การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5th National & International Conferrence

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดิ เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)
รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิรติการกุล)
รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโภคากิจ)
รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจูม)
รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มะโนชัย)
รองอธิการบดี (อาจารย์รชฏ เชื้อวิโรจน์)
รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาต สวนคำกอง)
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ
รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์
รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ
รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา
รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ
รองศาสตราจารย์ ดร.จงกลบดินทร์ แสงอาสภาวิริยะ
รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร	วรรณสถิตย์	ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวี	กล่อมธงเจริญ	รองประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา	ศรีนฤวรรณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา	เตชเถกิง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์	อวิโรธนานนท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา	ตันจันทร์พงศ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล	ตุลาสมบัติ	กรรมการ
อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์	กรรมการ
อาจารย์ ดร.อรุณี	ยศบุตร	กรรมการ
นายพงศ์กฤตน์	ภูริชพิสิฐกร	กรรมการและเลขานุการ
นางสาวอลิษา	อุ่นจิตต์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ 50290
โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151
www.ba.mju.ac.th

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน

รองศาสตราจารย์ ดร.จงกลบดินทร์	แสงอาสภวิริยะ
รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร	บุญมาก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ	สัมฤทธิ์สกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์	ชลประเสริฐสุข
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร	ศิริโภคากิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนียา	บังเมฆ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา	มณีพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน	สงเคราะห์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส	หยู่เย็น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช	ชุลิกาวิทย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร	วรรณสถิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา	ศรีนฤวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา	เตชเถกิง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์	อวิโรธนานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา	ตันจันทร์พงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล	ตุลาสมบัติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ	ฟองเพชร
อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวี	กล่อมธงเจริญ
อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์
อาจารย์ ดร.อรุณี	ยศบุตร
อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	ใบไม้
อาจารย์ ดร.พนมพร	เฉลิมวรรณ์
อาจารย์ ดร.ศฐา	วรุณกูล
อาจารย์ ดร.กุลชญา	แว่นแก้ว
อาจารย์ ดร.อนุชา	กันทรดุษฎี
อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์	มารังค์

การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

Value added and channel of distribution of the business ah tee ko pi amphoe Muang Ratchaburi

ณัฏฐณิชา โตใหญ่ [1], พิทักษ์ ศิริวงศ์[2]

[1]นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

[2]รองศาสตราจารย์ ดร.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1. ศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี 2.ศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากเจ้าของกิจการร้านอาตี๋ โกปี๊ 1 ราย พนักงานจำนวน 2 รายและลูกค้าจำนวน 3 ราย

ผลการวิจัยพบว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี มีวิธีการดังนี้

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์โดยการนำโอ่งลายมังกรขนาดเล็กมาบรรจุเค้กนมสด และคุกกี้ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบเค้กให้มีรูปแบบเป็นโอ่งเพื่อให้คนที่รับประทานนึกถึงจังหวัดราชบุรี การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการตกแต่งร้านโดยตกแต่งร้านสไตล์เวียดนาม และมีของเก่าต่างๆตกแต่ง การสร้างมูลค่าด้วยกาแฟจากต่างประเทศโดยการใช้กาแฟโบราณแบบไทย กาแฟสด และกาแฟจากประเทศเวียดนาม ช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง มีวิธีการดังนี้ การมีหน้าร้านเป็นของต้นเอง ร้านอาตี๋ โกปี๊ ตั้งอยู่ที่ ถนนวรเดช ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ตรงข้ามพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ราชบุรี ติดแม่น้ำแม่กลองและตลาดเก่าโคยก๊ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีการนำเค้กโอ่งไปฝากวางจำหน่ายในโซนของฝากของสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เช่นบ้านหอมเทียน และเดอะชินเนอรี่ วินเทจฟาร์ม การใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยการสร้างเพจของร้านในเฟสบุ๊คเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆของร้าน การบอกต่อกันแบบปากต่อปากของลูกค้าที่ประทับใจในรสชาติอาหารและบริการของร้านอาตี๋ โกปี๊ และการใช้แผ่นป้ายโฆษณาโดยติดไว้ในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

คำสำคัญ: การสร้างมูลค่าเพิ่ม, ช่องทางการจัดจำหน่าย, เค้กโอ่ง

Abstract

The purposes of his research were: 1) to study about value added of the business Ah tee ko pi , and 2) to study about channel of distribution of the business ah tee ko pi by interviewed the owner, 2 person of employees, and 3 person of customers.

