

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านกาแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัย แม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

จากสภาพตลาดกาแฟสดในพื้นที่บริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งยังมีผู้ประกอบการที่มีลักษณะร้านกาแฟอิสระ(Stand Alone) อยู่ไม่มาก แต่การเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการในพื้นที่ยังมีสูง เนื่องจากปัจจุบันกระแสนิยมในการบริโภคกาแฟสดยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมีการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ และปัจจัยต่างๆ ที่เอื้ออำนวย เช่น ความง่ายในการหาวัตถุดิบที่จะมาให้บริการ เป็นต้น

ผลจากการออกแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความต้องการของตลาดผู้ใช้บริการร้านกาแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) บริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนข้อมูลพฤติกรรมและ สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมสั่งกาแฟสด โดยมีชนิดกาแฟสดชื่นชอบมากที่สุดคือ คาปูชิโน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่นิยมทานของควบคู่ไปพร้อมกับการดื่มลักษณะการใช้บริการร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่นิยมทั้งการรับประทานและการซื้อกลับไปทานด้านความถี่ในการใช้บริการ โดยเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีการใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ สำหรับวันที่นิยมนำมาใช้บริการร้านกาแฟสดจะไม่มีค่านิยมด้านค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟสดจะอยู่ในช่วง 30-40 บาทต่อครั้ง ช่วงเวลาที่มีการใช้บริการร้านกาแฟสดมากที่สุดคือ หลังเวลา 19:00 น. ยังพบว่าจำนวนผู้ใช้บริการ โดยเฉลี่ยที่มาพร้อมกับผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละครั้งมักจะมาจกัน 2-3 คน ซึ่งจะเป็นกลุ่มของเพื่อนๆที่มาใช้บริการ

ร่วมกัน ในด้านสื่อที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านกาแฟสดมากที่สุด คือ การตกแต่ง/บรรยากาศภายในร้าน ส่วนด้านความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ ด้านข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค พบว่าส่วนใหญ่คิดว่าร้านกาแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ไม่เพียงพอ และหากมีการเปิดร้านกาแฟสดที่มีบรรยากาศโปร่งสบาย หรรษา ทันสมัย และมีการนำเทคโนโลยีการระบุตัวตน (Radio Frequency Identification, RFID) มาให้บริการในรูปแบบสมาชิกร้านเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องเหมาะสมในแต่ละบุคคลจะมีการใช้บริการร้อยละ 51.1 และอาจจะใช้บริการ 48.0 มีเพียงร้อยละ 0.5 ด้านทำเลที่ตั้งร้านผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าควรจะอยู่ห่างจากประตูทางเข้าออกหลักของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ไม่เกิน 500 เมตร สิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรจะต้องมีในร้านกาแฟสดที่ทันสมัยส่วนใหญ่เห็นว่าเครื่องเสียงดีเปิดเพลงไพเราะมากที่สุดคิด

ข้อมูลความคาดหวังของลูกค้าที่คาดว่าจะได้รับจากการให้บริการของร้านกาแฟสดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อกระบวนการให้บริการมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ อย่างไรก็ตามโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คาดหวังว่าจะได้รับการให้บริการจากร้านกาแฟสดทุกปัจจัยในระดับมาก

