

การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ  
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑  
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,  
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society  
Phanomwan College of Technology

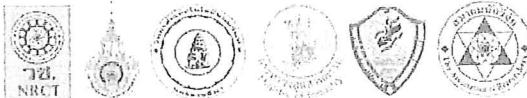
16-17 กรกฎาคม 2559  
ณ โรงแรมสีมาฐานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลลีลาภาน  
กระทรวงอุตสาหกรรม  
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา  
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเทอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาภาษาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพิษณุโลก  
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ  
ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

# The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)

4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)  
ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การ  
ขัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้  
ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

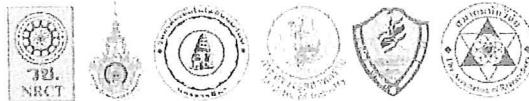
## กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1. ศาสตราจารย์ ดร.นพ.รัมมทิวัตถ์ นราธัตనวันชัย
  2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ ออมดอยยา
  3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริชา ขันติโนมล
  4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.yuwadee rodujakagay
  5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์ศุภสวัสดิ์
  6. ดร.ยงยุทธ สงวนชุม

- มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
มหาวิทยาลัยบูรพา  
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง  
มหาวิทยาลัยราชภัฏไชยปราการ

กลั่นมนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์และเครื่องราชนาวีศาสตร์

- |   |                              |
|---|------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ สุม麂tie สังข์ครี           | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พมริเว    | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี     |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรนัน พระทุมวงศ์  | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี     |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์     | มหาวิทยาลัยศิลปากร           |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐชัย พสุนทร์  | มหาวิทยาลัยศิลปากร           |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราพร รัตน์พงศ์พร | มหาวิทยาลัยรามคำแหง          |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรเจน วีไลนุช       | มหาวิทยาลัยหอการค้า          |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมreyแพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล	น้ำรำการบำบัด
9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
10 รองศาสตราจารย์นิยดา สวัสดิพงษ์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
11.รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรawan	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์ศิริทัชช์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุคลศัสดี	มหาวิทยาลัยบูรพา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ธีร์วัฒน์ จันทึก	มหาวิทยาลัยศิลปากร
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิรารี ธนารักษ์	มหาวิทยาลัยเครื่อง
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากร ภิญโญอุจตรจินดา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีติมา พลับพลึง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับพลึง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีส่งฯ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ	มหาวิทยาลัยเกษตร
23. อาจารย์ ดร.วรรษพร อารยะพันธ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
24. อาจารย์ ดร.ประพิมพ์ สุริวัฒนวนิท	มหาวิทยาลัยศิลปากร
25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเดศ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
28. อาจารย์ ดร.ปวิณ นราเมธุกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเวชฉาย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสกิต	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ	มหาวิทยาลัยบูรพา
32. อาจารย์ ดร.อุทธอรุณี มีประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
34. อาจารย์ ดร. เพชรัตน์ เจมีรอด	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ ณัณ์ไชติ	มหาวิทยาลัยเครื่อง
36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์	วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า
37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
38. อาจารย์ ดร.ปิยวารณ์ สิริประเสริฐศิลป์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง	บริษัท โนเดอร์นิคส์อินเตอร์เนชั่นแนลคอมเมเน็ติคส์ จำกัด
40. ดร.ธงชัย ทองมา	กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ
41. ดร.บูรณิน รัตนสมบัติ	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
42. ดร.กฤษฎา โซวา	บริษัท จำเพลฟูดส์ โปรดักส์ชั่น จำกัด
43. ดร.ภาณุพันธ์ โอสารกิจไพบูลย์	บริษัท เอกซ์โซสที ประเทศไทย จำกัด



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ជំពូកទី២

## กลุ่มนักศึกษาสตรี สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- |  |                           |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลือมังคล  | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดี                       | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ              | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

## หน้าที่และความรับผิดชอบ

- พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
  - ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิสิฐช์ ศิริรักษ์)  
อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
• • • The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society • •

## รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจร้านอาหารเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาอินุ มาชิคาเฟ่ กรุงเทพมหานคร

