

การจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

Business Management Success of Fresh Coffee Business in Muang District, Samutsakhon Province

สุทธาพัฒน์ อมรเรืองตระกูล^{1*} ชณันฉนิดา กิจต์ประเสริฐ² เสาวรัตน์ บรรยงพัฒนา³
และประเชิญ ทิยะปัญญาณิตย์⁴

Sutthapat Amornruangtrakoo^{1*} Chananchida Kitprasert² Saowarat Bunyongpatana³
and Prachern Tiyapunjanit⁴

^{1,2,3,4}บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10170

^{1,2,3,4}Master of Business Administration Faculty of Business, Bangkokthonburi University, Bangkok 10170

Received : May 5, 2021

Revised : June 15, 2021

Accepted : June 18, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด และศึกษาความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเจ้าของธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 176 ร้าน และวิเคราะห์ข้อมูลสถิติโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยแบบง่าย และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,001 - 30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การจัดการธุรกิจด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางบวก ต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

* สุทธาพัฒน์ อมรเรืองตระกูล

E-mail : aui_za@hotmail.com

คำสำคัญ : การจัดการธุรกิจ, ความสำเร็จ

ABSTRACT

This study business management of business identity creation, service quality, promotional activities and management system influencing the success of brew coffee shops as well as to identify success factors of the business. Data collection is conducted by means of questionnaire distributed to 176 brewed coffee shop owners in Muang district, Samutsakhon Province and data analysis is carried out using percentage, frequency distribution, average and standard deviation. Hypothesis testing is conducted using correlation analysis, simple regression analysis and multiple regression analysis.

The study reveals that most of the observed population is female, 20-30 years old, single with a bachelor degree education and an average income of 10,001-30,000 baht The hypothesis found

that business management in creating business identity quality of service marketing promotion and the management system has a positive influence on the success of the fresh coffee business in mueang district Samutsakhon province with statistical significance at .05

Keywords : Business management, Success

1. บทนำ

สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจในปัจจุบัน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจ ด้วยการพัฒนารูปแบบและวิธีการดำเนินงานให้เข้าถึงความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด นอกจากการควบคุมต้นทุนการดำเนินงานให้อยู่ในระดับต่ำแล้ว การผสมผสานแนวทางการจัดการระหว่างการวางแผน การควบคุม การจัดการกับการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจมีความสำคัญและเป็นส่วนหลักในการบริหารต้นทุน เนื่องจากราคาของต้นทุนวัตถุดิบที่กิจการต้องซื้อเข้าจะสัมพันธ์กับราคาสินค้าที่กิจการผลิตเพื่อจำหน่าย วิธีการตั้งราคาสินค้าแบบดั้งเดิม ผู้ประกอบการส่วนมากตั้งราคาสินค้าจากต้นทุนผลิตบวกกับกำไรที่ต้องการและกำหนดเป็นราคาขายของสินค้านั้น ๆ การตั้งราคาสินค้าจึงเกิดขึ้นตามความสะดวกหรือความต้องการกำไรมากหรือน้อยของแต่ละธุรกิจ ซึ่งวิธีการตั้งราคาแบบเดิมจะทำให้เกิดข้อจำกัดหากผู้ประกอบการไม่สามารถขายสินค้าได้มากพอหรือกำไรที่คาดการณ์ไว้ไม่ครอบคลุมด้วยราคาของวัตถุดิบจึงเพิ่มสูงขึ้นจากขนาดการซื้อที่ต่ำกว่าเดิม ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น กำไรที่ธุรกิจได้รับก็จะยิ่งลดลงและเกิดเป็นวงจรระหว่างต้นทุน ราคาสินค้าและกำไร หากผู้ประกอบการไม่สามารถบริหารจัดการและการตั้งราคาสินค้าได้อาจเป็นสาเหตุให้ธุรกิจต้องปิดกิจการลง

ปัจจุบันพบว่า ธุรกิจร้านกาแฟมีอุปสรรคในการบริหารจัดการต้นทุนค่อนข้างสูง ในขณะที่การตั้งราคาสินค้าไม่สามารถตั้งราคาขายที่แตกต่างจากคู่แข่งได้มากนัก

