

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ระดับการให้ความสำคัญของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟเบเกอรี่แคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งได้จากการค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้จัดการร้านกาแฟเบเกอรี่แคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 4 ร้าน ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟเบเกอรี่แคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้จัดการร้านธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟเบเกอรี่แคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 4 ท่าน พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟเบเกอรี่แคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีเทคนิคและหลักการ ตลอดจนการสร้างจุดเด่นในลักษณะที่คล้ายคลึง และแตกต่างกันในบางกลยุทธ์ โดยผู้วิจัยได้จำแนกตามกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟเบเกอรี่แคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

จงค้ำสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“...กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟเบเกอรี่แคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ นั้น ได้มีการจับคู่กับผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ ข กล่าวว่า

“... กลยุทธ์ในด้านของผลิตภัณฑ์ ก็คือ ผลิตภัณฑ์ของร้านจะเน้นทั้งเครื่องดื่มและอาหาร ทำออกมาให้มีคุณภาพ และมีความคล้ายคลึงกับในตัวเมนูให้ได้มากที่สุด...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“...กลยุทธ์ที่ใช้ คือ เน้นที่รสชาติ ต้องมีความคงที่อยู่ตลอดเวลา...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

และจากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ง กล่าวว่า

“...เราจะเน้นในรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มให้ได้มาตรฐานคงที่ มีการใช้
ซอสที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ สูตรกาแฟต้องได้ในปริมาณที่ตั้งไว้ เพื่อรักษามาตรฐาน
ของสินค้าไว้...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน
ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ ตามแนวคิดและเทคนิคของผู้จัดการแต่ละสาขา
สามารถแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ

(1) การใช้เทคนิคเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ การจับคู่เพื่อเปรียบเทียบ
ระหว่างผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาปรับและแก้ไขผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ สร้างความแตกต่าง และ
สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคให้มากที่สุด และ

(2) การให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ การต่อยอดขึ้นทางกลยุทธ์ ทั้งในด้าน
รูปแบบ ลักษณะ รสชาติของอาหาร และเครื่องดื่ม ให้มีลักษณะที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ ตามรูปแบบ
มาตรฐานของเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน

1.2 ด้านกลยุทธ์ราคา

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“...กลยุทธ์ราคาของเราคือ การจัดโปรโมชันของ AIS เช่น กาแฟ
แบล็คแคนยอนราคา 70 บาท ถ้าครห์สจาก AIS ลดเหลือ 65 บาท หรือสั่งผลิตภัณฑ์ตัวหนึ่ง
สามารถสั่งอีกอย่างหนึ่งได้ในราคาสินค้าที่ลด เช่น สั่งผัดไทยกุ้งสด 1 จาน และสั่งไก่เกลือ 1 จาน
ได้ลดราคาไก่เกลือ จาก 85 เหลือ 69 บาท...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ข กล่าวว่า

“... โดยเป็นราคากลางไม่สูงและไม่แพงเกินไป เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ค กล่าวว่า

“... กลยุทธ์ด้านราคา ใช้วิธีตั้งราคาที่เป็นราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ไม่ต่ำและไม่สูงเกินไป เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

และจากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ง กล่าวว่า

“... ราคาสินค้าในร้านมีหลากหลายราคา ราคาแต่ละอย่างถูกตั้งขึ้นเพื่อความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ราคาจึงไม่ถูกและไม่แพงเกินไป ยังเป็นราคาที่ยอมรับได้...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านราคา ตามแนวคิดและเทคนิคของผู้จัดการแต่ละสาขา มีเทคนิคและหลักการที่สามารถจำแนกออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

(1) กำหนดราคาโปรโมชัน เพื่อดึงดูดและจูงใจกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นลูกค้า หรือผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มยอดขายและสร้างกระตุ้นทางการตลาด

(2) กำหนดราคาจำหน่าย เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

1.3 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“...1 ช่องทาง คือช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง คือ ร้านอาหาร ไปผู้บริโภค...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ข กล่าวว่า

“.../ ช่องทาง คือช่องทางหน้าร้าน ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ค กล่าวว่า

“.../ ช่องทาง คือช่องทางหน้าร้าน ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

และจากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ง กล่าวว่า

“.../ ช่องทาง คือช่องทางหน้าร้าน...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามแนวคิดและเทคนิคของผู้จัดการ แต่ละสาขา มีการจัดการกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่วิธีเดียว คือ ช่องทางการจำหน่าย หน้าร้าน เนื่องด้วยข้อจำกัดในด้านของการดำเนินธุรกิจขายอาหาร และเครื่องดื่ม ดังนั้นเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าให้มากที่สุดจึงมีช่องทางการจำหน่ายเพียงช่องทางเดียว