### PATTERNS AND STRATEGIES OF BUSINESS OPERATION OF CASE STUDY INU MACHI CAFÉ RESTAURANT, BANGKOK

เสาวลักษณ์ กลิ่นอุบล\* พิทักษ์ ศิริวงศ์\*\*

Saowaluck Kin-u-bol\* Phitak Siriwong\*\*

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินการของธุรกิจร้านอาหารเชิงสร้างสรรค์อินุ มาชิคาเฟ่ กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบธุรกิจร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ กรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยระเบียบวิธีวิทยาประยุก्तิการณ์วิทยา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าของธุรกิจและลูกค้าที่มาใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจเป็นธุรกิจที่มีหุ้นส่วนในการดำเนินธุรกิจและในด้านกลยุทธ์ทางร้านจะใช้แนวคิดส่วนประสบทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการในการดำเนินการ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ คือ ด้านต้นทุนในการดำเนินกิจการค่อนข้างสูงและด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ไม่พอต่อการดำเนินธุรกิจนี้ และปัญหาที่เกิดจากการละเลยของพนักงานที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายภายในร้าน เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจร้านกาแฟสูงหรือเลี้ยงสัตว์อื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : ร้านอาหารเชิงสร้างสรรค์

\* นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\*\* รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relating to Society

## Abstract

Objectives of this research for study patterns and strategies business operations of Inu Machi Café Restaurant, Bangkok. For study the problem and barriers of Inu Machi Café Restaurant. This research using qualitative research methods phenomenological methodology. The data were collected using in-depth interview. The key information is owner and customers. The result of this research found patterns of business is partnerships and using service marketing mix for strategies. The problems and barrier are the high costs of the operations of business and lack of employees and problem from negligence of employees that affect the expenses of business. For guide business management for other dog cafés or other animal cafés effective.

**Keywords:** Creative Restaurant



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมยแฟร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

## บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟเป็นที่นิยมมากในแวดวงธุรกิจ และได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากโดยสังเกตได้จากต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย เช่น ร้านกาแฟสตาร์บัค ร้านกาแฟคอฟฟี่เวิลด์ และร้านกาแฟอบองแปง เป็นต้น (VPP Coffee, 2550) ซึ่งร้านกาแฟเหล่านี้ได้ขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นทุกๆปี หรือแม้แต่ธุรกิจร้านกาแฟที่ก่อตั้งและดำเนินธุรกิจโดยคนไทยก็มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาการบริโภคกาแฟของคนไทยที่มีแนวโน้มหันมาบริโภคมากขึ้น จึงชี้ให้เห็นว่าโอกาสการทำธุรกิจร้านกาแฟยังขยายได้อีกมาก (Bangkok Bank SME, 2558) ผู้ประกอบการในธุรกิจนี้จึงต้องหาแนวทางในการหาจุดเด่นและความแตกต่างจากร้านอื่นๆเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น โดยการเพิ่มรายการอาหารอย่างเช่น เบเกอรี่ สลัด หรือจัดปิรามิชั่นต่างๆ รวมทั้งการสร้างเอกลักษณ์ของร้านโดยการนำสัตว์เลี้ยงยอดนิยม คือ สุนัข มาอยู่ในร้านเพื่อเพิ่มกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างธุรกิจและผู้บริโภคที่ขอบสุนัข ซึ่งนอกจากการนั่งดื่มกาแฟ หรือทานอาหาร

ว่างเพียงอย่างเดียว ผู้บริโภคยังสามารถเล่นกับสุนัขได้อย่างเพลิดเพลินอีกด้วย

ธุรกิจร้านกาแฟสุนัขหรือคาเฟ่สุนัขได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มคนรักสัตว์ และกลุ่มคนที่ชอบสุนัข ร้านคาเฟ่สุนัขแห่งแรกของประเทศไทย มีชื่อว่า ร้านTwinkle Japanese Trend Pet Shop & Café ตั้งอยู่ที่ตั้งอยู่ที่ 953 Art Mall คอมมูนิตี้มอลล์ สุขุมวิท 53 คาเฟ่แห่งนี้ก่อตั้งโดย คุณโซหาโน่ ยามาอุchi และภรรยา ชาวญี่ปุ่นที่มาอาศัยอยู่ที่ประเทศไทย (เว็บไซต์เสนอข้อมูลข่าวสารแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเยาวชนเอเชีย , 2558) สาเหตุที่ทำให้ร้านกาแฟสุนัขหรือคาเฟ่สุนัขนั้นเป็นที่นิยมทั้งในประเทศไทยและโลกตามไปถึงในแถบยุโรป ซึ่งแนวคิดธุรกิจคาเฟ่สุนัขคือ ร้านกาแฟที่มีสุนัขอยู่ภายในร้านสามารถตอบสนองกลุ่มคนที่รักสัตว์แต่ไม่สามารถเลี้ยงสัตว์ภายในบ้านได้โดยปัจจุบัน มีผู้ประกอบการหลายรายที่หันมาเปิดธุรกิจลักษณะนี้ ทั้งร้านในญี่ปุ่นแล้วมากมาย ซึ่งแต่ละร้านจะมีกิจกรรมที่ในการปฏิบัติภาระในร้านที่แตกต่างกัน

