

การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจ
ร้านกาแฟในยุควิถีใหม่ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย*

The Creating Competitive Advantage of Coffee Business
in New Normal Loei Mueang District, Loei Province

¹รวัดน์ มันทรา, ธวัชชัย เหล่าสุพะ, วีระยุทธ รัชตเวชกุล และ ภราดร รัชชัยพิชิตกุล

¹Rawat Mantra, Thawatchai Laosupha, Weerayut Chutchatawachakul
and Pharadorn Reechaipichitkul

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: rawat.man@lru.ac.th



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในยุควิถีใหม่ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย และ 2) เพื่อเปรียบเทียบแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ประชากรในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย จำนวน 170 ราย ซึ่งประกอบด้วยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นการเก็บวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ การทดสอบค่าที (t-test) และ ค่าเอฟ (F-Test) ด้วยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ตามวิธีของวิธี Least -Significant Different (LSD)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ ด้านรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางโดย มีระดับความคิดเห็นสามลำดับแรกคือ ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ขาย ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อ ด้านอำนาจการต่อรองจากสินค้าทดแทน และระดับความคิดเห็นต่ำที่สุดคือ ด้านอุปสรรคจากการการแข่งขันรายใหม่ 2) การแข่งขันที่มีต่อรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลยจังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา และจำแนกตามลักษณะของธุรกิจ พบว่า ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ขายและ ด้านอุปสรรคจากการแข่งขันรายใหม่ มีความคิดเห็นความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ศักยภาพ; การแข่งขันทางธุรกิจ; ความได้เปรียบ; ยุควิถีใหม่

Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to investigate the potential of creating competitive advantage of coffee shop business in the new normal, Mueang Loei District, Loei Province; and 2) to compare the competitive driving force on the competitive advantage of the coffee shop business in the new normal, Mueang Loei District, Loei Province. The population included 170 coffee shop entrepreneurs in Mueang Loei District, Loei Province. The data were collected using questionnaire and analyzed by statistical analysis software which were frequency, percentage, t-test, f-test, One-Way Anova, and Least Significant Difference (LSD).

From the study, the following results are found: 1) The potential of creating competitive advantage of coffee shop business in the new normal is overall at a moderate level. When each aspect is considered, they are discovered to be at a moderate level, with the first three highest opinions being as follows: bargaining power of suppliers, bargaining power of buyers, and bargaining power of the substitute products. The aspect with the least opinions is the obstacles posed by new competition; and 2) The competition that has impact on competitive advantage of coffee shop business in the new normal, Mueang Loei District, Loei Province when classifying by educational level and type of business, it is discovered that the bargaining power of suppliers and obstacles posed by new competition have difference with a statistical significance of 0.05 level.

Keywords: Potential; Business Competition; Advantage; New Normal

บทนำ

ในปัจจุบันการเปิดร้านเบเกอรี่ ร้านกาแฟสด กาแฟโบราณ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ที่ดื่มกาแฟในสมัยก่อนกลุ่มผู้ที่ดื่มกาแฟส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงวัยอีกทั้งร้านเบเกอรี่ ร้านกาแฟสด กาแฟโบราณ ยังเป็นจุดพบปะนัดแนะกันของผู้คน แต่ปัจจุบันเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อการดื่มกาแฟเข้ามามีบทบาทกับกลุ่มคนวัยทำงานที่ต้องตื่นตัวและทนต่อการทำงานเพราะในกาแฟมีคาเฟอีนหากดื่มในปริมาณที่เหมาะสมจะเป็นประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจในหลายๆด้านเมื่อมีการดื่มกาแฟเพิ่มขึ้นร้านกาแฟก็จะเพิ่มขึ้น กาแฟที่จะนำมาชงจะต้องผ่านกรรมวิธีการคั่วและบดเค้นเอาเฉพาะส่วนของน้ำกาแฟจะมีลักษณะเป็นน้ำสีดำ รสชาติขม มีกลิ่นหอม และสิ่งที่เหลือคือกากกาแฟ ในบางร้านมีปริมาณกากกาแฟจำนวนมาก เจ้าของร้านกาแฟจะทิ้งกากกาแฟวันต่อวันจากการสอบถามเพิ่มเติมจากเจ้าของร้านว่า “มีวิธีจัดการกับกากกาแฟจำนวนมากแบบนี้ยังไงในแต่ละวัน” เจ้าของร้านต่างตอบเป็นเสียงเดียวกันว่าเอาไปทิ้งบ้างหรือไม่ก็มีคนมารับซื้อ (Khangkhum, 2021)



