

ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้าน กาแฟรูปแบบมินิมอลในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเลย

วันที่รับบทความ	28/04/2567
วันที่แก้ไขบทความ	06/09/2567
วันที่ตอบรับบทความ	17/09/2567

ศศิยาพร พรหมพลเมือง^{1,*} สันติธร สิงลี¹
ปรียาพร พิชิตรานนท์¹ สัญชัย เกียรติทรงชัย¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลใน เทศบาลเมือง จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรคือ ผู้ใช้บริการร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเลย เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวนทางเดียว และ LSD ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเทศบาลเมือง จังหวัดเลย จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : ร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล ความคาดหวัง ส่วนประสมการตลาด

¹ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
อีเมล : sanchai.kia@lru.ac.th

Customer Expectations Towards the Marketing Mix of Minimal-Style Coffee Shops in the Municipality of Loei Province

Received	28/04/2024
Revised	06/09/2024
Accepted	17/09/2024

Sasiyaphon Phomphommueang^{1,*} Santitorn Singlee¹
Preeyaporn Pichitranon¹ Sanchai Kiatsongchai¹

Abstract

This research aimed to study and compare the service expectations of customers towards the marketing mix components of minimal-style coffee shop businesses in the municipality of Loei Province. The sample group consisted of 400 patrons of minimal-style coffee shops within the municipality. Data collection tools included questionnaires, and the statistical analyses involved frequency distributions, percentages, means, standard deviations, and pairwise comparisons using the LSD method. The findings indicated that respondents were predominantly female, aged 21–30, held a bachelor's degree, had an average monthly income of 5,000 baht or less, and were mainly students. Overall, customer expectations towards the marketing mix were at the highest level. When considered by aspect, the personnel aspect had the highest average, followed by productivity, price, physical characteristics, process, product, distribution channels, and marketing promotion, respectively. Comparisons of customer expectations towards the marketing mix of minimal-style coffee shop businesses in Loei Municipality, classified by gender, age, education level, average monthly income, and occupation, revealed no significant differences. mingly positive.

Keywords: Minimal-style coffee shop, Expectations, Marketing mix

¹ Tourism and Hotel Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University
e-mail: sanchai.kia@lru.ac.th

บทนำ

กาแฟ เป็น 1 ใน 3 เครื่องดื่มที่เป็นที่นิยมของคนรุ่นใหม่ทั่วโลกดื่มมากที่สุด เนื่องจากกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ดึงดูดให้ผู้คนใช้บริการร้านกาแฟ พร้อมทั้งบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เป็นเครื่องดื่มที่เกิดจากเมล็ดกาแฟคั่ว ซึ่งในหนึ่งถ้วยมีคาเฟอีนอยู่ 80-140 มิลลิกรัม นิยมดื่มแบบร้อน ๆ แต่สามารถดื่มแบบเย็นได้ ส่วนมากจะดื่มช่วงเวลากลางวัน กาแฟที่นิยมดื่มที่สุดคือ เอสเปรสโซ คาปูชิโน และลาเต้ สามารถพบเจอธุรกิจร้านกาแฟตามพื้นที่ต่างๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ตลาด ริมถนน สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล ปั้มน้ำมัน และ สำนักงานบริษัท (จิระศักดิ์ คำสุริย์, 2562)