The results about value added of the business Ah tee ko pi were as follows: first of all is value added by create interesting packaging. The owner used small jar with dragon patterns contained a small cake, milk and cookies. Secondly is value added by product design. The owner designed cakes with jar patterns for convinced the customers to think about signature of Ratchaburi. Thirdly is value added by using Vietnam vintage design in the shop and using a variety of coffee, such as coffee that imported from abroad as Vietnam, Thai ancient coffee and fresh coffee. Fourthly is several channel of distribution of the business Ah tee ko pi, for example, The owner has his own shop which located on the Woradech road, Na Muang sub-district, Muang district, Ratchaburi. There is opposite the National Museum, nearby the Mae Klong river, and the Old Market Koi ki, which is a tourist attraction of Ratchaburi. Another is consignment the cakes to sell in tourist attraction places as Suan Phung, Ratchaburi, such as Bann Homthien and The Scenery Vintage Farm. Moreover, they are using signboard in attraction places of Ratchaburi, and using social media by creating a page on Facebook for giving informations and promotions about the shop for customers.

Keyword: Value added, channel of distribution, Cakes jar

บทนำ

ในปัจจุบันมีธุรกิจเกิดขึ้นหลากหลายประเภทมีการและแข่งขันกันอย่างมากจึงทำให้ผู้ประกอบการต้องสร้างลักษณะเด่นให้แก่สินค้าและบริการเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าให้เป็นที่จดจำแก่ลูกค้าด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และ ราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครอง และใช้ ประโยชน์ เช่น การเพิ่มมูลค่าด้วยบรรจุภัณฑ์ เป็นต้นโดยหน้าที่สำคัญที่สุดของบรรจุภัณฑ์ก็คือการปกป้องสินค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ตั้งแต่อยู่ในโรงงานจนมาถึงมือผู้บริโภค (ดนัย จันทร์ฉาย, 2547)

บรรจุภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องเป็นกล่องขวดหรือถุง บรรจุภัณฑ์จะมีรูปร่างเป็นอะไรก็ได้ ทำจากวัสดุอะไรก็ได้ ขอให้สามารถทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในได้ ส่วนเรื่องความสวยงามนั้นเป็นเรื่องรองลงมา แต่คนส่วนใหญ่มักมองแต่ความสวยงามและความแตกต่างเป็นหลัก จึงทำให้ผู้ประกอบการหันมาสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าของตนเอง ดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจึงเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในอนาคตได้อย่างยั่งยืน(ฉัฐยา ตวงสุวรรณ, 2553)

ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของธุรกิจถือเป็นเรื่องหลักในการประกอบธุรกิจ และด้วยกระแสโลกในยุคปัจจุบันและความก้าวเจริญหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ผู้คนสามารถรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร จากทั่วโลกได้สะดวกและรวดเร็ว และธุรกิจต่างก็จำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีซึ่งมีบทบาทต่อการดำเนินงานของธุรกิจเข้ามาร่วมด้วย เมื่อเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นทำให้เกิดตลาดแบบดิจิตอลหรือตลาดออนไลน์ เพื่อมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคเป็นสำคัญ เพราะความพึงพอใจที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการนั้นอีก ดังนั้นทำให้องค์กรธุรกิจ หันมาสนใจและเน้นการทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลกันมากขึ้นโดยเฉพาะสื่อออนไลน์ทางอินเตอร์เน็ต ได้กลายเป็นกระแสนิยมแห่งยุคนี้ไปแล้ว เพราะสามารถเข้าถึงผู้บริโภค และลูกค้าได้อย่างง่ายดาย อีกทั้งการตลาดเป็นวิธีการกระตุ้นความต้องการที่เน้นกระแสการบอกต่อ เมื่อมีกลุ่มคนหนึ่งมีความพอใจเกิดขึ้นกับสิ่งหนึ่งจะมีการบอกต่อให้อีกกลุ่มหนึ่งรับทราบ เกิดเป็นกระแสเครือข่ายและข้อมูลข่าวสารที่ทรงประสิทธิภาพ ซึ่งกระแส ดังกล่าวนี้สามารถแพร่ไปอย่างรวดเร็วมากกว่าสื่อใด ๆในโลกนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางสื่อดิจัทัล(ดวงใจ ธรรมนิภานนท์, 2557)

ดังนั้น การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่าย จึงเป็นเรื่องที่ผู้วิจัยสนใจ เพราะเป็นการผลิตสินค้าจากความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างและประสบความสำเร็จ โดยเลือกศึกษาธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เพื่อนำมาศึกษาวิจัยให้ทราบถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่าย เค้กโอ่งของร้าน อาตี๋ โกปี๊