การแบ่งตลาดกาแฟในประเทศไทย ได้มีการแบ่งตลาดออกเป็น 2 ประเภท คือ ตลาดในบ้าน กับตลาดนอกบ้าน โดยตลาดในบ้าน คือการที่ผู้บริโภคซื้อกาแฟสำเร็จรูปหรือซื้อเมล็ดกาแฟมาชงดื่มเองที่บ้าน ส่วนตลาดนอกบ้าน คือการที่ผู้บริโภคเลือกดื่มกาแฟจากร้านกาแฟ ทั้งในส่วนของร้านจากผู้ประกอบการอิสระ ร้านกาแฟแบบขยายสาขา (Chain Cafe) ไปจนถึงร้านสะดวกซื้อ โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาตลาดกาแฟนอกบ้านมีการเติบโตมากขึ้น เนื่องจากวิถีชีวิตอันเร่งรีบของคนไทย ทำให้การดื่มกาแฟนอกบ้านเป็นสิ่งที่สะดวกสบาย และตอบโจทย์กับรูปแบบการใช้ชีวิตมากกว่า (Coffee Travelers Magazine, 2021)

ภาพรวมของตลาดกาแฟไทยปี 2563 ยุคการระบาดของ Covid-19 เมื่อหันมามองตลาดกาแฟในไทยยุค Covid-19 ข้อมูลจากรายงานสถานการณ์ตลาดกาแฟไทย ประจำปี 2563 ของบริษัท เนสต์เล่ (ไทย) จำกัด พบว่า ภาพรวมของตลาดกาแฟไทยปี 2563 เป็นไปในทิศทางบวกสวนกระแสกับตลาดอื่น ๆ ที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 โดยมีมูลค่าอยู่ที่ 60,000 ล้านบาท แบ่งเป็นตลาดกาแฟในบ้านคิดเป็นมูลค่า 33,000 ล้านบาท และตลาดกาแฟนอกบ้านมีมูลค่า 27,000 ล้านบาทตลาด (Food Intelligence Center Thailand, 2021) กาแฟในบ้านมีการเติบโตขึ้นจากเทรนด์การบริโภคในยุค New Normal ซึ่งทำให้เกิดเทรนด์การบริโภคแบบใหม่คือการกลับมาดื่มกาแฟสำเร็จรูปหรือหันมานิยมชงกาแฟดื่มเองแทนเพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย เพราะเศรษฐกิจที่กำลังซบเซา จึงมองว่าการชงกาแฟดื่มเองมีความประหยัดและคุ้มค่ามากกว่าการสั่งเดลิเวอรี่ ส่งผลให้คนไทยหันมาดื่มกาแฟในบ้านมากขึ้นจนมีการเติบโตเพิ่มขึ้น 10.7% ประกอบกับข้อมูลจากสมาคมกาแฟพิเศษไทย พบว่า ยอดขายของกาแฟมีการกลับเข้าสู่สภาวะปกติ 85% ช่วยฟื้นยอดขายจากเดือนเมษายนที่หายไปราว ๆ 70% ด้วยคุณภาพของกาแฟไทย โดยเฉพาะกาแฟพิเศษที่ถูกให้ความสนใจกับเหล่าผู้บริโภคมากขึ้น หลังจากที่รัฐบาลประกาศนโยบายที่เน้นการทำงานที่บ้านทำให้ผู้บริโภคที่เคยดื่มกาแฟนอกบ้านหันมาให้ความสนใจกับการชงกาแฟดื่มเองมากขึ้นนั่นเองส่วนตลาดกาแฟนอกบ้าน ในปี 2563 แม้จะมีมูลค่า 27,000 ล้านบาท แต่เป็นตัวเลขของการเติบโตที่ลดลงจากเดิม ซึ่งในช่วงต้นปีมีการเติบโตลดลง 30 - 40% และในช่วง Covid - 19 ระบาดหนักจนเกิดการล็อกดาวน์ ร้านค้าและสถานประกอบการต่าง ๆ รวมถึงร้านกาแฟต้องงดให้บริการนั่งที่ร้าน การดื่มกาแฟนอกบ้านจึงลดลงไปโดยปริยาย ส่งผลให้ตลาดนอกบ้านมีการเติบโตลดลงมากถึง 50% จากภาพรวมของตลาดกาแฟไทยในปี 2563 ที่เป็นผลมาจากสถานการณ์ Covid-19 เห็นได้ชัดว่าตลาดกาแฟในบ้านกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น แต่ตลาดกาแฟนอกบ้านกลับได้รับความนิยมน้อยลง แม้ว่าในช่วงปลายปี 2563 ตลาดกาแฟนอกบ้านมีแนวโน้มที่จะกลับมาสู่สภาวะปกติ แต่เหมือนจะยังไม่ใช่ยุคของตลาดกาแฟนอกบ้านเท่าไรนัก เนื่องจากในต้นปี 2564 นี้ กำลังเกิดการระบาดระลอกใหม่ของ Covid-19 อีกครั้งหนึ่ง จึงเป็นที่น่าสนใจว่าผู้ประกอบการไทยในตลาดกาแฟนอกบ้านจะมีการปรับตัวอย่างไร เพื่อให้สามารถเดินอยู่บนเส้นทางตลาดกาแฟไทยต่อไปได้มากกว่า (Coffee Travelers Magazine, 2021)