ประเทศไทยมีร้านกาแฟเกิดขึ้นมานานโดยในอดีตมักจะนิยมเรียกว่า “สภากาแฟ” ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีเนื้อที่ให้ผลผลิตกาแฟประมาณ 234,850 ไร่ และประเทศไทยอยู่อันดับที่ 9 ของโลกที่ส่งออกกาแฟ มีธุรกิจร้านกาแฟจำนวน 8,025 ร้าน ปัจจุบันคนไทยบริโภคกาแฟเฉลี่ยอยู่ที่ 300 แก้วต่อคนต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจกาแฟ (จิระศักดิ์ คำสุริย์, 2562) ร้านกาแฟเป็นร้านขนาดย่อมที่ตั้งอยู่ในชุมชนมักจะเชื่อมโยงกับผู้คนในชุมชนเข้ามานั่งดื่มกาแฟ แล้วพูดคุยกันในตอนเช้าก่อนจะแยกย้ายกันไปทำการเกษตรหรือค้าขาย นับเป็นสถานที่รวมตัวกันในชุมชน เมื่อนักท่องเที่ยวต่างถิ่นเดินทางผ่านไปมาจึงมักจะแวะสถานที่แห่งนี้ เพื่อทานอาหารหรือดื่มกาแฟ และพูดคุยสอบถามกับคนในชุมชน ทำให้ผู้ประกอบการเข้ามาจับบทบาทให้การทำธุรกิจ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวซึ่งได้รับความนิยมก็มักจะมีร้านกาแฟเปิดตามไปด้วย (ธนวัฒน์ เพชรพันธ์, 2564, น.7) เมื่อเวลาผ่านไปจวบจนปัจจุบันพัฒนาการของร้านกาแฟ เริ่มจากรถเข็นขายกาแฟ ซึ่งจะมีถุงหลวงกาแฟแล้วเทใส่น้ำตาล ใส่นม คนให้เข้ากัน แล้วทานกับปาต่องโกเป็นของคู่กัน มีโต๊ะกลมและเก้าอี้นั่ง มักจะพบเห็นได้ตามตลาดสด สถานที่คนพลุกพล่าน ต่อมาธุรกิจร้านกาแฟได้พัฒนาชื่อเรียกเป็นคาเฟ่ (Cafe) มาจากภาษาฝรั่งเศสแต่ถูกนำมาใช้ในภาษาอังกฤษ หมายถึงร้านอาหารหรือภัตตาคารที่เสิร์ฟเครื่องดื่มร้อนและขนมปังแซนด์วิช (ญาดา หลินวรัตน์, 2565)

ธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลกลายเป็นสไตล์การตกแต่งยอดนิยมในยุคปัจจุบันเน้นให้ความสำคัญกับความเรียบง่ายเป็นหลัก ด้วยความเป็นรูปแบบมินิมอลจะใช้เฟอร์นิเจอร์น้อยชิ้นแต่ต้องทันสมัย และของตกแต่งต้องมีความเรียบง่าย ทำให้การตกแต่งมีอัตราส่วนโดยประมาณ พื้นที่ใช้สอยร้อยละ 60 และการตกแต่งร้อยละ 40 ใช้โทนสีในการตกแต่งไม่มากนัก และส่วนใหญ่จะเป็นสีพื้นๆ ที่ช่วยเพิ่มความสว่างให้กับห้อง เป็นสีออกโมโนโทนหรือสีอ่อน ๆ เช่น สีขาว เทาอ่อน เทาเข้ม น้ำตาลอ่อน การตกแต่งรูปแบบมินิมอล ต้องมีระบบการจัดเก็บของที่ดี เพื่อความสะอาด และความเป็นระเบียบ เพราะฉะนั้นจึงออกแบบให้ถูกซ่อนอย่างกลมกลืนไปกับอาคาร (ลำดวน, 2564) ปัจจุบันร้านกาแฟมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและสาเหตุหลัก ๆ อาจมาจากธุรกิจร้านกาแฟของชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนเปิดในประเทศไทยมากขึ้นทำให้ธุรกิจนี้เกิดการตื่นตัว ในขณะเดียวกันกระแสการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ในอดีตคนไทยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปมากกว่ากาแฟสด และ

ปัจจุบันคนไทยนิยมการดื่มกาแฟสดที่มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนร้านที่ดูมีความทันสมัยและสะดวกสบายที่มากขึ้น มีบรรยากาศที่ร่มรื่น ร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล มักจะเน้นขายสินค้าและบริการ เช่น ขนมเค้ก ลูกชิ้นน้ำหวานกาแฟ และยังมีบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การตกแต่งบรรยากาศในร้าน มีอินเทอร์เนตบริการให้กับลูกค้า แต่ละร้านจะมีจุดขายที่เป็นทางเลือกให้กับลูกค้าที่บริโภคแตกต่างกัน