1.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“... การส่งเสริมการตลาดของร้าน คือการจัดโปร โมชั่น เช่น สั่งซื้อ ฟูจิลี่ดัมยำกึ่ง 1 ขาม และสั่งยำวันแสนได้ในราคา 69 บาท จากราคา 92 บาท...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ข กล่าวว่า

“...ทางร้านจะมีโปร โมชั่น 2 เดือนต่อ 1 โปรโมชั่น ก่อนเริ่มโปรโมชั่นใหม่ก็จะมี การพูดคุยกับพนักงานเพื่อความเข้าใจเกี่ยวกับโปรตัวใหม่ก่อนทุกครั้ง เพื่อที่จะสามารถอธิบาย โปรโมชั่นใหม่ให้กับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“... โปรโมชันร่วมกับบริษัท AIS เพื่อรับส่วนลดในการซื้อกาแฟ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

และจากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“... โปรโมชันร่วมกับบริษัท AIS เพื่อรับส่วนลดในการซื้ออาหารและกาแฟ ซึ่งมี
การจัดทำโปรโมชันปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หมุนเวียนอยู่ตลอดเวลา...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน
ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ตามเทคนิคของผู้จัดการแต่ละ
สาขา มีการจัดการกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัด
โปรโมชัน อันได้แก่การลด แลก แจก และแถม เพื่อสร้างแรงกระตุ้นในการซื้อสินค้าของ
กลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้การส่งเสริมทางการตลาดของร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมืองพัทยา
จังหวัดชลบุรี ยังได้นำเอาเทคนิคการส่งเสริมการขายร่วมกับธุรกิจอื่นๆ ให้เกิดกิจกรรมในการ
ติดตาม จากเทคนิคในการส่งเสริมการตลาดดังกล่าว นอกจากจะสามารถเพิ่มยอดขายแล้ว ยัง
สามารถสร้างความจงรักภักดีของผู้บริโภคให้มีต่อร้านกาแฟแบล็คแคนยอนด้วยเช่นกัน

1.5 กลยุทธ์บรรจุกภัณฑ์

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“... ในด้านบรรจุกภัณฑ์ จะให้ความสำคัญมากเพราะถ้าหากสินค้าออกมาไม่ดี ไม่คู่
สวยงามน่ารับประทาน ผู้บริโภคก็ไม่มีคามสนใจแล้ว เพราะนั่นรูปลักษณ์ของอาหารและ
เครื่องดื่มต้องออกมาดีทุกงาน...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ข กล่าวว่า

“...ให้ความสำคัญมากทั้งบรรจุภัณฑ์สำหรับทานในร้านและบรรจุภัณฑ์สำหรับกลับบ้าน โดยจะมีโลโก้ติดบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์ของทางร้าน ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ค กล่าวว่า

“...เน้นความใหม่สะอาดของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งตัวบรรจุภัณฑ์ต้องมีโลโก้ติดอยู่ด้วย เพื่อสร้างการจดจำในตราสินค้า...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

และจากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ง กล่าวว่า

“...บรรจุภัณฑ์ทุกชิ้นต้องสะอาด ใหม่อยู่เสมอ รูปทรงพอดีกับกาแฟหรืออาหารที่สั่ง...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบสติกแคมนยอน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านบรรจุภัณฑ์ ตามแนวคิดและเทคนิคของผู้จัดการแต่ละสาขา มีรูปแบบที่เหมือนกัน คือ มีการคิดสรรประเภทวัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่เน้นความสะอาด และต้องมีตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ของแบบสติกแคมนยอน เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภครู้และจดจำตราสัญลักษณ์ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สามารถสื่อสารผ่านไปยังลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ทางอ้อมของธุรกิจ

1.6 กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“...มีการอบรมให้พนักงานใส่ใจ สนใจลูกค้า โดยปฏิบัติตาม 5 STEPS OF SERVICE...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ข กล่าวว่า

“...มีการอบรมพนักงาน 3 เดือนครั้ง โดยอบรมที่ศูนย์กรุงเทพฯ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ค กล่าวว่า

“...เป็นกฎและนโยบาย โดยมีการอบรมพนักงาน และให้พนักงานใส่ใจดูแลลูกค้า กล่าวทักทายทุกครั้งทีลูกค้าเข้าออกร้าน...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

และจากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ง กล่าวว่า

“...มีการอบรมพนักงาน มีการสอนงานเพื่อให้เป็นพนักงานอย่างมืออาชีพ ต้องให้พนักงานฝึกพูดเก่งๆ ยิ้มแย้มทักทายลูกค้าอยู่ตลอดเวลา กล่าวทักทายลูกค้าทุกครั้งที่มาใช้บริการที่ร้าน และเมื่อมีโปร โมชั่นใหม่ๆ พนักงานจะต้องเข้าไปในโปร โมชันนั้นก่อนเพื่อที่จะสามารถตอบคำถามลูกค้าได้อย่างถูกต้อง...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรน ไซส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านการใช้พนักงานขาย ของผู้จัดการแต่ละสาขา มีลักษณะเหมือนกัน คือ การกำหนดนโยบายในการฝึกอบรมพนักงานขาย และให้มีการจัดฝึกอบรมพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อฝึกให้พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนให้เกิดความชำนาญในเรื่องสินค้าและบริการ

1.7 กลยุทธ์ข่าวสาร

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“...กล่าวได้ว่า สื่อทางการตลาดมีอิทธิพลต่อธุรกิจมาก เพราะสื่อเป็นตัวนำลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้าน ดังนั้นกลยุทธ์ด้านข่าวสารของธุรกิจแบล็คแคนยอนจะเน้นในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายประกาศ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ข กล่าวว่า

“... กล่าวได้ว่า ข่าวสารมีอิทธิพลมากเนื่องจากลูกค้าบางท่านอาหาราเมนูตัวใหม่ จากสื่อ หรือป้ายประกาศหน้าร้าน ถือเป็นการกระตุ้นยอดขายให้กับทางร้าน...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ค กล่าวว่า

“... สื่อมีอิทธิพลต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก เพราะสื่อทางการตลาดต่างๆเป็นตัว ประชาสัมพันธ์ทางร้าน ได้เป็นอย่างดี โดยเทคนิคและกลยุทธ์ด้านข้อมูลข่าวสารนั้น จะใช้ลักษณะ ของการผสมผสาน แทรกซึม ไปกับ โปร โฆษน์ร่วม และ ใช้วิธีการ โฆษณาผ่านป้ายประกาศต่างๆ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

และจากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ง กล่าวว่า

“...มีอิทธิพลต่อธุรกิจค่อนข้างมาก เพราะสื่อจะเป็นการประชาสัมพันธ์ช่องทาง หนึ่งที่ทำให้ทุกคนรู้จักผลิตภัณฑ์ของร้าน รู้จักแบล็คแคนยอน...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านข่าวสาร ตามแนวคิดของผู้จัดการแต่ละสาขาได้ให้ความสำคัญ กับสื่อเป็นอย่างมากเนื่องจาก ข่าวสาร เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้า หรือผู้บริโภค รับรู้ และสามารถ สนับสนุนกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและการส่งเสริมการขายของธุรกิจได้ โดยกลยุทธ์ในด้าน ข่าวสารในภาพรวมจะมีลักษณะเดียวกันคือ การสื่อสารข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ผ่านป้าย ประกาศ และการสื่อสารทางอ้อม โดยใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานขาย ในการ โฆษณา และประชาสัมพันธ์ข่าวสารของร้านกาแฟแบล็คแคนยอน

1.8 กลยุทธ์การใช้พลัง (อำนาจต่อรอง)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“...มีมากพอสมควร เนื่องจากร้านกาแฟมีมาก ลูกค้ามีทางเลือก...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ข กล่าวว่า

“...มีผลอย่างมากเพราะเราต้องการให้ลูกค้าได้รับความคุ้มค่ามากที่สุด...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ค กล่าวว่า

“...มีบ้าง เนื่องจากร้านกาแฟลักษณะใกล้เคียงกันมีเยอะ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

และจากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ง กล่าวว่า

“...มีบ้างเล็กน้อย ส่วนใหญ่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะเข้ามารับประทานอาหารและเครื่องดื่ม โดยส่วนใหญ่จะพอทราบอยู่แล้วว่าร้านแบล็คแคนยอนมีอะไรบ้าง และอีกอย่างร้านกาแฟส่วนใหญ่จะเน้นขายเครื่องดื่มและเบเกอรี่ แต่ของทางร้านเราจะทำอาหารด้วย จึงทำให้ลูกค้าที่สนใจจะทานอาหารและเครื่องดื่มก็จะมาใช้บริการที่ร้านแบล็คแคนยอน...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ในเขตเมืองพญา จังหวัดชลบุรี ด้านอำนาจต่อรอง ของผู้จัดการแต่ละสาขาเป็นลักษณะและทิศทางเดียวกัน คือ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านนี้เท่าไรนัก โดยกลยุทธ์อำนาจการต่อรอง ซึ่งหมายถึง เทคนิคในการเกลี้ยกล่อมลูกค้านั้น ไม่ค่อยมีความจำเป็นกับธุรกิจร้านกาแฟแบล็คแคนยอน เนื่องจากโดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะติดใจในความสะอาด รสชาติอาหาร และการบริการของทางร้านอยู่แล้ว โดยไม่จำเป็นที่จะต้องมีการเชิญชวน หรือเกลี้ยกล่อมลูกค้าให้หันมาซื้อสินค้า หากแต่เป็นความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟแบล็คแคนยอน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดหรือทิศทางทางการตลาด ในอนาคตเพื่อเตรียมรับสถานการณ์การแข่งขัน

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“...มีการจัด โปร โมชั่น ในการลดราคา หรือซื้อ 2 แกรม 1 หรือ การเพิ่มเติม
ผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ข กล่าวว่า

“...ยังไม่มี...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ค กล่าวว่า

“...มีการจัดทำ โปร โมชั่น อยู่เรื่อยๆ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

และจากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ง กล่าวว่า

“...มีการจัดทำ โปร โมชั่น อยู่เรื่อยๆ...”

(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากผลการศึกษา พบว่า การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดหรือทิศทางทางการตลาด
ในอนาคตเพื่อเตรียมรับสถานการณ์การแข่งขัน ของผู้จัดการธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟเบเกอรี่
ขอนแก่นในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี คือ การจัดทำ โปร โมชั่น ใหม่ เนื่องจาก การเปลี่ยนแปลงทั้ง
พฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนปัจจัยในด้าน เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลง
อยู่เสมอ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อรับมือกับปัญหาที่จะตามมาในอนาคต

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การให้ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิคเคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ก กล่าวว่า

“...อันดับ 1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์ราคา 3) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย 4) กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ 5) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 6) กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย 7) กลยุทธ์การใช้พลัง (อำนาจต่อรอง) และ 8) กลยุทธ์ข่าวสาร...”
(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ข กล่าวว่า

“...1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์ราคา 3) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 4) กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย 5) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย 6) กลยุทธ์การใช้พลัง (อำนาจต่อรอง) 7) กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ และ 8) กลยุทธ์ข่าวสาร...”
(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ค กล่าวว่า

“...1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย 3) กลยุทธ์ราคา 4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 5) กลยุทธ์การใช้พลัง (อำนาจต่อรอง) 6) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย 7) กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ และ 8) กลยุทธ์ข่าวสาร ...”
(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

และจากคำสัมภาษณ์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์ ง กล่าวว่า

“...1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย 3) กลยุทธ์ราคา 4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 5) กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ 6) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย 7) กลยุทธ์ข่าวสาร และ 8) กลยุทธ์การใช้พลัง (อำนาจต่อรอง)...”
(สัมภาษณ์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

จากผลการศึกษา พบว่า การให้ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามกลยุทธ์การดำเนินงานของผู้จัดการแต่ละสาขาได้ให้ความสำคัญกับ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ มากที่สุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้สูงสุด และประการที่สำคัญที่สุดคือ การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์นั้น จะสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้า สร้างผลกระทบในเชิงบวกให้กับธุรกิจ ดังนั้นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภค และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอันจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านกาแฟแบล็คแคนยอน

สรุป

การวิเคราะห์การศึกษาเรื่อง ระดับการให้ความสำคัญของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อันได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการบริหารงาน ของผู้จัดการสาขาธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์ และส่งผลต่อการตัดสินใจในการจัดการด้านกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจแฟรนไชส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยในด้านประสบการณ์ในการบริหารงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยน หรือ การสร้างกลยุทธ์ใหม่ ซึ่งจะเห็นได้จากประเด็นในด้านการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดหรือทิศทางทางการตลาดในอนาคตเพื่อเตรียมรับสถานการณ์การแข่งขัน หากแต่ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารงาน จะไม่สามารถวางแผนเพื่อรับมือกับปัญหา หรือสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากขอบเขตด้านพื้นที่ ซึ่งเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นเมืองท่องเที่ยว ดังนั้นข้อจำกัดในด้านพื้นที่ ตลอดจนวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานในลักษณะเดียวกัน จึงทำให้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ครอบคลุมกลยุทธ์ในเชิงลักษณะเดียวกัน