ร้านกาแฟในอำเภอเมืองจังหวัดเลยนอกจากจะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแล้วใครได้มาเยือนที่เลยจะต้องหลงรักเมืองเลย ร้านกาแฟ 170 ราย (GotoLoei, 2021) ปัญหาในช่วง covid 19 มีผลกระทบในธุรกิจร้านกาแฟ ทำให้เกิดการแข่งขันสูงธุรกิจกาแฟ จึงสร้างความได้เปรียบของธุรกิจร้านกาแฟ เหตุธุรกิจร้านกาแฟจึงอยู่รอด และเติบโตได้นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยในเรื่องสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจและ

บริการอย่างน้อยเพียงใด รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมอย่างไร อุปสรรคที่ต้องเผชิญในสภาวะที่มีการแข่งขันในธุรกิจกาแฟสูงขึ้นจากการที่มีผู้ประกอบการช่วงใน covid 19 และมีผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจร้านกาแฟ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในยุควิถีใหม่ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟ มีการแข่งขันสูงขึ้นเป็นอย่างมากผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในช่วงโควิด19 ต้องปรับตัวกับธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงโดยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อรักษาสถานภาพทางธุรกิจหรือเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจและต้องทนรับกับสภาพการแข่งขันที่สูงให้ได้

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบและลักษณะ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในยุควิถีใหม่ของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจให้คงอยู่และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่ๆ ได้อย่างมั่นคง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการแต่ละราย อาจมีรูปแบบและลักษณะที่แตกต่างกันไปตามความถนัด ตามทำเลที่ตั้ง หรือตามความชอบของผู้ประกอบการ ซึ่งการจะทำให้ธุรกิจสามารถคงอยู่ได้ในปัจจุบันผู้ประกอบการแต่ละรายจำเป็นต้อง เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในปัจจุบัน และสามารถนำการบริหารจัดการด้านต่างๆ และกลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในยุควิถีใหม่อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในยุควิถีใหม่อำเภอเมือง จังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย มีหน้าที่ในการบริหารดำเนินงานของกิจการในปัจจุบันได้จดทะเบียนการค้าในสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย จำนวน 170 ร้าน (GotoLoei, 2021)

ขั้นตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจร้านกาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย

แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟใน อำเภอเมือง จังหวัดเลย

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเลย

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันที่วัดจากความสำเร็จของกิจการ

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเลย ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

3.1 ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและผู้ช่วยแจกแบบสอบถาม ร้านกาแฟ 170 ร้าน

3.2 ผู้ศึกษานำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ในแต่ละข้อ และนับจำนวนให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ เมื่อได้รับข้อมูลครบแล้วจากร้านกาแฟ 170 ร้าน ได้รับการตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการ จำนวน 161 ชุด คิดเป็นร้อยละ 94 ผู้ศึกษานำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นเอง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามและตรวจสอบคุณภาพดังนี้

1) ได้ศึกษา ค้นคว้าข้อมูลกับวิธีการสร้างแบบสอบถาม รวมถึงเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายของ ค่าเฉลี่ยจากการศึกษางานวิจัยรวมถึงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามแนวทางที่ ได้รับจากการศึกษาค้นคว้าให้ครอบคลุมในด้านต่าง ๆ ที่ต้องการศึกษา

2) นิยามศัพท์เฉพาะตัวแปรให้ครอบคลุมกรอบแนวความคิดแล้วนำไปสร้างแบบสอบถาม

3) สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะที่สร้างขึ้นในกรอบแนวความคิด

4) เสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา

5) เสนอแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กานต์ธีรา พลบุตร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาริรัตน์ ภูธรธรมะ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเหมาะสมของเนื้อหาเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม

6) ได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ภายหลังจากที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ผ่านการหาคุณภาพของแบบสอบถาม และตรวจสอบความถูกต้องแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 5 การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเลย ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1) ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและผู้ช่วยแจกแบบสอบถามร้านกาแฟ 170 ร้าน

2) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ในแต่ละข้อ และนับจำนวนให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ เมื่อได้รับข้อมูลครบแล้วจากร้านกาแฟ 170 ร้าน ได้รับการตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการ จำนวน 161 ชุด คิดเป็นร้อยละ 94.71 ผู้ศึกษานำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ ข้อมูลเชิงอนุมานโดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และวิเคราะห์โดยใช้ค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่ม 3 กลุ่ม ใช้