ร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเลย การตกแต่งที่เรียบง่าย ใช้เฟอร์นิเจอร์น้อยชิ้นหากแต่มาด้วยประโยชน์ รวมไปถึงการเลือกใช้งานสิ่งต่าง ๆ ตามความจำเป็นเท่านั้น ซึ่งจะถูกจัดวางอย่างมีระเบียบเรียบร้อย เอกลักษณะในการตกแต่งรูปแบบมินิมอลนั้นมักจะมีโทนสีแบบโมโนโทนหรือสีอื่น ๆ รวมถึงการออกแบบที่มีความคม มีความสมดุลและความผ่อนคลาย เฟอร์นิเจอร์ทุกชิ้นที่คัดสรรมาตกแต่งในร้านรูปแบบมินิมอลนี้ มักจะตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วนท่ามกลางความไม่มากไม่น้อยจนเกินไป (พิชญา ชัดสี, 2564, น.4)

เทศบาลเมือง จังหวัดเลย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลลูกุดป้องกันจำนวน 50 ชุมชน เป็นจุดศูนย์กลางในการติดต่อกับภูมิภาคต่าง ๆ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเดินทางเข้าสู่จังหวัดเลยทำให้เศรษฐกิจการค้าและการลงทุนเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากและเป็นพื้นที่จำนวนธุรกิจร้านกาแฟหนาแน่น ทั้งในเรื่องแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มของธุรกิจร้านกาแฟใหม่ การตกแต่งร้านมีความแตกต่างกันหลากหลายรูปแบบ เป็นที่นิยมสำหรับประชาชน นักท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองเลย มีการแข่งขันทางการตลาดสูง เนื่องจากร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลมีการขยายตัวเติบโตขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องนำเสนอจุดขายเพื่อดึงดูดความน่าสนใจแก่ผู้ให้บริการสร้างความแตกต่าง ความแปลกใหม่ ความสะดวก คุณภาพการบริการ มีการใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันในขณะเดียวกันผู้ให้บริการมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากตัวเลือกของธุรกิจร้านกาแฟที่มีจำนวนเยอะผู้ให้บริการสามารถเลือกและตัดสินใจในการใช้บริการแต่ละสถานที่ประกอบการได้อย่างอิสระ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเลย จึงต้องทราบถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการเพื่อสามารถออกแบบกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านกาแฟให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการร้านกาแฟในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเลย

เหตุผลที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดของธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลโดยผลวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางปรับปรุงคุณภาพและพัฒนาร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลให้ตอบสนองสอดคล้องต่อการคาดหวังของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและมาใช้บริการร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเทศบาลเมือง จังหวัดเลย
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้มาใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลใน เทศบาลเมือง จังหวัดเลย จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เพศต่างกันมีระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่างกันมีระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาชีพต่างกันมีระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร ของ Cochran (Cochran, 1953 อ้างถึงใน ญัฐพล หิรัญเรือง, 2555, น.63) จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ดังนี้

5	คะแนน	หมายถึง	คาดหวังมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	คาดหวังมาก
3	คะแนน	หมายถึง	คาดหวังปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	คาดหวังน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	คาดหวังน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะนำของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย โดยคำถามมีลักษณะเป็น (Open-Ended Question)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรงจากร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย ใน 16 ร้าน โดยการเก็บตามสะดวก (Convenient sampling) จำนวน 400 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อการศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสบการณ์ตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เข้าใช้บริการร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสบการณ์ทั้ง 8 ด้านธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยโดยใช้สมการทางคณิตศาสตร์ Fisher (อ้างอิงใน บุรินทร์ รุจจนพันธุ์, 2556, น.45) จากสูตร

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ \text{แทนค่าดังนี้} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

สามารถแปลความหมายระดับคะแนน (ศศิธร พรหมมาลา, 2561) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 -5.00 หมายถึง มีความคาดหวังมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 -4.20 หมายถึง มีความคาดหวังมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 -3.40 หมายถึง มีความคาดหวังปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 -2.60 หมายถึง มีความคาดหวังน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 -1.80 หมายถึง มีความคาดหวังน้อยที่สุด

3. วิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ด้วยความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-Way ANOVA หรือ F-test) และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ที่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเทศบาลเมือง จังหวัดเลย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.8 อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.5 และประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 57.8

2. ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเทศบาลเมือง จังหวัดเลย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมีความคาดหวังมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.65$) ด้านผลผลิตภาพ ($\bar{X} = 4.63$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.63$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.62$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.59$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.57$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) ($\bar{X} = 4.54$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่มอื่น ๆ (กลิ่นหอมเข้มข้น) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ใช้บริการคาดหวังรูปแบบลักษณะของแก้วกาแฟมีเอกลักษณ์จดจำได้ง่าย ผู้ใช้บริการคาดหวังกาแฟที่ผู้ให้บริการรับประทานต้องเป็นที่นิยมมีชื่อเสียง ผู้ใช้บริการคาดหวังจะได้รับประทานกาแฟที่สะอาด และปลอดภัย และผู้ให้บริการคาดหวังเมนูอาหารมีให้เลือกหลากหลาย เช่น ขนมเบเกอรี่ และเครื่องดื่ม ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์มีป้ายแจ้งระบุราคาสินค้าที่ชัดเจน ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ผู้ใช้บริการคาดหวังราคาของสินค้าเหมาะสมกับบรรยากาศภายในร้าน และผู้ใช้บริการคาดหวังกับราคาพิเศษสำหรับสมาชิก หรือเงื่อนไขที่กำหนด ตามลำดับ

2.3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (สถานที่) พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังพื้นที่ของร้านมีความเพียงพอต่อการรองรับลูกค้ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือผู้ให้บริการคาดหวังให้ร้านมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ผู้ใช้บริการคาดหวังในการซื้อกาแฟต้องมีที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ผู้ใช้บริการคาดหวังในการซื้อผ่านระบบออนไลน์หรือบริการส่งสินค้าถึงบ้าน และ ผู้ใช้บริการคาดหวังสถานที่จัดจำหน่ายมีการจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นหมวดหมู่ ตามลำดับ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษอย่างสม่ำเสมอ เช่น เทศกาลต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือผู้ให้บริการคาดหวังการจัดทำบัตรสมาชิกให้ลูกค้าส่วนลดพิเศษ ผู้ใช้บริการคาดหวังในการใช้สื่อโฆษณาที่มีความน่าดึงดูดใจ ผู้ใช้บริการคาดหวังให้มีการแสดงสินค้าเมนูใหม่/ทดลองชิมสินค้าฟรี ณ จุดขาย และ ผู้ให้บริการคาดหวังการสะสมแต้มจากการซื้อหลาย ๆ แก้วเพื่อแลกเครื่องดื่มฟรี ตามลำดับ

2.5 ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังให้พนักงานมีความเต็มใจในการบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ใช้บริการคาดหวังการตอบสนองระหว่างพนักงานกับลูกค้าในเรื่องแก้ไขปัญหาด้วยความรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ ผู้ใช้บริการคาดหวังให้พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง ผู้ใช้บริการคาดหวังให้พนักงานขาย มีความรู้และสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี และ ผู้ใช้บริการคาดหวังให้มีจำนวนพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังกับการจัดระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสม เช่น กล้องวงจรปิด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ใช้บริการคาดหวังให้มีการตกแต่งสถานที่สวยงาม สะอาด ปลอดภัย ผู้ใช้บริการคาดหวังกับร้านมีความทันสมัย ป้ายหน้าร้านเด่นชัด สังเกตได้ง่าย ผู้ใช้บริการคาดหวังให้ทางร้านมีบริการทางอินเทอร์เน็ตฟรี (Wi-fi) และ ผู้ใช้บริการคาดหวังให้ทางร้านแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน มีมุมถ่ายรูป จุดเช็คอิน ตามลำดับ

2.7 ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังให้ทางร้านบริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ใช้บริการคาดหวังกับการได้รับอาหารถูกต้องตามที่สั่ง ผู้ใช้บริการคาดหวังในการซื้อกาแฟต้องมีความรวดเร็วในการบริการ ผู้ใช้บริการคาดหวังให้ทางร้านใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัยในการรับออเดอร์/ ช่องทางการชำระเงิน และ ผู้ใช้บริการคาดหวังให้มีการต้อนรับขณะถึงร้านและนำไปยังโต๊ะ ตามลำดับ