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ธุรกิจร้านกาแฟสุนัขหรือร้านกาแฟสุนัขเริ่มที่จะเป็นที่รู้จักภายในประเทศไทย แต่เป็นเพียงความนิยมในกลุ่มเฉพาะ ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่าง



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมียแห่ง และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่กันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

แพร์ hely ในวงกว้างเนื้อกันธุรกิจการแฟ  
ลี่นๆ ณ ปัจจุบันธุรกิจร้านค้าแฟสูนขยองคงมี  
แนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นไปเรื่อยๆ ซึ่งสังเกตได้  
จากการเริ่มธุรกิจของร้านค้าแฟสูนขอย่าง  
รวดเร็วในหลายปีที่ผ่านมา และยังคงได้รับ  
ความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในส่วนของ  
ผู้ประกอบการและกลุ่มผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น  
(ธัญพิสิษฐ์ เลิศบำรุงชัย, 2557)

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้เห็นว่า  
ธุรกิจค้าแฟสูนกำลังได้รับความนิยมเป็น<sup>อย่างมาก</sup> ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่  
จะศึกษาการดำเนินธุรกิจค้าแฟสูน เพื่อ<sup>ทราบถึงรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงาน</sup>  
ของธุรกิจร้านอาหารค้าแฟสูนข

### ขอบเขตของการวิจัย

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาถือเป็นการดำเนินธุรกิจ  
ของร้านค้าแฟสูน ในจังหวัดกรุงเทพฯ ผู้วิจัย  
เลือกศึกษาเฉพาะบุคคล ประกอบด้วย  
เจ้าของกิจการและ/หรือผู้จัดการร้าน และ  
ผู้ใช้บริการ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ  
รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ โดยยึดหลัก  
แนวคิด ดังนี้ สภาพทั่วไปของธุรกิจร้านค้าแฟ  
สูน แนวคิดด้านการตลาด และงานวิจัยที่  
เกี่ยวข้อง

#### 2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาในครั้งนี้คุณผู้วิจัยได้  
เลือกร้านค้าแฟสูนข ในจังหวัดกรุงเทพฯ  
จำนวน 1 ร้าน โดยคัดเลือกจากเกณฑ์ ดังนี้  
1) ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของกิจการด้วย<sup>ตัวเอง</sup> ไม่ได้เชื้อแฟรนไชส์มาจากที่อื่น 2) มี<sup>สูนข</sup>ภายในร้านมากกว่า 5 ตัว 3)  
ผู้ประกอบการยินดีที่จะให้ข้อมูล  
ประกอบการวิจัย

#### 3. ขอบเขตด้านประชากร (ผู้ให้ข้อมูลหลัก)

ผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยนี้ คือ<sup>เจ้าของกิจการและ/หรือผู้จัดการร้าน และ</sup>  
ผู้ใช้บริการของร้านค้าแฟสูนข ในจังหวัด<sup>กรุงเทพฯ</sup>

#### 4. ขอบเขตด้านเวลา

ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวม  
ข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจค้าแฟสูนข  
ในจังหวัด กรุงเทพฯ ตั้งแต่เดือนเมษายน-  
พฤษภาคม 2559

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงรูปแบบการดำเนิน  
ธุรกิจของร้านค้าแฟสูนขซึ่งสามารถนำไปใช้  
เป็นกรณีศึกษาและเป็นแนวทางในการ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แทร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

## ดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ต่อไป

2. สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจของร้านกาแฟสูนข หรือร้านกาแฟสัตว์เลี้ยงต่าง ๆ ได้รวมทั้งเป็นแนวทางในการวางแผนสร้างทางธุรกิจของผู้ประกอบการร้านกาแฟอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนา หรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้เข้ากับยุคสมัย

3. เป็นพื้นฐานในการศึกษาสำหรับผู้สนใจ เรื่องร้านกาแฟสูนข หรือร้านกาแฟสัตว์เลี้ยง

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจร้านอิน นู น้ำมันกาแฟในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจร้านอิน นู น้ำมันกาแฟในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Philip Kotler, 2546)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) "ได้ข้อสิ่ง