ค่าเอฟ (F-Test) ด้วยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างกรณีมีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธีของวิธี Least -Significant Different (LSD)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าสนใจสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นตำแหน่งงานเป็นเจ้าของกิจการ/หุ้นส่วนกิจการ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 เพศหญิง จำนวน 51 คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 30-39 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 74.71 ระดับการศึกษาปริญญาตรี 114 คน คิดเป็นร้อยละ 67.05 การดำเนินกิจการตั้งแต่ 1-5 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ประเภทเจ้าของคนเดียว 152 คน คิดเป็นร้อยละ 89.41 จำนวนพนักงาน 2-5 คน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 81.76 ลักษณะ จำหน่ายทุกอย่างที่เกี่ยวกับกาแฟ อาหารและเครื่องดื่มอื่นๆ 83 คน คิดเป็นร้อยละ 48.82

2. ด้านอุปสรรคจากการแข่งขันรายใหม่ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ธุรกิจร้านกาแฟมีรูปแบบหลากหลาย เช่น อาคารสถานที่ บริการ และราคาที่หลากหลาย ทำให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูงอยู่แล้ว ทำให้ยากต่อธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขัน รองลงมา คือ ธุรกิจที่ดำเนินอยู่ปัจจุบันเป็นที่รู้จักและมีลูกค้าประจำและทำให้ยากต่อคู่แข่งรายใหม่ ๆ จะเข้ามาทำการแข่งขัน ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ หากธุรกิจรายใหม่อาจเข้ามาในตลาด ธุรกิจรายเดิมจะมีมาตรการที่ต่อต้านอย่างรุนแรง ตามลำดับ

3. ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ขาย ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจุบันอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ในอนาคตคาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจบริการในรูปแบบร้านกาแฟสูงขึ้น ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่ปรับตัวยาก และโดยภาพรวมไม่สามารถที่จะขยายหรือต่อยอดเพื่อทำธุรกิจอื่นได้ ตามลำดับ

4. ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ตามมาจากเพจ facebook และช่องทางโซเชียลต่างๆรองลงมา คือ ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงานและนักศึกษา ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ลูกค้าบางส่วนจะติดต่อบริษัท (โทรสอบถาม) แต่ไม่ได้มาซื้อสินค้าตามที่สอบถามไว้ มีมากถึง 30% ตามลำดับ

5. ด้านการแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรมเดียวกัน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ธุรกิจร้านกาแฟมีการบริการที่ดีและมีการแนะนำสินค้าให้ลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รองลงมา คือ ราคาสินค้าโดยส่วนใหญ่ในธุรกิจร้านกาแฟไม่ได้แตกต่างกันกับคู่แข่ง ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ธุรกิจร้านกาแฟ ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากรัฐบาลในการปรับปรุงกิจการและให้ความรู้ใหม่ ๆ ในการดำเนินงาน ตามลำดับ

6. ด้านอุปสรรคจากสินค้าทดแทน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การที่ลูกค้าไปซื้อสินค้าอื่นทดแทนส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านลดลง รองลงมา คือ ลูกค้าอาจเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าทดแทน เช่น สินค้าสำเร็จรูปในร้านสะดวกซื้อ ร้านเบเกอรี่ เป็นต้น ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การมีสินค้าทดแทนจะทำให้ลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบความคุ้มค่าต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในธุรกิจร้านกาแฟ และอาจหันไปซื้อสินค้าทดแทนถ้าคุ้มค่ามากกว่า เช่น สินค้าชนิดอื่นหรือสินค้าสำเร็จรูปในร้านอื่น (กาแฟกระป๋อง) ตามลำดับ

7. ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่วัดจากความสำเร็จของกิจการ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับควมได้เปรียบทางการแข่งขันที่วัดจากความสำเร็จของกิจการโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกิจการ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองจังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ ตำแหน่งงาน และอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่แตกต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ขาย มีความคิดเห็นแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ปรากฏผล ดังนี้ ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ขาย จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ ระดับปริญญาตรีมีความคิดเห็นแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจมากกว่ามัธยมศึกษา/ปวช. ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่ามีความคิดเห็นแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจมากกว่าอนุปริญญา/ปวส. และปริญญาโท มีความคิดเห็น-แรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจมากกว่าปริญญาตรี

3. ผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ พบว่า ด้านอุปสรรคจากการแข่งขันรายใหม่ มีความคิดเห็นแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของด้านอุปสรรคจาก