2.8 ด้านผลิตภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังให้ร้านกาแฟสามารถส่งมอบคุณภาพสินค้าและบริการตรงปก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ใช้บริการคาดหวังการให้ร้านกาแฟสามารถผลิตสินค้า ที่มีรสชาติเหมือนเดิมทุกครั้ง ผู้ใช้บริการคาดหวังให้มีการปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง ผู้ใช้บริการคาดหวังให้ร้านกาแฟสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการลูกค้าได้ เช่น การรับประกันหรือการันตีมาตรฐาน และ ผู้ใช้บริการคาดหวังให้ร้านกาแฟมีการสร้างความผูกพันและมิตรภาพที่ดีแก่ลูกค้า ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเลย แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเลย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ						F	Sig.
	ชาย (134)		หญิง (231)		เพศทางเลือก (35)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.59	.46	4.54	.49	4.62	.55	.81	.446
ด้านราคา	4.66	.40	4.56	.48	4.67	.52	1.15	.319
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่)	4.57	.47	4.52	.53	4.54	.62	.36	.696
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.40	.67	4.39	.60	4.67	.46	3.50	.031
ด้านบุคลากร	4.67	.49	4.63	.50	4.70	.63	.42	.656
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.64	.42	4.60	.50	4.62	.50	.40	.671
ด้านกระบวนการ	4.62	.44	4.57	.48	4.67	.47	1.08	.342
ด้านผลิตภาพ	4.67	.46	4.60	.49	4.73	.43	1.82	.163
รวม	4.60	.36	4.56	.44	4.66	.41	1.30	.274

จากตาราง ที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พบว่าผู้บริการที่เพศต่างกัน มีความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พบว่าผู้ใช้บริการที่อายุต่างกัน มีความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่าผู้ใช้บริการที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่าผู้ใช้บริการที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่าผู้ใช้บริการที่อาชีพต่างกันมีความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล เทศบาลเมือง จังหวัดเลย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 8P นำมาอภิปรายวิจัย ได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในช่วงวันหยุด เสาร์ อาทิตย์ จึงทำให้จำนวนนักศึกษามีจำนวนมาก ซึ่งมีเวลามากกว่ากลุ่มตัวอย่างอาชีพอื่น ใช้พื้นที่ร้านกาแฟเป็นสถานที่ทำรายงาน และถ่ายรูปใช้คอนสต่อคล้องกับงานวิจัย นฤมล จันวิลัย และดรรารัตน์ สุขแก้ว (2567, น.7) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านกาแฟ คาเฟ่ของผู้บริโภคเพื่อรรถประโยชน์เทียบกับสุนทรียะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคกลุ่ม GenZ-GenY อายุต่ำกว่า 25-39 ปี เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบความรวดเร็วในการบริการ ชื่นชอบการใช้เทคโนโลยีเป็นหลักในการใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการเข้าถึงโซเชียลต่าง ๆ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเทศบาลเมือง จังหวัดเลย มีความคาดหวังรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่มอื่น ๆ (กลิ่นหอม เข้มข้น) มากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการมีความคาดหวังรสชาติกาแฟและเครื่องดื่มอื่น ๆ มีความคงที่ ควบคุมคุณภาพ เพราะจุดขาย

ของธุรกิจร้านกาแฟ คือรสชาติมีความอร่อยเข้มข้น ความหอมของกลิ่นกาแฟ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวพัชร สุรเชษฐพงษ์ (2558, น.23) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดของร้านกาแฟในอำเภอเมืองสมุทรสงคราม ที่กล่าวว่า ลูกค้ามีความคาดหวังในเรื่องของรสชาติของกาแฟและอาหารมีความสะอาดปลอดภัย สูตรเฉพาะของกาแฟที่แตกต่างจากร้านอื่น และเรื่องความหลากหลายของชนิดกาแฟ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นางลักษณ ใจชื่อ (2559, น.30) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟ ร้าน Black Canyon กับร้าน S&P Blue Cup ในจังหวัดราชบุรี ที่กล่าวว่า ลูกค้ามีความคาดหวังในรสชาติ ความเข้มข้นของกาแฟและความหอมเป็นอันดับแรก

