ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง (café hopping) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

Factors Affecting the Selection of Cafe Hopping Services (café hopping) Among Thai tourists in the Gen Y Groups in Khlong San District, Bangkok

จุรีรัตน์ หนองหว้า[1*] ปรียา พรมแดน[2] ชลธิชา ทองพู[2]

Jureerat Nongwa[1*] Preeya Promdan[2] Chonthicha Thongphoo[2]

Corresponding Author's Email: jureerat@vru.ac.th

(Received: January 12, 2024; Revised: May 14, 2025; Accepted: May 21, 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง (café hopping) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ F-test หรือ One-way ANOVA ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า เป็นพนักงานภาครัฐและเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท และมีที่พักอาศัยปัจจุบันอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง คือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัย การเลือกใช้บริการ ร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y

Abstract

This quantitative research aims to: 1) to study factors affecting the selection of café hopping services among Thai tourists in the Gen Y group in Khlong San District, Bangkok; and 2) to compare factors affecting the selection of café hopping services among Thai tourists in the Gen Y group in Khlong San District, Bangkok. The sample consisted of 400 Thai Gen Y tourists, and the data was collected using a questionnaire. Descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation, as well as F-test (One-way ANOVA), were used for data analysis. The results indicated that the majority of respondents were female, single, with a bachelor's degree or equivalent, worked in the government or private sector, had a monthly income of 15,000–25,000 baht, and resided in Bangkok. Overall, the factors influencing the selection of café hopping services were rated at a high level. The most influential factor was personnel, followed by the physical environment and service processes. Hypothesis testing revealed that there were significant statistical differences in opinions about selection of café hopping services among Thai Gen Y tourists in Khlong San, Bangkok, based on their personal factors, with a significance level of .05.

[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

[2] นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

[1] Lecturer, Arts Program in Tourism Management, Faculty of Management Sciences Valaya Alongkorn Rajabhat University

[2] Bachelor's Students, Arts Program in Tourism Management, Faculty of Management Science Valaya Alongkorn Rajabhat University

Keywords: factors, service selection, café hopping, Thai tourists Gen Y groups

ความเป็นมาของปัญหา

ในประชากรทั่วโลกที่มีกว่า 7 พันล้านคน นักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y หรือ Gen Y เป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมากที่สุดในโลก โดยมีประชากรมากถึง 1,800 ล้านคนจากทั่วโลก ซึ่งคิดเป็น 23% ของประชากรทั้งหมดและทวีปเอเชียเป็น 1 ใน 4 ทวีป ที่มีประชากร กลุ่ม Millennials มาเป็นอันดับต้นของโลก ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1980-2003 ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี นับเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งที่นักการตลาดให้ความสำคัญและกำลังจะกลายมาเป็นกลุ่มหลักในการผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งลักษณะความชื่นชอบในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y นั้น Social Media ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และใช้ Social Media ในการแชร์รูปภาพ รีวิว หรือใช้เล่าเรื่องราวในการออกเดินทางแต่ละครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y ยังใช้ สื่อออนไลน์ต่างๆ ในการวางแผนการท่องเที่ยวติดตามรีวิวสถานที่ที่ตัวเองสนใจ หรือการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (DIGITORY, 2023) ซึ่งเทรนด์การท่องเที่ยวแบบ “คาเฟ่ฮอปปิ้ง (café hopping)” เป็นอีกหนึ่งเทรนด์การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่สามารถตอบโจทย์ต่อลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว กลุ่ม Gen Y โดยการท่องเที่ยวแบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง (café hopping) เป็นการผสมผสานระหว่างของคำว่า “Café (ร้านกาแฟ)” กับ “Hopping (การกระโดด)” ซึ่งเป็นคำศัพท์ ที่ใช้บัญญัติกิจกรรมของคนรุ่นใหม่ โดยมีความหมายว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และเลือกร้านกาแฟสำหรับการซื้อเครื่องดื่ม ทานอาหารหรือถ่ายรูปมาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผน การท่องเที่ยว ในครั้งนั้นๆ หรือคนที่ชอบเดินทางไปร้านคาเฟ่เป็นประจำ โดยจะมีการเดินทางไปร้านคาเฟ่หลายๆ ร้านภายในวันเดียว และไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นคนที่ชื่นชอบดื่มกาแฟเป็นหลัก (นพรัตน์ จิตพงศ์สถาพร, 2565) ซึ่งจะเรียกกลุ่มคนประเภทนี้ว่า “คาเฟ่ ฮอปเปอร์” เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เป็นแบบขาจร จะมาใช้บริการเพียง 1-2 ครั้ง จากนั้น จะเดินทางไปร้านอื่นที่กำลังอยู่ในกระแสนิยม หรืออยู่ในเทรนด์ปัจจุบัน ทำให้คาเฟ่ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของคนไทย (ธนวัฒน์ เพชรพันธ์, 2564) โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เขตคลองสาน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะกับการท่องเที่ยวแบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง เนื่องจากมีธุรกิจร้านคาเฟ่ที่กำลังเป็นที่นิยมหลายแห่ง