การแข่งขันรายใหม่ LSD ปรากฏผลดังนี้ ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ขาย จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ อื่นๆ ระบุอาหารและชา ระดับมีความคิดเห็นแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจมากกว่าจำหน่ายทุกอย่างที่เกี่ยวกับกาแฟ อาหารและเครื่องดื่มอื่นๆและอื่นๆ อาหารและชา มีความคิดเห็นแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจมากกว่า จำหน่ายกาแฟและเบเกอรี่

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ข้อเสนอแนะแนวการแข่งขันของธุรกิจ ศักยภาพการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไปผู้วิจัยสรุปเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการแข่งขันให้ธุรกิจเติบโตและสามารถแข่งขันได้ในสภาวะการณปัจจุบัน ประกอบไปด้วย 5 ด้านดังนี้



รูปภาพที่ 1 กลยุทธ์ในการแข่งขันให้ธุรกิจเติบโตและสามารถแข่งขัน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า

1.1 ด้านอุปสรรคจากการแข่งขันรายใหม่ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ พบว่า ธุรกิจร้านกาแฟมีรูปแบบหลากหลาย เช่น อาคารสถานที่ บริการ และราคาที่หลากหลาย ทำให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูงอยู่แล้ว ทำให้ยากต่อธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขัน ทั้งนี้อาจจะเพราะว่าธุรกิจที่ดำเนินอยู่ปัจจุบันเป็นที่รู้จักและมีลูกค้าประจำ และปัจจุบันมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ และสามารถควบคุมช่องทางการขายไว้ได้หมด ทำให้ธุรกิจรายใหม่ยากที่จะเข้ามาทำการแข่งขัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mai-on (2017) ได้การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจร้านขนมหวาน กรณีศึกษาร้านอาฟเตอร์ ยู (After You) พบว่า ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใจกลางเมืองเลยเดินทางสะดวก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ส่วนปัจจัยในเรื่องรสชาติของขนมหวานและเครื่องดื่มที่มีมาตรฐานรายการขนมหวาน และเครื่องดื่มมีความหลากหลาย พนักงานให้บริการได้อย่างน่าประทับใจ ทำให้ท่านรู้สึกมีความสำคัญ และราคาของขนมหวานและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมต่อปริมาณ

1.2 ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ขาย ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ พบว่า ปัจจุบันและในอนาคตคาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจบริการในรูปแบบร้านกาแฟสูงขึ้น ทั้งนี้ อาจจะเพราะว่าธุรกิจร้านกาแฟอยู่ในพื้นที่มีเพียงหนึ่งหรือสองรายที่โดดเด่น และส่วนครองตลาดส่วนใหญ่ของพื้นที่ธุรกิจร้านกาแฟที่มีขายอยู่ในแหล่งใกล้ชุมชน และสถานที่ส่วนราชการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sutthisawatsophon (2021) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการค้าเพื่อเพิ่มรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านเบเกอรี่ พบว่า จากการวิเคราะห์แรงกดดันด้านการแข่งขันของธุรกิจร้านเบเกอรี่ในปัจจุบันของธุรกิจร้านเบเกอรี่ในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดพะเยา พบว่า แรงกดดันที่เกิดขึ้นดูจากภาพรวมแล้วอยู่ในระดับมาก ยิ่งอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจร้านเบเกอรี่มากการแข่งขันทะลุกันก็มากด้วยเช่นกัน

1.3 ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อ พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ตามมาจากเพจ facebook และช่องทางโซเชียลต่างๆ ทั้งนี้ อาจจะเพราะว่าลูกค้าบางส่วนจะติดต่อสอบถาม (โทรสอบถาม) แต่ไม่ได้มาซื้อสินค้าตามที่สอบถามไว้ มีมากถึง 30% ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย Sutthisawatsophon (2021) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการค้าเพื่อเพิ่มรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านเบเกอรี่ พบว่าลูกค้าชอบรูปแบบและเอกลักษณ์ร้านเบเกอรี่ที่แตกต่าง จากร้านเบเกอรี่ทั่วไป เน้นการสร้างแตกต่าง เช่น มีโปรโมชั่นพิเศษให้ลูกค้าหรือมีข้อเสนอพิเศษ ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อร้านเบเกอรี่ที่ชื่นชอบอยู่กับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าว่าชอบรูปแบบไหน มีให้เลือกหลากหลาย เน้นคุณภาพการบริการ ราคาไม่สูงมาก นอกจากนี้ลูกค้ามีความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคค่อนข้างเร็ว ชอบทดลองแล้วก็ก็เปลี่ยนใจได้ง่าย มีความอ่อนไหวกับราคาสินค้า

