

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ระดับการให้ความสำคัญของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแอนด์คานอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแอนด์คานอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์เจาะลึก (Depth Interview) โดยได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้จัดการร้านธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแอนด์คานอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทั้งหมดจำนวน 4 ท่าน ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. กลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแอนด์คานอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแอนด์คานอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ ตามแนวคิดและเทคนิคของผู้จัดการแต่ละสาขา สามารถแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ

(1) การใช้เทคนิคเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ การจับคู่เพื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาปรับและแก้ไขผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ สร้างความแตกต่าง และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคให้มากที่สุด และ

(2) การให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ การดัดแปลงสูตรทางกลยุทธ์ ทั้งในด้านรูปแบบ ลักษณะรสชาติของอาหาร และเครื่องดื่ม ให้มีลักษณะที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ ตามรูปแบบมาตรฐานของเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแอนด์คานอน

ด้านกลยุทธ์ราคา

พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแอนด์คานอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านราคา ตามแนวคิดและเทคนิคของผู้จัดการแต่ละสาขา มีเทคนิคและหลักการที่สามารถจำแนกออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

- (1) กำหนดราคาโปรโมชัน เพื่อดึงดูดและจูงใจกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นลูกค้า หรือผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มยอดขายและสร้างกระแสน้ำทางการตลาด
- (2) กำหนดราคาจำหน่าย เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ด้านกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแค้นยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามแนวคิดและเทคนิคของผู้จัดการแต่ละสาขา มีการจัดการกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่วิธีเดียว คือ ช่องทางการจำหน่ายหน้าร้าน

ด้านกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแค้นยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ตามเทคนิคของผู้จัดการแต่ละสาขา มีการจัดการกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดโปรโมชัน อันได้แก่ การลด แลก แจก และแถม เพื่อสร้างแรงกระตุ้นในการซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย

ด้านกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์

พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแค้นยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านบรรจุภัณฑ์ ตามแนวคิดและเทคนิคของผู้จัดการแต่ละสาขา มีรูปแบบที่เหมือนกัน คือ มีการคัดสรรประเภทวัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่เน้นความสะอาด และต้องมีตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ของแบบลิ้นแค้นยอน เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภครับรู้และจดจำตราสัญลักษณ์

ด้านกลยุทธ์การใช้พนักงานขาย

พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแค้นยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านการใช้พนักงานขาย ของผู้จัดการแต่ละสาขา มีลักษณะเหมือนกัน คือ การกำหนดนโยบายในการฝึกอบรมพนักงานขาย และให้มีการจัดฝึกอบรมพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อฝึกให้พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนให้เกิดความชำนาญในเรื่องสินค้าและบริการ โดยยึดหลักปฏิบัติตาม 5 STEPS OF SERVICE

ด้านกลยุทธ์ข่าวสาร

พบว่า ผู้จัดการแต่ละสาขาได้ให้ความสำคัญกับสื่อเป็นอย่างมากเนื่องจาก ข่าวสาร เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้า หรือผู้บริโภค รับรู้ และสามารถสนับสนุนกลยุทธ์การส่งเสริม การตลาดและการส่งเสริมการขายของธุรกิจได้ โดยกลยุทธ์ในด้านข่าวสารในภาพรวมจะมีลักษณะ เดียวกันคือ การสื่อสารข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ผ่านป้ายประกาศ และการสื่อสารทางอ้อม โดย ใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานขาย ในการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ข่าวสารของร้าน กาแฟแบล็คแคนยอน

ด้านกลยุทธ์การใช้พลัง (อำนาจต่อรอง)

พบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมือง พัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านอำนาจต่อรอง ของผู้จัดการแต่ละสาขาเป็นลักษณะและทิศทางเดียวกัน คือ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านนี้เท่าไรนัก ไม่ค่อยมีความจำเป็นกับธุรกิจร้านกาแฟแบล็คแคน ยอน เนื่องจากโดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะติดใจในความสะอาด รสชาติอาหาร และการบริการของทาง ร้านอยู่แล้ว โดยไม่จำเป็นที่จะต้องมีการเชิญชวน หรือเกลี้ยกล่อมลูกค้าให้หันมาซื้อสินค้า หากแต่ เป็นความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟแบล็คแคนยอน

2. การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดหรือทิศทางทางการตลาดในอนาคตเพื่อเตรียม รับสถานการณ์การแข่งขัน

พบว่า การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดหรือทิศทางทางการตลาดในอนาคตเพื่อ เตรียมรับสถานการณ์การแข่งขัน ของผู้จัดการธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมือง พัทยา จังหวัดชลบุรี คือ การจัดทำโปรโมชันใหม่ เนื่องจาก การเปลี่ยนแปลงทั้งพฤติกรรมของ ผู้บริโภค ตลอดจนปัจจัยในด้าน เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ จึงต้อง มีการปรับเปลี่ยนเพื่อรับมือกับปัญหาที่จะตามมาในอนาคต

3. การให้ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแค้นยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

พบว่า ผู้จัดการแต่ละสาขาได้ให้ความสำคัญกับ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ มากที่สุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้สูงสุด

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษาได้นำเสนอการอภิปรายผล ดังนี้

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ พบว่า มีการใช้หลักการหรือเทคนิคด้านกลยุทธ์อยู่ 2 วิธีคือ การใช้เทคนิคเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ และการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องจาก ปัจจุบันมีการแข่งขันทางการตลาดเกี่ยวกับธุรกิจกาแฟสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เป็นเพราะ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือมีการปรับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่กับคู่แข่งทางการตลาด นอกจากนี้ยังเน้นย้ำจุดยืนตามรูปแบบมาตรฐานของแฟรนไชส์ร้านกาแฟแบบลิ้นแค้นยอน ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุพรรณิ สดางค์พุดิ (2548) ที่ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟพรีเมียมในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา “บ้านไร่กาแฟ” ซึ่งผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ร้านกาแฟในตรयीห้อต่างประเทศจะใช้กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นหลัก กล่าวคือ การให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการรับมือกับกาแฟสำเร็จรูปที่อาจจะเข้ามาตีตลาดในประเทศ ดังนั้น จำต้องอาศัยความได้เปรียบในเรื่องของคุณภาพของรสชาติ และความหอมของกาแฟในการแข่งขัน มากกว่าการแข่งขันทางด้านราคา

กลยุทธ์ราคา พบว่า มีอยู่ 2 ลักษณะ คือ การกำหนดราคาโปรโมชั่น และ การกำหนดราคาจำหน่าย เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เนื่องจากเป็นเทคนิคที่สามารถดึงดูดและจูงใจกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นลูกค้า หรือผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มยอดขายและสร้างแรงกระตุ้นทางการตลาด ทั้งนี้เป็นเพราะ กลยุทธ์ราคา จัดว่าเป็นแกนสำคัญยิ่งของการทำแผนตลาด สามารถส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นและเกิดแรงจูงใจเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2550) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคจะเน้นปัจจัยทางด้านราคาเป็นสำคัญ เนื่องจากมีทางเลือกที่หลากหลาย ดังนั้น การกำหนดราคาจำหน่ายเพื่อให้เหมาะสม จึงเป็นกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของ

กลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องคำนึงถึงปัจจัยของต้นทุนการผลิตบวกกับผลกำไรที่ต้องการจะได้จากการขายผลิตภัณฑ์แล้วจึงทำการกำหนดราคาขายออกมาโดยต้องคำนึงสภาพการแข่งขันของตลาดสินค้า

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า การจัดการกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอยู่วิธีเดียว คือ