โดยเขตคลองสาน เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครอง ของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตกรุงธนบุรี หรือ ‘ฝั่งธนฯ’ ถือเป็นเขตอนุรักษ์เมืองเก่า และเป็นต้นแบบของการเป็นย่านที่อยู่อาศัยเป็นแบบดั้งเดิมอันอุดมสมบูรณ์มาอย่างยาวนาน และมีการพัฒนาโครงการต่างๆ ในเขตคลองสานจนเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ แบบก้าวกระโดด (สำนักงานเขตคลองสาน, 2566) มีการผลักดันพื้นที่ให้เป็นพื้นที่เชิงพาณิชยกรรมมากขึ้น เนื่องจากมีศูนย์การค้าสำคัญอย่าง ICONSIAM และเส้นทางการคมนาคมรถไฟฟ้าหลายสาย เช่น รถไฟฟ้าสายสีทอง เป็นต้น (เกริก บุณยโยธิน, 2563) จึงทำให้เขตคลองสานสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างชาติ หรือคนกลุ่ม Generation Y เพราะมีร้านคาเฟ่ที่กำลังเป็นที่นิยมใน Social Media ซึ่งมีมากกว่า 10 ร้าน เป็นการอัปเดทความนิยมล่าสุดในปี 2022 และยังมีร้านคาเฟ่เปิดใหม่อยู่ตลอดเวลา โดยแต่ละร้านจะมีการตกแต่งร้านคาเฟ่ที่มีความแตกต่างกันหรือมีร้านคาเฟ่ชื่อดังจากต่างประเทศเข้ามาเปิดร้านใหม่ ซึ่งแต่ละร้านจะมีการตกแต่งร้านให้มีจุดถ่ายรูปที่หลากหลาย เพื่อเป็นการดึงดูดนักเที่ยวที่ชอบการถ่ายรูป จึงเหมาะกับการท่องเที่ยวแบบ “คาเฟ่ฮอปปิ้ง” ที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปร้านคาเฟ่หลายร้านภายในวันเดียว (MEEKAO, 2022)

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบ คาเฟ่ฮอปปิ้ง (café hopping) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการ และเพื่อให้ธุรกิจคาเฟ่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการท่องเที่ยวให้มั่นคงยั่งยืนต่อไป เช่น การส่งเสริมธุรกิจคาเฟ่ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การออกแบบให้ร้านเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของคลองสานด้วยการใช้แนวคิด Cultural Café ที่สะท้อนประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมของพื้นที่ และการส่งเสริมให้คาเฟ่ในคลองสานใช้วัตถุดิบจากชุมชน หรือร่วมมือกับคนในพื้นที่ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับคาเฟ่แต่ละแห่ง