แนวคิดส่วนผสมทางการตลาดสำหรับ

ธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ให้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สื่อถึงความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ ลิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะประเมินเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกและตัดสินใจซื้อ ที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยายกาศ สิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมยแพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

และคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง ( Location ) และช่องทางในการนำเสนอของบริการ ( Channels )

4. ด้านส่งเสริมการตลาด ( Promotion ) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือข้อจุ่งให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล ( People ) หรือพนักงาน ( Employee ) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากทั้งต่างเหนือคู่แข่งขันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอหลักฐานทางกายภาพ ( Physical Evidence and Presentation ) เป็นการสร้างและนำเสนอหลักฐานทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้วยกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้าง

คุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต่อสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ ( Process ) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบเบี่ยงเบี้ยนวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการศึกษาฐานรูปแบบการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสูนชินจังหวัดกรุงเทพฯ พบว่ามีการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

วนมาศ บุบพาชาติและบุหงา ชัยสุวรรณ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความภักดี ความมั่นคงและความผูกพัน ผ่านการตลาดเชิงประสบการณ์ของร้านกาแฟสตอร์เลี่ยง พบว่า การรับรู้การตลาดเชิงประสบการณ์ จากความรู้สึกและจากประสิทธิ์สัมผัส สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการร้านกาแฟสตอร์เลี่ยงได้มากที่สุด โดยสามารถรับรู้ได้จากประสิทธิ์สัมผัสและเกิดเป็นความประทับใจของผู้มาใช้บริการ นำมาซึ่งความภักดีที่ต้องการ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แฟร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

กลับมาใช้บริการอีก โดยมีความมั่นคงตั้งใจ ที่จะใช้บริการร้านนั้น ๆ ประกอบกับเกิด ทัศนคติที่ดีต่อร้านกาแฟสตอร์เลี้ยง และ สุดท้ายผู้ใช้บริการร้านกาแฟสตอร์เลี้ยงเกิด เป็นความผูกพัน รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของร้าน กาแฟสตอร์เลี้ยง แล้วทำการแนะนำบอกต่อ ผู้อื่น

ชญานุช เต้าภูไทย. (2553)ได้ศึกษา แผนธุรกิจ Happy Dog ธุรกิจบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข โดยศึกษาโอกาสในการ ประกอบธุรกิจและประเมินความเป็นไปได้ ของโครงการลงทุนสำหรับเป็นแนวทางใน การดำเนินธุรกิจบริการสตอร์เลี้ยง ซึ่งผลจาก การศึกษาพบว่า การทำให้การประกอบธุรกิจ เกิดผลสำเร็จได้ด้านการบริหารจัดการกิจการ ได้นำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในการ บริการ (Differentiation Strategy) โดยมุ่ง การตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ พัฒนาและปรับปรุงให้ลูกค้าพอใจ มากขึ้น ตามที่ต้องการ ซึ่งเป็นจุดเด่นของ Happy Dog ที่สำคัญ คือ การให้ความใส่ใจในรายละเอียด ของลูกค้า เช่น การทำความสะอาดสุนัขอย่าง仔細 และการให้คำแนะนำอย่างมีประสิทธิภาพ ในการดูแลสุนัข ทำให้ลูกค้าไว้วางใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

พิทักษ์ ศิริวงศ์ อรอนี นาคเงิน และ อันธิกา ยมภักดี (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหาและอุปสรรคในการ ประกอบธุรกิจร้านอาหาร อินุคาเฟ่ หัวหิน ซึ่ง

ผลการศึกษาพบว่า ร้านอาหาร อินุคาเฟ่ หัวหิน เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว และมีกลยุทธ์ ในการสร้างตราสินค้าโดยตั้งชื่อร้านว่า “Inu café” ทำให้เกิดภาพลักษณ์ของตราสินค้า โดยการนำเอาสตอร์เลี้ยงเข้ามาเป็นจุดสนใจ แก่ลูกค้าเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย และปัญหา อุปสรรคในการประกอบธุรกิจคือ เป็น เจ้าของธุรกิจรายใหม่ และไม่มีความรู้ ทางด้านการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ซึ่ง จากผลการศึกษานั้นสามารถนำไปเป็น แนวทางปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้ดำเนิน อย่างมีประสิทธิภาพได้

### ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัย เที่ยงคุณภาพ โดยใช้แนวทางในการศึกษา แบบปรากฏภารณ์วิทยา มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาวิจัยนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) คือ เจ้าของธุรกิจร้านอาหารอินุ มากิคาเฟ่และผู้ใช้บริการร้านอาหารอินุ มากิ คาเฟ่

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้ เครื่องมือที่สำคัญเพื่อช่วยให้เก็บข้อมูลได้ ครบถ้วน ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมยแทร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ซึ่งประกอบด้วย สมุดบันทึกข้อมูล  
โทรศัพท์มือถือ แนวคิดในการสัมภาษณ์  
และผู้วิจัย

3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสัมภาษณ์  
แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เจ้าของ  
ร้านอาหารอินุ มาชิคาเพ่ โดยสร้างสรรค์แนว  
คิดตามอย่างกว้าง ซึ่งสามารถแตกประเด็น  
ในการสัมภาษณ์ได้

4. ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของ  
ข้อมูลผู้วิจัยได้ศึกษาและเลือกใช้วิธีการ  
ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ของ  
Denizen (1970) คือการสำรวจหาความ  
เชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน  
คือ (สุภังค์ จันทรานิช. 2547 :129-130) 1.  
การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data  
Triangulation) คือการพิสูจน์ว่าข้อมูลผู้  
ศึกษาที่วิจัยได้นำนั้นถูกต้องหรือไม่ วิธี  
ตรวจสอบคือการสอบถามแหล่งของข้อมูล  
แหล่งที่มา “ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่  
และแหล่งบุคคล

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี  
(Theory Triangulation) คือการตรวจสอบว่า  
ถ้าผู้ศึกษาวิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจาก  
เดิม จะให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมาก  
น้อยเพียงใด.

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธี  
ตรวจสอบข้อมูล (Methodological  
triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวม  
ข้อมูลต่างๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่อง  
เดียวกัน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาวิจัยแบบ  
และกลยุทธ์การตลาดของร้านอาหารเชิง  
สร้างสรรค์อินุ มาชิคาเพ่ ได้ใช้วิเคราะห์  
เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ใน  
รูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive  
Analysis) โดยเมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล  
จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเรียบร้อยแล้ว จึงนำ  
ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ว่า การดำเนินธุรกิจ  
ของร้านมีรูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค  
และมีวิธีการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค  
อย่างไร เพื่อให้เป็นพื้นฐานในการวางแผน  
แนวทางพัฒนาวิจัยแบบและกลยุทธ์ของ  
ร้านอาหารเชิงสร้างสรรค์ร้านอินุ มาชิคาเพ่

### ผลการวิจัย

การศึกษาการดำเนินธุรกิจ  
ร้านอาหารอินุ มาชิคาเพ่ในจังหวัด  
กรุงเทพมหานคร ทำให้สามารถแบ่งประเด็น  
สำคัญที่นำมาสรุปผลได้ตามจุดประสงค์ของ  
งานวิจัยดังนี้



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ การตลาดของร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### 1.1 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ ร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ กรุงเทพมหานคร

จากการสัมภาษณ์คุณพงศ์พิพัฒน์ กิตติสถาพร เจ้าของกิจการร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ กรุงเทพมหานคร ที่มาหลักคือสนใจ ธุรกิจร้านอาหารคาเฟ่ เพราะเป็นคนชอบไป นั่งพักผ่อนตามร้านอาหารคาเฟ่และประกอบ กับว่าคุณพงศ์พิพัฒน์เลี้ยงสุนัขเป็นจำนวน มาก เป็นคนชอบเที่ยวและพาสุนัขไปที่ต่างๆ และในกลุ่มเพื่อนที่เลี้ยงสัตว์เหมือนกัน จึงมา แตกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน มีความคิดที่จะ สร้างสถานที่ที่หนึ่งที่สามารถพบปะเพื่อน และนำสุนัขเข้าไปภายในร้านได้ จึงทำให้คุณ พงศ์พิพัฒน์หันมาทำธุรกิจร้านอาหารคาเฟ่ สุนัขจนถึงปัจจุบัน

### 1.2 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร

ร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ ตั้งอยู่ใน พื้นที่เขตดึงดัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร รูปแบบของธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนโดยมีเพื่อน และคุณพ่อของผู้ประกอบการร่วมลงทุนด้วย