เนื่องจากโครงการเลือกที่จะตั้งทำเลในพื้นที่บริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นจึงมี เป้าหมายทางการตลาด (Market Target) คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา โดยในการจัดการส่วนประสมการตลาดบริการนั้น จะเน้นเรื่องจุดแข็งของโครงการที่เป็นโครงการที่มีลักษณะร้านกาแฟสดแบบอาคารอิสระ(Stand Alone) มีพื้นที่มากพอ สามารถให้บริการได้อย่างเต็มรูปแบบ อีกทั้งการจัดสภาพแวดล้อมให้มีบรรยากาศร้านที่หรรษาทันสมัย เหมาะแก่การดื่มกาแฟได้เป็นอย่างดี การนำเทคโนโลยี RFID มาให้บริการในรูปแบบสมาชิกของร้านทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องตรงจุด และทำการวิเคราะห์คู่แข่งกันอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ในการจัดการส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์เน้นการบริการกาแฟสดที่มีคุณภาพ สด สะอาด ด้านราคาจะตั้งราคาในระดับสูงกว่าคู่แข่ง ตามคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาบริการ ด้านสถานที่การจำหน่ายนอกจากความได้เปรียบที่ได้เลือกทำเลที่ดี และโครงการจะเน้นพนักงานขายหน้าร้านให้มีความพร้อมในการจะให้บริการ และการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดจะเน้นการตกแต่ง/บรรยากาศภายในร้าน คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ และป้ายหน้าร้าน เป็นหลักโดยมีกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้

การเข้าทดลอง การใช้ซ้ำ และเกิดการบอกต่อ โดยมีกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง เช่น โปปลิว แผ่นพับ สะสมยอดซื้อแลกเปลี่ยนของพรีเมียม ทดลองชิมฟรี เป็นต้น ด้านบุคคลกร สิ่งที่ต้องเน้นย้ำในการบริการจากพนักงาน คือ ความสุภาพเอาใจใส่ดูแลลูกค้า มีความเป็นกันเอง (พูดคุยทักทาย ลูกค้าสม่ำเสมอ) ให้บริการถูกต้อง และรวดเร็ว ซึ่งจะต่อเนื่องไปสู่ขั้นตอนการบริการ โดยจะต้องรักษามาตรฐานการบริการที่ดี (Standard) อย่างต่อเนื่อง และบริการให้ถูกใจผู้ใช้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการจะเน้นการจัดวางอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ให้เป็นระเบียบ การตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศ (Concept) แบบทันสมัยเน้นการใช้สีเหลือง หรือ สีที่สื่อถึงความทันสมัยเพื่อให้สอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านในโครงการอยู่ห่างจากประตูทางเข้าหลักของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ไม่เกิน 500 เมตร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ผู้บริโภครวมเป้าหมายส่วนใหญ่ผ่านไปมาได้ง่าย และมีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงการบริการ พื้นที่ในการดำเนินงานของโครงการมีขนาด 35 ตารางเมตร ค่าเช่าเดือนละ 4,500 บาท ทำสัญญาเช่าพื้นที่ปีต่อ สามารถจัดที่นั่งได้ 20-25 ที่นั่ง โดยสร้างรูปแบบร้านขึ้นมาเอง ซึ่งมีข้อดีที่สามารถออกแบบตกแต่งบรรยากาศภายในร้านให้เป็นไปตามที่ต้องการ และสามารถสร้างจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์โดยไม่ซ้ำแบบ จุดเด่นของโครงการในครั้งนี้เป็นการนำเอาเทคโนโลยีไร้สาย และ อินเทอร์เน็ตมาให้บริการ นอกจากนี้จะมีเทคโนโลยีที่ใช้ในการระบุตัวตน (Radio Frequency Identification, RFID) มาให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ และเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นความต้องการที่แท้จริง โดยการจัดทำในรูปแบบของบัตรสมาชิก และประยุกต์เอาเทคโนโลยี RFID รวมเข้ากับระบบการจัดการการขายหน้าร้านที่เรียกว่า Point of Sale (POS) ทำให้การขายสะดวกรวดเร็ว ข้อมูลพฤติกรรมในการดื่มกาแฟจะถูกเก็บรายละเอียด ทั้งข้อมูลการซื้อ ประเภทกาแฟสดที่ขายดีที่สุด ช่วงเวลาที่มีการซื้อขายมากที่สุด และยอดขายที่ได้แต่ละวัน สามารถประมวลผลได้วันต่อวัน โครงการจะเสียค่าตกแต่งพื้นที่ และมีค่าเครื่องใช้อุปกรณ์รวม 895,000 บาท ใช้เงินทุนหมุนเวียนจำนวน 25,000 บาท ส่วนการจัดซื้อเมล็ดกาแฟคั่วบดจะเน้นถึงความสด สะอาดของเมล็ดกาแฟที่จะนำมาให้บริการ เนื่องจากความหอมของกาแฟจะลดลงเมื่อมีการเปิดห่อ ดังนั้นจะต้องจัดเก็บไว้ในที่ที่ไม่มีกลิ่น ภาชนะปิดสนิทมิดชิด กาแฟสดแต่ละถ้วยจะมีต้นทุนสินค้าอยู่ที่หน่วยละ 22 บาท ส่วนเบเกอรี่นั้นจะทำการจ้างให้ผู้ประกอบการรายอื่นที่มีความชำนาญในการทำเบเกอรี่เป็นผู้จัดหา

