

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ซึ่งผู้วิจัยได้มีแนวทางการสรุปการศึกษา ดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ โดยเป็นการวิจัย 2 ช่วงดังนี้ ช่วงที่ 1 ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด และช่วงที่ 2 ขึ้นสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสด

จุดมุ่งหมายของการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคและสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่ 1 ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ได้แก่ ผู้บริโภคกาแฟสดที่มาใช้บริการร้านกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำนวน 8 ร้านๆ ละ 10 คน รวมจำนวน 80 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling)

ช่วงที่ 2 ขึ้นสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสด ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน โดยเสนอร่างสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดให้ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์ ตรวจสอบความเหมาะสม และประสิทธิผล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามคำถามปลายเปิดและคำถามปลายเปิด มีดังนี้

ช่วงที่ 1 ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด มี 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สถานภาพ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เป็นแบบตรวจคำตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ การจัดลำดับกลยุทธ์ 4 Ps ของ ธุรกิจกาแฟสด ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคนาแฟสด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 อันดับ

ช่วงที่ 2 ขึ้นสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสด ได้แก่ แบบบันทึกการประชุมสนทนากลุ่มของผู้เชี่ยวชาญ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ผลสรุปดังนี้

1. พบว่า องค์ประกอบของธุรกิจกาแฟสดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคนาแฟสดใน เขตเทศบาลนครนครสวรรค์ มีดังนี้

1.1 ด้านประเภทกาแฟ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ มีระดับความคิดเห็น โดยรวมมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05 จำแนกเป็นรายข้อ ดังนี้ เป็นกาแฟสดที่ผลิตภายในประเทศ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก เป็นกาแฟที่ผลิตจาก ต่างประเทศ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก

1.2 ด้านบรรจุภัณฑ์บรรจุกาแฟสด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อ กลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ มีระดับ ความคิดเห็น โดยรวมมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 จำแนกเป็นรายข้อ ดังนี้ บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและสีที่สวยงาม ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก บรรจุภัณฑ์ แสดงตราสินค้า ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก บรรจุภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก

1.3 ด้านคุณภาพของกาแฟสด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ มีระดับความ คิดเห็นโดยรวมมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 จำแนกเป็นรายข้อ ดังนี้ มีกาแฟสูตรเฉพาะและรสชาติที่แตกต่างจากร้านอื่น ระดับความคิดเห็น คือ มีผล มาก มีกลิ่นหอมของกาแฟจากกรรมวิธีการชง ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก ปิ้งกาแฟ จากเมล็ดกาแฟที่มีความสดใหม่ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก

1.4 ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01 จำแนกเป็นรายข้อ ดังนี้ มีราคาแพงและใช้เมล็ดกาแฟจากต่างประเทศ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีราคาถูกและใช้เมล็ดกาแฟภายในประเทศ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีราคาให้เลือกตามรสชาติและชนิดของกาแฟ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีการใส่ส่วนผสมอื่นปรุงแต่งกาแฟ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก

1.5 ด้านการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01 จำแนกเป็นรายข้อ ดังนี้ มีชื่อเสียงรู้จักแพร่หลาย ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก ใช้เครื่องมือในการชงที่ทันสมัย ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก รูปแบบและการตกแต่งภายในร้านดูสวยงาม ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก บรรยากาศภายในร้านให้ความรู้สึกสบายเป็น ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีเสียงเพลงและโทรทัศน์ภายในร้าน ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก ความสะอาดความสะดวกสบายของที่นั่ง ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก ความสะอาดภายนอกและภายในร้าน ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก สถานที่ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งพักผ่อนท่องเที่ยว ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีสถานที่จอดรถสะดวก ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก

1.6 ด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 จำแนกเป็นรายข้อ ดังนี้ มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ,สิ่งตีพิมพ์ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีพนักงานให้ข้อมูลของสินค้าเป็นที่เข้าใจ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีการรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์และบริการจัดส่งฟรี ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีการส่งเสริมการขาย เช่น คุปองส่วนลด,สะสมยอดซื้อ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีการจำหน่ายกาแฟสดควบคู่ไปกับขนมเบเกอรี่ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีการจำหน่ายกาแฟสดควบคู่กับอาหาร ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีการให้บริการ อย่างสุภาพ ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว ระดับความคิดเห็น คือ มีผลมาก

2. พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ โดยใช้ 4 Ps
 - 2.1 องค์ประกอบที่สำคัญด้านผลิตภัณฑ์ใน 3 อันดับ ได้แก่ การชงให้มีกลิ่นหอม ปรุงกาแฟจากเมล็ดสดใหม่ และมีสูตรเฉพาะและแตกต่างจากร้านอื่น
 - 2.2 องค์ประกอบที่สำคัญด้านราคา ใน 3 อันดับ ได้แก่ มีราคาให้เลือกตามรสนิยมและชนิดของกาแฟ มีราคาให้เลือกตามบรรจุภัณฑ์ และมีการใส่ส่วนผสมปรุงแต่งรสชาติ
 - 2.3 องค์ประกอบที่สำคัญด้านสถานที่ตั้งใน 3 อันดับ ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ ความสะอาดของสถานที่ และมีบรรยากาศเป็นกันเอง
 - 2.4 ด้านการส่งเสริมการขายใน 3 อันดับ ได้แก่ การบริการที่รวดเร็ว การบริการที่สุภาพ และจำหน่ายควบคู่กับเบเกอรี่และอื่นๆ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยช่วงที่ 1 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ด้านผลิตภัณฑ์ของกาแฟสด ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ผลการวิจัยช่วงที่ 2 การสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

1. พบว่า องค์ประกอบในด้านประเภทกาแฟ ด้านบรรจุภัณฑ์บรรจุกาแฟสด ด้านคุณภาพของกาแฟสด ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวข้องกับของธุรกิจกาแฟสดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ สอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2546) ที่ได้วิจัยเรื่อง การตลาดธุรกิจร้านกาแฟสด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ส่วนผสมด้านการตลาดที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ มีดังนี้ คือ ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาทำเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

2. พบว่า ด้านองค์ประกอบในการเลือกดื่มกาแฟสดที่สำคัญ คือ อันดับแรกคุณภาพ รสชาติของกาแฟและชื่อเสียงของร้าน อันดับที่ 2 ราคา อันดับที่ 3 รูปแบบการตกแต่งบรรยากาศและสถานที่ตั้งของร้านอันดับที่ 4 การส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2546) ที่ได้วิจัยเรื่อง การตลาดธุรกิจร้านกาแฟสด พบว่า ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในองค์ประกอบในการเลือกดื่มกาแฟสดของผู้บริโภค ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ พัฒนาสูตรเครื่องดื่มกาแฟให้มีรสชาติหลากหลาย และกลิ่นหอม ตรงตามความต้องการของ ผู้บริโภคมากที่สุด รวมทั้งกระบวนการผลิตที่สะอาดปลอดภัย อีกทั้งการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์

ให้สวยงาม โดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่ง และการสร้างตราสินค้าของตัวเองที่จดจำได้ง่าย เช่น บ้านไร่กาแฟ นำเอาคำสะกดที่ผิดมาใช้เพื่อให้เกิดความสนใจและจดจำในตราสินค้าง่ายขึ้น

2) การกำหนดราคา เครื่องดื่มกาแฟตามร้านทั่วไป มีระดับราคา ตั้งแต่ 20 บาทไปจนถึง 100 กว่าบาท ส่วนใหญ่การตั้งราคาพิจารณาจาก ต้นทุนวัตถุดิบบวกกับค่าใช้จ่าย ค่าเช่า ใน การดำเนินงาน และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 3) ท่าเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ สำหรับประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ควรมีลักษณะ การสัญจรที่สะดวก โดดเด่น ที่จอดรถสะดวก ภายในบริเวณร้านจะต้องจัดแต่งให้สวยงาม สร้างบรรยากาศของร้านในลักษณะที่สบายเป็น กันเอง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย มีนิตยสารจัดเตรียมไว้บริการ รวมถึงการจัดวาง อุปกรณ์ภายในร้าน ควรจัดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่ออำนวยความสะดวก 4) การส่งเสริม การตลาด ธุรกิจร้านกาแฟอาจใช้วิธีการส่งเสริมการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ หรือไครเมทัล เพราะสื่อเหล่านี้นำเสนอให้เห็นภาพลักษณ์ที่ดีของ รูปแบบ สินค้า ชื่อสินค้า และตราสินค้า หรือการสร้างมาตรฐานของร้านให้เป็นที่ยอมรับ ของผู้บริโภคจนนำไปสู่การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก หรือการแลกเปลี่ยนที่ระลึกการแจก แดมของชำร่วยในเทศกาลต่าง ๆ หรือการลดราคากาแฟบางรายการในช่วงเทศกาลสำคัญ ต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์มีองค์ ประกอบในการเลือกดื่มกาแฟสดที่เหมือนกับคนกรุงเทพฯหรือเมืองใหญ่ ๆ ของประเทศไทย

3. กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ โดยใช้ 4 Ps มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ใน 3 อันดับ ได้แก่ การชงให้มีกลิ่นหอมปรุง กาแฟจากเมล็ดสดใหม่ และมีสูตรเฉพาะและแตกต่างจากร้านอื่น 2) ด้านราคาใน 3 อันดับ ได้แก่ มีราคาให้เลือกตามรสชาติและชนิดของกาแฟ มีราคาให้เลือกตามบรรจุภัณฑ์ และมีการใส่ส่วนผสมปรุงแต่งรส 3) องค์ประกอบที่สำคัญด้านสถานที่ตั้งใน 3 อันดับ ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ ความสะอาดของสถานที่และมีบรรยากาศเป็นกันเอง 4) ด้านการ ส่งเสริมการขายใน 3 อันดับ ได้แก่ การบริการที่รวดเร็ว การบริการที่สุภาพ และจำหน่าย ควบคู่กับเบเกอรี่และอื่นๆสอดคล้องกับงานวิจัย ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ที่ได้วิจัยเรื่อง การตลาดธุรกิจร้านกาแฟสด พบว่า ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในองค์ประกอบที่สำคัญ เพื่อเป็นกลยุทธ์การดำเนินกิจการร้านกาแฟสด ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ ต้องพัฒนาสูตรเครื่องดื่มกาแฟให้มีรสชาติหลากหลาย และกลิ่นหอม ตรงตามความต้องการ ของผู้บริโภคมากที่สุด รวมทั้งกระบวนการผลิตที่สะอาดปลอดภัย อีกทั้งการพัฒนาแบบ บรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม โดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่ง และการสร้างตราสินค้าของตัวเองที่ จดจำได้ง่าย 2) การกำหนดราคา การตั้งราคาพิจารณาจากต้นทุนวัตถุดิบบวกกับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

ในการดำเนินงานและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 3) ทำเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่สำหรับประกอบธุรกิจร้านค้ากาแฟ ควรมีลักษณะ การสัญจรที่สะดวกโดดเด่น ที่จอดรถสะดวก ภายในบริเวณร้านจะต้องจัดแต่งให้สวยงาม สร้างบรรยากาศของร้านในลักษณะที่สบายเป็นกันเอง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย มีนิตยสารจัดเตรียมไว้บริการ รวมถึงการจัดวางอุปกรณ์ภายในร้าน ควรจัดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่ออำนวยความสะดวก

4) การส่งเสริมการตลาด โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โดเรคเซลล์ หรือการแลกชื่อของที่ระลึก การแจกแถมของชำร่วยในเทศกาลต่าง ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการร้านค้ากาแฟสดที่มีมาตรฐาน ที่ผู้บริโภคให้การยอมรับ และมีความรู้ ประสบการณ์ในด้านนี้มานาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการพัฒนาการทำธุรกิจกาแฟสด

- 1.1 ร้านค้าควรมีพนักงานคอยให้ความรู้เกี่ยวกับกาแฟสดชนิดต่าง ๆ เมื่อลูกค้าต้องการทราบ เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจลูกค้าที่สนใจบริโภคกาแฟสด
- 1.2 ควรมีการจัดทำแผ่นพับ ข้อมูล ของกาแฟแต่ละชนิดให้ลูกค้าเพื่อเป็นความรู้ในการเลือกบริโภคกาแฟในครั้งต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรมีการศึกษาถึงคุณลักษณะของกาแฟแต่ละชนิดก่อนที่จะทำแบบสอบถาม และออกสำรวจเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย
- 2.2 ควรศึกษาคุณลักษณะในการเลือกบริโภคกาแฟสดของประชาชนในพื้นที่กลุ่มตัวอย่าง
- 2.3 ควรศึกษาหาปัจจัยที่เป็นอุปสรรคและส่งผลกระทบต่อ การเลือกบริโภคกาแฟสดของประชาชน ในเขตพื้นที่