สถานที่ตั้งของร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ เป็น พื้นที่ที่ให้เช่า ร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่เปิด ให้บริการ จันทร์ – อังคาร และ พฤหัสบดี – อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 11:30 – 20.30 นาฬิกา ร้านอินุ มาชิคาเฟ่นั้นมีอาหารหลากหลาย ประเภทตั้งแต่อาหารจานหลัก อาหารว่าง และเครื่องดื่มต่างๆ และนอกจากนั้นทางร้าน ยังมีอาหารสำหรับสุนัขที่สามารถให้ลูกค้า ป้อนอาหารได้อย่างใกล้ชิด สามารถเล่นกับ สุนัขได้ตลอดเวลา ส่วนใหญ่ลูกค้าที่มาใช้ บริการมีทั้งรายใหม่ ลูกค้าประจำและมีการ บอกรับกันอย่างอบอุ่น ด้วยความน่ารัก

### 1.3 กลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps)

ของร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ มี 7 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อาหารและเครื่องดื่มทางร้านอาหารอินุ มาชิ คาเฟ่นั้นเน้นในเรื่องความหลากหลายของ อาหารคือมีทั้งอาหารจานหลัก อาหารว่าง และเครื่องดื่มบริการ อีกทั้งเจ้าของกิจการได้ เน้นกลยุทธ์ในเรื่องความหลากหลายของ รายการอาหารซึ่งเป็นเรื่องที่สามารถดึงดูด ลูกค้าที่เคยมาใช้บริการแล้วให้กลับมาอีกใน อนาคต นอกจากการจำหน่ายอาหารและ เครื่องดื่มแล้ว ร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ ยัง สามารถหารายได้เสริมจากการจำหน่ายขันมี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมดแพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ขบเคี้ยวสำหรับให้สูนัขโดยเฉพาะ เช่น อกไก่ คุกเก็ เป็นต้น ซึ่งในตัวของขนมขบเคี้ยวนั้น เป็นสินค้าที่เอาไว้ดึงดูดความสนใจสูนัขให้เล่นกับลูกค้าได้เป็นอย่างดีจึงทำให้ลูกค้า ส่วนใหญ่นั้นซื้อเพื่อความสนใจสูนัขให้ถ่ายรูปด้วยเสมอ

กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ ได้ตั้งราคาสินค้าในลักษณะที่ปานกลาง เพราะกลุ่มลูกค้ามีหลากหลายมากเน้นไปในกลุ่มที่เป็นคนรักสัตว์ สูนัข เพาะะฉะนั้นการตั้งราคาสินค้าจึงตั้งให้ทุกคนสามารถซื้อได้

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การเลือกทำเลที่ตั้งนั้นคุณพงศ์ พิพัฒน์ พยายามหาทำเลที่ใกล้กับถนนใหญ่ มากที่สุดเพื่อการเข้าถึงง่ายของลูกค้า แต่ถ้าหากเลือกที่ติดถนนใหญ่ก็จะมีราคาก่อนข้างสูงจึงต้องปรับให้เข้ามาในชอยเล็กน้อยเพื่อได้ราคาที่ต่างกว่าในพื้นที่ที่เท่ากับพื้นที่ติดถนนใหญ่ สามารถลดต้นทุนในเรื่องค่าใช้จ่ายของด้านสถานที่ได้ และทางผู้ประกอบการได้สำรวจพื้นที่แล้วฝั่งธนบุรี พบว่ายังไม่มีร้านอาหารประเภทนี้อยู่เลยจึงเลือกพื้นที่นี้ในการทำการทำกิจการ

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ มี

การประชาสัมพันธ์โดยจะใช้สื่อออนไลน์ อย่างเช่น เฟสบุ๊คและอินสตาแกรมในการประชาสัมพันธ์ในการตลาดค่อนข้างเย kob และในช่วงหลังๆที่ผ่านมาจะมีเพิ่มในส่วนของรายการโทรทัศน์และนิตยสารที่เข้ามา สัมภาษณ์ไปเผยแพร่ในสื่อต่างๆซึ่งทางร้านก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้นในด้านการประชาสัมพันธ์นี้ ในด้านของกิจกรรม สงเสริมการขายร้านอาหารอินุ มาชิคาเฟ่ มักจะจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดกิจกรรมในเฟสบุ๊ค (Facebook) การจัดแคมเปญ ประกวดถ่ายรูปสูนัขภายในร้าน การเล่นเกมส์ชิงรางวัลเล็กๆน้อยๆ การส่งเสริมการขายนี้ช่วยในการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) ทรัพยากรมนุษย์นั้นเป็นปัจจัยหลักๆที่ทำให้กิจการดำเนินไปได้ด้วยดี โดยต้องมีคุณสมบัติคือต้องรักสูนัขและกล้าจัดการกับสูนัข ทางร้านมีพนักงานประจำ 3 คนและพนักงานชั่วคราวซึ่งอยู่กับช่วงเวลาตามปกติมีห้องหมดประมาณ 4-5 คนในวันธรรมดากล่าวกันว่า วันอาทิตย์รวมทั้งหมด 6-8 คน และแบ่งพนักงานเป็น 2 ส่วนหลักๆคือ พนักงานที่ดูแลด้านหน้าและพนักงานในครัว แบ่งหน้าที่กันชัดเจน และในส่วนของ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ส่วนกลางพนักงานทุกคนต้องช่วยกัน  
รับผิดชอบ