เพราะผู้บริโภคของร้านกาแฟสดย่อมมีความอ่อนไหวต่อราคาและสินค้านี้กาแฟสดมีสินค้าทดแทนที่สะดวกต่อการซื้อจำนวนมาก ดังนั้นการตั้งราคาต้องสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าให้เกิดความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้บริโภคและความสามารถในการผลิตของธุรกิจร้านกาแฟสด จากปรากฏการณ์ข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาธุรกิจร้านกาแฟสดต่อแนวทางการประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดเพื่อวิเคราะห์การจัดการธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านกาแฟสดต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการ

2.2 เพื่อศึกษาความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

2.3 เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

3. สมมติฐานของการวิจัย

3.1 การจัดการธุรกิจที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

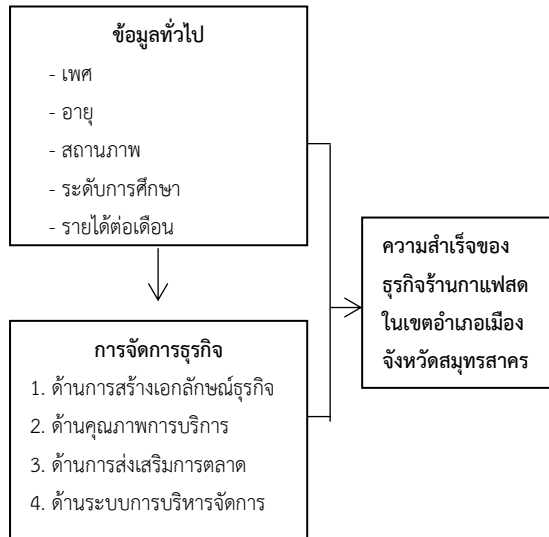
3.2 การจัดการธุรกิจด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

3.3 การจัดการธุรกิจด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

3.4 การจัดการธุรกิจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

3.5 การจัดการธุรกิจด้านระบบการบริหารจัดการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 ภาพกรอบแนวคิดการวิจัย

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาการจัดการธุรกิจด้านการสร้างเอกลักษณ์ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด และศึกษาความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิจัย ดังนี้

5.1 ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยผู้วิจัยใช้วิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามจำนวนจริง และได้กลุ่มตัวอย่างร้านกาแฟ จำนวน 175 ร้าน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562)

5.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน การจัดการธุรกิจ ได้แก่ ด้านการสร้างเอกลักษณ์ธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการ

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้และระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจซึ่งกำหนดระดับความคิดเห็นตามแบบของ Likert (Rating Scale) โดยแบ่งข้อคำถามเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ซึ่งกำหนดระดับความคิดเห็นตามแบบของ Likert (Rating Scale) จำนวน 7 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับธุรกิจร้านกาแฟสด

5.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.4.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้วยสถิติร้อยละ (percentage) และแจกแจงความถี่ (frequency)

5.4.2 วิเคราะห์ค่าความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด การจัดการธุรกิจร้านกาแฟสด ด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริม

การตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ถ้าค่า S.D. สูงแสดงว่ามีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันมาก แต่ถ้า S.D. ที่ต่ำแสดงว่ามีระดับความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกัน โดยพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของเจ้าของธุรกิจกาแฟสด

5.4.3 วิเคราะห์อิทธิพลของการจัดการธุรกิจที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด โดยพิจารณาค่าความสัมพันธ์ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของเจ้าของธุรกิจร้านกาแฟสด โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่

5.4.3.1 การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และทิศทางระหว่างสองตัวแปร

5.4.3.2 การวิเคราะห์การถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมุติฐานที่ 1 การจัดการธุรกิจมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด สถิติที่ใช้คือ สมการถดถอย (Simple Regression Analysis)

สมมุติฐานที่ 2 การจัดการธุรกิจด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด สถิติที่ใช้คือ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมุติฐานที่ 3 การจัดการธุรกิจด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด สถิติที่ใช้คือ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมุติฐานที่ 4 การจัดการธุรกิจด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด สถิติที่ใช้คือ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมุติฐานที่ 5 การจัดการธุรกิจด้านระบบการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด สถิติที่ใช้คือ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

6. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.89 มีช่วงอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.23 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 55.39 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.12 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.23

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์คุณภาพการจัดการธุรกิจของเจ้าของร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบไปด้วย ด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านระบบการบริหารจัดการ พบว่าการจัดการธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก 3 ข้อ คือ ด้านคุณภาพการบริการ ($\bar{X} = 4.08$) ด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ($\bar{X} = 3.95$) ด้านระบบการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.55$) และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 2.70$) ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดแต่ละข้อ ดังนี้

