นหาจุดเด่นและความเป็นตัวเองของร้านค้ากาแฟสดที่นอกเหนือจากรสชาติของกาแฟ ส่วนใหญ่จะเสริมสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจโดยการตกแต่งร้านให้ดูสวยงามทันสมัยมีบรรยากาศที่ผ่อนคลายเพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้า เช่น ร้านกาแฟที่จัดให้มีกิจกรรมเวิร์คช็อป (workshop), ร้านที่จัดเป็นร้านผสมอย่าง บัคคาเฟ่ (Book Cafe) เป็นต้น (บลู สกาย บัคส์, 2553) มีความพิถีพิถันในเรื่องของกรรมวิธีการชงกาแฟให้ได้มาตรฐานพร้อมกับมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่นอกเหนือจากกาแฟไว้บริการ เช่น เบเกอรี่ อาหารนานาชาติ เป็นต้น ส่วนด้านการให้บริการไม่ควรถูกละเลยเช่นกันโดยใช้การสังเกตจากพฤติกรรมของคนไทยสมัยใหม่รักความสะดวกสบายอาจจะให้บริการให้ใช้อินเตอร์เน็ต (Wifi) ฟรี มีการจัดสรรพื้นที่นั่งพักผ่อนให้เพียงพอต่อจำนวนผู้บริโภคและที่สำคัญคือการให้บริการของพนักงานด้วยความเป็นกันเองกับลูกค้า นอกจากนี้ในปัจจุบันโลกของเทคโนโลยียิ่งก้าวไกลไปมาก มีการนำ Social Network มาใช้เพื่อเป็นช่องทางในการส่งเสริมการตลาดหรือโฆษณาร้านค้ากาแฟผ่านสื่อที่กำลังเป็นที่นิยมอย่าง Facebook Instagram ทำให้ธุรกิจร้านค้ากาแฟเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางออกไปเป็นการเพิ่มจำนวนผู้บริโภคได้อีกหนึ่งช่องทาง สุดท้ายผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงภาพรวมของธุรกิจร้านค้ากาแฟว่าทำเลที่ตั้ง คุณภาพของสินค้า และราคาสินค้ามีความสัมพันธ์และเหมาะสมกันหรือไม่เพราะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้ากาแฟของผู้บริโภค หากกิจการมีการวางแผนและการเลือกใช้กลยุทธ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะช่วยทำให้ธุรกิจร้านค้ากาแฟประสบความสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น (กานดา เสือจำศีล, 2555)

จึงนำมาสู่การศึกษา กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟขนาดเล็กในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นแหล่งที่มีพื้นที่ติดกับจังหวัดกรุงเทพมหานครและกำลังพัฒนาก้าวหน้าในด้านต่างๆ ถูกพัฒนาให้เป็นเมืองธุรกิจใหม่หรือเป็นศูนย์กลางความเจริญย่านตะวันตกของกรุงเทพฯ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการคมนาคมการเดินทางที่ปัจจุบันกำลังสร้างรถไฟฟ้าสายสีม่วงเพื่อการเดินทางที่สะดวก

มากขึ้น และยังมี การสร้างหมู่บ้านหรืออาคารที่พักอาศัยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อยู่ใกล้แหล่งห้างสรรพสินค้าต่างๆ โรงเรียน สถานที่ทำงาน โดยมุ่งเน้นจำหน่ายกาแฟสดกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียนนักศึกษา พนักงานบริษัท ทำให้มีผู้นิยมบริโภคกาแฟเป็นจำนวนมาก จึงเป็นแหล่งที่นำลงทุน ทำให้ผู้ประกอบการหันมาสนใจที่จะลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กในเขตบางใหญ่มีจำนวนมาก (ประชาชาติธุรกิจ, 2558)

ดังนั้น การวิจัยนี้เป็นประโยชน์ที่จะทำให้ทราบถึงรูปแบบลักษณะของธุรกิจร้านกาแฟสดเพื่อที่จะได้ทราบว่าจะส่วนใหญ่รูปแบบของการลงทุนของผู้ประกอบการร้านกาแฟสดส่วนใหญ่เป็นไปในรูปแบบใด มีสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันใดบ้างที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และการเลือกใช้กลยุทธ์ใดเพื่อรับมือกับคู่แข่งที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง การวิจัยครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมแล้วนำมากำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อใช้ในการจัดการธุรกิจร้านกาแฟสดให้เป็นที่ไปตามสถานะตลาดได้อย่างเหมาะสมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องเพื่อที่จะพัฒนาไปสู่ความสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะธุรกิจร้านกาแฟสด
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กในเขตบางใหญ่จังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องและทบทวนทฤษฎีต่างๆเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

แนวคิดด้านรูปแบบธุรกิจ ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีหลายรูปแบบให้เลือกปฏิบัติเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับกิจการ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย เงินทุนและความรู้ความสามารถในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จที่ดีได้รับผลประโยชน์หรือผลกำไรสูงสุด ซึ่งรูปแบบของธุรกิจแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ ธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งจะต้องมีผู้ประกอบการที่ดำเนินงานบริหารให้ธุรกิจสามารถเติบโตไปตามเป้าหมายที่วางไว้ (ตุลา มหาพสุธานนท์, 2554) ถ้าหากพิจารณาถึงรูปแบบความเป็นผู้ประกอบการนั้นสามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ คือ กิจการเจ้าของคนเดียว, ห้างหุ้นส่วน และบริษัทจำกัด โดยการดำเนินธุรกิจในรูปแบบต่างๆจะมีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันไป จึงนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาแนวทางการอธิบายความหมายของรูปแบบและการพิจารณาเลือกลักษณะของการลงทุนในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดได้

แนวคิดการจัดการ การมององค์การเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่บริหารหรือจัดการกิจการต่างๆ ในองค์การเป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจ กำหนดเป้าหมายขององค์การและประสานงานให้สมาชิกในองค์การดำเนินการไปในทิศทางที่เป็นเป้าหมายร่วมกัน (พยอม วงศ์สารศรี, 2550) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การโดยการวางแผน การจัดองค์กร การชักนำ และการควบคุมมนุษย์ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ทรัพยากรข้อมูลขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2539) โดยต้องอาศัยทักษะในการบริหารจัดการอย่างสูง ดังนั้น แนวคิดนี้เป็นอีกหนึ่งแนวคิดที่สำคัญผู้ประกอบการสามารถในการนำไปใช้เป็นแนวทางหลักที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าแฟสดสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอน และประสบความสำเร็จได้ในที่สุด

แนวคิดแรงผลักดัน 5 ประการ ได้อธิบายว่าแรงผลักดัน 5 ประการนี้ จะเป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพและความสามารถในการดำเนินงานและการทำกำไรของธุรกิจ ซึ่งส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนการลงทุนระยะยาว (มัลลิกา ต้นสอน, 2544) ซึ่งประกอบไปด้วย 1. ภัยคุกคามอันเกิดจากคู่แข่งหน้าใหม่ เป็นการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ทำได้ง่ายและคล่องตัวจะทำให้เกิดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจ อาจจะต้องเสียส่วนแบ่งการตลาดและผลกำไรลดลงได้ 2. ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกัน เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพการแข่งขันของธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันทั้งหมดที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน 3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อหรือลูกค้า เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงอำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อที่มีต่อผู้ขายมีมากน้อยเพียงใด อาจจะต้องต่อรองในเรื่องของราคา ปริมาณ หรือคุณภาพ 4. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ขายวัตถุดิบต่างๆ ให้แก่ธุรกิจ ยิ่งถ้าผู้ขายวัตถุดิบมีอำนาจการต่อรองสูงประสิทธิภาพการทำกำไรของธุรกิจก็จะลดลง 5. ข้อจำกัดจากสินค้าทดแทนกันได้ เป็นการวิเคราะห์ถึงว่ามีธุรกิจใดบ้างที่จะสามารถมาทดแทนสินค้าหลักของธุรกิจได้บ้าง (พิบูล ธิปะपाल, 2551) ฉะนั้นจึงนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจร้านค้าแฟสด และเพื่อให้ทราบว่าธุรกิจจะมีการดำเนินงานไปในทิศทางใดควรใช้กลยุทธ์ใดจึงจะเหมาะสมที่จะสามารถสร้างผลกำไรตามที่ผู้ประกอบการตั้งเป้าหมายไว้

ทฤษฎีกลยุทธ์การแข่งขันระดับธุรกิจ เป็นกลยุทธ์ที่จะใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจที่กำหนดขึ้นเพื่อที่จะหาวิธีการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งและการดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนของธุรกิจเพื่อที่จะสามารถบรรลุผลในเป้าหมายที่ตั้งขึ้นมา โดยธุรกิจที่สร้างฐานะทางอุตสาหกรรมที่ดีกว่าจะมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง และการเปิดธุรกิจร้านค้าแฟสดจะต้องมีการกำหนดว่าจะมีสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง จะเลือกแข่งขันในพื้นที่ใด เลือกเจาะกลุ่มลูกค้าประเภทไหนแล้วควรจะใช้เทคโนโลยีใดมาช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจมีความน่าสนใจเหนือกว่าคู่แข่ง จึงต้องนำแนวทางการดำเนินงานเข้ามาช่วยมีทางเลือก 3 ทาง ได้แก่ การเป็นผู้นำทางด้านทุนต่ำ การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะ กลยุทธ์ระดับธุรกิจของแต่ละธุรกิจจะมีความแตกต่างกันไปหรืออาจคล้ายกันก็ได้ (อนิวัช แก้วจำนงค์, 2551) จึงนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้เพื่อการศึกษาถึงกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการแต่ละรายนำไปใช้ในการบริหารงานด้านต่างๆ ของธุรกิจร้านค้าแฟสดขนาดเล็ก เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือคู่แข่งและส่งผลให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จและเกิดประสิทธิผลสูงสุดให้แก่ธุรกิจ

วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและเกณฑ์การคัดเลือก

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งได้มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแฟสดขนาดเล็กในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยเลือกผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจนี้มาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี เนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มนี้จะมีแนวคิดหรือกลยุทธ์ที่สามารถทำให้กิจการของตนประสบความสำเร็จและอยู่รอดได้ภายใต้การแข่งขันที่สูง โดยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ซึ่งได้ข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักโดยมีเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถามเพื่อใช้สำหรับเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกโดยแนวทางในการสัมภาษณ์นั้นจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมนั้นถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือของข้อมูลหรือไม่ เป็นการตรวจสอบแหล่งข้อมูลในเรื่องเวลา สถานที่ และบุคคล ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ ตรวจสอบข้อมูลโดยผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแฟสด 4 ราย ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้มานั้นจะถูกนำมาเชื่อมโยงเพื่อประมวลและวิเคราะห์หาความสอดคล้องหรือขัดแย้งกันหรือไม่ กรณีข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความขัดแย้งไม่ตรงกันกับข้อมูลที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์คนใดคนหนึ่ง ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ไปสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลอื่นถึงประเด็นดังกล่าวอีก เพื่อให้ได้มาซึ่งความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล หากข้อมูลที่ได้มีความขัดแย้งหรือขาดความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจะดำเนินการค้นคว้าและตรวจสอบเพิ่มเติม เพื่อเป็นการยืนยันและหาข้อสรุปเพื่อให้เกิดความชัดเจนและถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ครั้งนี้ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ครบแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลนำมาตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล 2) วิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3) วิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 4) สรุปผลการวิจัยนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาดังประเด็นต่อไปนี้ รูปแบบและลักษณะธุรกิจ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าแฟสดขนาดเล็กในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและบทบาทผู้วิจัย

ผู้วิจัยได้คำนึงถึงจรรยาบรรณผู้วิจัยและพินัยกรรมที่ตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการเก็บข้อมูล จนกระทั่งนำเสนอผลงานการวิจัย ดังนี้

1. ผู้วิจัยแนะนำตัวแก่ผู้ให้ข้อมูล พร้อมทั้งบอกวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมทั้งแนวคำถามในการสัมภาษณ์
2. ผู้วิจัยขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลแต่ละราย รวมทั้งขออนุญาตบันทึกข้อมูลโดยใช้เครื่องบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์
3. ผู้วิจัยได้บอกผู้ให้ข้อมูลทราบว่า ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำไปใช้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจะไม่นำไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ดังกล่าวโดยเด็ดขาด และหากผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกที่จะตอบในคำถามใด ผู้ให้ข้อมูลสามารถปฏิเสธในการตอบคำถามดังกล่าวได้ตลอดเวลา

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านอาหารแฟสดขนาดเล็กในเขตอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ดังนี้

ตอนที่ 1 รูปแบบและลักษณะธุรกิจร้านอาหารแฟสด

ในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ปัจจุบันมีธุรกิจร้านอาหารแฟสดเปิดให้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแฟสด พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุประมาณ 24 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 1 – 5 ปีขึ้นไป และในแต่ละร้านมีรูปแบบและลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

1.1 แรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจ

1.1.1 เพื่อสร้างอาชีพเสริม

จากการสัมภาษณ์ พบว่าผู้ประกอบการเดิมมีอาชีพหลักอยู่แล้วแต่ต้องการมีอาชีพเสริม เพื่อสร้างรายได้หรือผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเพิ่มอีกช่องทางหนึ่งให้กับครอบครัว จึงเลือกเปิดธุรกิจร้านอาหารแฟสดเป็นอาชีพเสริมจากงานประจำหรือธุรกิจเดิมที่ทำอยู่

1.1.2 เพื่อใช้ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ

ผู้ประกอบการบางรายตัดสินใจเปิดธุรกิจร้านอาหารแฟสด เนื่องจากมีความชอบในเรื่องของร้านอาหาร และมีความรู้เกี่ยวกับเมล็ดกาแฟ สูตรกาแฟที่เป็นสูตรเฉพาะของแต่ละร้านซึ่งจะมีกลิ่นและรสชาติที่แตกต่างกัน วิธีการทำ เครื่องทำกาแฟ หรือมีความรู้เกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศก็จะเป็นผู้นำเข้าวัตถุดิบต่างๆ จากหลายประเทศด้วยตนเอง

1.1.3 เลือกดำเนินธุรกิจจากความไม่ซับซ้อนในการประกอบการ

ในมุมมองของผู้ประกอบการบางรายคิดว่าธุรกิจร้านอาหารแฟสดมีขั้นตอนการดำเนินงานที่ไม่ซับซ้อน นั่นคือ ขั้นตอนของการเปลี่ยนวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสามารถทำได้ง่ายกว่าธุรกิจประเภทอื่นที่ผู้ประกอบการได้เปรียบเทียบกับธุรกิจร้านอาหารที่ต้องใช้ฝีมือและมีความพิถีพิถันมากกว่า จึงเป็นอีกหนึ่งเหตุผลของผู้ประกอบการที่ตัดสินใจเลือกเปิดธุรกิจร้านอาหารแฟสด

1.2 การพิจารณาเลือกพื้นที่ดำเนินการ

1.2.1 การพิจารณาจากจำนวนลูกค้า

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกลงทุนเปิดธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตพื้นที่บางใหญ่ เนื่องจากบางใหญ่เป็นย่านชุมชนที่มีผู้เข้ามาพักอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากทั้งแม่บ้าน พ่อบ้าน คนทำงาน หรือนักเรียน มีการคมนาคมที่สะดวก รถเมล์และรถตู้วิ่งผ่านหลายเส้นทาง มีการดำเนินการก่อสร้างรถไฟฟ้าสายสีม่วง มีห้างสรรพสินค้าใหญ่อันดับต้นๆของประเทศ มีคอนโด มีตลาดเกิดขึ้นมากมาย และทางรัฐบาลได้มีการวางแผนที่จะก่อสร้างทางด่วนทวาย เขตบางใหญ่กำลังเป็นย่านเศรษฐกิจที่สำคัญ ทำให้ผู้ประกอบการคิดว่าการเลือกลงทุนในเขตนี้จะสร้างรายได้ให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดีและเล็งเห็นถึงความเจริญเติบโตทั้งทางสังคมเศรษฐกิจ มีกลุ่มลูกค้าหลากหลาย

1.2.2 การพิจารณาจากต้นทุนค่าเช่าพื้นที่

ผู้ประกอบการจะนึกถึงช่องทางการเปิดธุรกิจร้านกาแฟสดบนห้างสรรพสินค้าเป็นแหล่งแรกๆ เนื่องจากมีร้านค้าและลูกค้าจำนวนมากอาจช่วยให้ขายสินค้าได้ดี แต่เมื่อพบว่าต้องใช้ค่าใช้จ่ายที่สูงมากอาจส่งผลทำให้ขาดทุน ผู้ประกอบจึงไม่เลือกที่จะเปิดธุรกิจบนห้างสรรพสินค้า แต่เลือกดำเนินธุรกิจในพื้นที่ของตนเองทั้งที่ดินและบ้านโดยไม่ต้องไปเช่าพื้นที่อื่นถือเป็นการช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายได้มากเพื่อที่จะได้นำเงินที่ต้องเสียในค่าเช่านี้ไปลงทุนพัฒนาในส่วนอื่นให้ดีขึ้นแทนและก็สามารถตกแต่งร้านหรือสร้างจุดสนใจให้กับลูกค้าได้อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องกังวลในเรื่องที่จะมีผลกระทบต่อผู้อื่น

1.2.3 การพิจารณาจากจำนวนคู่แข่ง

ผู้ประกอบการเลือกลงทุนในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี เนื่องจากบางใหญ่ยังไม่มีร้านกาแฟสดในรูปแบบหรือสไตล์ที่ผู้ประกอบการต้องการเปิด ซึ่งเป็นรูปแบบร้านที่แตกต่างจากร้านกาแฟสดทั่วไป ผู้ประกอบการจึงคิดว่าการทำอะไรที่แตกต่างจากสิ่งที่มี สร้างสิ่งใหม่ๆตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ก็อาจทำให้สินค้าขายดีขึ้นช่วยเพิ่มยอดขายให้กับร้านได้มากขึ้น

1.3 การจัดการด้านบุคลากร

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด รูปแบบร้านกาแฟจะมีลักษณะและขนาดที่มีความแตกต่างกันออกไปและขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ปริมาณของลูกค้าว่ามีมากน้อยเพียงใด ซึ่งส่งผลในเรื่องของบุคลากรหรือพนักงาน ดังนี้

1.3.1 การจัดจ้างพนักงานขายประจำร้าน

ร้านกาแฟที่มีลักษณะเป็นแบบคาเฟ่ส่วนใหญ่จะมีการจ้างพนักงานโดยแบ่งหน้าที่ตามความถนัดของแต่ละคน สาเหตุของการจ้างพนักงานเนื่องจากมีปริมาณลูกค้ามาก ทำให้เจ้าของร้านไม่สามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึงส่งผลให้ระบบการจัดการด้านการบริการลูกค้าไม่มีคุณภาพ หรือผู้ประกอบการมีงานประจำแล้วไม่สามารถเข้ามาดูแลจัดการภายในร้านได้ด้วยตนเอง จึงจำเป็นต้องมีการจ้างพนักงานเข้ามาช่วยแบ่งเบาภาระหน้าที่ต่างๆในร้าน แต่ร้านกาแฟบางร้านถึงแม้ว่าจะมีการจ้างพนักงานเพิ่มขึ้น ตัวผู้ประกอบการเองก็เข้ามาช่วยงานที่ร้านทุกอย่าง เพื่อให้คุณภาพของกาแฟและการบริการดีอยู่เสมอเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ส่วนธุรกิจร้านกาแฟสดที่มีลักษณะเล็กมาก จะไม่มีการวางแผนงานด้านการจัดการบุคลากรจะดำเนินธุรกิจแบบเรียบง่าย ซึ่งผู้ประกอบการเห็นถึงความเหมาะสมว่าธุรกิจนี้สามารถดำเนินการเพียงคนเดียวได้

หรือมีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัวที่จะแบ่งงานกันทำในหน้าที่ต่างๆ ช่วยทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย มีความคล่องตัวในการดำเนินการและการตัดสินใจ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่ได้รับการจ้างพนักงานเพิ่ม