กลยุทธ์การสร้างและนำเสนอ  
ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ทางร้านมีรูปแบบร้านที่มีทั้งภายในห้องที่มีเครื่องปรับอากาศและภายนอกที่เป็นสนามหญ้าซึ่งสามารถนำสู่น้ำที่นำามามาวิ่งเล่นได้ สำหรับพนักงานพนักงานมีชุดแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยโดยทางร้านเน้นการบริการที่รวดเร็วและความสะอาดของร้านอาหารเป็นหลัก

กลยุทธ์กระบวนการ (Process) ทางร้านใช้กลยุทธ์ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วในด้านการบริการ เมื่อลูกค้าเดินทางมาถึงร้านอาหาร พนักงานจะนำรายการอาหารมาให้ลูกค้าพิจารณากับรับรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งและใช้เวลาในการทำอาหารอย่างรวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของร้านอาหารร้านอาหารอินุ มากิคาเฟ่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

1. ปัญหาในด้านต้นทุน คือต้นทุนค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในการเช่าพื้นที่กับการจ้างทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้นทุนค่อนข้าง

จะสูงและควบคุณได้ยาก เพราะในบางครั้งทางร้านต้องใช้พนักงานในการดูแลทั้งสูนๆ และอาหารและเครื่องดื่มจำนวนมาก

2. ปัญหาในเรื่องของทรัพยากรมนุษย์ คือ หางานประจำค่อนข้างยากเนื่องจากหางานประจำค่อนข้างยากนั้น จึงต้องจ้างพนักงานชั่วคราว ในบางครั้งพนักงานชั่วคราวมองไม่เห็นความสำคัญของงานหรือละเลยในหน้าที่ จึงส่งผลให้เกิดความเสียหายขึ้นได้ ซึ่งความเสียหายนั้นอย่างเช่น สูนขึ้นโดยไปทานอาหารของลูกค้าทำให้ทางร้านจะต้องทำการนั้นๆ ใหม่ให้แก่ลูกค้าทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบและการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษา อินุ มากิคาเฟ่ กรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการได้เห็นถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจ โดยที่เริ่มจากการยกเบ็ดร้านอาหาร หรือคาเฟ่และรวมกับที่ผู้ประกอบการซบสูนข. เลี้ยงสูนขอยู่จำนวนมากและมีเพื่อนในแวดวงเดียวกันที่ชอบเลี้ยงสัตร์เหมือนกันจึงทำให้เกิดความคิดที่หาสถานที่ที่สัตร์เลี้ยงสามารถเข้าไปได้จึงเริ่มดำเนินธุรกิจนี้ และได้นำสูนขมาเป็นจุดเด่นของทางร้านเพื่อดึงดูดลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่รักสูนข ซึ่งสอดคล้องกับ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมดแพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ชัยานุช เค้าภูไทย (2553) ที่ได้ศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจและความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนสำหรับแนวทางในการดำเนินธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยงศึกษาในรูปแบบการจัดทำแผนธุรกิจ Happy Dog ธุรกิจบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข จากผลการศึกษาพบว่าในการทำให้การประกอบธุรกิจเกิดผลสำเร็จได้ด้านการบริหารจัดการกิจการได้นำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในการบริการ (Differentiation Strategy) โดย มุ่ง กา ร ตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีคุณภาพพร้อมกับนำกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษา อิน ค่าเฟ่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดของ (Philip Kotler, 2546) โดยผู้ประกอบการได้คิดแนวทางในการทำให้ธุรกิจประเภทนี้ขึ้นเคียงไปได้อย่างราบรื่น ทั้ง ในด้านสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย และมีอาหารสำหรับสุนัขเพื่อที่ใช้ดึงดูดความสนใจจากสุนัข การตั้งราคาสินค้าอยู่ในระดับปานกลางที่สามารถทุกคนเข้าถึงได้ มีทำเลที่ตั้งใกล้กับถนนใหญ่ และในย่านนั้นไม่มีกิจการในรูปแบบเดียวๆ กัน การส่งเสริมทาง