ให้โดยมีต้นทุนของการตั้งทำอยู่ที่ขึ้นละ 15 บาท ด้านเทคนิคในการชงกาแฟจะมีวิธีการหลักของการชงอยู่ที่ การชงกาแฟเอสเปรสโซ่ นอกจากนั้นจะมีการเพิ่มส่วนผสมอื่นๆ ลงไปเช่น นมสด วิปครีม โทโก้ แล้วแต่สูตรที่จะมีการพัฒนาขึ้นเป็นของตนเอง

ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

รูปแบบในการดำเนินงานของร้านกาแฟสดของโครงการจะเป็นรูปแบบเจ้าของกิจการคนเดียว เนื่องจากมีความสะดวกในการลงทุน และมีความคล่องตัวในการบริหารงานเป็นอย่างดี มีค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนรวม 1,000 บาท มีการจัดโครงสร้างอย่างง่ายโดยมี ผู้จัดการร้าน 1 คน และ พนักงานประจำหน้าร้าน 1 คน และ จะไม่มีการเพิ่มตำแหน่งในระดับงานตลอดอายุโครงการ การจัดหาบุคลากรจะคัดเลือกบุคลากรในท้องถิ่นเป็นหลักก่อนอันดับแรก โดยมีใจรักในงานบริการ ซึ่งจะเข้าใจในความต้องการของคนในท้องถิ่น ได้ง่าย และคุ้นเคยต่อสภาพแวดล้อม เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดีและง่ายกว่า อีกทั้งจุดสำคัญในเรื่องปัญหาการเดินทางไปกลับในการทำงานจะได้ไม่เป็นอุปสรรคสำหรับต่อการปฏิบัติงาน และการบริหารเวลาการทำงานของโครงการจะให้บริการ จันทร์ - ศุกร์ เวลา 09 : 00 – 21:00 น. ส่วนในวัน เสาร์ – อาทิตย์ เวลา 10 : 00 – 21:00 น. เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเป็นการประหยัดพลังงานตลอดจนค่าใช้จ่ายส่วนของการดำเนินกิจการ

ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การลงทุนในโครงการร้านกาแฟสดด้วยจำนวนเงิน 928,300 บาท ซึ่งเป็นเงินที่ได้มาจากส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด มีการประมาณการยอดขายแยกเป็น 2 ส่วนคือ กาแฟสด และ เบเกอรี่ ด้านรายได้ที่เกิดจากการขายกาแฟสดในปีที่ 1 เท่ากับ 1,947,820 บาท และ เบเกอรี่เท่ากับ 57,280 บาท มีกำไรสุทธิ 151,925 บาท จากนั้นมีจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายได้จากการขายอยู่ระหว่าง 2,000,000 บาท ถึง 2,900,000 บาท โดยในระยะเวลา 5 ปี ของโครงการจะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 433,070 ดัชนีทำกำไร 1.47 เท่า และอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนเป็น 26.29% และเมื่อวิเคราะห์ความไวต่อเหตุเปลี่ยนแปลงพบว่า กรณีที่ 1 ยอดขายกาแฟสดของร้านในโครงการลดลงร้อยละ 5 ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลงเป็น 213,070 บาท ดัชนีการทำกำไรเท่ากับ 1.23 และอัตราผลตอบแทนการลงทุน 19.41% กรณีที่ 2 หากอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นในระดับร้อยละ 5.6 และยอดขายลดลงร้อยละ 5

จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็น -159,929 บาท ดัชนีการทำกำไรเท่ากับ 0.83 และอัตราผลตอบแทนการลงทุน 6.33%

อภิปรายผล

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนร้านกาแฟบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ทำการวิเคราะห์ในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านการตลาด ผลจากแบบสอบถามพบว่าผู้บริโภคในพื้นที่บริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความต้องการที่จะใช้บริการร้านกาแฟในโครงการร้อยละ 51.1 โดยถามส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านกาแฟในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ร้อยละ 41.0 รองลงมาคือด้านสถานที่ร้อยละ 23.5 และด้านราคา ร้อยละ 22.5 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าปัจจัยทางการตลาด 3 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านสถานที่ตั้งที่ไปมาสะดวก และ ด้านราคา ตามลำดับ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะชื่นชอบกาแฟสด คาปูชิโน มากที่สุด รองลงมาคือ เอสเปรสโซ่ และเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้านกาแฟที่ทันสมัยควรจะมีมากที่สุดคือ การมีเครื่องเสียงดี เปิดเพลงไพเราะ รองลงมาคือ โต๊ะและเก้าอี้ที่ออกแบบสวยงาม นั่งสบาย มีทีวีพลาสมาให้บริการ และติดตั้ง UBC อินเทอร์เน็ตไร้สาย ความเร็วสูง ตามลำดับ ด้านสื่อที่ทำให้เกิดการตัดสินใจในการเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟสดมากที่สุดคือ การตกแต่ง/บรรยากาศภายในร้าน และ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการมีการบอกต่อ

ในด้านระดับความคาดหวังของลูกค้าที่คาดว่าจะได้รับการบริการจากร้านกาแฟสดนั้นพบว่า ทุกๆปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่างมีระดับความคาดหวังโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผลดังกล่าวเป็นการทดสอบและเพื่อเปรียบเทียบแนวคิดในการทำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาให้บริการร่วม เช่น การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยมีต้นแบบจากผลการศึกษาของสมเกียรติ เบ็งโต (2547) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวีนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยให้ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านกาแฟสดวีนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในทุกๆ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมากที่สุด แต่ผลสำรวจจากแบบสอบถามพบว่าเกิดความขัดแย้งกันในผลของความคิดเห็นของผู้บริโภคกาแฟสด

ในพื้นที่บริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้านค้าแฟสดที่ทันสมัย คือ เครื่องเสียงดีเปิดเพลงไพเราะ โต๊ะและเก้าอี้ที่ออกแบบสวยงาม นั่งสบาย มีทีวีพลาสมาให้บริการ และ ติดตั้ง UBC โดยมีเพียงร้อยละ 16 ที่เห็นว่าควรมีเทคโนโลยีในการอำนวยความสะดวกภายในร้านค้าแฟสดที่ทันสมัย (ตารางที่ 26)

ด้านการจัดการและเทคนิค โครงการมีการดำเนินการในรูปแบบเจ้าของกิจการคนเดียวใช้โครงสร้างขององค์กรแบบง่าย ที่มีพนักงานเพียง 2 ตำแหน่ง คือ ผู้จัดการร้าน และพนักงานขายประจำหน้าร้าน ซึ่งมีความเหมาะสม และคล่องตัวในการบริหารงาน ตลอดจนการกำหนดนโยบายต่างในการให้บริการ เช่นเดียวกันกับผู้ประกอบการร้านค้าแฟสดโดยส่วนใหญ่