ด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเทศบาลเมืองจังหวัดเลย มีความคาดหวังราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับปริมาณ มากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการมีความคาดหวังราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับปริมาณที่คุ้มค่าโดยผู้ให้บริการพึงพอใจ และสามารถซื้อได้กับปริมาณที่ทางร้านกำหนดไว้ ส่งผลให้ทำการตัดสินใจซื้อกาแฟและเครื่องดื่มอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร ลีลอย (2563, น.35) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา ที่กล่าวว่า ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณส่งผลให้ผู้บริโภคทำการตัดสินใจใช้บริการ

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (สถานที่) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเทศบาลเมือง จังหวัดเลย มีความคาดหวังให้พื้นที่ของร้านมีความเพียงพอต่อการรองรับลูกค้ามากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นกลุ่ม จึงคาดหวังให้ร้านควรจัดพื้นที่นั่งให้กว้างขวางและเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สถาพร สิริโอภาคำ นันทนา ลาภิวิเศษชัย และ ปภาดา อนันต์ศิริติการ (2566, น.64) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อและพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการเดินทางเข้าถึงที่สะดวกบรรยากาศดีและมีที่นั่งเพียงพอเหมาะสม และ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ วิภาดา ทรวงชัย (2564, น.10) ได้ทำการศึกษาวิจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ไร่ อเมซอน อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี ที่กล่าวว่า ที่ตั้งของร้านห่างจากสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเทศบาลเมือง จังหวัดเลย มีความคาดหวังให้ร้านจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษอย่างสม่ำเสมอ เช่น เทศกาลต่าง ๆ มากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการคาดหวังให้ธุรกิจร้านจัดกิจกรรมในวันสำคัญ เช่น วันแม่ วันคริสต์มาส มีการแจกของขวัญ การตกแต่งตามเทศกาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร ลีลอย (2563, น.51) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา ที่กล่าวว่า การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษอย่างสม่ำเสมอ เช่น ช่วงเทศกาลต่าง ๆ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา

ด้านบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลใน เทศบาลเมือง จังหวัดเลย มีความคาดหวังให้พนักงานมีความเต็มใจในการบริการ มากที่สุด เนื่องจากผู้บริการต้องการ ได้รับความใส่ใจของพนักงานโดยไม่ใช้การบีบบังคับแต่เป็นการบริการด้วยความเต็มใจของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร สีสอย (2563, น.51) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา ที่กล่าวว่า มีพนักงานบริการด้วยความเต็มใจและยิ้มแย้มแจ่มใส และสอดคล้อง กับงานวิจัยของ นัชชา แสนทวีสุข และ ศศิธร นกนาค (2563, น.46) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนา ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอ้อมกอดแห่งบ้านนา ทุ่งนามือปราบ จอนนีฟาร์มสเตย์ ตำบลระเว อำเภอพิบูลย์รักษ์ จังหวัดอุบลราชธานี ที่กล่าวว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับพนักงาน เต็มใจและกระตือรือร้นในการบริการลูกค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลใน เทศบาลเมือง จังหวัดเลย มีความคาดหวังกับการจัดระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสม เช่น กล้องวงจรปิด มากที่สุด เนื่องจากผู้บริการต้องการป้องกันอาชญากรรมหรือเหตุการณ์ไม่คาดคิด ที่อาจเกิดขึ้นได้ ในการเก็บหลักฐานจากกล้องวงจรปิด เพราะปัจจุบันข่าวสารทางสังคมในด้านลบ เพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้ผู้บริการต้องการให้ร้านกาแฟมีระบบการจัดการระบบความปลอดภัยที่ทัน เหตุการณ์ปัจจุบัน ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ สุภาภรณ์ จินดาวงษ์ (2558, น.39) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา ร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาที่ 209 ที่กล่าวว่า บริการผู้บริโภคด้วยความเสมอเท่าเทียมกัน และแตกต่าง จากงานวิจัยของ สภาพร สิริโอภาคำ นันทนา ลาภวิเศษชัย และปภาดา อนันต์กิตติการ (2566, น.69) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อและพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ที่กล่าวว่า การตกแต่งร้านที่มีความสวยงาม บรรยากาศดึงดูดให้นั่งดื่มกาแฟ