1.3.2 การฝึกอบรมพนักงาน

เมื่อมีการจ้างพนักงานต้องมีกรอบความรู้หรือสอนงานให้กับพนักงาน โดยผู้ประกอบการจะเป็นผู้ควบคุมงานและเทรนพนักงานด้วยตัวเอง ให้มีทักษะความรู้เกี่ยวกับร้านกาแฟและงานทั้งหมดในร้านที่จะต้องใส่ใจในทุกรายละเอียด เพื่อที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างเต็มความสามารถและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ผู้ประกอบการบางรายมีวิธีการอบรมพนักงาน โดยการพาพนักงานไปดูงานและได้สัมผัสถึงการดำเนินงานของร้านที่มีลักษณะคล้ายกับงานที่พวกเขาจะต้องปฏิบัติ และพาพนักงานไปเที่ยวในที่ต่างๆ บริการพนักงานอย่างเต็มที่เหมือนกับที่บริการลูกค้าและใส่ใจดูแลพนักงานเหมือนกับคนในครอบครัว ทำให้พนักงานเข้าใจถึงหัวใจของการให้บริการอย่างเต็มเปี่ยมและถ่ายทอดออกมาได้อย่างดีเยี่ยมผ่านการปฏิบัติงานจริง

จากการศึกษาร้านกาแฟสดบางร้านก็ใช้วิธีการที่เน้นการบริการที่ดีเยี่ยมผ่านการอบรมพนักงานในเรื่องการปฏิบัติต่อลูกค้า ทำให้ลูกค้าพึงพอใจกับการให้บริการที่เป็นกันเอง ใส่ใจรายละเอียดของลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำ ยิ้มแย้ม แนะนำสินค้าให้กับลูกค้าอย่างเต็มที่ การบริการที่รวดเร็ว และยอมรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าพร้อมพัฒนาให้ดีขึ้นในสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้ปรับปรุงแก้ไข ส่งผลทำให้ลูกค้าประทับใจในร้านกาแฟสดและยินดีกลับมาใช้บริการใหม่ในครั้งต่อไป

1.4 รูปแบบการจัดตั้งและการลงทุน

1.4.1 รูปแบบการเป็นเจ้าของ

ลักษณะการลงทุนของธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็ก ในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี จากการศึกษพบว่า ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวหรือเป็นธุรกิจครอบครัว ซึ่งมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการร้าน มีการทำงานที่ไม่ซับซ้อน รวมไปถึงการตัดสินใจเรื่องต่างๆภายในร้าน เช่น เรื่องของเงินลงทุน ก็สามารถทำได้ง่าย

แต่ก็มีผู้ประกอบการที่มีการร่วมหุ้นกับเพื่อนหรือคนสนิทโดยมีการทำสัญญา จึงมีผลผูกพันทางกฎหมาย โดยมีการลงทุนร่วมกันและมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและผลตอบแทนที่ได้ตกลงกันได้ เพื่อให้มีเงินลงทุนที่มากขึ้นและสามารถช่วยเหลือกันในการบริหารกิจการได้มีประสิทธิภาพมากกว่าการบริหารจัดการเพียงคนเดียว

1.4.2 งบประมาณในการลงทุน

การประกอบการร้านกาแฟสดถึงแม้ว่าจะจัดตั้งเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ผู้ประกอบการก็จำเป็นต้องมีงบประมาณที่เพียงพอ เนื่องจากการเปิดร้านกาแฟต้องใช้งบประมาณหลักแสนขึ้นไป โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะไม่ลงทุนทีเดียวแล้วเสร็จสิ้นแต่จะค่อยๆเริ่มต่อเติมไปทีละน้อยแล้วพัฒนาต่อยอดให้ดีขึ้นอยู่เสมอ แต่ด้วยการลงทุนที่สูงนั้นผู้ประกอบการบางรายเล็งเห็นว่าการทำให้ธุรกิจร้านกาแฟที่เป็ดขึ้นนั้นเกิดรายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือคุ้มค่างกับสิ่งที่ลงทุนไปสามารถทำได้ยาก เพราะร้านกาแฟจะต้องอยู่ด้วยตัวมันเองได้และมีฐานลูกค้าที่มั่นคง ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาเป็นตัวช่วย

1.5 รูปแบบสินค้าและการให้บริการ

1.5.1 กาแฟสดและเครื่องดื่มประเภทอื่น

จากการศึกษาสินค้าหลักของร้านกาแฟสดส่วนใหญ่ คือ กาแฟสดที่เป็นสูตรเฉพาะมีทั้งสูตรร้อน เย็น และแบบปั่น ซึ่งมีรสชาติเข้มข้นและมีกลิ่นหอมแตกต่างกันผ่านการคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพและกรรมวิธีการชงที่เป็นเอกลักษณ์ ที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากผู้บริโภค คือ กาแฟสดคาปูชิโน่ เอสเปรสโซ่ และยังมีเครื่องดื่มประเภทอื่นๆที่ขายร่วมด้วย อย่างเช่น ชาเขียว โกโก้ นมสด และน้ำอิตาเลียนโซดาซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมมากในกลุ่มวัยรุ่น ผู้ประกอบการต้องการจำหน่ายเครื่องดื่มที่หลากหลายเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ไม่ชอบดื่มกาแฟ

ส่วนด้านราคาผู้ประกอบการแต่ละรายมีการกำหนดราคาในระดับที่แตกต่างกันออกไปแต่ราคาจะมีความใกล้เคียงกัน ราคาเริ่มต้นที่ 40 – 100 บาท ซึ่งผู้ประกอบการต่างคิดว่าเป็นราคาที่เหมาะสมกับต้นทุนและผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกวัยสามารถซื้อรับประทานได้ มีการแบ่งราคาตามประเภทของเครื่องดื่มและขนาดของบรรจุภัณฑ์ กล่าวคือ กาแฟร้อนบรรจุในแก้วที่มีขนาดเล็ก ราคาตั้งแต่ 40 – 60 บาท กาแฟเย็นบรรจุในแก้วพลาสติกมีทั้งขนาด 12 ออนซ์และ 16 ออนซ์ ราคาตั้งแต่ 50 – 80 บาท และเครื่องดื่มประเภทปั่น เริ่มต้นที่ 60 – 100 บาท และเรื่องของรสชาติกาแฟสดนั้นลูกค้าสามารถกำหนดได้เองตามที่ต้องการ

1.5.2 สินค้าประเภทขนมและอาหาร

สำหรับธุรกิจร้านกาแฟสดในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่จำหน่ายแค่กาแฟสดหรือเครื่องดื่มเท่านั้นแต่มีการจำหน่ายขนมหรืออาหารจานเดียวรสชาติต่างๆควบคู่ไปด้วย ถือเป็นการสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าคือ รับประทานร้านเดียวก็ตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคได้อย่างครบครัน ตัวอย่างสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค เช่น ฮันนี่โทสต์ เค้ก คุกกี้ วาฟเฟิล สปาเก็ตตี้ เฟรนช์ฟรายด์ทอด เป็นต้น ราคาเริ่มต้นที่ 70 – 150 บาท และที่สำคัญผู้ประกอบการมีความพิถีพิถันและใส่ใจเป็นอย่างมากในการคัดสรรเมนูอาหารออกมาให้มีรูปลักษณ์ที่สวยงามน่ารับประทานและมีรสชาติดีทำให้ลูกค้ารู้สึกมีความสุขและคุ้มค่าที่ได้ทาน

1.6 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.6.1 กลุ่มลูกค้าสัญจร

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกาแฟสดที่มีลักษณะขนาดเล็ก มีโต๊ะบริการลูกค้าเพียง 1 ถึง 2 โต๊ะ จัดจำหน่ายแค่กาแฟสดและเครื่องดื่ม หรือจำหน่ายสินค้าที่บรรจุในแพ็คเกจสำเร็จรูป ร้านมักอยู่ริมถนน มีที่จอดรถน้อย ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าสัญจรที่มาขึ้นรถโดยสารหรือมาซื้อของที่ตลาด ซึ่งผู้ประกอบการจะเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยทำงาน หรือแม่บ้านพอบ้าน

1.6.2 กลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย

ร้านกาแฟสดที่เปิดในลักษณะคาเฟ่ จะจำหน่ายขนมและอาหารจานเดียวควบคู่กับกาแฟสด มีโต๊ะสำหรับบริการลูกค้าประมาณ 1 – 6 โต๊ะ เพื่อตอบสนองลูกค้าที่มีเวลาและลูกค้าที่ต้องการอยากเปลี่ยนบรรยากาศรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยผู้ประกอบการจะเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกวัย คือ กลุ่มวัยรุ่นทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนวัยทำงาน และกลุ่มครอบครัวที่มาเที่ยวพักผ่อนในวันหยุด ซึ่งสินค้าที่ทางร้านเตรียมไว้บริการให้กับผู้บริโภคนั้นมีหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการได้ในทุกวัย

ตอนที่ 2 สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟสด

2.1 ด้านคู่แข่งและผู้มีศักยภาพเข้ามาใหม่

ในปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟสดมีนักลงทุนให้ความสนใจเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมากและสามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก ขยายง่าย คืนทุนเร็ว ทำให้มีร้านกาแฟสดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยังมีร้านกาแฟแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคและมีฐานลูกค้าที่มั่นคงอย่าง สตาร์บัคส์ อเมซอน อีกด้วย ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายเดิมต้องเผชิญกับสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เพราะการมีร้านกาแฟสดเพิ่มขึ้นถือเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคที่ชอบดื่มกาแฟสด

แต่ในทางตรงกันข้ามถึงแม้ว่าจะต้องประสบปัญหาในเรื่องของการเพิ่มขึ้นของจำนวนคู่แข่งธุรกิจร้านกาแฟสด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เป็นกังวลมาก เพราะมีความมั่นใจในศักยภาพการดำเนินงานของร้านตนเอง สร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้กับสินค้าและบริการให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง เพื่อโน้มน้าวจิตใจของผู้บริโภคให้หันมาใช้บริการร้านของตนมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการต่างเชื่อว่าการพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้นอยู่เสมอจะสามารถสร้างความมั่นคง ความแข็งแกร่งให้กับร้านกาแฟสดได้