ด้านการเงินผลการศึกษพบว่าได้อัตราผลการลงทุนที่สูงกว่าสมมุติฐานที่กำหนด โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเป็นบวกด้วยจำนวน 433,070 บาท และ อัตราผลตอบแทนการลงทุนที่ 26.92% จากการลงทุน 928,300 บาท ซึ่งให้ผลตอบแทนที่ต่ำกว่าผลการศึกษาของ สถาภรสงศรี (2548) ที่ได้ศึกษาอัตราผลตอบแทนการลงทุนร้านค้าแฟรนไชส์เบิ้ล็คแคนยอนแบบอิสระในพื้นที่สีลม กรุงเทพฯ โดยมีเงินลงทุนทั้งสิ้น 1,944,000 บาท มีอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่ 31.28% และ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็น 531,691 บาท ในขณะที่ผลการศึกษาเมื่อวิเคราะห์ความไว กรณีที่ 1 ยอดขายกาแฟสดของร้านในโครงการลดลงร้อยละ 5 ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลงเป็น 213,070 บาท ดัชนีการทำการเท่ากับ 1.23 และอัตราผลตอบแทนการลงทุน 19.41% กรณีที่ 2 หากอัตราเงินเพื่อที่สูงขึ้นในระดับร้อยละ 5.6 และยอดขายลดลงร้อยละ 5 ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็น -159,929 บาท ดัชนีการทำการเท่ากับ 0.83 และอัตราผลตอบแทนการลงทุน 6.33%

ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีบรรยากาศโปร่งสบาย หอหรร่า ทันสมัย และมีการนำเทคโนโลยีการระบุตัวตน (Radio Frequency Identification, RFID) ให้บริการในรูปแบบสมาชิกร้านค้าเป็นพิเศษซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกทานกาแฟสดคาปูชิโน และถ้าเป็นเพศชายส่วนใหญ่จะเลือกทานกาแฟสดเอสเปรสโซ่ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จะเป็นกลุ่มผู้บริโภครหลักของโครงการซึ่งมีพฤติกรรมมาใช้บริการร่วมกันแต่ไม่มากคือ 2-3 คน และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งโดยเฉลี่ย 30-40 บาท

2. จากผลสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านกาแฟสดของโครงการที่มีการนำเอาเทคโนโลยี RFID มาให้บริการ แต่ผลสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้านกาแฟสดที่ทันสมัยในความคิดของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น กลับเลือกหัวข้อเทคโนโลยีดังกล่าวเพียงร้อยละ 16.0 (ตารางที่ 26) อาจเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเป็นเรื่องส่วนบุคคลที่ไม่อยากให้ผู้อื่นรู้ความต้องการของตนเองที่แท้จริง ในขณะที่อินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่อที่ทำให้เกิดการตัดสินใจในการเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟสดน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 8.5 (ตารางที่ 27) ด้วยเช่นกัน

3. ถึงแม้ว่าจะ มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่จะใช้บริการร้านกาแฟสดของโครงการร้อยละ 51.5 แต่ในการประมาณการยอดผู้ที่จะใช้บริการ และยอดขายกาแฟสดที่แท้จริง แต่จากการเลือกกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของโครงการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จะมีเพียงร้อยละ 47.6 เท่านั้นที่จะใช้บริการจริง และพบว่าความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟสดของโครงการกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้นมีความถี่ในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ มากถึงร้อยละ 30.6 (ตารางที่ 23) จากจำนวนนักเรียน/นักศึกษาทั้งหมดที่จะใช้บริการร้านกาแฟสดของโครงการ ดังนั้นในการคำนวณเพื่อหาจำนวนกาแฟสดที่เป็นมูลค่ารวมของตลาดในพื้นที่ ผู้ศึกษาจึงทำการตัดข้อมูลส่วนนี้ออกไปเพื่อให้มีความถูกต้อง ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

4. สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังสูงที่สุดมากกว่าทุกๆ ปัจจัย ในการใช้บริการร้านกาแฟสดแต่ละครั้ง คือ ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ ที่พบเห็น โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.5 นั้น แสดงว่าผู้ประกอบการร้านกาแฟสดใดๆ จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดต่อสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสูงที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา ความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านกาแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ถึงแม้จะมีความเป็นไปได้แล้วก็ตามแต่สิ่งที่ผู้ประกอบการควรกระทำอย่างต่อเนื่อง คือ การเน้นย้ำในส่วนสำคัญต่างๆ เพื่อให้โครงการอยู่ได้อย่างยั่งยืน ดังนี้

1. ด้านการตลาด

- เน้นคุณภาพของเมล็ดกาแฟสดคั่วที่นำมาให้บริการต้อง ใหม่ สด อีกทั้งการพัฒนากาแฟสดชนิดใหม่ๆ ที่มีความเข้มข้นมากขึ้นให้ตรงตามความต้องการ โดยอาจให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการผสมเมล็ดกาแฟคั่วเองเพื่อให้ได้รสชาติที่เข้มข้นตามต้องการ ได้ด้วยเช่นกัน

- ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกัน ใช้ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ และข้อมูลจากเทคโนโลยีต่างๆ ของโครงการ หมั่นสำรวจสิ่งที่ลูกค้าต้องการ คาดหวัง และแนวโน้ม กระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสม่ำเสมอ แล้วสนองความต้องการให้ครบในทุกด้าน เช่น ในกรณีสมาชิกของร้านจะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากระบบ RFID ซึ่งข้อมูลบอกว่าสมาชิกคนนั้นชอบ กาแฟสดชนิดใด มาใช้บริการกับเพื่อนเป็นประจำ ดังนั้นหากต้องการส่งเสริมการตลาดสำหรับ สมาชิกให้ตรงจุดก็จะทำได้เช่น ในวันคล้ายวันเกิดของสมาชิก จะสามารถรับกาแฟสดชนิดนั้นได้ฟรี 1 ถ้วย และลดราคา 20% ให้สำหรับเพื่อนที่มาด้วย 1 ถ้วย เป็นต้น

- จากการจัดลำดับความคาดหวังของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อ ความสะอาดของสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้ เป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นผู้ประกอบการควรตระหนักถึงการทำความสะอาด ภายในร้าน และอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ ที่ใช้อยู่ โดยการเน้นให้พนักงานทำกิจกรรม 5ส เป็น ประจำจนเป็นนิสัย

2. ด้านเทคนิค

- เน้นการดูแลจัดเก็บเมล็ดกาแฟสดคั่ว และปริมาณการสั่งซื้อให้สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละชนิดเพื่อให้กาแฟสดที่ขงมีความสด และกลิ่นหอมจะไม่ลดลง

3. ด้านการจัดการ

- ควรเน้นย้ำการบริหารจัดการพนักงานของร้าน ให้มีความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของกิจการ เพื่อให้เกิดการบริการจากใจ มีความสุภาพ เอาใจใส่ดูแลลูกค้า และเป็นกันเอง โดยอาจกำหนดให้ ผลตอบแทนเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ทำได้เกินเป้าหมายยอดขายในแต่ละเดือน หรือการให้พนักงานเป็น หุ้นส่วนของกิจการตามเปอร์เซ็นต์ที่เหมาะสม

4. ด้านการเงิน

- เนื่องจากต้นทุนต่อหน่วยการขายของโครงการค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรวหา วิธีการลดต้นทุนต่อหน่วยการขาย โดยการหาแหล่งจำหน่ายกาแฟสดคั่วที่มีคุณภาพดีเท่ากับของ โครงการที่ใช้อยู่ แต่มีราคาที่ถูกลง หรืออาจขอส่วนลดระยะสั้นจากผู้จำหน่ายเดิมในขั้นต้น และทำ โปรแกรมการสั่งซื้อระยะยาวและขอส่วนลดที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณการสั่งซื้อเมล็ดกาแฟสด