

การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ
ประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
The Designing of Tourism Route for Niche Tourist's Interesting in Beverage
and Bakery in Mueang District, Khan Kane Province

ชลดา สุวรรณไชยรบ¹ พงศ์หิรัญย์ ปิยภิญโญภาพ² และเมษธาวิณ พลโยธีย์³

^{1,2} นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

^{1,2} Bachelor Student in Department of Business Administration Program in Tourism Industry Management,
Faculty of Business Administration and Accounting, Khon Kaen University

³ Lecturer of Faculty of Business Administration and Accounting Program, Khon Kaen University

E-mail: chollada.su@kkumail.com, ponghirun@kkumail.com, maytpo@kku.ac.th

Received: Oct 22, 2022; Revised: Sep 1, 2022; Accepted: Sep 16, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ เสนอแนะและออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่และนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ จำนวน 400 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลตามระดับความคิดเห็นของพฤติกรรม ผลการวิจัยพบว่า ร้านที่มีจำนวนผู้เคยไปใช้บริการสูงที่สุดคือร้าน จัสพอลโล่เดอะโกท โดยผู้ให้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงาน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนช่วง 10,001-15,000 บาท

ตามวัตถุประสงค์ตามข้อที่ 1 ด้านวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการ จึงสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน ผู้จัดทำจึงได้ทำการเสนอแนะและออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นวัตถุประสงค์ตามข้อที่ 2 ของทั้งสองกลุ่มข้างต้น เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของสองกลุ่มได้อย่างตรงจุด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและยังเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จให้กับร้านค้าอีกด้วย โดยความแตกต่างทั้งสองเส้นทางนี้ คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จะมีจุดเด่นของแต่ละร้านคือมีจุดเช็คอินสำหรับนักท่องเที่ยวสายคาเฟ่ ที่มักจะเดินทางไปคาเฟ่ที่หลากหลาย ไม่ซ้ำกันในเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักศึกษาจะมีจำนวนร้านที่มากกว่าอีกกลุ่มหนึ่ง เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มนี้มีความต้องการที่จะเดินทางไปยังหลายร้าน เพื่อที่จะเช็คอินให้ครบ และกลุ่มวัยทำงาน จุดเด่นคือความสะดวกสบาย บรรยากาศของร้านไม่วุ่นวายเท่าใดนัก เหมาะสำหรับการเป็นสถานที่สำหรับพูดคุย ติดต่อกัน หรือผ่อนคลาย ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานได้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการความสะดวกสบาย บรรยากาศร้านนี้ไม่มีวุ่นวายจนเกินไป

คำสำคัญ: เส้นทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวความสนใจเฉพาะ เครื่องดื่มและเบเกอรี่

Abstract

The objectives of this study and analyze the behavior and needs of tourist with specific interests: beverage and bakery types, to suggest and design tourist routes for tourists with specific interests: beverages and bakery types in Mueang District, Khon Kaen Province. The samples used in this study were beverage and

bakery shop users and tourists with a specific interest in 12 beverages and bakeries, 400 samples collected using questionnaires. The results showed that of all beverage shops and bakeries, The shop with the highest number of visitors is Just Follow the Goat, with most drinks and bakery users being more female than other genders. Aged between 21- 30 years old, single status, undergraduate degree or equivalent Student careers have an average monthly income of 10,001-15,000 baht.

By behavior and needs. Therefore, tourists can be divided into two main groups, student groups and working age groups The organizer has designed a travel route for tourists with specific interests: Beverage and bakery category in Muang District, Khon Kaen Province of the above two groups in order to be able to meet the different needs of the two groups exactly to satisfy tourists and also increase the chances of success for the shop as well. The difference between these two routes is student/student group The highlight of each shop is that there is a check-in point for café hopping tourists who tend to go to various cafes. Unique, there are more shops in the student travel itinerary than the other group. Due to the behavior of this group, there is a need to travel to many shops. in order to complete the check-in and working age groups The highlight is convenience. The atmosphere of the shop is not too busy. Suitable for a place to talk, contact work or relax, which can meet the needs of tourists of working age groups. This group of tourists needs comfort. The atmosphere here is not too busy.