ด้านกระบวนการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลในเทศบาลเมือง จังหวัดเลย มีความคาดหวังให้ทางร้านบริการลูกค้าด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน เนื่องจากผู้ บริการคาดหวังให้ธุรกิจร้านกาแฟบริการความเสมอภาค โดยไม่มีการแบ่งชนชั้น ฐานะ รูปลักษณ์ หรือการแต่งกาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ จินดาวงษ์ (2558, น.39) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่กล่าวว่า ผู้ใช้ บริการเลือกใช้บริการโดยให้ความสำคัญกับการให้บริการให้ความความเสมอภาคหรือเท่าเทียมกัน และ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ สภาพร สิริโอภาคำ นันทนา ลาภวิเศษชัย และปภาดา อนันต์กิตติการ (2566, น.69) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อและพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟ สตาร์บัคส์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ที่กล่าวว่า ความถูกต้องรวดเร็วในการชำระเงินและความสัมพันธ์กับลูกค้า

ด้านผลิตภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารรูปแบบมินิมอลใน เทศบาลเมือง จังหวัดเลย มีความคาดหวังให้ร้านอาหารสามารถส่งมอบคุณภาพสินค้าและบริการ ตรงตามข้อมูล ที่ผู้ให้บริการมีการสื่อสารไปยังผู้ใช้บริการ เนื่องจากผู้ใช้บริการคาดหวังที่จะได้รับสินค้าและบริการ ตามที่ผู้ให้บริการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชเนรินทร์ หมดหว่ง (2560, น.129) ได้ทำการศึกษา การจัดการธุรกิจและกลยุทธ์ 9Ps ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า มีการพัฒนา ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในรสชาติกาแฟและเครื่องดื่ม ดังนั้น ควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพในการผลิตทำตามสูตรเพื่อไม่ให้มีรสชาติที่ผิดแปลกไป จากเดิม รสชาติที่คงที่เสมอ สูตรกาแฟและเครื่องดื่มอื่น ๆ อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงตามความต้องการ ของผู้บริโภคได้ และต้องมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน
2. ด้านราคาผู้ประกอบการควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของการตกแต่งร้านทำเล ที่ตั้งรสชาติของกาแฟซึ่งราคาควรสมเหตุสมผลกับคุณภาพและปริมาณ จากการสำรวจผู้วิจัย พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาซึ่งยังไม่มีรายได้ที่มากพอ ดังนั้น ร้านควรมีราคาหลากหลาย ตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ ราคาที่ผู้บริโภคจะรับได้น่าจะขึ้นอยู่กับคุณภาพและการบริการของทางร้าน แต่ก็ควรมีการสำรวจการกำหนดราคาของคู่แข่งด้วย
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดติดตั้งป้ายบอกทางได้อย่างชัดเจนเพื่อที่จะสะดวก ต่อการเดินทางให้แก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีป้ายร้านที่เด่นชัด กำหนดเวลาเปิดและเวลาปิดให้ชัดเจน และเพิ่มช่องทางออนไลน์ผ่านตัวกลางส่งอาหารเดลิเวอรี่
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรมีการขึ้นป้ายหรือการโฆษณาให้ลูกค้า สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อแจ้งให้ทราบถึงการแนะนำสินค้าตัวใหม่ หรือช่วงลดราคา ในเทศกาลพิเศษต่าง ๆ และควรมีการจัดโปรโมชั่น มีคูปองส่วนลด เพื่อดึงดูดลูกค้า ให้เข้ามาใช้บริการร้าน
5. ด้านบุคลากร ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก คือ พนักงานได้รับการฝึกอบรมเพื่อปฏิบัติงาน เพื่อให้มีทักษะในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ บริการที่เท่าเทียมกัน ไม่ควรให้ ความใส่ใจในเรื่องการให้บริการฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งทั้งก่อนและหลัง เช่น การทำบัตรคิว เครื่องเรียกคิว (Calling Queue)