ด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า เจ้าของร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ให้ความสำคัญในเรื่องตระหนักถึงความสะอาดภายในบริเวณร้านมากที่สุด ($\bar{X} = 4.87$) ให้ความสำคัญในเรื่องให้ความสำคัญต่อป้ายบอกราคาที่ชัดเจนอยู่ในอันดับรองลงมา ($\bar{X} = 4.51$) และให้ความสำคัญในเรื่องมุ่งเน้นบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดหลากหลายน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.82$)

ด้านคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า เจ้าของร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานในการแนะนำรายละเอียดสินค้าได้มากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) ให้ความสำคัญเรื่องความสุภาพอ่อนน้อมอยู่ในระดับรองลงมา ($\bar{X} = 4.34$) และให้ความสำคัญในเรื่องการบริการที่รวดเร็วของพนักงานน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.62$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า เจ้าของร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ให้ความสำคัญในเรื่องเน้นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) ให้ความสำคัญในเรื่องเน้นราคาเหมาะสมกับปริมาณ อยู่ในอันดับรองลงมา ($\bar{X} = 4.60$) และให้ความสำคัญในเรื่องเน้นมีการทดลองให้ชิมรสชาติใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ น้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.71$)

ด้านระบบการบริหารจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า เจ้าของร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครให้ความสำคัญในเรื่องความเพียงพอของเงินทุนต่อการดำเนินธุรกิจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) ให้ความสำคัญในเรื่องความเข้มแข็งของฐานะความมั่นคงทางการเงิน และให้ความสำคัญในเรื่องมุ่งเน้นการวางแผนการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปในทิศทางที่กำหนดไว้เท่ากัน อยู่ในอันดับรองลงมา ($\bar{X} = 4.22$) และให้ความสำคัญในเรื่องมุ่งเน้นจัดการด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่าน Internet เป็นต้น น้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.28$)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดพบว่า ระดับความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าเจ้าของร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยประสบความสำเร็จในเรื่องร้านได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มลูกค้ามากที่สุด ($\bar{X} = 3.78$) ประสบความสำเร็จในเรื่อง อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนอยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสม อยู่ในอันดับรองลงมา ($\bar{X} = 3.73$) และประสบความสำเร็จในเรื่องร้านเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.94$)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์อิทธิพลของการจัดการธุรกิจที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

สมมติฐานที่ 1 การจัดการธุรกิจมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพ

การบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 การจัดการธุรกิจด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด คือ ให้ความสำคัญต่อความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน มุ่งเน้นความหลากหลายในรสชาติและส่วนผสมของกาแฟ มุ่งเน้นความสะอาดและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ให้ความสำคัญต่อป้ายบอกราคาที่ชัดเจน มุ่งเน้นความหลากหลายของราคา ให้ความสำคัญต่อที่จอดรถเพียงพอ มุ่งเน้นบรรยากาศตกแต่งร้านที่สวยงาม และตระหนักถึงความสะอาดภายในบริเวณร้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 การจัดการธุรกิจด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด คือ การให้ความสำคัญต่อพนักงานในการแนะนำรายละเอียดสินค้าได้ ให้ความสำคัญต่อการบริการที่รวดเร็วของพนักงาน และมุ่งเน้นให้พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4 การจัดการธุรกิจด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด คือ เน้นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ เน้นการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เน้นการร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมในโอกาสต่าง ๆ เน้นการให้บัตรส่วนลดในเทศกาลต่าง ๆ และเน้นการแจกของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 5 การจัดการธุรกิจด้านระบบการบริหารจัดการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด คือ ให้ความสำคัญในเรื่องเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ ให้ความสำคัญในเรื่องความเพียงพอของเงินทุนต่อการดำเนินธุรกิจ ให้ความสำคัญในความเข้มแข็งทางฐานะความมั่นคงทางการเงิน มุ่งเน้นระบบบัญชีที่มีมาตรฐาน ตระหนักถึงความสามารถ

ในการจ่ายชำระหนี้จากการลงทุนในธุรกิจตามระยะเวลาที่กำหนด และให้ความสำคัญในการแข่งขันสูงของตลาดธุรกิจร้านกาแฟสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. สรุปผลการวิจัย