2.2 ด้านสินค้าทดแทน

ปัจจุบันมีเครื่องดื่มจำนวนมากให้ผู้บริโภคเลือกดื่มแทนกาแฟสด โดยเฉพาะเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกระแสนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน และยังพบว่าสินค้าเครื่องดื่มที่จำหน่ายตามร้านสะดวกซื้ออีกหลากหลายรูปแบบ อย่างกาแฟกระป๋อง ชาเขียว เป็นต้น แต่เมื่อนำกาแฟสดมาเปรียบเทียบกับสินค้าทดแทนอย่างกาแฟกระป๋อง หรือกาแฟสำเร็จรูปพบว่าคุณภาพของกาแฟสดมีรสชาติที่ดีกว่าและผู้บริโภคสามารถสัมผัสถึงกลิ่นหอมของเมล็ดกาแฟได้ ดังนั้น ในด้านของสินค้าทดแทนนี้จากการสัมภาษณ์พบว่าไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการหรืออาจส่งผลกระทบต่อเพียงเล็กน้อยนั่นคือผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวด้วยการพัฒนาสูตรกาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ควบคู่กับการเพิ่มความหลากหลายของชนิดเครื่องดื่ม เพื่อให้สินค้าในร้านสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ในวงกว้างไม่จำกัดเฉพาะผู้ที่ชื่นชอบดื่มกาแฟสดเท่านั้น

2.3 ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

มีธุรกิจร้านกาแฟสดเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงสินค้าทดแทนกาแฟอีกมากมาย ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นไปด้วย ผู้ประกอบการจึงต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ และกำหนดราคาให้อยู่ในระดับที่ผู้บริโภคมีกำลังความสามารถซื้อทานได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่กำหนดราคาโดยไม่มุ่งหวังกำไรเกินควรแต่มุ่งให้ร้านกาแฟสดใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ถึงแม้ว่าลูกค้าจะมีทางเลือกที่หลากหลาย แต่ก็ต้องกลับมาซื้อซ้ำ เพราะชื่นชอบในรสชาติและคุณภาพที่คุ้มค่ากับราคา

ธุรกิจร้านกาแฟสดโดยทั่วไปจะมีการกำหนดราคาที่ยืดหยุ่นและเขียนระบุไว้ชัดเจนทั้งในส่วนของป้ายเมนูสินค้าหรือป้ายโฆษณาต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบแล้วจึงตัดสินใจเลือกบริโภคด้วยความสนใจที่จะจ่ายเงินให้กับผู้ขายโดยไม่เกิดการต่อรองราคาสินค้า และผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะไม่มีการปรับลดราคาให้ เรื่องการต่อรองของผู้ซื้อจึงไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการร้านกาแฟสด

2.4 ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต

ผู้ประกอบการมักจะมีร้านค้าหรือโรงงานประจำ อย่างเช่น แมคโคร ร้านเบเกอรี่ สำหรับการซื้อวัตถุดิบต่างๆ เพื่อนำมาประกอบเป็นสินค้าหรือบริการ โดยร้านค้าประจำนั้นจะมีการตกลงราคาซื้อขายกับ

ผู้ประกอบการ เนื่องจากมีการซื้อซ้ำซื้อบ่อย ค่าใช้จ่ายต่างๆก็จะเป็นราคาที่คงตัว หรืออาจมีการปรับขึ้นลงบ้างเล็กน้อยขึ้นอยู่กับสถานการณ์เศรษฐกิจในช่วงนั้นๆ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้รับแรงกดดันจากอำนาจของผู้ขายจึงไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจมากนัก

แต่ในบางครั้งผู้ประกอบการอาจต้องประสบกับปัญหา เนื่องจากร้านค้าหรือโรงงานที่ผู้ประกอบการไปรับซื้อวัตถุดิบเพียงที่เดียวนั้นเกิดปัญหาต่างๆ ส่งผลให้ไม่สามารถส่งวัตถุดิบให้กับร้านค้าแปสดได้ทำให้ผู้ประกอบการต้องแก้ไขปัญหาโดยการหาวัตถุดิบที่ใกล้เคียงกับวัตถุดิบเดิมมากที่สุดมาทดแทน หรือหยุดผลิตสินค้าที่ต้องใช้วัตถุดิบชนิดนั้นชั่วคราวแล้วแนะนำสินค้าอื่นๆให้กับลูกค้าแทน หรือไม่ผู้ประกอบการก็จะใช้วิธีการเก็บวัตถุดิบไว้ในคลังที่ละจำนวนมากๆเพื่อป้องกันการเกิดวัตถุดิบไม่เพียงพอในการนำมาผลิตเป็นสินค้า

ตอนที่ 3 กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าแปสด

3.1 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

3.1.1 สินค้าและบริการ

ผู้ประกอบการร้านค้าแปสดส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในเรื่องของตัวสินค้าและบริการโดยการสร้างความโดดเด่น ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีเยี่ยม มีการปรับสูตรกาแฟให้มีรสชาติที่หลากหลายและตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และได้มีการตกแต่งกาแฟสดให้มีความสวยงาม โดยการทำฟองนมบนหน้ากาแฟสดให้เป็นรูปร่างต่างๆ เช่น โดเรม่อน คิคตี้ สุนัข เป็นต้น ซึ่งสามารถส่งออเดอร์กับพนักงานได้ตามที่ลูกค้าต้องการ

ผู้ประกอบการร้านค้าแปสดบางราย มีการคิดค้นและสร้างสรรค์กาแฟสดให้มีรูปแบบที่มีความแปลกใหม่มีการสร้างชื่อให้กับสินค้าใหม่ โดยการแปรรูปกาแฟสดโดยนำมาแช่แข็งให้คล้ายกับก้อนน้ำแข็ง เสริฟคู่กับนมอุ่นๆเพื่อให้ลูกค้าราดนมลงไปในแก้วแล้วก้อนกาแฟสดนั้นจะค่อยๆละลายเป็นน้ำพร้อมทานด้วยรสชาติที่อร่อยลงตัว และจัดให้เป็นสินค้าแนะนำของร้าน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในตัวสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของร้าน

3.1.2 การตกแต่งร้าน

ผู้ประกอบการจะใช้วิธีการสร้างความแตกต่างให้เหนือคู่แข่งโดยการตกแต่งร้านค้าแปสดให้มีความสวยงามทั้งภายในและภายนอกร้าน ซึ่งแต่ละร้านจะมีการนำเสนอผ่าน concept ที่ไม่เหมือนกันซึ่งจะเป็นตัวที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของร้าน อย่างเช่น สไตล์ญี่ปุ่น สไตล์แองค์เอาท์ มีการใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆในการตกแต่งร้านให้เข้ากับ concept ของร้านด้วย เพื่อสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าประทับใจสามารถจดจำร้านค้าแปสดได้

3.1.3 การให้บริการเสริมอื่นๆ

จากการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันร้านค้าแปสดหลายๆร้านจัดให้มีบริการเสริม คือให้บริการ wifi หรืออินเทอร์เน็ตไร้สายและปลั๊กไฟฟรี เพื่อดึงดูดและตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ หรือใช้โน้ตบุ๊กในการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าหลายคนปรารถนาและยังเป็นความปรารถนาของผู้ประกอบการที่ไม่ต้องการให้ลูกค้ารู้สึกเบื่อหน่ายขณะที่รอสินค้า ถือเป็น การสร้างจุดขายที่จะช่วยทำให้มีปริมาณลูกค้าเพิ่มขึ้น

ในขณะเดียวกันก็มีลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อทำงาน หรือติวหนังสือกัน โดยนั่งโต๊ะที่มีไว้สำหรับบริการลูกค้าที่มาซื้อกาแฟดื่มเป็นเวลานาน ทำให้ลูกค้าท่านอื่นที่มาใช้บริการไม่มีที่นั่งก่อให้เกิดความไม่พอใจต่อร้าน

กาแฟสดอาจส่งผลให้สูญเสียลูกค้า และผู้ประกอบการได้หาแนวทางแก้ไขปัญหาโดยการจัดโซนทำงานไว้สำหรับบริการลูกค้ากลุ่มนี้โดยเฉพาะ

อีกหนึ่งบริการเสริมที่ผู้ประกอบการได้กำหนดขึ้น คือ บริการจองโต๊ะหรือโทรสั่งกาแฟล่วงหน้า และมีบริการส่งกาแฟให้กับลูกค้าที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกับร้านกาแฟถึงที่บ้านหรือถ้าหากไม่อยู่ในบริเวณพื้นที่ที่กำหนดก็มีการคิดค่าบริการ เป็นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบาย ซึ่งบริการเสริมนี้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

3.1.4 การสร้างโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

มีร้านกาแฟสดเกิดขึ้นจำนวนมากทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นหรือการสร้างกลุ่มลูกค้าของร้านกาแฟสด ในบางครั้งโปรโมชั่นที่นำไปนั้นก็ได้ผลหรือบางครั้งก็ไม่ได้ผลส่งผลให้ร้านกาแฟขาดทุนยิ่งขึ้น แต่ผู้ประกอบการต่างก็พยายามคิดค้นโปรโมชั่นที่จะสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หรือสร้างเป็นจุดเด่นของร้านอย่างต่อเนื่อง