ช่องทางการจำหน่ายหน้าร้าน ทั้งนี้เนื่องจาก ข้อจำกัดในด้านของการดำเนินธุรกิจขายอาหาร และเครื่องดื่ม ดังนั้นเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าให้มากที่สุดจึงมีช่องทางการจำหน่ายเพียงช่องทางเดียว ทั้งนี้เนื่องจาก สามารถนำสินค้าสู่มือผู้บริโภคได้มากที่สุด และสามารถสร้างผลกำไรตลอดจนเพิ่มยอดขายได้สูง ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ แนวคิดด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 8P สำหรับผู้ประกอบการ (อิงค์วิต - Entrepreneur's Handbook ทุกสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ, วันที่ค้นข้อมูล 9 พฤษภาคม 2555 เข้าถึงได้จาก <http://incquity.com/articles/marketing-boost/8p-marketing>) ที่กล่าวว่า เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะถ้าสามารถหาช่องทางการกระจายสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคได้มากเท่าไร ผลกำไรก็จะเพิ่มสูงขึ้นมากเท่านั้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กัลยา แซ่เห่ง (2552) ที่ชี้ให้เห็นว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลทำให้ความตั้งใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ดังนั้นการเลือกช่องทางการจำหน่ายให้เหมาะสมกับธุรกิจจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด พบว่า การจัดการกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดโปรโมชัน ทั้งนี้เนื่องจาก สามารถเพิ่มโอกาสทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างแรงกระตุ้นในการซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้การส่งเสริมทางการตลาดของร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ยังได้นำเอาเทคนิคการส่งเสริมการขายร่วมกับธุรกิจอื่นๆ ให้เกิดกิจกรรมในการติดตาม ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ แนวคิดด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 8P สำหรับผู้ประกอบการ (อิงค์วิต - Entrepreneur's Handbook ทุกสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ, วันที่ค้นข้อมูล 9 พฤษภาคม 2555 เข้าถึงได้จาก <http://incquity.com/articles/marketing-boost/8p-marketing>) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาดนี้จะต้องช่วยส่งเสริมและสอดคล้องไปกันได้กับกลยุทธ์อย่างอื่นด้วย โดยการส่งเสริมการตลาดนี้สามารถทำได้หลายวิธีไม่ว่าจะเป็นการลด แลก แจก แถม เป็นต้น

กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ พบว่า ใช้เทคนิคเหมือนกัน คือ คัดสรรประเภทวัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่เน้นความสะอาด และต้องมีตราสัญลักษณ์ หรือ โลโก้ของแบล็คแคนยอน ทั้งนี้เนื่องจาก เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภครับรู้และจดจำตราสัญลักษณ์ สร้างความโดดเด่นในสินค้า สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และสามารถเป็นช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของธุรกิจ ผลการวิจัยครั้งนี้

สอดคล้องกับแนวคิดด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 8P สำหรับผู้ประกอบการ (อิงค์วิดี - Entrepreneur's Handbook ทุกสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ, วันที่ค้นข้อมูล 9 พฤษภาคม 2555 เข้าถึงได้จาก <http://incquity.com/articles/marketing-boost/8p-marketing>) ที่กล่าวว่า หลักสำคัญที่ควรจะต้องคำนึงถึงเมื่อทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแผนการกลยุทธ์นี้ก็คือจะต้องมีความสวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจะต้องมีความเหนือชั้นกว่า

กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย พบว่า มีการกำหนดนโยบายในการฝึกอบรมพนักงานขาย และให้มีการจัดฝึกอบรมพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ โดยให้พนักงานยึดหลักปฏิบัติตาม 5 STEPS OF SERVICE ทั้งนี้เนื่องจาก เพื่อเป็นการฝึกให้พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนให้เกิดความชำนาญในเรื่องสินค้าและบริการ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 8P สำหรับผู้ประกอบการ (อิงค์วิดี - Entrepreneur's Handbook ทุกสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ, วันที่ค้นข้อมูล 9 พฤษภาคม 2555 เข้าถึงได้จาก <http://incquity.com/articles/marketing-boost/8p-marketing>) ที่กล่าวว่า พนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถบวกกับประสบการณ์จะมีเทคนิคการจูงใจลูกค้าให้เข้ามาสนใจและนำไปสู่ action นั่นก็คือการตัดสินใจซื้อในที่สุด