7. ด้านผลผลิตภาพ ร้านกาแฟรูปแบบมินิมอล นำปัญหาที่เกิดขึ้นต่าง ๆ มาปรับปรุง พัฒนาการให้ดีขึ้นตามคำแนะนำของผู้ใช้บริการ ตลอดจนให้บริการอย่างต่อเนื่องจะเป็นการสร้างความประทับใจพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นอย่างมากจนลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาประเมินผลถึงปัจจัยต่าง ๆ นอกจากส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลเพื่อหาแนวทางพัฒนาการให้บริการผู้ประกอบการ เช่น Design Thinking หรือ 5 มิติคุณภาพบริการ เป็นต้น
2. ขยายขอบเขตในการศึกษาไปในพื้นที่อื่น ๆ เช่น เทศบาล อำเภอ หรือจังหวัดอื่น เพื่อให้มีประโยชน์กว้างขวาง และ ครอบคลุมส่วนต่าง ๆ
3. ศึกษาผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการต่อธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบมินิมอลเพื่อให้ทราบถึงความคาดหวังและความต้องการของกลุ่มฐานลูกค้าใหม่
4. ศึกษาการความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบอื่น ๆ เช่น รูปแบบวินเทจ รูปแบบนอร์ดิก รูปแบบโมเดิร์น รูปแบบรัสติก และรูปแบบอินดัสเทรียลลอฟท์ เป็นต้น
5. ศึกษาเชิงเปรียบเทียบของคู่แข่งอื่นในธุรกิจร้านกาแฟเพื่อนำผลวิจัยมาสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- จิระศักดิ์ คำสุริย์. (2562). รายงานตลาดอาหารในประเทศไทย มกราคม 2562 ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหารสถาบันอาหาร. ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://shorturl.at/ekwCN>.
- ชนรินทร์ หมดห้วง. (2560). การจัดการธุรกิจและกลยุทธ์ 9Ps ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ญาติา หลินวรัตน์. (2565). เรื่องเล่าของกาแฟจากจุดเริ่มต้นสู่ปัจจุบัน. ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2566, จาก <http://ica.swu.ac.th/news/detail/2/161>.
- ณัฐพล หิรัญเรือง. (2555). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Facebook ชาวไทยต่อการเผยแพร่ข้อมูลทางการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดขอนแก่น. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ทศพร ลีลอย. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา. การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2566, จาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4852/4/tossaporn.leel.pdf>.
- ธนวัฒน์ เพชรพันธ์. (2564). พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่สุขุมวิทกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- นงลักษณ์ ใจชื่อ. (2559). ความคาดหวังกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟร้าน Black Canyon กับร้าน S&P Blue Cup ในจังหวัดราชบุรี. สารนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- นฤมล จันวิสัย และดารารัตน์ สุขแก้ว (2567). เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านกาแฟคาเฟ่ ของผู้บริโภคเพื่ออรรถประโยชน์เทียบกับสุนทรียะ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์แห่งรัตนโกสินทร์. 6(1), น. 1-17.

- นัชชา แสนทวิสุข และศศิธร นกนาค. (2563). แนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดบริการของร้านอ้อมกอดแห่งบ้านนาทุ่งนามือปราบจันทน์ฟาร์ม Stay ตำบลระเว อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี. สารนิพนธ์การศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- บุรินทร์ รุจจนพันธุ์. (2556). เกณฑ์การแปลความหมาย Likert-Scale. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก <https://www.thaiail.com/blog/tag/likert/>.
- พิชญา ชัดสี. (2564). การสร้างภาพแทน “เกาหลี่” ในร้านกาแฟในเมืองพิษณุโลก. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ลำดวน. (2564). แต่งบ้านแบบมินิมอลเรียบง่ายสบายตาน่าอยู่. ค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2566, จาก https://golink.icu/oJg4563_
- วิภาดา ทรวงชัย. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่อเมซอน อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี. อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2566, จาก http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2563-5-15_1629776543.pdf.
- สถาพร สิริโอภาคำ นันทนา ลาภวิเศษชัย และ ปภาดา อนันต์กิริติการ. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อและพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 14(1), น. 57-60.
- สุภาภรณ์ จินดาวงษ์. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐมกรณีศึกษาร้านบ้านไผ่กาแฟสาขาที่ 209. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุวัชร สุระเชษฐพงษ์. (2558). ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อส่วนผสมการตลาดร้านกาแฟอำเภอเมือง เมืองสมุทรสงคราม. การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Fisher, R. A. (1932). *Statistical Methods for Research Workers*. (4 th ed). Edinburgh: Oliver & Boyd.