การสร้างโปรโมชั่นของแต่ละร้านมีวิธีการที่หลากหลาย ทั้งการทำบัตรสะสมแต้มโดยทางร้านจะให้บัตรสะสมและสิ่งที่ใช้เพื่อสะสม เช่น แสตมป์ เมื่อลูกค้ามาซื้อกาแฟสดที่ร้าน โดยกำหนดว่า 1 แก้ว เท่ากับ 1 แสตมป์ ส่วนใหญ่จะกำหนดยอดสะสมสูงสุดที่ 10 แก้ว และเมื่อลูกค้าสะสมแต้มครบตามที่กำหนดก็สามารถนำบัตรสะสมไปแลกเพื่อรับกาแฟฟรี 1 แก้ว หรืออาจเป็นการแลกซื้อของราคาแพงในราคาถูกลงร้านกาแฟสดบางร้านขายสินค้าเบ็ดเตล็ดควบคู่กับการขายกาแฟสด ผู้ประกอบการจึงใช้โอกาสนี้ในการสร้างโปรโมชั่น คือ การสะสมยอดซื้อสินค้าของลูกค้า อย่างเช่น ซื้อครบ 500 บาท แจกคูปองส่วนลดซื้อกาแฟให้กับลูกค้าฟรี หรือจะสร้างโปรโมชั่นโดยการมอบส่วนลดหรือแถมสินค้าให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้าร่วมกิจกรรมที่ร้านกาแฟได้กำหนดขึ้น อย่างเช่น ถ้าลูกค้าเช็คอินในขณะที่มาทานกาแฟสดที่ร้านผ่านสื่อออนไลน์จะได้รับส่วนลดสำหรับการซื้อกาแฟสดร้อยละ 10 ซึ่งมูลค่าของส่วนลดหรือของแถมจะขึ้นอยู่กับดุลพินิจของผู้ประกอบการที่จะกำหนดขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงไปตามความเหมาะสม

ยังมีอีกหนึ่งวิธีในการสร้างโปรโมชั่นซึ่งได้รับความนิยม คือ การทำโปรโมชั่นโดยการผูกติดกับเทศกาล ผู้ประกอบการจะใช้วิธีการเกาะกระแสสำหรับการจำหน่ายกาแฟสดในวันเทศกาลสำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่จะได้ผลลัพธ์ที่ดีมีลูกค้าสนใจที่จะร่วมกิจกรรมจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นเทศกาลวันวาเลนไทน์ถ้าหากมาทานกาแฟคู่กับคนรักแล้วซื้อกาแฟครบ 2 แก้วจะได้รับขนมปังอันนี้โทสต์ไปทานฟรี เทศกาลวันแม่ถ้าหากคุณแม่มาทานกาแฟที่ร้านจะได้รับการดวันแม่ฟรี หรือในช่วงเทศกาลบัณฑิตจบใหม่ถ้าถ่ายรูปถ่ายที่ใส่ชุดรับปริญญาามาแสดงให้พนักงานดูก็จะได้รับส่วนลด 10 บาททุกแก้ว

3.2 กลยุทธ์มุ่งต้นทุนต่ำ

จากการศึกษาผู้ประกอบการ ได้นำกลยุทธ์ต้นทุนต่ำมาใช้ในการดำเนินงานธุรกิจร้านกาแฟสด เพื่อให้เกิดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำมากที่สุดเท่าที่ผู้ประกอบการจะสามารถกระทำได้ โดยยังคงคุณภาพของสินค้าและประสิทธิภาพในการบริการให้คงอยู่เช่นเดิม ในการประหยัดต้นทุนของผู้ประกอบการนั้นจะมุ่งไปในด้านของต้นทุนวัตถุดิบและด้านต้นทุนการส่งเสริมการขาย ดังนี้

3.2.1 ด้านต้นทุนวัตถุดิบ

ในการซื้อวัตถุดิบเพื่อนำไปประกอบเป็นสินค้าและบริการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะซื้อจากแหล่งขายวัตถุดิบที่มีราคาถูก และคัดเลือกผู้ขายปัจจัยการผลิตที่สามารถเจรจาต่อรองได้ง่าย โดยจะซื้อวัตถุดิบครั้งละจำนวนมากๆ เพื่อที่สามารถเจรจาต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิตในเรื่องของราคาวัตถุดิบที่ต้องจ่ายให้ถูกลง อีกทั้งยังช่วยประหยัดในส่วนของคุณค่าขนส่ง

3.2.2 ด้านช่องทางการจำหน่าย

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแฟสดส่วนใหญ่ใช้วิธีการโฆษณาเพื่อสร้างความรู้จักร้านค้าผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากมีจำนวนคนใช้งานอินเทอร์เน็ตและพกพาเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยอย่างสมาร์ตโฟนมากขึ้น บวกกับการนำระบบต่างๆ มาประกอบการใช้งานผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้ได้ประโยชน์หลายๆ ทางแก่ลูกค้าที่เข้ามาร้านโดยตรง ที่ได้รับความนิยมมากก็คือ Facebook และ Instagram

การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์อาจไม่ต้องใช้เงินลงทุนเลย ช่วยประหยัดต้นทุนในด้านการส่งเสริมการขายได้มากและยังสามารถนำเสนอสินค้าโดยบรรยายถึงคุณค่าในตัวสินค้าได้อย่างเต็มที่ โดยการถ่ายรูปสินค้าให้มีความสวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้าทำให้ลูกค้าเห็นภาพลักษณะของสินค้า ส่งผลให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้เร็วด้วยต้นทุนที่ต่ำ โดยการแชร์ การส่งต่อ และสื่อในด้านต่างๆ ที่สามารถสร้างกระแสให้ธุรกิจร้านค้าแฟสดเป็นที่รู้จักได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น ซึ่งสื่อออนไลน์ถือเป็นเครื่องมือการทำตลาดที่ดี

3.3 กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว

3.3.1 การบริการที่รวดเร็ว

ผู้ประกอบการได้มีการสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วลดเวลาการรอคอยและให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทั้งในด้านการบริการในภาพรวมทั้งหมดของร้านค้าแฟสด รวมไปถึงเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาทางร้านก็ต้องพร้อมรับมือที่จะแก้ไขปัญหาหรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

3.3.2 การเตรียมความพร้อมสำหรับการผลิตสินค้าที่รวดเร็ว

เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการผลิตสินค้าให้กับลูกค้า ผู้ประกอบการจึงมีการจัดเตรียมวัตถุดิบต่างๆ เพื่อใช้ในขั้นตอนการผลิตสินค้าให้มีความพร้อมสำหรับการใช้งานในแต่ละวัน และมีการตรวจเช็คอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความขัดข้องระหว่างการให้บริการแก่ลูกค้า

3.3.3 การปรับตัวสินค้าให้เข้ากับตลาดใหม่ๆ

เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เมื่อเวลาผ่านไปในแต่ละช่วงเวลาก็จะมีสิ่งใหม่ๆ เข้ามาจนเกิดเป็นกระแสนิยมจากผู้บริโภค ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงไปของสภาพสังคม เทคโนโลยี ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญในเรื่องความรวดเร็วและสะดวกสบายมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวของสินค้าให้เข้ากับตลาดใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของรูปลักษณ์สินค้า ขนาดสินค้า รสชาติของสินค้า และอื่นๆ

อภิปรายผลการวิจัย

ตอนที่ 1 รูปแบบและลักษณะธุรกิจร้านค้าแฟสด

1.1 แรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศในขณะนี้ไม่ดีและค่าครองชีพมีอัตราที่สูงขึ้น คนที่ทำงานประจำ โดยเฉพาะคนที่ทำงานภาคเอกชนเริ่มรู้สึกถึงความไม่มั่นคงทางสถานภาพทางเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อตำแหน่งงานและเงินเดือนที่ได้รับประจำไม่พอใช้สำหรับการเลี้ยงดูคนในครอบครัว จึงเลือกที่จะเปิดธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว ถึงแม้ว่าจะออกจากงานประจำก็ยังมีอาชีพหรือธุรกิจร้านกาแฟสดที่ตนเป็นเจ้าของรองรับอยู่ แต่ในบางคนมีความชอบประกอบกับมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในเรื่องของกาแฟ และไม่ต้องการให้ความรู้ที่มีอยู่สูญเปล่าจึงอยากนำความรู้เหล่านั้นออกมาใช้เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับตนเอง ซึ่งในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดรวมไปถึงธุรกิจอื่นๆด้วยจำเป็นต้องมีใจรักในงานที่จะทำ มีการเตรียมความพร้อมที่ดีและมีความรู้ความสามารถในการดำเนินงานมากพอสมควรซึ่งคนที่มีความรู้แล้วจะปฏิบัติงานได้ดี มีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จได้เร็วกว่าคนที่ต้องมาเริ่มเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆใหม่ตั้งแต่แรกหรือถ้าหากผู้ประกอบการไม่มีทักษะความรู้ที่เพียงพออาจส่งผลให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุธีรา อะทะวงษา (2556) พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการควรมีปัจจัยด้านการสร้างนวัตกรรมและการเรียนรู้มากที่สุด โดยผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนารูปแบบสินค้าของตนเองให้มีคุณภาพซึ่งต้องอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเอง รวมทั้งแสวงหาความรู้ใหม่ๆมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ และนอกจากนี้ยังมีสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเลือกที่จะเปิดธุรกิจร้านกาแฟสด เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่ายและเป็นธุรกิจที่ไม่มีความซับซ้อน บริหารจัดการได้ง่าย มีขั้นตอนในการดำเนินงานน้อย แต่ก็ไม่ได้หมายถึงว่าจะประสบความสำเร็จง่ายตามไปด้วย ผู้ประกอบการควรใส่ใจในงานทุกด้านของธุรกิจ มีความตั้งใจจริงทำจริงและทำให้ถึงเป้าหมายที่ตนเองได้ตั้งไว้ถึงจะประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนั้นๆ