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อทราบถึงแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและสามารถแข่งได้มากขึ้นในเชิงธุรกิจ
2. เพื่อทราบถึงช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี และนำไปพัฒนาให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีโดยใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ

2. ขอบเขตด้านประชากร

ศึกษาและเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย พนักงานภายในร้าน 2 ราย และลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 3 ราย

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย

เก็บข้อมูลวันที่ 5 พฤศจิกายน 2559

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊ ได้มีการนำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยมีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม
2. แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ
3. รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคนั้นมีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งมีอีกสิ่งหนึ่งที่เมื่อก่อนอาจเล่นบท เป็นแค่ตัวประกอบเท่านั้น แต่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญไม่แพ้กันเลยทีเดียวที่จะมีส่วนช่วยทั้ง ดึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามา รวมถึงรักษาผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ไปนาน ๆ ก็คือ เรื่องของการสร้าง มูลค่าเพิ่ม โดยในอดีตนั้นหากผลิตภัณฑ์ หรือบริการหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลอด สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั่นเองที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่า คู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า อย่างไรก็ดีในปัจจุบันจะพบว่า จริง อยู่ที่บ่อยครั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอาจจะยังเป็นเรื่องสำคัญมาก แต่อีกสิ่งหนึ่งที่ ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็คือ เรื่องของ มูลค่าเพิ่ม ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ หรือ บริการหลักนั้น ๆ ในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มก็จะเป็นตัว

ดึงดูดผู้บริโภคให้หันมามอง หรือ ตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเราจะเห็นว่า ไม่ใช่เป็นการขาย เพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่จะทาให้ผู้บริโภครู้สึกได้ ประโยชน์มากขึ้นด้วย (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, 2553)

2. แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เป็นผู้ที่รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจจัดระเบียบในธุรกิจและบริหารดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้แก่สาธารณะชนความสำเร็จทางเศรษฐกิจเป็นจำนวนมากมาจากพลังและการประดิษฐ์คิดค้นของผู้ประกอบการที่ดำเนินงานอยู่ในสภาพแวดล้อมของวิสาหกิจเอกชน (ผุสดี, 2540)

ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม

3. รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

3.1 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจร้าน อาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากการสัมภาษณ์คุณสรายุทธ์ หลายพูนสวัสดิ์ เจ้าของกิจการร้าน อาตี๋ โกปี๊ ที่มาของกิจการคือที่บ้านมีอาชีพขายเบเกอรี่มาตั้งแต่ พ.ศ. 2529 กระทั่งถึงปัจจุบันและได้เกิดความคิดในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เบเกอรี่โดยทำเป็น เค้กโอ่ง โดยมีแนวคิดมาจากแนวคิดที่ว่าเป็นเอกลักษณ์สำคัญใน จังหวัดราชบุรีเพราะถ้าพูดถึง จังหวัดราชบุรี ทุกคนก็จะนึกถึงโอ่งมังกรราชบุรี

3.2 รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจร้าน อาตี๋ โกปี๊ ราชบุรี

ร้าน อาตี๋ โกปี๊ ตั้งอยู่ที่ถนนวรเดช ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองราชบุรี ราชบุรี หน้าวัดช่องลม ตรงข้ามพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ราชบุรี รูปแบบของธุรกิจเป็นธุรกิจภายในครอบครัว สถานที่ตั้งของร้านเป็นพื้นที่ให้เช่า ร้าน อาตี๋ โกปี๊เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 6.30 – 16.30 นาฬิกา ร้านอาตี๋ โกปี๊นั้นมีเมนูหลากหลายเช่น เครื่องดื่ม ขนมปังปิ้ง ขนมปังสังขยา ขนมจีบซาลาเปา และเค้กโอ่ง เป็นต้น ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรี และมีการบอกต่อไปยังลูกค้ารายใหม่อื่นๆ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรกานต์ รวยสูงเนิน (2554)ได้วิจัยในหัวข้อเรื่องการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไฟต่ำอีสานมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาในประเทศให้มีคุณภาพตรงตาม ความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มรายได้ให้กับชาวบ้านผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาไฟต่ำในพื้นที่เป้าหมายโดยควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาในการทำเครื่องปั้นดินเผาไฟต่ำอีสานแบบดั้งเดิม โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยคือการเลือกพื้นที่เป้าหมาย,รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับการออกแบบและกระบวนการออกแบบ ,และถ่ายทอดความรู้สู่ชาวบ้าน โครงการวิจัยนี้ได้เลือกบ้านหัวบึง อ.เมือง จ.ขอนแก่นเป็นพื้นที่ศึกษาซึ่งหมู่บ้านใช้วิธีการผลิตเครื่องปั้นดินเผา แบบดั้งเดิมผลการวิจัยได้แบบร่างของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไฟต่ำที่มีการออกแบบใหม่