Keywords: Tourism route, Niche tourist, Beverage and bakery

บทนำ

ปัจจุบันกาแฟถือได้ว่าเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วโลก ประชาชนนิยมบริโภคในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ปริมาณความต้องการใช้กาแฟของโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560/2561 มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ 1.06% โดยประเทศที่มีความต้องการกาแฟมากที่สุด ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา บราซิล ญี่ปุ่น ตามลำดับ รวมคิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 64% ของความต้องการทั้งหมด กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2562) ได้วิเคราะห์ว่า ในปี พ.ศ. 2562 ธุรกิจกาแฟเป็นธุรกิจที่เติบโตเพิ่มมากขึ้น จากปี พ.ศ. 2560 – 2561 และความต้องการบริโภคกาแฟของประชากรทั่วโลกยังมีการเพิ่มขึ้น แต่กำลังในการผลิตกลับลดลง โดยในปี 2561 ความต้องการใช้เมล็ดกาแฟอยู่ที่ 95,000 ตันต่อปี แต่ภายในประเทศผลิตได้เพียง 23,617 ตัน จึงต้องนำเข้าถึง 68,616 ตัน หรือคิดเป็น 72% เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ จะเห็นได้ว่าตลาดกาแฟทั้งในประเทศและต่างประเทศยังสามารถขยายตัวได้อีกมาก หากผู้ผลิตสามารถพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิต รวมทั้งพัฒนาคุณภาพกาแฟให้มีมาตรฐานแล้ว จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายโอกาสทางการตลาดได้เพิ่มขึ้น

จากสถิติการเติบโตของอุตสาหกรรมกาแฟธุรกิจขายส่งกาแฟ ข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้แสดงให้เห็นว่าในปี พ.ศ.2559 ได้มีการจดทะเบียนตั้งธุรกิจเกี่ยวกับการขายส่งกาแฟ โกโก้ และชา ที่เพิ่มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมา ซึ่งมีสาเหตุมาจากพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่มีบริโภคกาแฟมากขึ้น ประกอบกับการขยายตัวของธุรกิจร้านขายกาแฟที่มีจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในเขตเมืองและต่างจังหวัด เช่น ตามสถานีบริการน้ำมัน และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ความนิยมที่สูงขึ้นในการบริโภคกาแฟนำไปสู่ธุรกิจร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ โดยร้านกาแฟในปัจจุบันจะไม่ได้มีเพียงเมนูกาแฟเพียงอย่างเดียว แต่จะมีเมนูอื่นๆ ที่ไม่ได้มีกาแฟเป็นส่วนประกอบ เช่น ชาเขียว ชาผลไม้ นมสด ฯลฯ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายขึ้น รวมถึงมีการจำหน่ายเบเกอรี่ซึ่งเป็นเครื่องเคียงที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีกับเครื่องดื่มต่างๆ โดยร้านค้าหรือธุรกิจนี้จะมีชื่อเรียกว่า “คาเฟ่” (Café) โดยธุรกิจกาแฟในปัจจุบัน เป็นธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม ทั้งด้านผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยสังเกตได้จากมีธุรกิจกาแฟเปิดให้บริการอย่างครอบคลุมในหลายพื้นที่ รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคเครื่องดื่มและเบเกอรี่

มีจำนวนที่สูงด้วยเช่นกัน ดังนั้นการมีความเข้าใจแนวทางในด้านการตลาด และการพัฒนาธุรกิจร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด จึงเป็นสิ่งที่สำคัญเพื่อที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

สถิติร้านอาหารปี 2019 พบว่ามีร้านอาหารเปิดใหม่จำนวน 70,149 ร้าน เพิ่มขึ้นจากปี 2018 ถึง 2 เท่า โดยประเภทของร้านอาหารที่เปิดใหม่มากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ ร้านกาแฟ และ คาเฟ่ 17,000 ร้าน มีการเติบโตคิดเป็น 81% ร้านอาหารไทย & อาหารตามสั่ง 16,000 ร้าน มีการเติบโตคิดเป็น 111% ร้านก๋วยเตี๋ยว 5,700 ร้าน มีการเติบโตคิดเป็น 58% ร้านอาหารอีสาน 4,000 ร้าน มีการเติบโตคิดเป็น 82% ร้านสตรีทฟู้ด 3,800 ร้าน มีการเติบโตคิดเป็น 58% จากข้อมูลของ Wongnai ชำตันจะพบว่าร้านกาแฟและคาเฟ่ที่เปิดใหม่ในปี 2019 มีมากถึง 17,000 ร้าน ซึ่งเพิ่มจากปีที่ผ่านมาถึง 81% (ยังไม่นับร้านที่ไม่อยู่ในระบบของ Wongnai) ซึ่งตัวเลขเหล่านี้ก็แสดงให้เห็นว่าธุรกิจร้านกาแฟและคาเฟ่มีการเติบโตที่สูงมากอันมีสาเหตุมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภค (Wongnai, 2563)

การเติบโตของธุรกิจกาแฟยักษ์ใหญ่ในประเทศไทย จากข้อมูลกล่าวว่า คาเฟ่ยักษ์ใหญ่อ่าง คาเฟ่เมซอนที่กินส่วนแบ่งมากถึง 40% ของตลาดร้านกาแฟ คาดว่าภายในปี พ.ศ.2568 จะมีคาเฟ่เมซอน 5,800 สาขา จากปัจจุบันมีจำนวน 3,400 สาขา แสดงให้เห็นความเติบโตของธุรกิจคาเฟ่เมซอน ที่เพิ่มขึ้นถึง 2,400 สาขา คิดเป็น 71% (marketeeronline, 2561)

คณะกรรมการเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2563) ได้กล่าวเอาไว้ว่า Café Hopping เป็นการผสมผสานระหว่างของคำว่า Café หรือร้านกาแฟ (บางร้านมีการขายอาหารร่วมด้วย) กับ Hopping หรือการกระโดด เมื่อนำมารวมแล้วจึงหมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แล้วมักจะเลือกร้านกาแฟสำหรับรับประทานอาหารเช้าและถ่ายรูปมาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการท่องเที่ยวในครั้งนั้น ๆ ประเทศไทยมีร้าน Café เกิดขึ้นมานานมากแล้ว โดยในอดีตมักจะนิยมเรียกกันติดปากว่า “สภากาแฟ” ซึ่งเป็นร้านกาแฟ เล็ก ๆ ร้านหนึ่งที่ตั้งอยู่ในชุมชน มักจะเชื่อมโยงกับผู้คนในชุมชน ผู้คนเหล่านั้นจะเข้ามานั่งดื่มกาแฟแล้วพูดคุยกันในตอนเช้าก่อนจะแยกย้ายกันไปทำการเกษตรหรือค้าขาย นับเป็นสถานที่รวมตัวกันของเหล่าผู้รู้ในชุมชนโดยเฉพาะผู้สูงอายุ เมื่อนักท่องเที่ยวต่างถิ่นเดินทางผ่านไปมาจึงมักจะแวะสถานที่แห่งนี้เพื่อรับประทานอาหารเช้าหรือดื่มกาแฟ และพูดคุยสอบถามกับคนในชุมชน เมื่อเวลาผ่านไปจวบจนปัจจุบัน สภากาแฟได้แปรเปลี่ยนจากเดิมที่เป็นสถานที่สาธารณะของชุมชน กลายเป็นสถานที่ที่มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการเข้ามามีบทบาทให้การทำธุรกิจ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวซึ่งได้รับความนิยมก็มักจะมี Café เปิดตามไปด้วย

จากข้อมูลดังกล่าวจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสนใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งผลการศึกษาที่ได้รับจะนำไปสู่การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวในกลุ่มเฉพาะประเภทเครื่องดื่มและ เบเกอรี่ และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีความสนใจเฉพาะ: ประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อเสนอแนะและออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ: ประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ที่ได้ทำการคัดเลือกมาจากเกณฑ์พื้นที่บริเวณในการคัดเลือกร้าน โดยได้เลือกมา 3 พื้นที่ ได้แก่ ถนนมิตรภาพ ถนนศรีจันทร์ ซอยหน้าเมือง 19 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่จากแนวคิดของ (W.G. Cochran, 1953) กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ศึกษาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทำวิจัยเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งมี 1 ฉบับ สำหรับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองถามเกี่ยวกับการไปใช้บริการร้านเครื่องดื่มที่ทางผู้จัดทำวิจัยคัดเลือกมาทั้งหมด 12 ร้านตัวอย่าง ส่วนที่ 2 ครอบคลุมเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 3 ครอบคลุมเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดของผู้ใช้บริการ ส่วนที่ 4 ครอบคลุมเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เช่น เหตุในการเข้ามาใช้บริการ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่เข้าใช้บริการ ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจโดยรวมปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาด 7Ps

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ (กาแฟ) ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ทั้งหมด 12 ร้านตัวอย่าง และคิดเป็นร้อยละ พบว่าผู้ที่เคยใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ (กาแฟ) ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ทั้งหมด 12 ร้านตัวอย่าง จากจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ที่เคยไปใช้บริการ ร้าน Just Follow The Goat คิดเป็นร้อยละ 37.50, ร้าน From Scratch คิดเป็นร้อยละ 30.50, ร้าน Coffee 1970 คิดเป็นร้อยละ 26.00