กลยุทธ์ข่าวสาร พบว่า มีการสื่อสารข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ผ่านป้ายประกาศ และการสื่อสารทางอ้อม โดยใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานขาย ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข่าวสารของร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ทั้งนี้เนื่องจาก ข่าวสาร เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้า หรือผู้บริโภค รับรู้ และสามารถสนับสนุนกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและการส่งเสริมการขายของธุรกิจได้ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 8P สำหรับผู้ประกอบการ (อิงค์วิดี - Entrepreneur's Handbook ทุกสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ, วันที่ค้นข้อมูล 9 พฤษภาคม 2555 เข้าถึงได้จาก <http://incquity.com/articles/marketing-boost/8p-marketing>) ที่กล่าวว่า การใช้กลยุทธ์ข่าวสารเข้ามาเป็นทัพเสริมอีกแรงหนึ่งในการทำการตลาดจะช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่องของภาพพจน์และเพิ่มทัศนคติในเชิงบวกให้เกิดกับผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ

กลยุทธ์การใช้พลัง (อำนาจต่อรอง) พบว่า ผู้จัดการแต่ละสาขามีความความคิดเห็นตรงกัน คือ ไม่ค่อยมีความจำเป็นกับธุรกิจร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้จัดการสาขาเห็นว่าโดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะคิดใจในความสะอาด รสชาติอาหาร และการบริการของทางร้านอยู่แล้ว โดยไม่จำเป็นที่จะต้องมีการเชิญชวน หรือเกลี้ยกล่อมลูกค้าให้หันมาซื้อสินค้า หากแต่เป็นความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับ

แนวคิดด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 8P สำหรับผู้ประกอบการ (อิงค์วิดี - Entrepreneur's Handbook) ทุกสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ, วันที่ค้นข้อมูล 9 พฤษภาคม 2555 เข้าถึงได้จาก <http://incquity.com/articles/marketing-boost/8p-marketing>) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์การใช้พลัง เป็นสิ่งที่จำเป็นและจะขาดเสียไม่ได้ในองค์ประกอบตัวพีส่วนสุดท้ายนี้ เพราะอำนาจต่อรองจะสามารถเป็นพลังพิเศษเปรียบเสมือนมือที่มองไม่เห็น ที่จะนำมาใช้ต่อรองแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางการค้าให้บริษัทได้รับข้อเสนอที่ดีที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้

จากข้อค้นพบในการวิจัย ผู้วิจัยจึงเห็นควรมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านกลยุทธ์ข่าวสาร ที่พบว่า มีการสื่อสารข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ผ่านป้ายประกาศ และการสื่อสารทางอ้อม โดยใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานขาย ในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ข่าวสารของร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ผู้วิจัยเห็นควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสาร การเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร จะสามารถทำให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของธุรกิจ เป็นการเพิ่มโอกาสในการขาย

2. ด้านกลยุทธ์การใช้พลัง (อำนาจต่อรอง) ที่พบว่า ผู้จัดการแต่ละสาขาไม่ได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในด้านนี้เท่าไรนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอแนะนำให้มีการ ฝึกอบรม และสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้พลัง (อำนาจต่อรอง) ให้กับผู้จัดการแต่ละสาขาของธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอนในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อให้เข้าใจและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน และสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาระดับการให้ความสำคัญของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ที่มีขอบเขตในการศึกษาในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้ผลการศึกษานำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรมีการศึกษาวิจัย ระดับการให้ความสำคัญของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน ในเขตพื้นที่อื่นด้วย

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของร้านเบเกอรี่แคนนอน เพื่อเป็น
การบริหารบุคคลให้มีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University