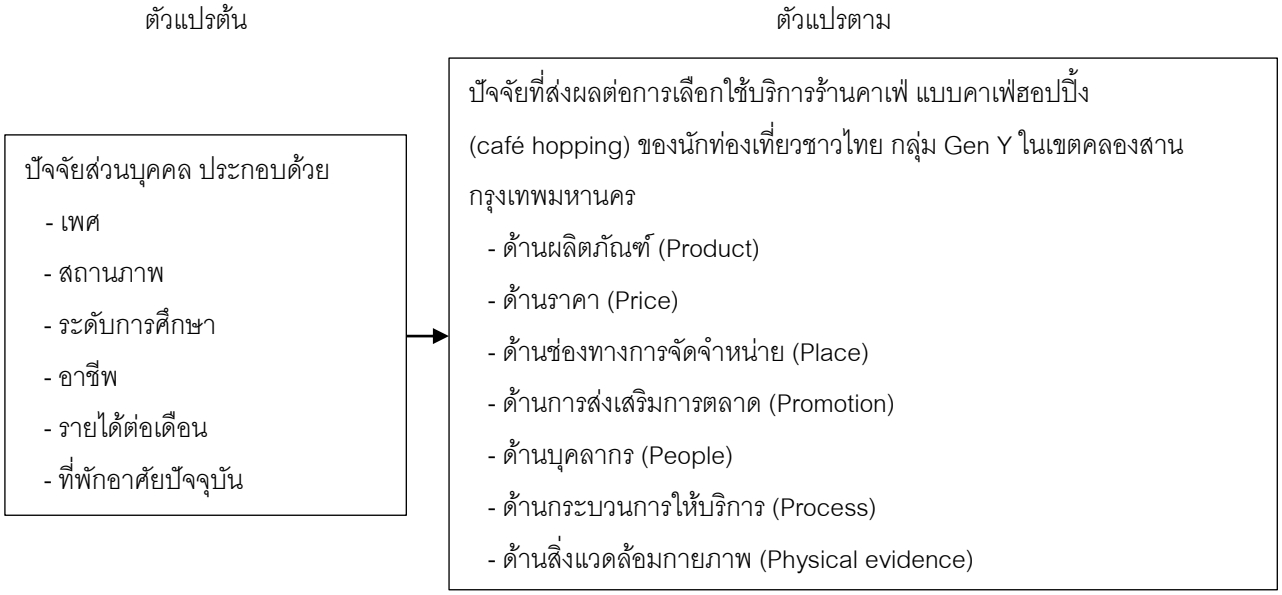
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานในการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ที่มีปัจจัย ส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการ ร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ประเภทของการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

2. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ที่เลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร และเนื่องจากประชากรมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวน ที่แน่นอน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณ ได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ .05 และได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และทำการสุ่มขนาดตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งจะเป็นการสุ่มจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y ที่มีอายุระหว่าง 20 - 43 ปี ที่เลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

3. **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล**

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่พักอาศัยปัจจุบัน เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check

list) 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ความหลากหลาย รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ความสะอาด ความสร้างสรรค์ของอาหารและเครื่องดื่ม ด้านราคา (Price) หมายถึง ราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพ ปริมาณ และบรรยากาศของร้าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ทำเลที่ตั้งที่เดินทางสะดวก เข้าถึงง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น สะสมแต้ม การโฆษณาผ่านสื่อ Facebook, Instagram, TikTok ด้านบุคลากร (People) หมายถึง พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ บริการสุภาพ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง การตกแต่งร้านที่สวยงาม บรรยากาศดี มีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และ 3) ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ที่ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลแบบอิสระ โดยการเขียน แบบพรรณนา

4. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) การทดสอบความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหา โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของเนื้อหากับจุดประสงค์ที่กำหนด (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน มีค่าเท่ากับ 0.90 โดยผู้วิจัยเลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่าคะแนนตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป และนำข้อบกพร่องต่างๆ มาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล (สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2551) และ 2) การทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน และได้ ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 จากนั้นนำไปเก็บข้อมูลกับ กลุ่มตัวอย่าง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ข้อมูลแบบทุติยภูมิ ซึ่งได้จากการศึกษาเอกสาร ตำรา สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง และ 2) ข้อมูลแบบปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีการเก็บออนไลน์ (Online) จำนวน 200 ชุด โดยใช้ Google forms และแจกแบบสอบถามผ่าน Social media เช่น Facebook, LINE เพื่อความสะดวกกับกลุ่มตัวอย่าง และเก็บข้อมูลในพื้นที่ (Offline) จำนวน 200 ชุด โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยว ที่กำลังใช้บริการร้านคาเฟ่ ในเขตคลองสาน โดยกระจายเก็บข้อมูลและเลือกร้านคาเฟ่ยอดนิยมในคลองสาน เช่น คาเฟ่ที่ได้รับการรีวิวสูงบน Social media ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลแบบผสมนี้เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล และลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างมีความสะดวกในการตอบแบบสอบถามทางออนไลน์มากขึ้น

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ส่วนที่เป็นข้อคำถามด้านปัจจัยส่วนบุคคล รูปแบบแบบตรวจสอบรายการ (Check list) โดยหาค่าความถี่ และสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ด้านการจัดการคนหรือพนักงาน (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical evidence) ในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างด้วย F-test หรือ One-way ANOVA และใช้มาตรวัดของ Likert (1961) คือ 4.21-5.00 มากที่สุด, 3.41–4.20 มาก, 2.61–3.40 ปานกลาง, 1.80 –2.60 น้อย, 1.00–1.80 น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ: หญิง	228	57.00
2. สถานภาพ: โสด	265	66.30
3. ระดับการศึกษา: ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	264	66.00
4. อาชีพ: พนักงานภาครัฐ และเอกชน	135	33.80
5. รายได้ต่อเดือน: 15,000 – 25,000 บาท	173	43.30
6. ที่พักอาศัยปัจจุบัน: เขตกรุงเทพมหานคร	247	61.80

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นพนักงานภาครัฐและเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท และมีที่พักอาศัยปัจจุบันอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 แสดงผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ผลรวมทั้ง 7 ด้าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง (café hopping)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	0.58	มาก
2. ด้านราคา	4.09	0.60	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	0.62	มาก
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.01	0.67	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.22	0.58	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.16	0.55	มาก
7. ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ	4.19	0.60	มาก
รวม	4.14	0.49	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง (café hopping) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.58) รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.60) และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.16, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานและค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ	ระดับการศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	ที่พักอาศัยปัจจุบัน
	(p)	(p)	(p)	(p)	(p)	(p)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.37	0.08	0.02*	0.02*	0.40	0.00*
2. ด้านราคา	0.10	0.10	0.01*	0.00*	0.81	0.00*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.42	0.29	0.02*	0.15	0.85	0.00*
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.01*	0.01*	0.06	0.00*	0.13	0.00*
5. ด้านบุคลากร	0.46	0.00*	0.01*	0.03*	0.79	0.01*
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.34	0.24	0.02*	0.02*	0.93	0.02*
7. ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ	0.27	0.01*	0.10	0.38	0.44	0.03*

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ: p - value แทนค่า ความน่าจะเป็นที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า การเปรียบเทียบปัจจัย ส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร พบว่า

1. เพศต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสานกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ เพศทางเลือกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มากกว่าเพศชายและเพศหญิง

2. ระดับการศึกษาต่างกัน ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรและด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มากกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร มากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และในส่วนระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ มากกว่าระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

3. สถานภาพต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ สถานภาพมีครอบครัว (ไม่มีลูก) ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าสถานภาพโสด ส่วนสถานภาพ มีครอบครัว (ไม่มีลูก) ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าสถานภาพโสดและมีครอบครัว (มีลูก)