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ด้วยการแจกแจงความถี่ และคิดเป็นร้อยละ พบว่าผู้ที่เคยใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ (กาแฟ) ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 69.00 และ 19.50 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 87.50 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 96.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 92.50 มีอาชีพพนักงาน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 86.50 และที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดของผู้ใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.304$) เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดเรื่องเบเกอรี่มีหลากหลายรสชาติ ($\bar{x} = 3.995$) รองลงเป็นเรื่องเครื่องดื่มมีคุณภาพและรสชาติดี ($\bar{x} = 4.555$) ตามลำดับ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.433$) เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดเรื่องราคาเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ($\bar{x} = 4.535$) รองลงเป็นเรื่องราคาเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับรสชาติ ($\bar{x} = 4.420$) ตามลำดับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.261$) เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดเรื่องทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{x} = 4.530$) รองลงเป็นเรื่องระยะเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.375$) ตามลำดับ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.237$) เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดเรื่องการโฆษณาสื่อประชาสัมพันธ์มีความทั่วถึงและหลากหลาย ($\bar{x} = 4.395$) รองลงเป็นเรื่องมีป้ายนำเสนอเครื่องดื่มและเบเกอรี่พิเศษแนะนำ ($\bar{x} = 4.295$) ตามลำดับ ด้านกระบวนการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.604$) เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดเรื่องมีการแก้ไขทันทีเมื่อทำผิดพลาด ($\bar{x} = 4.640$) รองลงเป็นเรื่องการให้บริการมีมาตรฐาน เป็นมืออาชีพ ($\bar{x} = 4.635$) ตามลำดับ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.623$) เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดเรื่องพนักงานให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง ($\bar{x} = 4.755$) รองลงเป็นเรื่องพนักงานมีความรับผิดชอบในหน้าที่ดีเป็นมืออาชีพ ($\bar{x} = 4.740$) ตามลำดับ ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.558$)

เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดเรื่องร้านตกแต่งสวยงาม บรรยากาศดี ($\bar{x} = 4.710$) รองลงเป็นเรื่องเครื่องมือเครื่องใช้ในร้านสะอาด ($\bar{x} = 4.695$) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยจำแนกตามบุคคลที่ให้บริการร่วมด้วย ความถี่ในการไปใช้บริการ วันที่ที่นิยมใช้บริการ และช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นิยมใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และจะไปในวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์เป็นส่วนมาก นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-15.00 น. แบบนั่งรับประทานที่ร้าน นิยมสั่งเครื่องดื่มประเภทเย็น เช่น Americano (อเมริกาโน่), Latte (ลาเต้), Green tea (ชาเขียว) ในส่วนของเบเกอรี่ยอดนิยมที่ผู้ใช้บริการนิยมสั่ง ได้แก่ Croissant (ครัวซอง) และ Cup cake (คัพเค้ก) ซึ่งมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ไม่เกิน 100 บาท มักเดินทางไปยังร้านที่มีสถานที่และบรรยากาศดี ไปพร้อมกับเพื่อนฝูง/เพื่อนร่วมงานเป็นส่วนใหญ่

ครอบคลุมเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.628$) เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละด้าน พบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในด้านบุคลากร (People) ($\bar{x} = 4.682$) รองลงมา ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) ($\bar{x} = 4.678$) และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{x} = 4.312$)

จากการศึกษา และการเก็บแบบสำรวจผู้บริโภคที่มีความสนใจเฉพาะ: ประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามนั้นประกอบไปด้วยสองกลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน เมื่อได้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายรวมถึงพฤติกรรมที่ชัดเจนของกลุ่มเป้าหมายแล้วจึงสามารถจัดเส้นทางการท่องเที่ยวประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้เป็นสองเส้นทางโดยแบ่งตามกลุ่มเป้าหมายได้ ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เส้นทางที่ 1: กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ผู้จัดทำได้จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียนนักศึกษาโดยคัดเลือกร้านที่เหมาะสมกับพฤติกรรม รวมถึงรายได้และปัจจัยอื่น ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยประกอบไปด้วยร้านดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 เส้นทางที่ 1: กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

เส้นทางการท่องเที่ยวประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เส้นทางที่ 1: กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ผู้จัดทำได้จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียนนักศึกษาโดยคัดเลือกร้านที่เหมาะสมกับพฤติกรรม รวมถึงรายได้และปัจจัยอื่น ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยประกอบไปด้วยร้านดังต่อไปนี้ร้านที่ 1

From Scratch เป็นร้านที่ตั้งอยู่บริเวณถนนมิตรภาพ โดยทางร้านเป็นร้านที่มีจุดเด่นคือมีเมนูเบเกอรี่โฮมเมดหลายเมนู ซึ่งครัวเบเกอรี่จะตั้งอยู่บริเวณเคาเตอร์ชำระเงิน ซึ่งลูกค้าจะได้เห็นถึงกระบวนการรังสรรค์เมนูเบเกอรี่ของทางร้าน อีกทั้งสามารถ