ซึ่งเหมาะสำหรับใช้ในชีวิตประจำวันตกแต่งบ้าน ตกแต่งสวน และใช้ในสปา สามารถผลิตได้ โดยชาวบ้านด้วยวิธีดั้งเดิมคือการตีและผสมกับการขึ้นรูปด้วยดินเส้นและการขึ้นรูปด้วยดินแผ่น ผลการผลิต

ต้นแบบผลิตภัณฑ์โดยชาวบ้านได้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไฟต่ำซึ่งนำมาทดสอบ ตลาดโดยการทดลองจำหน่ายเป็นเวลา1เดือนผลปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ของโครงการประสบ ความสำเร็จในการนำออกสู่ตลาด โครงการวิจัยนี้บรรลุวัตถุประสงค์สามารถถ่ายทอดความรู้การ ออกแบบสู่ชาวบ้านเพื่อพัฒนาให้ช่างชาวบ้านมีทักษะในการสร้างผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่เพิ่ม มูลค่าโดยคงไว้ซึ้งวิธีการผลิตตามภูมิปัญญาดั้งเดิม ซึ้งจะสามารถเพิ่มรายได้ให้ชาวบ้านต่อไป

ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์สังข์รักษา (2558)ได้วิจัยในเรื่องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการ จำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี พัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า การเรียนรู้ (L = Learning) การสะสมข้อมูล (A =Accumulating Data)การออกแบบและความแตกต่าง (D=Design and Difference)การระดมสมอง (B = Brainstorming) ความมีประโยชน์ (U = Utility) การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม (A = Appropriate Technology) การจัดการความรู้ (K = Knowledge Management) ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน (H=Homogeneous)การยอมรับผลิตภัณฑ์ (A=Approved Product)และองค์กรแห่งการเรียนรู้ (O= Organization Learning) และผ่านการรับรองรูปแบบ ผลการทดลองใช้รูปแบบกับกลุ่มทดลองมีผลสัมฤทธิ์ การเรียนรู้หลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง ส่วนการประเมิน ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และการสร้างมูลค่าเพิ่มมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ส่วนความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ชุมชนต่อการประเมินการปฏิบัติการอยู่ในระดับมาก และผู้ประกอบ การวิสาหกิจชุมชนสามารถนำทรัพยากร ท้องถิ่น เอกลักษณ์ท้องถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นนำมาผสมผสานเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มรายได้ให้แก่ วิสาหกิจชุมชน การประเมินและปรับปรุงรูปแบบ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบใน ระดับมาก ส่วนผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อรูปแบบทุกด้านในระดับมาก และการถอดบทเรียน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้นำเอาวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่า ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์หรือการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ระเบียบวิธีวิจัย

การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายของร้าน อาตี๋ โกปี๊ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเลือกใช้แนวทางในการศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยา ซึ่งเป็นการศึกษาที่มีพื้นฐานมาจาก สาขาปรัชญา ในการทาความเข้าใจความเชื่อมโยงของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมในโลก โดยศึกษา ปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งที่สนใจ จากคำบอกเล่าของผู้มีประสบการณ์ตรง เพื่อค้นหาแก่นแท้ของปรากฏการณ์นั้นให้มีความชัดเจน โดยมีภาษาเป็นสื่อขั้นต้นในการถ่ายทอดความหมายของประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์ (อารีย์วรรณ อ่วมตานี, 2549) มีวิธีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. การเลือกพื้นที่ศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง (Purposive Selective) โดยเลือกพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ด้วยเหตุผลสำคัญคือเป็นพื้นที่ที่ประกอบการของธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊และผู้วิจัยวิจัยความคุ้นเคยกับสถานที่จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าไปเก็บข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว

2. ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูล หลักที่ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์และ เก็บรวบรวมข้อมูลคือ ผู้ประกอบการของธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊ โดยดำเนินธุรกิจมา 6 ปีและมีรายได้ 100,000บาท ต่อเดือน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย พนักงาน จำนวน 2 ราย และลูกค้าจำนวน 3 ราย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