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,001 - 30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การจัดการธุรกิจ ด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาการจัดการธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ทฤษฎีและแนวความคิดในการวิเคราะห์หาปัจจัยในด้านต่าง ๆ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

8.1 การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจของเจ้าของร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบไปด้วยการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านระบบการบริหารจัดการ พบว่า

ด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก จากการเก็บข้อมูลวิจัยในพื้นที่ สาเหตุที่ด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจอยู่ในระดับมากนี้ เนื่องจากหลายปัจจัยใดมีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ เช่น การให้ความสำคัญต่อป้ายบอกราคาที่ชัดเจนถือว่าเป็นการสร้าง ความดึงดูดให้กลุ่มลูกค้าทำให้ลูกค้ากล้าเข้ามาซื้อสินค้า หรือเข้ามาใช้บริการภายในร้านกาแฟสดมากยิ่งขึ้น เพราะจะทำให้ลูกค้าได้ทราบราคาที่แน่นอนของสินค้าที่ต้องการแล้ว รวมไปถึงการตระหนักถึงความสะอาดภายในบริเวณร้าน ที่ปัจจุบันไม่เพียงธุรกิจร้านกาแฟสดจะต้องให้ความสำคัญ แต่ธุรกิจอื่น ๆ ก็ถือว่ามีความจำเป็นอย่างมากในแง่ใจด้านความสะอาดนี้

เพราะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นกับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเข้ามาใช้บริการเป็นอย่างมาก หรือการเน้นบรรยากาศ ตกแต่งร้านที่สวยงามที่นอกจากจะทำให้ลูกค้าเข้ามาซื้อกาแฟสด ยังเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการที่กลุ่มลูกค้าจะเลือกเข้ามาใช้บริการของแต่ละร้าน เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ในปัจจุบันยังมองร้านกาแฟสดเป็นจุดนั่งพักผ่อนหรือจุดนัดพบกับกลุ่มเพื่อน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างจุดเด่นให้กับธุรกิจร้านกาแฟสดซึ่งจะมุ่งเน้นการบริหารร้านกาแฟสดทั้งทางด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า และคุณภาพในผลิตภัณฑ์ ตลอดจนสร้างการรับรู้ด้านราคาที่แตกต่าง รวมไปถึงการสร้างความรู้เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายในการเลือกทำเลพื้นที่ประกอบธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจกับลูกค้าให้ได้มากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธเนศ แก้วกล้า (2549) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง “ความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านกาแฟสด บริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่” ผลการวิจัยพบว่า การตกแต่งและบรรยากาศภายในร้านเป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดมากที่สุด และยังเน้นการจัดวางอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้ดูสะอาดและเป็นระเบียบ การตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศทันสมัยสอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับงานวิจัยของเตโชทัย รื่นรมย์ (2549) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจร้านกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครสวรรค์” ซึ่งได้นำเอาแนวคิดเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ ผลการวิจัย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดในองค์ประกอบทุก ๆ ด้าน เป็นส่วนสำคัญอย่างมากที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลนครสวรรค์ ซึ่งทำให้การประกอบธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ด้านคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า พนักงานร้านกาแฟสดมีความเป็นกันเองกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและมีการพูดจาด้วยความสุภาพอ่อนน้อม สามารถแนะนำรายละเอียดของสินค้าได้

อีกทั้งยังมีบริการรวดเร็ว ดังนั้นจึงทำให้มีการจัดการธุรกิจด้านคุณภาพการบริการส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีองค์การที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวปฏิบัติให้ผู้ประกอบธุรกิจ และพนักงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาผลการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดแก่ลูกค้าที่จะมาใช้บริการในร้านกาแฟสด โดยจะเน้นพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญและมีใจรักในงานบริการ เพื่อให้การทำงานสะดวกและรวดเร็วการสั่งการถือเป็นการสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ และพนักงานและสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์พฤติกรรม การตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคนี้มุ่งเน้นการสร้าง ความประทับใจและความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับลูกค้า ทั้งนี้จะต้องให้ความสำคัญกับลูกค้า โดยจะเน้นด้านการบริการ มีการจัดระบบการทำงานให้เกิดความคล่องตัว รวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าพนักงานต้องมีความเข้าใจและมีความพร้อมในการทำงาน เพื่อจ่ายต่อการบริการลูกค้าและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธเนศ แก้วกล้า (2549) ที่ได้กล่าวถึงความมุ่งมั่นและความใส่ใจต่อลูกค้า การบริการลูกค้าด้วยความจริงใจ เป็นการสร้างความประทับใจแก่กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านกาแฟสด ทำให้ได้รับการชื่นชมและความไว้วางใจจากลูกค้า และเป็นผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ไว้นที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า เจ้าของธุรกิจร้านกาแฟให้ความสำคัญอย่างมากที่สุดกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และเนื่องจากระหว่างการเก็บข้อมูลแบบสอบถามผู้วิจัยได้สังเกตว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ชอบความคุ้มค่าในการเลือกซื้อกาแฟสด คือ ร้านกาแฟสดที่มีการปรับปรุงกาแฟที่รสชาติเข้มข้น มีปริมาณกาแฟและวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมค่อนข้างมากจะมีลูกค้าเยอะกว่าร้านกาแฟ