รับกลิ่นหอมอบอวลของทั้งเมนูเบเกอรี่และเครื่องดื่มที่ทางร้านมีให้บริการ อีกทั้งการตกแต่งภายในร้านยังเป็นการตกแต่งในสไตล์มินิมอล ซึ่งตอบสนองความต้องการในการใช้บริการของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาได้ดี ทางร้านมีหลายมุมที่สามารถถ่ายรูปเช็คอินได้นอกจากนี้ทางร้านยังมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการนั่งพบปะสังสรรค์หรือคุยงานอีกด้วย ร้าน Coffee 1970 เป็นร้านที่ตั้งอยู่บริเวณถนนมิตรภาพ แต่อยู่ชอยต่อมาจากร้าน From Scratch โดยทางร้านจะมีการตกแต่งแบบสไตล์ย้อนยุค ส่วนเมนูภายในร้านจะเป็นเครื่องดื่มและเบเกอรี่ทั่วไป ทางร้านมีชั้น 2 ไว้เพื่อบริการสำหรับผู้ที่ต้องการนั่งประชุม หรือคุยงานได้ โดยมุมถ่ายรูปยอดนิยมของร้านนี้เป็นบริเวณหน้าร้าน ร้าน inch & ounce ตั้งอยู่บริเวณถนนมิตรภาพ โดยจุดเด่นของร้านนี้คือเมนูเครื่องดื่มและเบเกอรี่ที่มีรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร มีเมนูให้เลือกหลากหลาย นอกจากนี้บรรยากาศภายในร้านยังสวยงามมาก เหมาะกับการถ่ายรูป หรือจะใช้เป็นสถานที่นั่งพักผ่อน คุยงาน ปรึกษาหารือก็ได้เช่นเดียวกัน ร้าน Under the tree ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า Hugz Mall ขอนแก่น โดยสามารถเดินทางมาจากถนนมิตรภาพแล้วเลี้ยวซ้ายมายังถนนศรีจันทร์ จะพบกับศูนย์การค้า Hugz Mall ทางด้านซ้าย โดยจุดเด่นของร้านนี้คือการตกแต่งร้านที่ค่อนข้างแตกต่างจากร้านอื่น คือเป็นบรรยากาศที่ร่มรื่นสมกับชื่อร้าน โดยเมื่อเวลานั่งอยู่ในร้านจะเหมือนกับได้นั่งในคาเฟ่ที่อยู่กลางป่า ทางร้านมีเมนูเครื่องดื่ม เบเกอรี่ และของหวานอื่น ๆ คอยให้บริการอีกด้วย ร้าน Treat House ตั้งอยู่ถัดมาจากร้าน Under the tree เป็นร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ที่มีชื่อเสียงในด้านของหวาน ไม่ว่าจะเป็นเมนูปังซู อันนี้โทสต์ ฯลฯ เป็นร้านที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักเรียน นักศึกษาอย่างมาก เพราะเมนูของหวานของร้านนี้เหมาะสำหรับการกินเล่น สังสรรค์อย่างมาก อีกทั้งบรรยากาศในร้านยังสวยงาม สามารถถ่ายรูปได้ในหลายมุม ร้าน All in white café ตั้งอยู่บริเวณฝั่งตรงข้ามร้าน Under the tree และร้าน Treat House โดยร้านนี้มีการตกแต่งภายนอกและภายในในโทนสีขาวและลายไม้ ในสไตล์มินิมอล มีความโดดเด่นอยู่ที่รสชาติของเครื่องดื่มและเบเกอรี่ในทุกเมนู เป็นร้านที่มีองค์ประกอบของร้านคาเฟ่ที่กลุ่มนักเรียนนักศึกษาจะชอบอย่างครบครัน ร้าน Neighbour Café ตั้งอยู่แถวบริเวณถนนศรีจันทร์มาทางถนนหลังเมือง มีจุดเด่นตรงที่การตกแต่งร้านสวยงาม เป็นร้านที่มีบรรยากาศสบาย ๆ อีกทั้งรสชาติของเครื่องดื่มและเบเกอรี่ยังถูกพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าอร่อยมาก

โดยสาเหตุที่ร้านที่กล่าวมาข้างต้นถูกจัดอยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา เนื่องจากเป็นที่มีความเข้าถึงง่าย ราคาไม่สูงมากนัก เป็นร้านที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักศึกษาได้อย่างดี ซึ่งจุดเด่นของแต่ละร้านคือมีจุดเช็คอินสำหรับนักท่องเที่ยวสายคาเฟ่ (Café hopping) ที่มักจะเดินทางไปคาเฟ่ที่หลากหลาย ไม่ซ้ำกัน ในเส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักศึกษาจะมีจำนวนร้านที่มากกว่าอีกกลุ่มหนึ่ง เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มนี้มีความต้องการที่จะเดินทางไปยังหลายร้าน เพื่อที่จะเช็คอินให้ครบ โดยลักษณะการเข้าใช้บริการของกลุ่มนี้โดยมากจะเป็นเพียงการซื้อเครื่องดื่มและเบเกอรี่เพื่อถ่ายรูปเช็คอินเพียงเท่านั้น ดังนั้นร้านกาแฟในเส้นทางการท่องเที่ยวนี้จึงมีลักษณะร้านเป็นร้านขนาดเล็ก มีที่นั่งสำหรับลูกค้าน้อย แต่มีจุดเด่นคือการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์และเหมาะแก่การถ่ายรูป