3.1 ประเภทบุคคล ได้แก่

ตัวผู้วิจัย การวิจัยครั้งนี้ตัวผู้วิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพราะการวิจัยที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมผัสกับคนโดยตรง ดังนั้น การได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุดนั้นขึ้นอยู่กับการวางตัว การกำหนดบทบาท การสร้างความคุ้นเคยและความไว้วางใจให้เกิดแก่ผู้ถูกวิจัยให้ได้มากที่สุด

3.2 ประเภทอุปกรณ์ช่วยเก็บรวมรวมข้อมูล

3.2.1 ปากกาและสมุดบันทึก เพื่อบันทึกข้อมูลจากการซักถามและการสังเกต

3.2.2 เทปบันทึกเสียง เพื่อความสะดวกรวดเร็วและสามารถเก็บข้อมูลได้ครอบคลุมเนื้อหาครบถ้วนโดยเฉพาะข้อมูลที่สำคัญ ที่ผู้วิจัยไม่สามารถบันทึกไว้ได้ทั้งหมดได้ทันขณะซักถาม

3.3.3 กล้องถ่ายรูป เพื่อใช้บันทึกภาพหรือกิจกรรมต่างๆ

4.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การศึกษาเอกสาร เพื่อให้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการของธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊ เช่นสังคม ประชากร สภาพเศรษฐกิจ เป็นต้น

4.2 การสำรวจข้อมูลพื้นฐาน เป็นการสำรวจข้อมูลพื้นฐานให้ทราบถึงอาณาเขต บริเวณ จำนวนและสถานที่ตั้งที่ของธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊

4.3 การสัมภาษณ์ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ศึกษา โดยการสร้างแนวคำถามอย่างกว้างๆ เพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งข้อคำถามต่างๆสามารถยืดหยุ่นได้ โดยการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ใช้การซักถาม พูดคุยแบบเป็นกันเอง เพื่อป้องกันมิให้บุคคลที่เป็นแหล่งข้อมูลเกิดกังวลใจในการให้คำตอบ ซึ่งอาจมีผลต่อความเชื่อถือของข้อมูล

4.4 การสังเกต (Observation) เป็นการใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ

5. การบันทึกข้อมูลภาคสนาม

การศึกษาภาคสนาม การบันทึกจะช่วยทำให้การศึกษาภาคสนามในการวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์หรือมีคุณภาพเพราะหากใช้เพียงการจำอย่างเดียว อาจจะทำให้ข้อมูลขาดหายหรือคลาดเคลื่อนไปได้ โดยผู้วิจัยได้ทำการบันทึกข้อมูลภาคสนามดังนี้

5.1 ข้อมูลจากการสนทนาหรือสัมภาษณ์

5.2 ข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต วิเคราะห์ไปพร้อมกับการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึก การถอดเทปบันทึกเสียง มาจัดแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นต่างๆ และพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้นั้นมีความสมบูรณ์เพียงพอที่จะตอบคำถามได้หรือไม่ และหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

6.2 วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) โดยจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดจากการสัมภาษณ์และการสังเกต และจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามทฤษฎีหรือแนวคิดเพื่อหาข้อสรุป

7. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้ทำวิจัยตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี(Theory triangulation) คือ สอบและวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพไว้ว่า ในการวิจัยเชิงคุณภาพเรามักจะได้ยินเสมอว่ามีผู้สงสัยในความแม่นตรงและความน่าเชื่อถือของข้อมูล เพราะแคลงใจในความลำเอียงของนักวิจัยที่อาจเกิดขึ้นเมื่อได้ไปคลุกคลีกับปรากฏการณ์และผู้ให้ข้อมูล นักวิจัยเชิงคุณภาพตระหนักดีถึงข้อสงสัยนี้ และได้วางมาตรการที่จะป้องกันความผิดพลาด นั่นคือ การตรวจสอบข้อมูลก่อนวิเคราะห์ การตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากในการวิจัยเชิงคุณภาพ (สุภางค์ จันทวานิช , 2553)

ผลการวิจัย

การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายของร้าน อาตี๋ โกปี๊ ทำให้สามารถแบ่งประเด็นสำคัญดังนี้

1. แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

1.1 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากบรรจุภัณฑ์ โดยการนำโอ่งลายมังกรที่มีขนาดกะทัดรัดมาบรรจุเค้กนมสดซึ่งเป็นสูตรของทางร้าน โอ่งที่นำมาบรรจุทางร้านอาตี๋ โกปี๊ ได้สั่งทำพิเศษจากโรงโอ่งรัตนโกสินทร์จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นโรงโอ่งที่มีชื่อเสียง อีกทั้งโอ่งมังกรยังเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี นอกจากนำเค้กนมสดมาบรรจุในโอ่งมังกรแล้วทางร้านอาตี๋ โกปี๊ ยังนำคุกกี้มา