1.4 ด้านการแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรมเดียวกัน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ พบว่า ธุรกิจร้านกาแฟมีการบริการที่ดีและมีการแนะนำสินค้าให้ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทั้งนี้อาจจะเพราะว่าธุรกิจร้านกาแฟ ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากรัฐบาลในการปรับปรุงกิจการและให้ความรู้ใหม่ๆ ในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khunthong (2017) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของธุรกิจ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของธุรกิจเกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้พนักงาน เข้าใจและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้ การทำงาน มีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพ ในการให้บริการที่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้

1.5 ด้านอุปสรรคจากสินค้าทดแทน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลยในยุควิถีใหม่ พบว่า การที่ลูกค้าไปซื้อสินค้าอื่นทดแทนส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านลดลง ทั้งนี้อาจจะเพราะว่าลูกค้าอาจเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าทดแทนลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบความคุ้มค่าต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและอาจหันไปซื้อสินค้าทดแทนถ้าคุ้มค่ามากกว่า เช่น สินค้าชนิดอื่นหรือสินค้าสินค้าสำเร็จรูปในร้านอื่น เช่น กาแฟกระป๋อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Teerapnitroj (2017) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจต่อการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในชุมชนคลอง 6 จังหวัดปทุมธานี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ความหลากหลายของสินค้า (Variety) ผู้บริโภคส่วนมากจะพอใจที่จะเลือกซื้อสินค้าที่มีให้เลือกมากในรูปของสี กลิ่น รส ขนาดการบรรจุหีบห่อแบบลักษณะเนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องมีสินค้าหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า

2.1 ผู้ประกอบการที่มีเพศ ตำแหน่งงาน อายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่แตกต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งนี้อาจจะเพราะว่า เพศ ไม่เกี่ยวกับเป็นผู้ประกอบการไม่ว่าเพศก็อะไรสามารถเป็นผู้ประกอบการได้ ส่วนตำแหน่งงานไม่ผลในการประกอบการของธุรกิจส่วนตัวและอายุไม่สำคัญสามารถเรียนรู้ทักษะและพัฒนาได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Teerapnitroj (2017) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจต่อการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในชุมชนคลอง 6 จังหวัดปทุมธานี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ได้ให้ความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์ไว้คล้ายคลึงกันโดยกล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์หมายถึงข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล เช่น อายุ เพศ ศึกษา อาชีพ รายได้ สัมมนาและเชื้อชาติซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักนำมาพิจารณา

2.2 ผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ขาย มีความคิดเห็นแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ปรากฏผลทั้งนี้อาจจะเพราะว่าระดับปริญญาตรีมีความสามารถบริหารในการแข่งขันของธุรกิจมากกว่ามัธยมศึกษา/ปวช. ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ความสามารถในการบริหารมากกว่าในการแข่งขันของธุรกิจ กว่าอนุปริญญา/



ปวส. และปริญญาโท มีความคิดเห็นแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจมากกว่าปริญญาตรี ซึ่งปัจจุบันอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟอยู่ในระดับมาก และในอนาคตคาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจบริการในรูปแบบร้านกาแฟสูงขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yupolmoon (2017) ศึกษาเรื่องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพะเยามีผลต่อการดำเนินธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพะเยา และเครื่องมือที่ใช้ พบว่า อำนาจต่อรองของลูกค้าก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สร้างแรงกดดันต่อการแข่งขันเช่นกันการที่เราจะทราบว่ากลุ่มลูกค้ามีอำนาจแค่ไหน เราอาจดูได้จากการกำหนดราคาซื้อขายสินค้า เช่น ถ้าราคาสินค้าถูกกำหนดโดยกลุ่มลูกค้า หมายถึงว่าเมื่อเราจะตั้งราคาสินค้า เราจะนึกถึงลูกค้าว่าราคามันจะสูงเกินไปไหม ลูกค้าจะหันไปซื้อกับเจ้าอื่นหรือเปล่าในลักษณะนี้แสดงว่าลูกค้ามีอำนาจการต่อรองสูงหรืออีกกรณีหนึ่งคือลูกค้าสามารถจะขึ้นาร้านค้าที่มีราคาถูกกว่าที่ร้านเดิมได้ด้วย นี่ก็แสดงว่าลูกค้ามีอำนาจการต่อรองอยู่ในมือสูงเช่นกัน