ภาพที่ 2 เส้นทางการท่องเที่ยว: กลุ่มวัยทำงาน

เส้นทางการท่องเที่ยวประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เส้นทางการที่ 2: กลุ่มวัยทำงาน จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของกลุ่มวัยทำงานจะมีความแตกต่างกับกลุ่มนักศึกษาพอสมควร รวมถึงปัจจัยความต้องการด้านอื่น ๆ เช่นกัน ดังนั้นผู้จัดทำจึงได้จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งประกอบไปด้วยร้านดังต่อไปนี้

ร้าน Just Follow The Goat ตั้งอยู่บริเวณถนนมิตรภาพ รูปแบบของร้านตกแต่งในสไตล์ย้อนยุค มีบรรยากาศสบาย ๆ ไม่วุ่นวายจนเกินไป และจุดเด่นของร้านที่ไม่พูดถึงไม่ได้เลยคือเมนูเครื่องดื่มที่มีความโดดเด่นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นเมนูกาแฟจากเมล็ดกาแฟที่มีชื่อเสียงจากทุกมุมโลก หรือการชงกาแฟในรูปแบบพิเศษ ร้านนี้จึงเป็นร้านที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่อย่างแน่นอน ร้าน Rak An Cofee หรือร้านรักอัน ตั้งอยู่บริเวณถนนศรีจันทร์ โดยสามารถเดินทางมาจากถนนมิตรภาพได้อย่างง่ายดาย จุดเด่นของร้านนี้คือเป็นร้านกาแฟที่อยู่ในตึกโบราณ ที่มีอายุประมาณ 65 ปี ด้วยความที่เจ้าของร้านต้องการที่จะอนุรักษ์ตึกเก่าไว้ รวมถึงการตกแต่งร้านจะเป็นสไตล์ย้อนยุคอีกด้วย ในส่วนเครื่องดื่มและเบเกอรี่ของทางร้าน ทางร้านก็มีการจัดเตรียมเมล็ดกาแฟจากแหล่งปลูกที่มีชื่อเสียงไว้มากมาย และยังมีเมนูเบเกอรี่ที่รสชาติดีไว้คอยให้บริการด้วย ร้าน 2499 Café ตั้งอยู่บริเวณถนนศรีจันทร์ มีการตกแต่งร้านในสไตล์ย้อนยุค รมรื่น มีเมนูเครื่องดื่มและเบเกอรี่ รวมถึงอาหารให้บริการ อีกทั้งยังมีมุมถ่ายรูปอีกด้วย แต่จุดเด่นของร้านนี้คือเป็นร้านที่เครื่องดื่มจะสามารถตอบโจทย์ผู้รักสุขภาพได้ นั่นคือมีเมนูเครื่องดื่มที่ใช้ส่วนผสมของหญ้าหวานแทนน้ำตาล จึงทำให้สามารถรับประทานเมนูเครื่องดื่ม ของหวาน ที่รสชาติดีแต่ไม่ต้องกังวลเรื่องน้ำหนักได้เลย ร้าน Double shot X Khonkaen เป็นร้านที่ตั้งอยู่ในซอยหน้าเมือง 19 การตกแต่งร้านของร้านนี้เป็นสไตล์เรียบง่าย สบาย ๆ เหมาะสำหรับเป็นสถานที่คุยงาน และยังมีเมนูเครื่องดื่มและเบเกอรี่ที่รสชาติดีไว้คอยให้บริการอีกด้วย ร้าน Fahtalaijone Art Studie & Café ตั้งอยู่บริเวณถนนศรีนครินทร์ โดยถัดมาจากร้าน Double shot X Khonkaen เพียงเล็กน้อย โดยจุดเด่นของร้านนี้คือเป็นร้านที่มีการผสมผสานของศิลปะและกาแฟ คือการตกแต่งร้านที่มีเรื่องของศิลปะตามมุมต่าง ๆ ของร้าน รวมถึงเมนูกาแฟก็เปรียบเสมือนงานศิลปะแต่ละชิ้น ที่รอให้นักท่องเที่ยวมาลิ้มลอง เป็นร้านที่เมื่อมาแล้วจะได้รับประสบการณ์ที่ไม่เหมือนร้านอื่น ๆ แน่นนอน