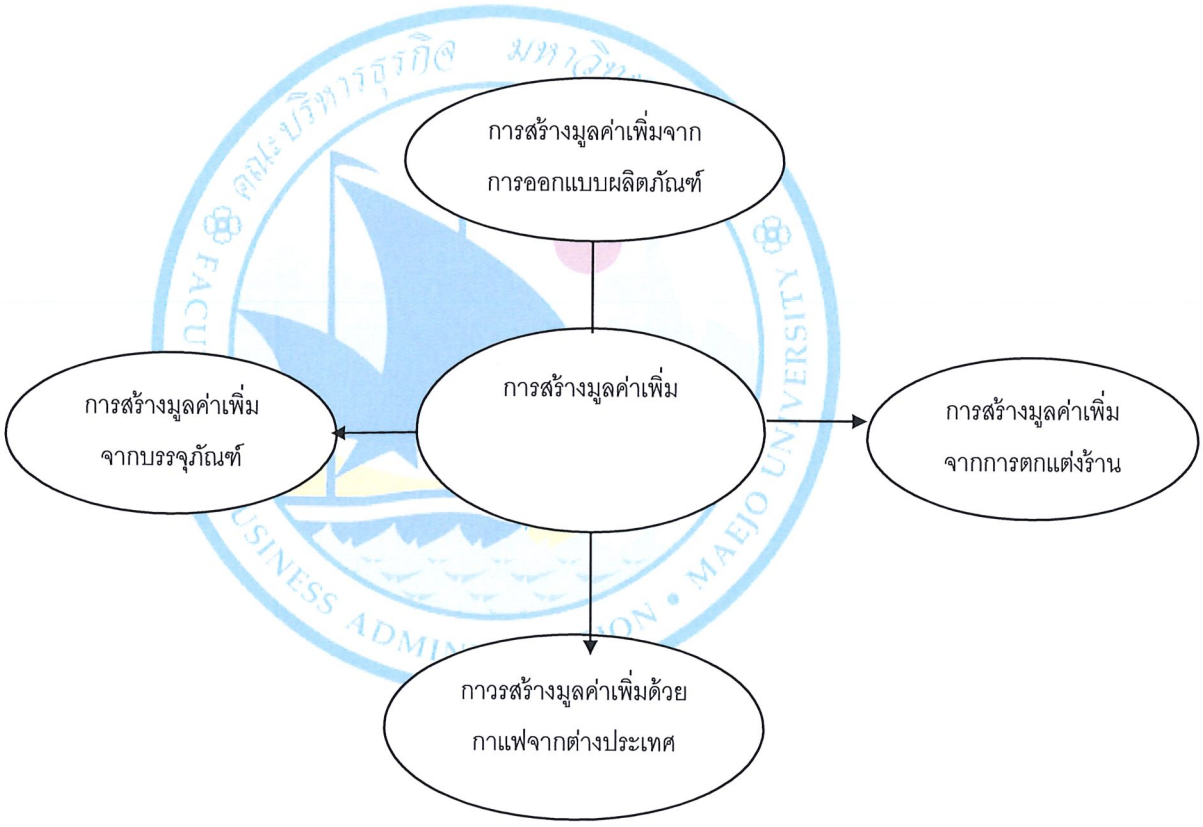
บรรจุในโอ่งเช่นกัน และนอกจากจะได้รับประทานเค้กหรือคุกกี้แล้วลูกค้ายังได้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรีกลับไปด้วย

1.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ นอกจากทางร้านอาตี๋ โกปี๊จะมีบรรจุภัณฑ์ในการบรรจุเค้กนมสดคือโอ่งลายมังกรแล้วยังมีการออกแบบเค้กนมสดให้มีรูปร่างเป็นโอ่งเพื่อที่ลูกค้าจะได้รับประทานได้ทั้งโอ่งและขนมเค้กด้านใน ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงจังหวัดราชบุรีเมื่อได้รับประทานเค้กโอ่ง