2.3 ผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ พบว่า ด้านอุปสรรคจากการแข่งขันรายใหม่ มีความคิดเห็นแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาหารและชา และอื่นๆ ระดับมีความคิดเห็นแรงผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจมากกว่าจำหน่ายทุกอย่างที่เกี่ยวกับกาแฟ อาหารและเครื่องดื่มอื่นๆ และจำหน่ายกาแฟและเบเกอรี่ ทั้งนี้อาจจะเพราะว่ามีร้านรายใหม่ได้มีการขายอาหารและชาเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค จึงทำให้เกิดมีการแข่งขันผลักดันในการแข่งขันที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจมากกว่าจำหน่ายทุกอย่างที่เกี่ยวกับกาแฟ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sutthisawatsophon (2021) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการค้าเพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านเบเกอรี่ พบว่า ภัยคุกคามจากคู่แข่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ย่อมก่อให้เกิดความกังวลในด้านการแข่งขันของธุรกิจที่ทำให้เราต้องเสียทั้งทรัพยากรและพลังงาน ที่จะต้องมาคอยระวังว่าคู่แข่งรายใหม่นี้จะทำอะไร ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของเราอย่างไรได้บ้าง อีกทั้งคู่แข่งใหม่นั้นมักจะชอบนำเอาแนวทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทั้งทรัพยากรด้านคนและกำลังเงินเข้ามา เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางตลาด ซึ่งส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาด เช่น เมื่อมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาจะส่งผลให้ปริมาณสินค้าในตลาดเพิ่มขึ้น และส่งผลต่อราคาสินค้าที่จะเปลี่ยนแปลงไป ถ้ามีการพัฒนาอาจนำไปสู่ผลกระทบทางด้านราคาของสินค้านั้นได้ ถ้าหากที่ผู้มาใหม่ต้องประสบกับปัญหาอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดนั้นสูง จะส่งผลกระทบต่อให้เกิดภาวะคุกคามด้านคู่แข่งใหม่ ๆ ต่อผู้ประกอบการรายเดิมต่ำ เพราะสามารถมีภูมิคุ้มกันที่เกิดจากกลไกตลาดและภูมิคุ้มกันด้านกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการปกป้องตัวเองเพื่อให้ธุรกิจของตัวเองนั้นอยู่รอดได้

สรุป

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในยุควิถีใหม่ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย มี 5 ประการ ได้แก่ 1) ด้านอุปสรรคจากการแข่งขันรายใหม่ ธุรกิจร้านกาแฟมีรูปแบบหลากหลาย เช่น อาคารสถานที่ บริการ และราคาที่หลากหลาย ทำให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูงอยู่แล้ว ทำให้ยากต่อธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขัน 2) ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ขาย ปัจจุบันและในอนาคตคาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโต

ของธุรกิจบริการในรูปแบบร้านกาแฟสูงขึ้น 3) ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ ตามมาจากเพจ facebook และช่องทางโซเชียลต่างๆ 4) ด้านการแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรมเดียวกัน ธุรกิจร้านกาแฟมีการบริการที่ดีและมีการแนะนำสินค้าให้ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า 5) ด้านอุปสรรคจากสินค้าทดแทน การที่ลูกค้าไปซื้อสินค้าอื่นทดแทนส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านลดลง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ด้านอุปสรรคจากการแข่งขันรายใหม่ ธุรกิจรายใหม่อาจเข้ามาในตลาด ควรปรับปรุงร้านให้ทันสมัยและให้แตกต่างจากร้านอื่นสร้างความโดดเด่นดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการ

1.2 ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ขาย ธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่ปรับตัวยาก และโดยภาพรวมไม่สามารถที่จะขยายหรือต่อยอดเพื่อทำธุรกิจอื่น ควรรีโนเวทหรือปรับปรุงร้านใหม่ อาจทำเพื่อวัตถุประสงค์ด้านดีไซน์ มุ่งเน้นการตกแต่งร้านให้สวยงาม เข้ากับเทรนด์สมัยใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในยุคนั้น ๆ

1.3 ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ ลูกค้าบางส่วนจะติดต่อสอบถามโทรสอบถามแต่ไม่ได้มาซื้อสินค้าตามที่สอบถามไว้ มีมากถึง 30% ควรสร้างเพจเกี่ยวกับร้านธุรกิจร้านกาแฟ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงโปรโมชั่นที่ร้านที่จัดขึ้นในต้นแต่ละสัปดาห์และเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลวาเลนไทน์เทศกาลฮาโลวีนและเทศกาลคริสต์มาส

1.4 ด้านการแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรมเดียวกัน ธุรกิจร้านกาแฟ ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากรัฐบาลในการปรับปรุงกิจการ ให้ความรู้ใหม่ ๆ ในการดำเนินงาน ควรได้รับเงินสนับสนุนช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ มีการจัดโครงการการประกวดการแสดงสินค้าร้านกาแฟดีเด่นประจำจังหวัด เพื่อส่งเสริมการขายกาแฟ