โดยสาเหตุที่ร้านเหล่านี้เป็นร้านที่เหมาะสมแก่การจัดเส้นทางการท่องเที่ยวประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คือ ทุกร้านเป็นร้านที่มีจุดเด่นคือความสะอาดสบาย บรรยากาศของร้านไม่วุ่นวายเท่าใดนัก เหมาะสำหรับการเป็นสถานที่สำหรับพูดคุย ติดต่อกัน หรือผ่อนคลาย ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานได้ เนื่องจาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการความสะดวกสบาย บรรยากาศร้านนี้ไม่มีวุ่นวายจนเกินไป รวมถึงรสชาติของเครื่องดื่มและเบเกอรี่ที่ดี แต่ทุกร้านก็ยังมีส่วนสำคัญของร้านกาแฟคือสามารถถ่ายรูปเพื่อเช็คอินได้ โดยลักษณะของร้านในเส้นทางการท่องเที่ยวนี้จะเป็นร้านที่มีจุดเด่นคือเป็นร้านที่มีการตกแต่งในรูปแบบเฉพาะ ประกอบด้วยร้านที่ตกแต่งแบบย้อนยุค ตกแต่งแบบมีศิลปะประยุกต์ หรือตกแต่งแบบบรรยากาศสบาย ๆ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่มได้ดี เนื่องจากมีจำนวนที่นั่งสำหรับลูกค้าที่เพียงพอ และมีขนาดร้านที่ค่อนข้างใหญ่ ซึ่งเมื่อได้เดินทางมายังร้านเหล่านี้แล้วจะได้สัมผัสกับประสบการณ์ดี ๆ นอกเหนือจากเครื่องดื่มและเบเกอรี่อย่างแน่นอน ร้านเหล่านี้จะเป็นร้านที่มีความพิเศษมากกว่าร้านกาแฟปกติคือสำหรับเมนูกาแฟทางร้านจะมีเมล็ดกาแฟมากกว่าหนึ่งชนิดเพื่อให้ลูกค้าสามารถสัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลายในการดื่มกาแฟได้ และยังมีรสชาติดีอีกด้วย ในส่วนของกระบวนการชงกาแฟ มักจะมีให้ลูกค้าเลือกมากกว่าหนึ่งวิธี เช่น ร้านกาแฟปกติจะมีเพียงกาแฟเอสเพรสโซ่ แต่ร้านกาแฟเหล่านี้จะมีกระบวนการอื่น เช่น กาแฟสกัดเย็น (Cold Brew Coffee), กาแฟฟิลเตอร์ (Filter Coffee), กาแฟดริปเย็น (Cold – Drip Coffee) ฯลฯ แต่ร้านเหล่านี้ก็จะมีราคาที่สูงกว่าร้านกาแฟปกติ ซึ่งราคาจะเพิ่มขึ้นตามระดับของเมล็ดกาแฟรวมถึงกระบวนการชงด้วย

สรุป และอภิปรายผล

พฤติกรรมและความต้องการของผู้ที่มีความสนใจเฉพาะ: ประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่จากการศึกษา และการเก็บแบบสำรวจผู้บริโภคที่มีความสนใจเฉพาะ: ประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงและรองลงมาเป็นเพศชาย ซึ่งมีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามนั้นประกอบไปด้วยสอง

กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน โดยได้มีการสรุปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของทั้งสองกลุ่ม พร้อมกับเสนอแนะและออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว ดังนี้

กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ส่วนมากจะเดินทางไปใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ตามร้านที่มีการตกแต่งสวยงาม ไม่ได้เน้นการนั่งชิวแต่จะเป็นการไปกับเพื่อน ๆ เพื่อไปถ่ายรูป เช็คอินตามร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอดนิยม ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะคำนึงถึงการตกแต่งร้าน จุดถ่ายรูป เช็คอินของร้านเป็นปัจจัยหลัก ไม่เน้นการนั่งชิว เครื่องดื่มและเบเกอรี่ที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชญาภาภักดิ์ (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away (การซื้อกลับไปทานที่บ้าน) ของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากคือราคาเบเกอรี่ที่มีความหลากหลาย ราคาเบเกอรี่เหมาะสมกับปริมาณ ไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อการดื่มเครื่องดื่มและเบเกอรี่ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ นักท่องเที่ยวสายคาเฟ่ (Cafe hopping) ที่มักไปกับเพื่อนฝูง มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่เกิน 100 – 150 บาท และมักไปตามร้านที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอดนิยม ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ส่วนกลุ่มวัยทำงานส่วนมากจะเดินทางไปร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่เพื่อไปนั่งชิว นั่งทำงาน หรือไปเพื่อทดลองกาแฟที่มีรสชาติอร่อย ซึ่งคนกลุ่มนี้จะนิยมไปยังร้านที่มีชื่อเสียงในเรื่องของชนิดและสายพันธุ์ของกาแฟ รองลงมาเป็นบรรยากาศของร้านที่เงียบสงบ คนไม่เยอะและมีพื้นที่ให้นั่งเพียงพอ เหมาะสำหรับการเป็นสถานที่สำหรับพูดคุย ติดต่อกัน หรือผ่อนคลาย จะนิยมไปยังวันเวลาที่สะดวกต่อการเดินทางและมีที่จอดรถที่เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มักเดินทางไปคนเดียวหรือกับเพื่อน 1-2 คน ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ไม่ได้มีปัญหาต่อการใช้จ่ายเพราะคำนึงถึงรสชาติ คุณภาพของกาแฟ และการบริการของร้านเป็นปัจจัยหลัก