1.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการใช้กาแฟจากต่างประเทศ ทางร้านอาตี๋ โกปี๊ได้มีการขายกาแฟหลากหลายรูปแบบ เช่นกาแฟโบราณแบบไทย กาแฟสดเช่น ลาเต้ คาปูชิโน่ เอสเปรสโซ่ อเมริกาโน่ มอคค่า เป็นต้น และยังมีกาแฟเวียดนามที่ทางร้านได้นำเสนอ โดยกาแฟเวียดนามที่ร้านอาตี๋ โกปี๊ใช้เป็นกาแฟเวียดนามแท้โดยมีแก้วชงกาแฟที่มีลักษณะเฉพาะคือเป็นแก้วที่มีที่กรองกากกาแฟ ลูกค้าที่มาดื่มกาแฟเวียดนามจะได้เห็นการชงกาแฟผ่านแก้วกาแฟ

1.4 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการตกแต่งร้าน ร้านอาตี๋ โกปี๊มีการตกแต่งร้านสไตล์เวียดนาม โดยมีเฟอนิเจอร์ที่ทำจากไม้เป็นหลัก เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ตู้ เ ป็นต้น และภายในร้านยังมีของเก่านานาชนิดซึ่งเป็นของสะสมของผู้ประกอบการตกแต่งไว้ในตู้ไม้ หากลูกค้าที่เข้ามารับประทานอาหารสนใจหรือชื่นชอบของเก่าชิ้นใดภายในร้านก็สามารถขอซื้อได้

โดยสามารถนำเสนอเป็นแบบจำลองได้ดังนี้



แบบจำลองการสร้างมูลค่าเพิ่มของร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

2. ช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

ช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี มีดังนี้

2.1 การมีหน้าร้านเป็นของตนเอง คือ ร้านอาตี๋ โกปี๊ อยู่ที่ถนนวรเดช ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง ราชบุรี ราชบุรี หน้าวัดช่องลม ตรงข้ามพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ราชบุรี มีบรรยากาศของแม่น้ำแม่กลองและตลาดเก่าโคยก๊ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี โดยสถานที่ตั้งของร้านเป็นพื้นที่ให้เช่า

2.2 ร้านอาตี๋ โกปี๊ ได้นำเค้กโอ่งไปฝากวางจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีเพื่อเป็นของฝากสถานที่ที่นำไปวางจำหน่ายคือบ้านหอมเทียนและเดอะซินเนอรี่ วินเทจฟาร์ม อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยจะวางจำหน่ายในโซนของฝากของสถานที่ท่องเที่ยว

2.3 การบอกต่อกันแบบปากต่อปาก โดยเป็นบอกต่อของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาตี๋ โกปี๊แล้วมีความประทับใจในอาหารและการบริการ

2.4 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นสื่อกลางโดยร้านอาตี๋ โกปี๊ ได้สร้างเพจของร้านในเฟสบุ๊คโดยให้ลูกค้ากดถูกใจเพื่อจะได้เห็นข่าวสารของร้า เช่น เวลาเปิดปิดของร้าน เมนูอาหารแนะนำ และโปโมชั่นต่างๆเป็นต้น

2.5 ร้านอาตี๋ โกปี๊ มีการใช้แผ่นโฆษณาโดยนำไปติดไว้ในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีเพื่อเป็นการโฆษณาให้คนที่เห็นแผ่นโฆษณามีความสนใจในร้านหรือโปโมชั่นที่ร้านอาตี๋ โกปี๊ นำเสนอ

ทัศนะและความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี มีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

1.1 ลูกค้ามีการแนะนำถึงผลิตภัณฑ์เค้กโอ่งว่า ควรมีแยมให้เลือกเพิ่มขึ้นเนื่องจากเค้กโอ่งของร้านอาตี๋ โกปี๊มีเพียงอย่างเดียวเดียวคือแยมลูกตาล

1.2 ลูกค้าชอบผลิตภัณฑ์เพราะมีรสชาติอร่อย และมีความแปลกใหม่แตกต่างจากที่อื่น

2. ด้านการตกแต่งร้าน

2.1 ลูกค้าชื่นชอบในบรรยากาศภายในร้านที่ตกแต่งด้วยของเก่าต่างๆซึ่งให้ความรู้สึกเหมือนได้ย้อนกลับไปในสมัยวันวาน