ที่ปรุงกาแฟรสชาติอ่อน แต่เจ้าของธุรกิจร้านกาแฟให้ความสำคัญเกี่ยวกับการแจกเอกสารผลิตภัณฑ์ การร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมในโอกาสต่าง ๆ การให้บัตรส่วนลดในช่วงเทศกาล การแจกของขวัญในโอกาสต่าง ๆ รวมไปถึงการตลาดให้ชิมรสชาติใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ค่อนข้างน้อย เพราะเห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่สนใจในรสชาติ และคุณภาพของกาแฟสดมากกว่าการร่วมกิจกรรมอื่น ๆ เจ้าของธุรกิจจึงไม่ค่อยมีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดมากนัก จึงทำให้การจัดการธุรกิจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศัญญาชฌ์ โตะประเสริฐพงษ์ (2547) ที่เห็นว่าการประกอบธุรกิจต้องมีความเชื่อมั่นและความตั้งใจ โดยคำนึงถึงคุณภาพ และการทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความประทับใจกับรสชาติ กลิ่นของกาแฟสด ที่สำคัญการบริการที่เป็นมิตรไมตรี ช่วยส่งผลทำให้เกิดการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์และยังมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยการให้ลูกค้าได้ชิมรสชาติของกาแฟสดด้วยการเน้นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และราคาที่เหมาะสมกับปริมาณอย่างสูงสุด แต่มีผลขัดแย้งกับงานวิจัยของ ช่อสุตา อาจปาสา (2547) เรื่อง “โครงสร้างตลาดของธุรกิจร้านกาแฟพรีเมียม” โดยวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเจ้าของสิทธิ์แฟรนไชส์ ในด้านโครงสร้างองค์กร ธุรกิจการตลาดการผลิตและระบบแฟรนไชส์ ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ปัจจุบันยังมีปัจจัยหลายประการที่เป็นอุปสรรคต่อการกีดกันการเข้าสู่ตลาดของผู้ขายรายใหม่โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแข่งขันกับด้านผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาองค์การรวมถึงการให้บริการของพนักงานขายในร้านและนำระบบแฟรนไชส์มาใช้ ขยายโอกาสทางธุรกิจ นอกจากนี้ ร้านกาแฟสดพรีเมียมของไทยและต่างประเทศยังเน้นให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด เช่น การแจกของแถม หรือการแจกตัวอย่าง เครื่องดื่มให้ชิมฟรีอยู่ในระดับมาก แต่ปัจจัยของด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องของการเน้นการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และการสะสมแต้มเพื่อแลกรับสินค้ายังอยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องการเน้นการแจกเอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมในโอกาส

ต่าง ๆ การให้บัตรส่วนลดในเทศกาลต่าง ๆ การแจกของขวัญในโอกาสต่าง ๆ และมีการทดลองให้ชิมรสชาติใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมออยู่ในระดับน้อย