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้นำประเด็นที่พบมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการด้านประชากรศาสตร์เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและการใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่แตกต่างกันในช่วงกลุ่มอายุ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากจากความแตกต่างของเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ทำให้มีพฤติกรรมและความต้องการที่ต่างกันต่อการใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ แสงผล (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบพฤติกรรมมารบริโภคกาแฟสตาร์บัคส์กับบ้านไร่กาแฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมมารบริโภคกาแฟสตาร์บัคส์กับบ้านไร่กาแฟที่ต่างกัน ในด้านวัตถุประสงค์ในการบริโภคกาแฟ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการร้านกาแฟ ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคกาแฟ ความถี่ในการบริโภคกาแฟสตาร์บัคส์เฉลี่ยต่อสัปดาห์ ปริมาณการบริโภคกาแฟสตาร์บัคส์เฉลี่ยต่อครั้งค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟเฉลี่ยต่อครั้งทั้งสตาร์บัคส์และบ้านไร่กาแฟ

2. วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดของผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจที่ต่างกันออกไปโดยผู้ใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องเครื่องดื่มมีคุณภาพและรสชาติดีที่มีราคาเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าที่จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลรัตน์ โรจน์เรืองรัตน์ (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟพรีเมียมบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟพรีเมียมบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน นอกจากนี้ร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางใช้เวลาเดินทางไม่มาก มีการโฆษณาสื่อประชาสัมพันธ์มีความทั่วถึงและหลากหลายช่องทางให้ติดตาม อันเนื่องมาจากก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ผู้ใช้บริการได้มีการประเมินและตัดสินใจ ซึ่งทางเลือกในการใช้บริการผู้บริโภคจะคำนึงถึงด้านกระบวนการต้องมีการแก้ไขทันทีเมื่อทำผิดพลาด พนักงานให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง ร้านตกแต่งสวยงามบรรยากาศดีมีพื้นที่และอินเทอร์เน็ตเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และนที บุญพราหมณ์ (2546) ที่กล่าวว่าพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหาการเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตนเองได้ การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนระหว่างและหลัง ที่เป็นตัว

กำหนดให้เกิดการกระทำต่างๆ ขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ นิมนวล (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อกาแฟหรือวันของผู้บริโภควัยทำงานที่ทำงานย่านถนนสีลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ : ประเภทเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ถือว่ามีการเลือกกลุ่มร้านตัวอย่างได้ดี จัดเส้นทางตามโซนผังเมืองขอนแก่นให้ง่ายต่อการเดินทาง ครอบคลุมความต้องการทุกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเลือกร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ที่หลากหลายแนวเพื่อที่จะได้ศึกษานักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มมากยิ่งขึ้น เป็นการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ และควรเพิ่มจำนวนร้านตัวอย่างให้มากขึ้น พร้อมเพิ่มระยะเวลาในการเก็บข้อมูล และที่สำคัญควรปรับเป็นการเก็บข้อมูลผ่านการลงพื้นที่ประกอบการวิเคราะห์

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ โรจน์เรืองรัตน์. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟริมเมืงบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). *การเติบโตของอุตสาหกรรมกาแฟธุรกิจขายส่งกาแฟ*. สืบค้น 22 กรกฎาคม 2564, จาก http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2560/T26/T26_201703.pdf
- คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2563). *CAFE HOPPING กับการท่องเที่ยว*. สืบค้น 22 กรกฎาคม 2564, จาก <https://tourism.utcc.ac.th/cafe-hopping>
- พรรณราย แสงผล. (2554). *การเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสตาร์บัคส์กับบ้านไร่กาแฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิชาเอกการตลาดคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มณีรัตน์ นิมนวล. (2551). *ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อกาแฟหรือวันของผู้บริโภควัยทำงานที่ทำงานย่านถนนสีลม*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด : การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- สุชญา อาภาภัทร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. NY: John Wiley & Sons. Inc
- marketeeronline, (2561). *การเติบโตของธุรกิจกาแฟยักษ์ใหญ่ในประเทศไทย*. สืบค้น 22 กรกฎาคม 2564, จาก <https://marketeeronline.co/archives/210206>
- Wongnai, (2563). *สถิติร้านอาหารและเครื่องดื่มปี 2019*. สืบค้น 22 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.brandage.com/article/16993/Food-2019>