4. อาชีพต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ อาชีพนักศึกษาและค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าอาชีพพนักงานภาครัฐ และเอกชน และรับจ้าง/ฟรีแลนด์ ส่วนอาชีพนักศึกษา พนักงานภาครัฐ และเอกชน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง/ฟรีแลนด์ ให้ความสำคัญ

กับปัจจัยด้านราคา มากกว่าอาชีพอื่นๆ ส่วนอาชีพนักศึกษาและค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากกว่าอาชีพพนักงานภาครัฐ และเอกชน และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มากกว่าอาชีพอื่นๆ

5. รายได้ต่อเดือนต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ในทุกด้านไม่ต่างกัน

6. ที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ในทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ที่พักอาศัยปัจจุบัน ในเขตปริมณฑลและจังหวัดอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ มากกว่าเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเลือกใช้บริการเพราะอาหาร ขนม และเครื่องดื่ม มีความสะอาด ถูกหลักอนามัย อาหาร ขนม และเครื่องดื่ม มีรายการ ให้เลือกหลากหลาย และ อาหาร ขนม และเครื่องดื่ม มีรสชาติดี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เมื่อเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ ย่อมนึกถึงเรื่องของอาหาร ขนม และเครื่องดื่มที่อยู่ภายในร้าน โดยให้เรื่องของความสะอาด ถูกหลักอนามัยเป็นสำคัญ รองลงมาคือมีเมนูให้เลือกหลากหลาย และมีรสชาติที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร ลีลอย (2564) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเมนูอาหาร ขนม เครื่องดื่ม ให้หลากหลายมากขึ้น ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีความสะอาด ปรุงอาหารถูกหลักอนามัย และให้ความสำคัญกับความอร่อยและสร้างสรรค์

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเลือกใช้บริการ เพราะมีระบบการชำระเงินที่หลากหลายช่องทาง เช่น Online/Credit/Debit ราคาของสินค้ามีความหลากหลาย และราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับบรรยากาศของร้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิธญา ตรังคิณีนาถ และ คณะ (2565) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค พบว่า ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม และระบบการชำระเงินที่หลากหลายเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการคาเฟ่ในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการคาเฟ่ซ้ำอีกครั้ง ผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ควรมีการกำหนดราคาสินค้าของร้านคาเฟ่ให้เลือกหลายราคาเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าที่มีความต้องการแตกต่างกัน และราคาของสินค้าที่ลูกค้าจะต้องจ่ายมีความเหมาะสมกับบรรยากาศและองค์ประกอบต่างๆ ของร้าน รวมถึงมีระบบการชำระเงินที่หลากหลายที่อำนวยความสะดวกต่อลูกค้าโดยใช้การสแกนผ่านโทรศัพท์ซึ่งเป็นที่นิยมมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องตามยุคสมัยและเพื่อตอบโจทย์ในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยว มีการเลือกใช้บริการเพราะมีสถานที่ตั้ง สะดวกต่อ การเดินทาง สถานที่ตั้ง มีความโดดเด่น อยู่ในแหล่ง ที่มีความเจริญและทันสมัย และสถานที่ตั้ง สามารถเดินทางได้หลากหลายเส้นทาง กล่าวคือ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต้องการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ในแหล่งที่มีความเจริญเข้าถึงแล้ว เดินทางง่าย ไม่ยุ่งยาก ไปได้หลากหลายเส้นทาง และร้านคาเฟ่นั้นๆ จะต้องมีความโดดเด่น มองเห็น ได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มุกดาวรรณ โกมุทพงศธร (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจร้านคาเฟ่ควรมีการอำนวยความสะดวกเรื่องสถานที่ เช่น มีป้ายบอกร้านที่ชัดเจน เดินทางสะดวก และเมื่อมีลูกค้า

จำนวนมาก ทางร้าน ควรเพิ่มสถานที่จอดรถให้เพียงพอกับจำนวนรถของลูกค้า เพื่อความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการกับทางร้าน เป็นต้น