3. ด้านการบริการ

3.1 ลูกค้าชอบการบริการที่เป็นกันเอง และมีมารยาท ของพนักงานภายในร้าน

4. ด้านการติดต่อสื่อสาร

4.1 ลูกค้าสามารถรับรู้ข่าวสารของทางร้านได้ทาง เฟสบุ๊คของร้านอาตี๋ โกปี๊

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาตี๋ โกปี๊ โดยศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัยและได้สร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์คือแนวคำถาม จากนั้นได้ทำการสำรวจสถานที่จริงจากร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี การสำรวจพบว่ามีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ลูกจ้างหรือพนักงานจำนวน 2 ราย และลูกค้าจำนวน 3 ราย ที่ โดยการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยเลือกใช้คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า การเริ่มต้นธุรกิจร้านอาตี๋ โกปี๊ มาจากธุรกิจร้านเบเกอรี่ของครอบครัวมีร้านชื่อร้านบ้านขนม และต่อมา คุณสรายุทธ์ หลายพูลสวัสดิ์ได้มาเปิดร้านใหม่ในนามร้านอาตี๋ โกปี๊ และมีแนวคิดในการสร้างมูลค่าเพิ่มของเบเกอรี่ที่ได้รับการสืบทอดต่อมา โดยการนำเบอเกอรี่ที่เป็นสูตรของทางร้าน ไม่ว่าจะเป็นเค้กนมสด หรือ คุ้กกี้ มาเพิ่มมูลค่าโดยการสร้างบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ธรรมดาทั่วไป คือนำมาบรรจุในโอ่งมังกรซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรีทำให้ร้านอาตี๋

โกปี๊ มีความแตกต่างจากร้านกาแฟหรือเบเกอรี่ทั่วไปและได้รับความสนใจจากลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรีโดยสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่ง ในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ นั่นก็คือ การดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2547, หน้า 79)และสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าในปัจจุบันการดาเนินธุรกิจมีการแข่งขันอย่างรุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องมีการปรับปรุงแนวคิด กลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (พินพัสนีย์ พรหมศิริ, 2547, หน้า 20)

จากการวิจัยช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาตี๋ โกปี๊ พบว่าได้มีจัดจำหน่ายที่ร้านอาตี๋ โกปี๊ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุ ร้านบ้านขนม ถนนราษฎร์ยินดี ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี มีการโฆษณาผ่านทางโบชัวร์ เฟสบุ๊ค การบอกต่อแบบปากต่อปากของลูกค้าที่ประทับใจในการบริการของร้านอาตี๋ โกปี๊ และการนำเค้กโอ่งไปวางจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง เช่น บ้านหอมเทียนและ เดอะซินเนอรี่ วินเทจฟาร์ม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย
   1.1 จากการศึกษาทำให้พบผลิตภัณฑ์เค้กโอ่งของร้านอาตี๋ โกปี๊ ยังไม่เป็นที่ถูกปากของลูกค้าเท่าไหร่นักเนื่องจากมีรสชาติและไส้แบบเดียวคือรสนมสด ไส้ลูกตาล ทางร้านควรเพิ่มรสชาติและไส้ของเค้กโอ่งให้หลากหลายมากกว่านี้
   1.2 จากการศึกษาพบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาตี๋ โกปี๊ ที่นำเอาเค้กโอ่งไปวางขายในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีน้อยไป ควรเพิ่มสถานที่ในการนำสินค้าไปวางขายเช่น ร้านอาหารหรือร้านกาแฟที่อยู่ในอำเภออื่นๆในจังหวัดราชบุรี
2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

   การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาตี๋ โกปี๊ จังหวัดราชบุรี สำหรับวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาตี๋ โกปี๊ โดยให้ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

ฉัฐยา ตวงสุวรรณ.(2553). การสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมข้าวไทย

ฉัตยาพร เสมอใจ.(2547). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เอเชียเพรส.

ดวงใจ ธรรมนิภานนท์.(2557). กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ความงามผ่านช่องทางการค้าดิจิตอล.

ดนัย จันทร์ฉาย.(2547). เจาะลึกการตลาดจาก Aถึง Z แนวคิดที่ผู้จัดการทุกคนต้องรู้ซึ้ง กรุงเทพฯ:ดีเอ็มจี.

ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา.(2558). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี

พินพัสนีย์ พรหมศิริ.(2547). กลยุทธ์การตลาดสำหรับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง

พูนลาภ ทิพชาติโยธิน.(2553). Value-Added Activities เพิ่มลูกค้าด้วย กิจกรรมเพิ่มมูลค่า.สืบค้นวันที่6 พฤศจิกายน 255
จาก:http://202.183.192.0/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/85/87-89.pdf.

สุรกานต์ รวยสูงเนิน และธนสิทธิ์ จันทะรี.(2554). โครงการการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไฟต่ำอีสาน. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ภาษาต่างประเทศ

Kotler and Phillip. (1997). **Marketing Management**. New jersey. Prentice Hill.