ด้านระบบการบริหารจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่าเจ้าของธุรกิจร้านอาหารแฟสดส่วนใหญ่มีเงินลงทุนเป็นของตนเองไม่ได้มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน ดังนั้นจึงทำให้การจัดการธุรกิจด้านระบบการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก เพราะธุรกิจมีความเข้มแข็งทางฐานะ ความมั่นคงทางการเงิน อีกทั้งเจ้าของธุรกิจร้านอาหารแฟสดยังมีการศึกษาคู่แข่งทางการตลาดในทางตรง และทางอ้อม เพื่อดำเนินการวางแผนธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อการประสบความสำเร็จในธุรกิจให้ได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับศัญญาณัฐ โตประเสริฐพงษ์ (2547) เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารแฟสดพรีเมียมของไทยและต่างประเทศ” ซึ่งงานวิจัยนี้ได้นำเอาแนวคิดของ Five Competition Forces Model มามีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยที่เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่ควรนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ สภาพการแข่งขัน อำนาจต่อรองของผู้บริโภค อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ และการมีสินค้าบริการอื่นทดแทน เพื่อเน้นการวิเคราะห์คู่แข่งทั้งภายนอกและภายใน ทำให้ทราบว่าควรดำเนินกลยุทธ์การแข่งขันในตลาดไปในทิศทางใดที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารความเสี่ยงและผลตอบแทน ที่เน้นระดับความเสี่ยงให้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับผลตอบแทนจากการลงทุน คือ ผู้ลงทุนต้องรู้จักใช้ดุลยพินิจที่ดีและรอบคอบ ควรมีการวางแผนเงินทุนหมุนเวียนและความพอเพียงของเงินทุน เพื่อช่วยในการลดความเสี่ยงของธุรกิจในระดับที่มาก และยังสามารถคล้องกับแนวคิด การจัดการเงินทุนของธุรกิจร้านอาหารแฟสดซึ่งได้ให้ความสำคัญอย่างมากต่อเงินลงทุนในธุรกิจ เพราะเมื่อธุรกิจมีเงินลงทุนหมุนเวียนที่เพียงพอจะทำให้การบริหารดำเนินธุรกิจเกิดความต่อเนื่องราบรื่น ทำให้ธุรกิจได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น อีกทั้งยังได้รับความนิยมและความพึงพอใจจากลูกค้า ซึ่งส่งผลถึงกำไรสูงสุดจากการลงทุนประกอบธุรกิจ ทำให้ธุรกิจมีความมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

8.2 วิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารแฟสดพบว่า ระดับความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารแฟสดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากเจ้าของธุรกิจร้านอาหารแฟสดมีกำไรและได้รับผลตอบแทนที่ต้องการตามสัดส่วนที่เหมาะสมกับเงินลงทุน ซึ่งธุรกิจร้านอาหารแฟสดในพื้นที่ที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลนั้นมีค่อนข้างมาก เนื่องจากพื้นที่ใกล้สถานศึกษา สถานที่ราชการ โรงพยาบาล รวมถึงบริษัทเอกชน จึงทำให้ร้านอาหารแฟสดที่เปิดส่วนใหญ่มีธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลางมีการแข่งขันกันสูง และจากการเก็บข้อมูลวิจัยในพื้นที่ยังพบอีกว่า ร้านอาหารแฟสดส่วนใหญ่เป็นร้านที่เปิดเองจากเจ้าของธุรกิจร้านอาหารแฟสดไม่ได้ซื้อแฟรนไชส์จากแบรนด์ดัง ๆ จึงทำให้การได้รับความนิยมนั้นเป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียง ยังอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจร้านอาหารแฟสดในประเทศไทยที่เน้นถึงการจัดการธุรกิจว่าควรมีการดำเนินธุรกิจไปในทิศทางใดให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ เพื่อกำไรสูงสุดจากการลงทุน ส่งผลถึงความมั่นคงของธุรกิจในระยะยาวและสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการ โดยมุ่งเน้นที่การบริหารจัดการและกระบวนการจัดการ คือ การวางแผนของผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารแฟสด รวมถึงการมอบหมายความรับผิดชอบของงานเพื่อการใช้ทรัพยากรหรือบุคลากรที่มี อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ด้านการบริหารโดยเน้นการบริหาร ให้เป็นไปอย่างมีระบบ ระเบียบเพื่อลดความซับซ้อนในการทำงาน จากการแบ่งงานกันทำ ทำให้การดำเนินงานภายในร้านมีความรวดเร็วทันใจและตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านอาหารแฟสด ส่งผลให้ธุรกิจได้รับความนิยมและความพึงพอใจจากลูกค้าเป็นอย่างมากนำไปสู่การประสบความสำเร็จธุรกิจร้านอาหารแฟสดในที่สุดและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของดุขฎี สีมัจจระ (2552) เรื่อง “กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ของไทย” โดยศึกษาลักษณะของธุรกิจ และสภาพการณ์ของธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งผลการวิจัย พบว่าปัจจุบันเจ้าของสิทธิมองว่าการแข่งขันระหว่างบริษัทที่มีอยู่เดิมในธุรกิจแฟรนไชส์กาแฟสดจะเน้นเรื่องระบบการบริหารงานที่ดีเป็นหลัก ส่วนผู้ซื้อสิทธิมีความพึงพอใจที่มีต่อเจ้าของสิทธิในด้านโครงสร้างของกิจการอยู่ในระดับมากที่สุด