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยว มีการเลือกใช้บริการเพราะมีการสร้างการรับรู้ ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook / Youtube / Tiktok / Instagram/Twitter มีการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เช่น ช่วงเทศกาลต่างๆ เป็นต้น และมีโปรแกรมส่งเสริมการขาย เช่น บัตรสมาชิก คูปองสะสมแต้ม ส่วนลด เป็นต้น กล่าวคือ ปัจจุบันมีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์เป็นจำนวนมาก รวมไปถึงเรื่องร้านคาเฟ่ ซึ่งเป็นที่นิยมในการท่องเที่ยวแบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง รวมถึงการจัดกิจกรรมหรือมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจในช่วงเทศกาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทกานต์ กัสปะ และ คณะ (2566) เรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการแสวงหาข้อมูล โดยสอบถามจากเพื่อนหรือคนรู้จักที่เคยมาคาเฟ่ดูรีวิวจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Instagram หรือจากเว็บไซต์แนะนำร้านคาเฟ่ ผู้ประกอบการควรมีการปรับรูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้เข้ากับกระแสที่กำลังเป็นที่นิยม ณ ช่วงเวลานั้น และควรมีการจัดโปรโมชั่นให้เข้ากับเทศกาลในแต่ละเดือนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ ร้านคาเฟ่มากขึ้น

5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเลือกใช้บริการ เพราะพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงาน มีการให้บริการ ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และพนักงาน มีความรู้และความสามารถในการให้บริการ กล่าวคือ ความประทับใจของนักท่องเที่ยว นอกจากรายการอาหาร ขนม และเครื่องดื่ม หรือความสวยงามของร้านแล้ว พนักงานที่ให้บริการก็เป็นส่วนสำคัญในการเลือกใช้บริการเช่นกัน ซึ่งจะต้องมีใจรักบริการและมีความเป็นมืออาชีพ ในงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพร แสงเล้า, ชัชชญา ยอดสุวรรณ และ ปิยธิดา เพียรลุประสิทธิ์ (2566) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า มีการจัดอบรมพนักงาน อย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะได้พัฒนาความสามารถ ทักษะ และศักยภาพในการให้บริการของพนักงานให้มีมาตรฐานและมีคุณภาพ พร้อมที่จะให้บริการแก่ผู้บริโภค

6. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเลือกใช้บริการเพราะกระบวนการสั่งซื้อ มีความสะดวกไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการส่งมอบสินค้าและบริการที่ถูกต้อง และขั้นตอนการบริการมีความชัดเจน และต่อเนื่องเป็นไปตามที่กำหนด กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความสนใจสินค้าภายในร้านแล้ว ต้องการจะสั่งซื้อ ก็อยากให้มีกระบวนการที่ง่ายดาย รวดเร็ว และถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทอฝัน ยางสูง (2564) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มกาแฟ ร้านคาเฟ่อเมซอน สาขาศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ พบว่า ด้านกระบวนการ มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบธุรกิจ และนักการตลาด ควรเน้นเรื่องกระบวนการขั้นตอน ในการสั่งซื้อที่ไม่ซับซ้อน สะดวก รวดเร็ว ส่งมอบสินค้าที่รวดเร็วถูกต้อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้บริโภคให้มากที่สุด

7. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยว มีการเลือกใช้บริการเพราะมีการตกแต่งร้านที่สวยงามให้บรรยากาศที่ดี มีความสะอาดทั้งภายในและภายนอกของร้าน เช่น อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ เป็นต้น และมีความเหมาะสมของการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ในการให้บริการ เช่น มี WiFi ฟรีให้บริการ, มีที่นั่งสะดวกสบาย เป็นต้น กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะต้อง มีการประเมินว่าร้านคาเฟ่ในแต่ละร้าน ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบ โดยการเข้าไป ใช้บริการด้วยตัวเอง ข้อมูลประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ หรือหาข้อมูลจากรีวิวของลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้บริการ ว่าตกแต่งร้านอย่างไร สวยงาม สะอาดสะอ้าน น่าสนใจ มากน้อยแค่ไหน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ ธนาภรณ์ ทิมคล้าย (2564) เรื่อง กระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้านคาเฟ่ ของประชากรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่ ควรให้ความสำคัญกับ การออกแบบและตกแต่งร้านหรือบรรยากาศของร้าน เช่น มีการจัดสรรที่นั่งรับรองลูกค้าทั้งด้านในและด้านนอก ของร้านอย่างเพียงพอ มีการตกแต่งร้านอย่างมีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นแตกต่างจากร้านอื่น เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับ “บุคลากร” มากที่สุด รองลงมาคือ “สิ่งแวดล้อมกายภาพ” และ “กระบวนการให้บริการ” ตามลำดับ นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และที่พักอาศัย มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นรายได้ที่ไม่มีผลแตกต่างกัน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการควรเน้นการพัฒนาทักษะบุคลากร การออกแบบร้านที่ดึงดูดใจ และกระบวนการบริการที่สะดวก รวดเร็ว เพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย Gen Y ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1.1 จากผลการวิจัยจากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรนำข้อมูลเชิงลึกจากความต้องการของกลุ่ม Gen Y ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการบริการ ดังนี้

1) ด้านบุคลากร (People) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะการบริการที่ดี รู้จักวิธีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างสุภาพ และสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y ที่มักให้ความสำคัญกับการบริการที่มีคุณภาพ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ

2) ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical evidence) ผู้ประกอบการควรพัฒนาและออกแบบร้านให้มีบรรยากาศที่น่าดึงดูดและสะดวกสบาย เช่น การตกแต่งร้านที่เหมาะสมกับกลุ่ม Gen Y ที่ชื่นชอบความทันสมัยและอินเทรนด์ รวมถึงการดูแลความสะอาดและบรรยากาศในร้านอย่างสม่ำเสมอ หรือมีการจัดตกแต่งร้านให้เข้ากับเทศกาลต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

3) ด้านกระบวนการ (Process) ผู้ประกอบการควรมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการให้บริการให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดการคำสั่งซื้อ การจัดการคิว การชำระเงิน หรือการนำเสนอเมนู ควรทำให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายและไม่ต้องรอนาน และควรมีการปรับกระบวนการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าที่มีเวลาจำกัด

1.2 จากผลเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อ การเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง โดยภาพรวมแตกต่างกัน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของกลุ่ม Gen Y ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ผู้ประกอบการควรนำข้อมูลเชิงลึกจากพฤติกรรมของกลุ่ม Gen Y ไปใช้ในการวางแผนการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการบริการเพื่อให้สามารถออกแบบบริการและโปรโมชั่นที่ตอบโจทย์ลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างตรงจุด ผู้ประกอบการจึงควรมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนบริการและกลยุทธ์การตลาดตามการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า เช่น การปรับเมนูให้สอดคล้องกับกระแสการบริโภคของกลุ่ม Gen Y หรือการพัฒนาเทคโนโลยีในการสั่งซื้อและบริการที่เหมาะสมกับวิถีชีวิต

ของคนกลุ่มนี้ ารนำข้อมูลเหล่านี้มาวางแผนและดำเนินการจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดและบริการที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย Gen Y ได้อย่างตรงจุด เพิ่มโอกาสในการดึงดูดและรักษาลูกค้ากลุ่มนี้ให้มีความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 หน่วยงานภาครัฐและองค์กรด้านการท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวแบบคาเฟ่ฮอปปิ้งและควรสนับสนุนให้ร้านคาเฟ่ในพื้นที่เดียวกันร่วมมือกันสร้างเส้นทางคาเฟ่ฮอปปิ้งที่มีเอกลักษณ์และเป็นระบบ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น