1.5 ด้านอุปสรรคจากสินค้าทดแทน การมีสินค้าทดแทนจะทำให้ลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบความคุ้มค่าต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในธุรกิจร้านกาแฟ และอาจหันไปซื้อสินค้าทดแทน ถ้าคุ้มค่ามากกว่า เช่น สินค้าชนิดอื่นหรือสินค้าสำเร็จรูปในร้านอื่น (กาแฟกระป๋อง) ควรเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า โดยมีการทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเขตพื้นที่อื่นนอกเหนือจากเขตอำเภอเมืองเลย เพื่อให้อ้างอิงในการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟที่แตกต่างกันออกไปเพื่อให้ในส่วนของการวิเคราะห์ครอบคลุมในการวิเคราะห์เพิ่มเติมมากกว่านี้

2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคตเนื่องจากการศึกษารั้งนี้ได้เก็บข้อมูลของการลงทุนเพิ่มที่มีผลต่อกำไรของธุรกิจร้านกาแฟและเป็นการเก็บข้อมูลในปีเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วผลประกอบการที่เกิดจาก

การลงทุนไม่จำเป็นที่จะเกิดขึ้น ณ ปีเดียวกัน ซึ่งการเก็บข้อมูลให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือมากกว่านี้ น่าจะเป็นการเก็บข้อมูลต่อเนื่องทุกปี และกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกันด้วย

2.3 การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจแยกตามขนาดของธุรกิจร้านกาแฟที่มีความแตกต่างกัน เช่น ธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ มีข้อจำกัดเป็นเรื่องของการศึกษาโดยภาพรวมเป็นธุรกิจขนาดเล็กจึงเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการร้านกาแฟ การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากลยุทธ์สำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ขึ้นว่ามีความเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร

References

- Coffee Travelers Magazine. (2021). *Covid-19 and the impact of the coffee market in Thailand*. Retrieved September 17, 2021, from <https://coffeetravelermag.wixsite.com>
- Faculty of Dentistry, Chulalongkorn University. (2021). *Coffee*. Retrieved December 5, 2021, from <http://www.anatomy.dent.chula.ac.th/coffee.html>
- Food Intelligence Center Thailand. (2021). *coffee Business in Thailand*. Retrieved April 20, 2021, from <https://www.food-intelligence.de>
- GotoLoe. (2021). *Coffee Shops in Loei Province*. Retrieved January 5, 2022, from <https://gotoloei.com>
- Kasikorn Research Center. (2018). *How does the coffee shop business be managed to prosper*. Retrieved January 5, 2022, from <https://www.kasikornbank.com>
- Khangkhum C. (2021). *Goodies from coffee grounds*. Retrieved January 3, 2022, from <https://sites.google.com/site/prayochncakkakkafae>
- Khunthong, P. (2017). *Creating competitive advantages of guesthouse business in Muang District, Chiang Mai Province*. (Independent Study). Maejo University. Chiang Mai.
- Kongsat, S., & Thammawong, T. (2008). *Validation of the Tests (IOC)*. Retrieved March 8, 2022, from http://mcu.ac.th/site/articlecontent_desc.php?
- Mai-on, P. (2017). *Business strategy for dessert shop Case study of After You shop. (After You)*. (Independent Study). Thammasat University. Bangkok.
- Pairat, I. (2018). *Marketing Strategy Development of Pha Thon Na Muen Si Group, Na Yong District, Trang Province*. (Research Report). Suan Dusit University. Trang.
- Poltahan, N. et al. (2021). *The communication style New Normal that affects the change the way of life of people in the age of COVID-19*. (Research Report). Loei Rajabhat University. Loei.

- Ruangpraphan, C. (2022). *Basic statistics with analytical samples with Minitab SPSS and SAS Khon Kaen program, Khon Kaen University*. Retrieved March 8 , 2022 , from http://www.research-system.siam.edu/images/coop_HT
- Saksakulpornchai, P. (2011). *Economic assessment of the Thai furniture industry Compare competitors in ASEAN*. (Master's Thesis). Silpakorn University. Bangkok
- Sinjaru, T. (2012). *Researching and analyzing statistical data as well SPSS & AMOS*. (13th ed.). Bangkok: Business R&D.
- Sutthisawatsophon, N. (2021). *Trade strategies to increase competitive advantage of bakery business in Muang district Phayao Province*. (Master's Thesis). Phayao University. Phayao.
- Teerapnitroj, j. (2017). *Key factors in deciding on the use of internet cafe services In Khlong 6 community, Pathum Thani province in terms of marketing contributions*. (Master's Thesis). North Bangkok University. Bangkok.
- Yupolmoon, S. (2017). *Building a competitive advantage in the building materials retail business in Phayao Province affects the business of retailing construction materials in Phayao Province*. (Master's Thesis). Phayao University. Phayao.