เช่นเดียวกับระดับความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ในเรื่องของร้านได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในระดับมากที่สุด

8.3 วิเคราะห์อิทธิพลของการจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด พบว่า การจัดการธุรกิจทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระบบการบริหารจัดการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวิทย์ ปาลี (2550) เรื่อง “รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสดแบบสแตนอโลน (Stand-Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” เกี่ยวกับ ผลการวิจัยด้านการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอย่างมากที่สุดในเรื่องของความสะอาด ถูกสุขอนามัยและรสชาติที่ดี ใส่ใจในวัตถุดิบที่ใช้ผลิตกาแฟ เพราะปัจจุบันกระแสการดูแลสุขภาพกำลังได้รับความนิยมจากคนกลุ่มมาก ดังนั้น กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการดื่มกาแฟจึงมีการหันมาใส่ใจเรื่องความสะอาด และคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้มากขึ้น เนื่องจากเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยนี้ในด้านการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจ ที่ให้ความสำคัญในเรื่องตระหนักถึงความสะอาดภายในบริเวณร้านมากที่สุด แต่ด้านการส่งเสริมการขายที่ส่วนใหญ่มีการโฆษณา ด้วยป้ายโฆษณาและแผ่นพับใบปลิว และยังมีการส่งเสริมการขายด้วยคูปองสะสม และให้การสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมในระดับมากนั้น ยังมีผลการวิจัยที่ขัดแย้งกันเพราะงานวิจัยนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการแจกเอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมและโอกาสต่าง ๆ การให้บัตรส่วนลดในเทศกาลต่าง ๆ และการแจกของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ซึ่งยังอยู่ในระดับน้อย สำหรับด้านการผลิตมีความสอดคล้องกันในเรื่องของคุณภาพของวัตถุดิบ คือ ความสดใหม่อยู่ระดับมาก และในด้านการเงินส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนส่วนตัว ซึ่งเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ ทำให้สอดคล้องกับงานวิจัยในเรื่องให้ความสำคัญในเรื่องเงินทุนหมุนเวียนและความเพียงพอของเงินทุนต่อการดำเนินธุรกิจ

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกการสังเกต การทดลอง หรือวิธีการอื่น ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะมีประโยชน์ในการนำไปใช้วางแผนในการพัฒนาแนวคิดดังกล่าวได้มากขึ้น

9.2 ควรขยายขอบเขตหรือเพิ่มกลุ่มเป้าหมายไปยังบริเวณจังหวัดหรือพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อใช้เป็นแนวทางที่ทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพการจัดการธุรกิจกาแฟสด

9.3 ควรเพิ่มกรอบการวิจัยเพื่อให้ครอบคลุมถึงการจัดการธุรกิจร้านกาแฟสดให้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจร้านกาแฟสดต่อไป

9.4 ผู้บริหารหรือผู้ที่สนใจในธุรกิจร้านกาแฟสดสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเอง

10. เอกสารอ้างอิง

ช่อสุดา อาจปสา. (2547). โครงสร้างตลาดของธุรกิจ

ร้านกาแฟฟรีเมียม. การศึกษาอิสระปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ณัฐวิทย์ ปาลี. (2550). รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนอโลน (Stand-Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ดุชนฎี สีมาขจร. (2552). กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์กาแฟสดของไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันเชิงอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

เดโชทัย รื่นรัมย์. (2549). กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครสวรรค์.

ธนศ แก้วกล้า. (2549). การศึกษาความเป็นไปได้ใน
การลงทุนร้านกาแฟสด บริเวณด้านหน้า
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศุภานุชฌ์ โตประเสริฐพงศ์. (2547). การศึกษา
เปรียบเทียบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟ
พรีเมียมของไทยและต่างประเทศ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.