2.2 หน่วยงานภาครัฐและองค์กรด้านการท่องเที่ยว เช่น กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการจัดอบรมและให้คำปรึกษาด้านการตลาดออนไลน์และการบริหารจัดการร้านเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการร้านกาแฟสามารถปรับตัวและพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ในการทำตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาข้อมูลตลาดร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานสามารถติดตามแนวโน้มและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำและทันสมัย ช่วยให้วางแผนกลยุทธ์การตลาดและการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่น เช่น การเก็บแบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาใช้บริการร้านคาเฟ่ ในรูปแบบอื่นๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงทำให้ มีการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่สามารถนำมาใช้ในการทำแบบสอบถามเพิ่มเติมในงานวิจัยได้

2. ควรมีการทำวิจัยที่เกี่ยวกับแนวกลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวร้านคาเฟ่ในรูปแบบใหม่ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจประเภทร้านคาเฟ่กำลังมีการเติบโตและการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น จนทำให้มีการเพิ่มขึ้นของเทรนด์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ซึ่งทำให้มีร้านคาเฟ่ ที่เปิดใหม่และที่ปิดตัวลงไปหลายร้าน จึงต้องมีการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจร้านคาเฟ่ให้มีความมั่นคง และดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เกริก บุณยโยธิน. (2563). PropStat Exclusive: บทวิเคราะห์ศักยภาพทำเลเจริญนคร – ท่าดินแดง. สืบค้นจาก https://propholic.com/prop-stat/chareonnakhonciela/

จันทกานต์ กัสปะ, นุชนาถ ศรีรักษา, สุนิสา นาที และ ปวริศา เลิศวิริยะประสิทธิ์. (2566). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 9*(1), 38.

จิธญา ตรังคิณีนาถ, นฤมล ลาภธนศิริไพบูลย์, ยลชนก ขวดพุทรา และ ปาณิศา วิชุพงษ์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค. *วารสารนวัตกรรมธุรกิจการจัดการและสังคมศาสตร์, 3*(1), 43.

ทอฝัน ยางสูง. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

ทศพร ลีลอย. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ กลางทุ่งนา* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.

ธนาภรณ์ ทิมคล้าย. (2564). *กระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้านคาเฟ่ของประชากรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

ธนวัฒน์ เพชรพันธ์. (2564). CAFE HOPPING กับการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/photo/?fbid=1339609976410049&set=a.488377858199936.

นพรัตน์ จิตพงศ์สถาพร. (2565). Café Hopping งานอดิเรกยอดฮิตติดเทรนด์ที่ทำให้คาเฟ่เป็นได้มากกว่าร้านขายกาแฟ. สืบค้นจาก https://www.creativethailand.org/view/article-read?article_id=33657.

มุกดาวรรณ โกมุทพงศธร. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ในจังหวัดอุบลราชธานี* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

วราพร แสงเล้า, ชัชชญา ยอดสุวรรณ และ ปิยธิดา เพียรลุประสิทธิ์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. บทความนำเสนอ ณ *การประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 22* "ชีวิตวิถีใหม่ของการศึกษาในสังคมดิจิทัล", มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2551). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.* กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์.

สำนักงานเขตคลองสาน. (2566). ข้อมูลพื้นฐานจังหวัด. สืบค้นจาก https://webportal.bangkok.go.th/khlongsarn

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons

DIGITORY. (2023). GEN Y คืออะไร เจาะอินไซต์ทำงาน กับ GEN Y ยังไงให้แฮปปี้. สืบค้นจาก https://digitorystyle.com/gen-y-working-style/

Likert, R. (1961). *New Patterns of Management.* New York: McGraw-Hill Book Company Inc.

MEEKAO. (2022). 18 คาเฟ่ ร้านกาแฟ ย่านเจริญนคร คลองสาน หยุดงานแล้วตามไปชิล. สืบค้นจาก https://food.trueid.net/detail/drz8aN54YnbA.