1.2 การพิจารณาเลือกพื้นที่ดำเนินการ

ในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดๆ ก็ตามจะต้องมีการพิจารณาเลือกพื้นที่สำหรับการดำเนินธุรกิจโดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเลือกพิจารณาจาก แนวทางแรกพิจารณาจากจำนวนลูกค้า นั่นหมายถึง ในพื้นที่ที่มีจำนวนผู้อยู่อาศัยมากและมีความหลากหลายของกลุ่มลูกค้า ก็แสดงว่าในพื้นที่นั้นมีความเจริญก้าวหน้ามาก ยิ่งถ้าหากเป็นย่านชุมชนหรือย่านเศรษฐกิจก็จะส่งผลทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดมียอดขายที่ดีมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งการเลือกสถานที่ประกอบการเป็นสิ่งที่จะเป็นตัวกำหนดของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นควรต้องเลือกพื้นที่ทำเลที่ดีสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด มีการสัญจรสะดวก และต้องมีที่จอดรถที่เพียงพอ เพราะถ้าหากร้านอยู่ในทำเลที่ไม่ดีอาจเกิดความเสียหายที่ธุรกิจจะไม่ประสบความสำเร็จได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Lawrence J. Ring and et al. (อ้างถึงใน ศุภรา เจริญภูมิ, 2554) กล่าวไว้ว่า ทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีกที่อยู่ในทำเลที่สะดวก มีโอกาสในการประสบความสำเร็จที่สามารถทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจในระดับมาก แนวทางที่สองคือ การพิจารณาจากต้นทุนค่าเช่าพื้นที่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะนึกถึงช่องทางการดำเนินธุรกิจบนห้างสรรพสินค้าเป็นแหล่งแรกๆ ซึ่งการทำธุรกิจบนห้างนั้นจะมีค่าเช่าที่แพงมากและมีร้านกาแฟแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงมากมายพร้อมกับมีฐานลูกค้าที่มั่นคง ถ้าหากเป็นธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กควรมีกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่ดีมากเพราะถ้ามีการบริหารงานที่ไม่มีประสิทธิภาพก็มีความเสี่ยงที่จะขาดทุนสูง แนวทางสุดท้าย คือการพิจารณาจากจำนวนคู่แข่งเป็นการวิเคราะห์ว่า

ในพื้นที่นั้นว่ามีธุรกิจลักษณะที่เหมือนกันเยอะหรือไม่ ซึ่งถ้าหากมีจำนวนน้อยก็จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ง่ายแต่ถ้ามีธุรกิจที่คล้ายกันเป็นจำนวนมากก็จะมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพก่อนการดำเนินงานจริง เพื่อให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่งและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้

1.3 การจัดการด้านบุคลากร

ธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กในปัจจุบันมักจะเปิดธุรกิจในลักษณะคาเฟ่ ซึ่งจะประกอบไปด้วยบริการที่หลากหลายส่งผลให้มีหน้าที่การทำงานที่มากขึ้น ประกอบกับมีลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการจัดจ้างพนักงานเพิ่ม 2 - 3 คน เพื่อให้การดำเนินงานในด้านต่างๆของกิจการมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งไม่ว่าจะในธุรกิจใดควรมีการบริหารจัดสรรหน้าที่ในการทำงานที่ดี เพราะถ้าหากเกิดการบริการที่ไม่มีคุณภาพจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์ของธุรกิจ ซึ่งเมื่อมีการจ้างพนักงานเข้ามาทำงานแล้วควรจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจถึงหัวใจของการทำงานร้านกาแฟอย่างลึกซึ้ง และผู้ประกอบการควรมีวิธีในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานและดูแลเอาใจใส่พนักงานอย่างเป็นกันเองมากที่สุดเพื่อกระตุ้นให้พวกเขาทำงานอย่างเต็มความสามารถซึ่งเป็นสิ่งที่พนักงานส่วนใหญ่ต้องการ นอกจากนั้นจะต้องมอบหมายหน้าที่ในการทำงานให้เหมาะสมกับพนักงานแต่ละคนเพื่อให้งานนั้นๆออกมามีประสิทธิภาพมากที่สุด สอดคล้องกับของ อนิวัช แก้วจางค์ (2550) ได้กล่าวถึง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ว่า มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ธุรกิจมีกำลังคนที่มีประสิทธิภาพพร้อมในการทำงาน โดยยึดหลักที่ทำให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถและเหมาะสมกับงานที่ทำให้มากที่สุด รวมไปถึงการบำรุงรักษาบุคคล การสร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อกระตุ้นให้พวกเขาทุ่มเทเพื่อการทำงานอย่างเต็มที่ที่สุด แต่ก็ยังมีบางร้านที่เล็งเห็นถึงความเหมาะสมของธุรกิจว่าไม่จำเป็นต้องมีการจ้างพนักงาน สามารถบริหารงานต่างๆด้วยตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประหยัดในเรื่องของเวลาที่ใช้ในการวางแผนและค่าจ้างด้านบุคลากร

1.4 รูปแบบการจัดตั้งและการลงทุน

ธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กส่วนใหญ่มักเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ซึ่งมีความคล่องตัวในการดำเนินงาน ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และสามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสภาพแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จันทรพีญ์ ชาประดิษฐ์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) พบว่า ลักษณะธุรกิจรูปแบบเจ้าของคนเดียว ทำให้มีอิสระในการดำเนินงานอย่างเต็มที่ การตัดสินใจต่างๆทำโดยเจ้าของเพียงคนเดียวทำให้คล่องตัวและสะดวกในการดำเนินงาน นอกจากนั้นยังมีข้อจำกัดด้านทักษะในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจาก ผู้ประกอบการคนเดียวอาจไม่มีทักษะความรู้ในการทำงานหลายๆด้าน ดังนั้นในธุรกิจร้านกาแฟสดและรวมไปถึงธุรกิจอื่นๆที่ต้องการลดปัญหาในเรื่องของการจัดหาเงินทุนและข้อจำกัดทางด้านความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจจะมีการร่วมทุนกันระหว่างเพื่อนหรือคนสนิทคล้ายกับธุรกิจประเภทห้างหุ้นส่วน เพื่อช่วยกันสนับสนุนในเรื่องของการดำเนินกิจการและช่วยกันส่งเสริมในเรื่องเงินทุนให้มีมากขึ้น ส่วนในเรื่องของเงินลงทุนแม้ว่าในระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจจะไม่ใช้เงินลงทุนมากแต่ผู้ประกอบการก็ควรมีเงินสำรองไว้สำหรับใช้ในวงต่อมา เพื่อการพัฒนาต่อยอดร้านกาแฟสดให้มีประสิทธิภาพ เพราะถ้าหากผู้ประกอบการลงทุนที่เดียวจนไม่มีเงินสำรอง

สำหรับการพัฒนาแล้วปล่อยให้กิจการไม่มีการเปลี่ยนแปลงไม่มีสิ่งที่น่าสนใจลูกค้าอาจไม่ยอมใช้บริการได้ แต่ในการที่จะทำให้อุตสาหกรรมแข็งแกร่ง มีฐานลูกค้าที่มั่นคง ต้องอาศัยระยะเวลาและความอดทนของผู้ประกอบการ

1.5. รูปแบบสินค้าและการให้บริการ

ธุรกิจร้านอาหารแปดสินค้าหลักก็คือ กาแฟสด ซึ่งในแต่ละร้านจะมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีขั้นตอนการการชงที่พิถีพิถัน เพื่อให้กาแฟสดมีความสดใหม่ รสชาติเข้มข้น มีกลิ่นหอม ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่ร้านอาหารแปดควรจะมีมากที่สุด ถ้าขาดสิ่งเหล่านี้ไปก็อาจส่งผลให้อุตสาหกรรมไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารแปดต้องการได้รับความพึงพอใจในด้านรสชาติกาแฟเป็นอันดับแรก และควรมีการจำหน่ายเครื่องดื่มอื่นๆ ขนมและอาหารเป็นสินค้าเสริมควบคู่ไปด้วยเพื่อเป็นการสร้างความหลากหลายในสายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้มีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเพิ่มปริมาณการซื้อมากขึ้น อันจะส่งผลถึงความพึงพอใจที่สูงมากขึ้นในที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิญา รัตนวราหะ และสรสิชา หุ่นแก้ว (2554) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ทางร้านอาหารแปดควรมีการพัฒนาและเพิ่มความหลากหลายของเครื่องดื่มให้มากยิ่งขึ้น ประกอบกับมีการคิดค้นและปรับปรุงคุณภาพของวัตถุดิบให้ดียิ่งขึ้น ส่วนในเรื่องราคากาแฟสดส่วนใหญ่จะกำหนดราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าและคุณภาพของสินค้าซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคสามารถยอมรับได้ และควรมีราคาให้ลูกค้าเลือกตามประเภทของสินค้าและขนาดบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ในส่วนของผู้ประกอบการควรมีการนำป้ายราคามาติดแสดงให้ลูกเห็นอย่างชัดเจนด้วย

1.6 กลุ่มลูกค้า

จำนวนลูกค้าของธุรกิจร้านอาหารแปดจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและลักษณะของร้านอาหารแปด ซึ่งการกำหนดกลุ่มลูกค้าของผู้ประกอบการในขั้นตอนการวางแผนกับเมื่อได้ดำเนินการจริงอาจไม่เป็นไปตามที่ต้องการ ซึ่งร้านอาหารแปดที่อยู่ในแหล่งชุมชนตั้งอยู่ริมถนน มีที่จอดรถน้อย กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มักจะเป็นลูกค้าสัญจรที่เป็นวัยทำงาน ซึ่งร้านอาหารแปดลักษณะนี้จะเจาะกลุ่มลูกค้าได้เพียงไม่กี่กลุ่ม ถ้าหากผู้ประกอบการลงทุนในร้านอาหารแปดสูงตั้งแต่ระยะแรกอาจเป็นเรื่องยากที่จะได้ยอดขายตามที่ต้องการในระยะเวลาอันรวดเร็ว ส่วนร้านอาหารแปดลักษณะคาเฟ่ที่นอกเหนือจากการจำหน่ายกาแฟสดแล้วยังมีขนมและอาหารเป็นสินค้าเสริม มีที่จอดรถ และมีโต๊ะไว้บริการ สิ่งเหล่านี้ช่วยดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นทำให้ร้านอาหารแปดลักษณะนี้ได้รับการตอบรับจากลูกค้าหลากหลายกลุ่มทั้งกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และกลุ่มครอบครัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ในทุกธุรกิจเมื่อมีฐานลูกค้าแล้วแต่ก็ต้องมีการพัฒนาเพิ่มฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องและพยายามรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้ให้ได้

ตอนที่ 2 สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแปด

2.1 ด้านคู่แข่งและผู้มีศักยภาพเข้าใหม่

ในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ธุรกิจร้านอาหารแปดขนาดเล็กมีการเพิ่มขึ้นและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการเพิ่มขึ้นของคู่แข่งตลอดเวลา ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายเดิมต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งถึงแม้ว่าผู้ประกอบการรายเดิมจะมีความมั่นใจในศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจตนก็ไม่ควรปล่อยให้ธุรกิจนิ่งเฉยแต่ต้องมีความพยายามในการสร้างคุณค่าให้แก่ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นในด้านประสิทธิภาพในการ