การตลาดทางด้านผู้ประกอบการได้ประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ทางรายการโทรทัศน์และนิตยสารที่เข้ามาขอเก็บข้อมูลเพื่อนำไปเผยแพร่ มีกิจกรรมส่งเสริมการขายคือการเล่นเกมส์ซิงร่วมกัน เล็กๆ น้อยๆ หรือการถ่ายภาพสุนัขภายในร้าน ซึ่งร่วงลับเพื่อตึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ด้านทรัพยากรมนุษย์แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนหน้าร้านกับภายในครัวและมีส่วนที่ทุกคนต้องรับผิดชอบในส่วนกลาง รูปแบบร้านที่มีห้องภายในร้านและสนามหญ้าซึ่งสามารถนำสุนัขที่นำมาวิ่งเล่นได้ สำหรับพนักงาน พนักงานมีชุดแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยเน้นการบริการที่รวดเร็วและความสะอาดภายในร้านซึ่งทำให้ลูกค้าที่มาไม่มีความพึงพอใจในการใช้บริการ

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่า ร้านอาหารอิน ค่าเฟ่ไม่พนักงานไม่เพียงพอในบางช่วง จึงจำเป็นต้องจ้างพนักงานเพิ่มในช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการในจำนวนมากและต้องสร้างกฎระเบียบในการควบคุมทรัพยากรมนุษย์ภายในร้าน

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยถึงกลยุทธ์ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจร้านอาหารอิน ค่าเฟ่



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

มาชิกาเฟ่ กรุงเทพมหานคร สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ ร้านอาหารอิน นาชิกาเฟ่ และมีข้อคิดเห็นอย่างไรต่อธุรกิจดังกล่าว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทางด้านการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้มีประสิทธิภาพตอบสนองต่อผู้บริโภคมากที่สุด

#### บรรณานุกรม

ชฎา นุช เค้าภูไทย. (2553). แผนธุรกิจ Happy Dog ธุรกิจบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธัญพิสิษฐ์ เลิศบำรุงชัย . ธุรกิจคาเฟ่สัตว์ ทำแล้วรุ่ง รายได้แสนบาทต่อเดือน , คันเมือง 15 เมษายน 2559. จาก <http://www.oknation.net/blog/tanpisit/2014/06/14/entry-1>

พิทักษ์ ศิริวงศ์ อรุณี นาคเงินและอันธิกา ยมภักดี .(2559). กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษา อินุค้าเฟ่ หัวหิน : มหาวิทยาลัยศิลปากร รวมมาศ บุบพาชาติ และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2558). ความภักดี ความมั่นคง

และความผูกพัน ผ่านการตลาดเชิงประสบการณ์ของร้านคาเฟ่สัตว์ เลี้ยง . วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

เก็บไซด์เสนอข้อมูลข่าวสารแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมเยาวชนเอเชีย. แรงบันดาลใจเก๊าส์ไทล์ Pop Culture - Twinkle Japanese Trend Pet Shop & Café , คันเมือง 12 เมษายน 2559. จาก [http://asianbeat.com/th/feature/issue\\_interview01/41.html](http://asianbeat.com/th/feature/issue_interview01/41.html)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดดุลใหม่ : กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

ศุนย์วิจัยกสิกร. (2558). ประเมินการบริโภคกาแฟของคนไทย , คันเมือง 15 เมษายน 2559 . จก <http://www.tfrc.co.th>



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เพย์แพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

สุภางค์ จันทวนิช. (2552). การวิเคราะห์

ข้อมูลในกวารวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์

ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

สุภางค์ จันทวนิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิง

คุณภาพ . (พิมพ์ครั้งที่ 18).

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bangkok Bank SME . กาแฟรุ่ง เครื่องข่าย

ร้านกาแฟแห่งผุดเป็นดอกเห็ด, ถนน

เมื่อ 15 เมษายน 2559. จาก

<http://www.bangkokbanksme.co>

m /article/1743

Kotler, P. (1983). Principles of

Marketing. New Jersey: Prentice

Hall.