ให้บริการ เพิ่มความหลากหลายในการบริการเพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับลูกค้า มีการพัฒนาสูตรกาแฟให้มีมาตรฐานและคุณภาพมากขึ้น มุ่งสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในทุกๆด้าน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดคู่แข่งรายใหม่เข้ามาแทรกแซงส่วนแบ่งทางการตลาดและผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจลดลง สอดคล้องกับ มัลลิกา ต้นสอน (2544) ได้กล่าวว่า ธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมควรพยายามสร้างอุปสรรคที่จะมีต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุนรายใหม่ ยิ่งถ้ามีสิ่งกีดขวางมากคู่แข่งรายใหม่ก็จะเข้ามาในอุตสาหกรรมได้ยาก แต่ถ้าซึ่งการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ทำได้ง่ายและคล่องตัวอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่จะต้องเสียส่วนแบ่งการตลาด

2.2 ด้านสินค้าทดแทน

สินค้าที่สามารถทดแทนกาแฟสดได้มีมากมาย ส่งผลให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งในด้านสินค้าทดแทนนี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจกับทางลบได้มากอาจทำให้ยอดขายของธุรกิจลดลง จำนวนลูกค้าลดลง และมีผลต่อการกำหนดระดับความสามารถในการกำหนดราคาหรือกำไรจากสินค้าหรือบริการ สอดคล้องกับ พิบูล ทิปะปาล (2551) ได้กล่าวว่า ยิ่งถ้ามีผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้แทนในธุรกิจนั้นได้ ศักยภาพการทำกำไรของธุรกิจนั้นก็ลดลง เพราะสินค้าทดแทนจะเป็นตัวจำกัดโอกาสในการกำหนดราคา และถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะไม่ใช่กังวลต่อปัจจัยในด้านนี้มากนักเนื่องจากมั่นใจในคุณภาพของกาแฟสดก็ไม่ควรไว้วางใจเพราะในปัจจุบันผู้ที่ผลิตสินค้าทดแทนนั้นก็ได้มีการวางกลยุทธ์ในการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าทำให้สินค้าเหล่านั้นกลายเป็นตัวเลือกอันดับจากผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการต้องสร้างความเข้มแข็งด้านกลยุทธ์ให้ธุรกิจเกิดความโดดเด่นด้วยรสชาติและรูปลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ การบริการที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งควรสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้ารับรู้ให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะก่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้าจากลูกค้าเดิมและเป็นการสร้างลูกค้ากลุ่มใหม่ๆให้เกิดขึ้น

2.3 ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

อิทธิพลที่มีผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจนั้นคือผู้ซื้อ เนื่องจากผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยมีผลตอบแทนในรูปรายได้และกำไรให้แก่ธุรกิจร้านกาแฟสด นอกจากนี้ลูกค้ายังสามารถต่อรองราคาให้ลดต่ำลงต่อรองให้สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น หรือเรียกร้องให้มีระดับการบริการที่สูงขึ้นได้ สอดคล้องกับ ปกรณ์ ปรียากร (2552) ได้กล่าวถึง อำนาจการต่อรองของลูกค้า เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงอำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อที่มีต่อผู้ขายมีมากน้อยเพียงใด อาจจะต้องรองในเรื่องของราคา ปริมาณ หรือคุณภาพก็ได้ ในการลดอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อทำได้โดยการทำการตลาดให้ตราสินค้าเข้าไปอยู่ในใจลูกค้าจนเกิดเป็น Positioning คือการทำให้ธุรกิจร้านกาแฟมีอำนาจเหนือกว่าลูกค้าหรือมีอำนาจการต่อรองกับลูกค้าสูง โดยที่ธุรกิจใช้เครื่องมือทางการตลาดในการสร้างข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยสร้างคุณค่าด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การพัฒนากาแฟสดให้มีรสชาติที่เข้มข้น ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพที่เหมาะสมกับราคาที่ขายซึ่งไม่ควรสูงหรือต่ำมากเกินไป รวมไปถึงการมีบุคลากรที่มีความสามารถเพื่อให้กระบวนการผลิตและการบริการมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้านำไปสู่ความเต็มใจที่จะจ่ายในอัตราราคาสินค้าตามความเป็นจริงและเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ยิ่งผู้ประกอบการทำให้ธุรกิจมีอำนาจการต่อรองกับลูกค้ามากเท่าไรก็จะยิ่งทำให้ธุรกิจได้เปรียบคู่แข่งมากเท่านั้น

2.4 ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต

ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีส่วนสำคัญของการให้บริการด้านร้านค้าที่ขายวัตถุดิบที่ใช้สำหรับผลิตกาแฟสด หรือสินค้าต่างๆภายในร้านกาแฟสด เพื่อเพิ่มคุณค่าและภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจผู้ประกอบการจึงต้องเลือกสรร วัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาในระดับต่างๆให้เหมาะสมกัน สินค้าของผู้ขายปัจจัยการผลิตต้องเป็นตราสินค้าที่ ลูกค้าส่วนใหญ่ให้การยอมรับเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันมีร้านขายวัตถุดิบเกี่ยวกับกาแฟ เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีผู้ขายปัจจัยการผลิตหลายรายและมีคุณภาพใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองที่สูงกว่า ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะพยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขายปัจจัยการผลิตเพื่อให้เกิดการเจรจาที่ดีและง่ายขึ้น และผู้ประกอบการไม่ควรมีการจัดซื้อวัตถุดิบจากร้านค้าประจำเพียงร้านเดียวควร จัดให้มีร้านสำรองลำดับที่สองและสามเพื่อเป็นการรองรับเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินขึ้น ซึ่งถ้าไม่มีร้านค้าวัตถุดิบ สำรองไว้แล้วเกิดเหตุการณ์วัตถุดิบขาดอาจมีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจที่ไม่สามารถผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ หรือมีมาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการได้ ผลที่จะตามมาคือลูกค้าเกิดความไม่พอใจและไม่ต้องการกลับมาใช้บริการ อีกในครั้งต่อไป

ตอนที่ 3 กลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

3.1 กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง

ธุรกิจร้านกาแฟสดสิ่งแรกที่เจ้าของธุรกิจควรให้ความสำคัญและต้องพัฒนาให้มีคุณภาพ คือ กาแฟสด ซึ่งเป็นสินค้าหลักของร้าน เป็นสิ่งที่สามารถส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เพราะสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการ ประสบความสำเร็จของธุรกิจอย่างหนึ่งคือ ยอดขาย ผู้ประกอบการจึงควรคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาใช้ในการ กระบวนการผลิตสินค้า เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ชอบความคุ้มค่าในการเลือกซื้อกาแฟสด คือต้องมีความสดใหม่ มี รสชาติที่เข้มข้น มีกลิ่นหอม มีความสวยงาม รวมไปถึงรูปแบบของกาแฟสดที่มีความหลากหลายแปลกใหม่ แตกต่างจากคู่แข่งและขนาดของบรรจุภัณฑ์จะทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน สอดคล้องกับการศึกษา ของ จิตติมา ผกาวรัตน์สกุล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) สินค้าที่มีคุณภาพที่ดีจะทำให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าเกิดความพึงพอใจที่จะกลับมาใช้บริการในภายหลังอีกและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการบอกต่อถึงความประทับใจที่ได้รับจากร้านกาแฟกับบุคคลอื่นซึ่งเป็นโอกาสของธุรกิจที่จะมีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น แต่ถ้าสินค้านั้นมีคุณภาพไม่ดี ผลที่ได้รับคือ ลูกค้าจะไม่ซื้อซ้ำกล่าวคือซื้อครั้งเดียวแล้วไม่กลับมาใช้บริการอีกเลยและจะมีทัศนคติด้านลบต่อ ธุรกิจอีกด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของ วัฒนา รสชา (2554) พบว่า ในด้านการส่งเสริมการตลาดร้านกาแฟ สดที่มีการปรุงกาแฟที่รสชาติเข้มข้น มีปริมาณกาแฟและวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมค่อนข้างมากจะมีลูกค้ามากกว่า ร้านกาแฟที่ปรุงกาแฟรสชาติอ่อน และควรให้ความสำคัญของการตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศที่สวยงามและจัด ให้มีบริการเสริมฟรีไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตไร้สาย หรือปลั๊กไฟ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ที่จะเข้ามาใช้บริการ และลูกค้าในปัจจุบันให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพมากขึ้นผู้ประกอบการควรตระหนักถึง การรักษาความสะอาดให้มากที่สุดเพราะนอกจากจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจแล้วยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นอย่างมาก นอกจากนั้นแล้วก็ควรมีกิจกรรมการส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อเป็นการ กระตุ้นการสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้น ช่วยให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อที่รวดเร็วยิ่งขึ้นและทำให้เกิดการซื้อใน ปริมาณที่มากขึ้นอีกด้วย โดยผู้ประกอบการจะต้องเลือกใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบ เช่น ขาดทุนมากขึ้น เป็นต้น

3.2 กลยุทธ์มุ่งต้นทุนต่ำ

ในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดก็ตาม จะต้องมีการควบคุมต้นทุนในการผลิตและการบริหารจัดการภายในธุรกิจให้มีต้นทุนต่ำที่สุดเพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมุ่งลดด้านต้นทุนวัตถุดิบโดยยังคงรักษาคุณภาพของสินค้าไว้ให้ดีที่สุดและจำหน่ายในราคาที่เหมาะสม เพราะถ้าหากคุณภาพของสินค้าลดลงอาจทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจและไม่อยากใช้บริการร้านกาแฟสดได้ และยังมี การลดต้นทุนในด้านการโฆษณาส่งเสริมการขาย เนื่องจากในปัจจุบันมีจำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมกันมากที่สุด ได้แก่ facebook และ Instagram ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้ธุรกิจเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้นและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย สื่อออนไลน์เป็นช่องทางการโฆษณาที่ช่วยประหยัดต้นทุนที่สุดและดีที่สุด ในปัจจุบัน ซึ่งถ้าหากธุรกิจมีการบริหารจัดการด้านต้นทุนให้ต่ำมากเท่าไรก็จะหมายถึงกำไรที่เพิ่มมากขึ้นเท่านั้น สอดคล้องกับ อนิวัช แก้วจางงค์ (2551) ได้กล่าวว่า การดำเนินงานของธุรกิจโดยมุ่งการใช้ต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ด้วยวิธีการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตหรือการจัดการและได้ผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ ธุรกิจที่เป็นผู้นำด้านต้นทุน จะมีผลตอบแทนที่สูงกว่าธุรกิจของคู่แข่ง

3.3 กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ธุรกิจบริการทุกประเภทควรเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านการบริการซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนขั้นตอนการให้บริการและมีการจัดระบบการทำงานให้เกิดความคล่องตัว รวดเร็ว และลดความซับซ้อนในการทำงานเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาต่างๆ ในการดำเนินงานภายในร้านให้มีความรวดเร็วทันใจตรงความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟสดจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจอย่างมากและอยากกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป นำไปสู่ความประสบความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในที่สุด แต่ถ้าหากมีการบริการที่ล่าช้าปล่อยลูกค้ารอเป็นเวลานานอาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจและเปลี่ยนใจไม่ซื้อสินค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐวัชต์ ปาลี (2550) พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานทางด้านการจัดการ โดยการวางแผนล่วงหน้าในด้านการจัดการและการผลิตก่อนการดำเนินธุรกิจซึ่งเป็นการวางแผนในระยะสั้น และธุรกิจควรมีการปรับตัวของสินค้าให้เข้ากับตลาดใหม่ๆ เนื่องจากในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่รวดเร็วจะส่งผลต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเพิ่มมากขึ้น เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุดมากที่สุด ซึ่งถ้าหากผู้ประกอบการไม่มีการวางแผนที่จะปรับตัวสินค้าและบริการให้ทันกับกระแสนิยมในช่วงเวลานั้นๆอาจทำให้ธุรกิจได้รับความสนใจจากลูกค้าน้อยลงได้

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงการจัดการ

การวิจัยครั้งนี้ผู้ประกอบการ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการปรับตัวสำหรับการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ทันต่อการแข่งขันในปัจจุบันได้ดังนี้

1.1 ในการเริ่มต้นธุรกิจร้านกาแฟสด ถึงแม้จะสามารถทำได้ง่าย ใช้เงินลงทุนน้อย แต่ผู้ประกอบการควรมีใจรัก มีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ เกี่ยวกับธุรกิจร้านกาแฟสดมากพอสมควร เพราะจะสามารถทำหน้าที่ได้ดีกว่าคนที่ไม่มีความรู้ในด้านนี้เลยและเพื่อที่จะได้ไม่เกิดการเสียเวลาในการเริ่มต้นเรียนรู้ใหม่ตั้งแต่แรก

1.2 ในด้านสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการวางแผนกระบวนการดำเนินงานที่ดี มีการวิเคราะห์คู่แข่ง วิเคราะห์ตลาด และนำผลการวิเคราะห์นั้นมาใช้ในการปรับปรุง เพื่อการเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานและการทำกำไรของธุรกิจที่เหนือคู่แข่ง

1.3 ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาสูตรกาแฟสดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ด้วยรสชาติที่มีความเข้มข้นและมีกลิ่นหอม มีการคิดค้นและสร้างสรรค์กาแฟให้มีรูปแบบและรสชาติแปลกใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของร้าน เช่น มีการตกแต่งด้วยฟองนมเป็นรูปสัตว์มีสี่รูปร่าง กาแฟอัดเม็ดตราด้วยนมอ่อนๆ หรือสตอเบอร์รี่ลาเต้ เป็นต้น

1.4 นอกจากการจำหน่ายกาแฟสด ผู้ประกอบการควรเพิ่มความหลากหลายของเครื่องดื่มให้มากยิ่งขึ้น เช่น ชาเขียว โกโก้ น้ำอัดดาเลียนโซดา เป็นต้น และมีการสรรหาสินค้าประเภทอื่นมาจำหน่ายควบคู่ด้วย ไม่ว่าจะเป็น ขนมเค้ก ไอศกรีม ขนมปัง อาหารจานเดียวหรืออาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม

1.5 ควรกำหนดราคาของสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเต็มใจในการซื้อหรือใช้บริการร้านกาแฟสด

1.6 มีการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับธุรกิจ โดยการจัดให้มีบริการเสริม wifi และปลั๊กไฟฟรี การตกแต่งร้านให้สวยงาม และมุ่งเน้นการบริการที่มีประสิทธิภาพผ่านการฝึกอบรมให้แก่พนักงานให้มีทักษะในการทำงานที่ดี มีบริการที่สุภาพอ่อนน้อม บุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้าและให้ความสำคัญกับการบริการที่รวดเร็ว เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและอยากกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

2. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย 1) รูปแบบธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย ซึ่งได้อธิบายถึงรูปแบบและประเภทในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการเลือกรูปแบบลักษณะการลงทุนของธุรกิจ 2) แนวคิดการจัดการธุรกิจ ซึ่งได้อธิบายถึง กระบวนการในการบริหารงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่ธุรกิจได้ตั้งขึ้นมา และหน้าที่ของการบริหารจัดการ 3) แนวคิดแรงผลักดัน 5 ประการ ซึ่งได้อธิบายถึง การวิเคราะห์ปัจจัยทางการแข่งขันที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในธุรกิจ 4) ทฤษฎีกลยุทธ์การแข่งขันระดับธุรกิจ ซึ่งได้อธิบายถึง การกำหนดกลยุทธ์เพื่อนำไปใช้ในการบริหารงานด้านต่างๆ ของธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากการศึกษาที่ได้นำทฤษฎีต่าง ๆ นั้นมาอธิบายผลการศึกษาซึ่งเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดเล็กในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี การใช้กลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่ทำให้สามารถอยู่รอดในสภาวะที่มี

การแข่งขันสูงในปัจจุบันได้ จึงเป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนาต่อยอดหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ สำหรับเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจให้ผู้ประกอบการรายเดิมหรือรายใหม่ที่กำลังจะเริ่มต้นเข้าสู่ธุรกิจประเภทนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าขนาดเล็กที่อยู่ในเขตบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการอีกจำนวนมากที่อยู่ในเขตต่างจังหวัดซึ่งอาจจะมีแนวทางการดำเนินธุรกิจหรือความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป โดยข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต จึงควรมีการศึกษาในเขตพื้นที่อื่นในแต่ละจังหวัดด้วย และควรสอบถามจากหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ทราบถึงข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษา กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านค้าขนาดเล็ก ซึ่งผู้วิจัยพบว่ายังมีธุรกิจขนาดเล็กอีกมากมายที่มีได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการและมีการแข่งขันที่สูง โดยงานวิจัยในอนาคตควรศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมในธุรกิจกลุ่มอื่นๆ นอกเหนือจากธุรกิจร้านค้าปลีก เช่น อาหาร เบเกอรี่ เสื้อผ้า เป็นต้น

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งในอนาคตนั้นควรทำการศึกษาโดยการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กันไปด้วยเพื่อจะได้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มากขึ้นและได้ข้อมูลในมุมมองที่กว้างและรอบด้านมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถวัดผลในเชิงสถิติได้อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กานดา เสือจำศีล. (2555). “พฤติกรรมการใช้บริการร้านค้าปลีก อเมซอน ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี.” ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). “การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม.” *Veridian E-Journal* 8,2 (พฤษภาคม - สิงหาคม): 1207-1222.

เชษฐา ใจใส และสุจินดา ใจใส. (2552). *กาแฟ 3 สไตล์ กาแฟสด กาแฟโบราณ กาแฟโบราณบูรณาการ (โม-เดิร์น) เล่ม1*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ซีดีพริ้นท์.

ฐิติมา ผลารัตน์สกุล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). “กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์.” *Veridian E-Journal* 8, 3 (กันยายน – ธันวาคม): 538-552.

ณัฐวิฑ์ ปาลี. (2550). “รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบสแตนดอะโลน (Stand Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” ปัญหาพิเศษ ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ตุลา มหาพสุธานนท์. (2554). *หลักการจัดการ Principle of Management*. กรุงเทพมหานคร: พีเอ็น เค แอนด์ สกายพริ้นตังส์.

- บลู สกาย บู้คส์. (2553). **เปิดร้านกาแฟ**. กรุงเทพมหานคร: ส เจริญ การพิมพ์.
- ปกรณ์ ปรียากร. (2552). **การวางแผนกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร: เสมาธรรม.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2556). **ได้เวลาธุรกิจกาแฟนาครขนาดเล็ก ต้องขยับตัวเพื่อความอยู่รอด**. เข้าถึงเมื่อ 26 สิงหาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://money.sanook.com/167758/>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2558). **ศักยภาพ “บางใหญ่” เป็นทำเลแห่งอนาคต จริงหรือ**. เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.propertytoday.in.th/insight/> คอนโดย่านบางใหญ่.
- พยอม วงศ์สารศรี. (2550). **องค์การและการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- พิบูล ทีปะปาล. (2551). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.
- ภาวิณี กาญจนานา. (2554). **หลักการตลาด Principles of Marketing**. กรุงเทพมหานคร: ท้อป.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2544). **กลยุทธ์ธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เอกซ์เปอร์เน็ท.
- วัฒนา รสชา. (2554). “การศึกษาศักยภาพการจัดการธุรกิจที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.” การค้นคว้าแบบอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศัญญา รัตนวราหะ และสรลลิตา หุ่นแก้ว. (2554). “ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านกาแฟที่ให้บริการบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส” การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยดุสิตธานี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539). **การบริหารตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศุภรา เจริญภูมิ. (2554). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อในอนาคตของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในเขตธนบุรีกรุงเทพมหานคร.” โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุธีรา อะทะวงษา. (2556). “คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย.” บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต คณะบริหาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อนิวัช แก้วจันทน์. (2550). **หลักการจัดการ**. สงขลา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- _____ . (2551). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. หาดใหญ่: นำศิลป์โฆษณา