

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนดอะโลน (Stand – Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของธุรกิจร้านกาแฟสดแบบสแตนดอะโลน (Stand – Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนดอะโลน (Stand – Alone)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนดอะโลน (Stand – Alone) 4 ด้านได้แก่

- ด้านการจัดการ
- ด้านการตลาด
- ด้านการผลิต
- ด้านการเงินและบัญชี

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนดอะโลน (Stand – Alone)

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 36 ร้าน ที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 37 ปี เป็นผู้จัดการ รองผู้จัดการสาขาและเป็นหุ้นส่วนจากร้าน และส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจร้านกาแฟสดแบบสแตนด์อะโลน (Stand – Alone)

พบว่าธุรกิจร้านกาแฟสดแบบสแตนด์อะโลน (Stand – Alone) ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นแบบบริษัท จำกัด รองลงมาคือ เป็นเจ้าของคนเดียว ซึ่งลักษณะกรรมสิทธิ์ของสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นแบบเช่า รองลงมาคือ เป็นเจ้าของเอง สำหรับระยะเวลาดำเนินการส่วนใหญ่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 2 ปี รองลงมาคือต่ำกว่า 1 ปี

สำหรับเงินลงทุนเริ่มแรกในกิจการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ลงทุนเริ่มแรกน้อยกว่า 400,001 บาท รองลงมาคือ 400,001 - 800,000 บาท ส่วนใหญ่มีพนักงานภายในร้านจำนวน 3 คน รองลงมาคือ 5 คน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนด์อะโลน (Stand-Alone)

จากการศึกษาข้อมูลด้านการดำเนินงานพบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงินและบัญชี ซึ่งมีรายละเอียดแบ่งได้ดังนี้

ด้านการจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมด มีการวางแผนดำเนินงานล่วงหน้า โดยผู้ประกอบการทั้งหมดให้ความสำคัญกับการวางแผนล่วงหน้าในด้านการจัดการและการผลิต ซึ่งเป็นการวางแผนระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) ในการปฏิบัติงานมีการมอบหมายหน้าที่อย่างชัดเจน และแต่ละหน้าที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน มีการติดต่อประสานงานกันแต่การปฏิบัติงานสามารถยืดหยุ่นได้ไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามลำดับ ในส่วนของโครงสร้างธุรกิจส่วนใหญ่เป็นโครงสร้างแบบเป็นทางการ โดยแบ่งตามหน้าที่ คือผู้บริหารระดับสูง และแผนกต่าง ๆ คือ มีเจ้าของกิจการและลูกจ้าง นอกจากนั้นเป็นในรูปแบบของหุ้นส่วนและบริษัท จำกัด มีทั้งเป็นสาขาย่อยและระบบแฟรนไชส์

พนักงานภายในร้านส่วนใหญ่สรรหาจากภายนอกโดยวิธีการเปิดรับสมัคร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานคือ อันดับหนึ่ง บุคลิกภาพ อันดับสองอายุ อันดับสาม เพศ อันดับสี่ วุฒิการศึกษา อันดับห้า ประสบการณ์ในการทำงาน ก่อนเข้าทำงานส่วนใหญ่มีการให้คำแนะนำพนักงาน และให้ลงมือปฏิบัติ มีการสอนงาน และ มีการให้พนักงานไปเข้ารับการฝึกอบรมในกรณีที่เป็นในรูปแบบแฟรนไชส์ โดยกำหนดอัตราค่าจ้างตามกฎหมายแรงงานและความสามารถในการจ่ายของกิจการ โดยให้สิทธิประโยชน์นอกเหนือจากเงินเดือนค่าจ้าง คือวันลาหยุดงาน เบี้ยขยัน และสิทธิประกันสังคมมีสวัสดิการเป็นอาหารและ

เครื่องดื่ม รวมทั้งการให้คำรักษาพยาบาลในส่วนของกาให้สิทธิประโยชน์อื่น นอกเหนือจากเงินเดือนค่าจ้างเป็นการให้มีสิทธิลาหยุด สิทธิประกันสังคม โบนัสพิเศษ เบี้ยขยันและค่าล่วงเวลา และมีเทคนิคใจการจูงใจให้พนักงานทำงานกับองค์กร โดยสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นกันเอง และจูงใจด้วยค่าเงินเดือนค่าจ้าง ส่วนใหญ่เห็นว่าคุณสมบัติของพนักงานที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานและประเมินผลพนักงาน คือ มีความขยันอดทน และมีความเป็นระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา ในการสั่งการส่วนใหญ่สั่งการ โดยเปิดโอกาสให้ซักถามและไม่เปิดโอกาสให้ซักถามขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการกำหนดกระบวนการควบคุมผลการปฏิบัติงานของพนักงานภายในองค์กร โดยการกำหนดมาตรฐานของงานที่ทำ รองลงมาคือการวัดผลการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มกาแฟ ในเรื่องของความสะอาดถูกสุขอนามัย และรสชาติ มากที่สุด และใส่ใจในเรื่องของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกาแฟ โดยส่วนใหญ่ได้แนวคิดจากการศึกษาจากตำราและจากบริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟ รองลงมาคือ การคิดค้นสูตรเอง และในระบบแฟรนไชส์สูตรการทำกาแฟแต่ละชนิดจะเป็นสูตรเดียวกันหมดมาจากบริษัทกำหนดไว้ให้ ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่จะใช้ไม่แตกต่างกันจะคู่แข่งแต่ก็มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยภาชนะที่ใช้จะนิยมใช้ คือ แก้วใส แก้วพลาสติก และแก้วเซรามิก ในด้านราคาส่วนใหญ่จะมีราคาใกล้เคียงกัน โดยตั้งราคาโดยบวกจากต้นทุนตามสภาพสถานะเศรษฐกิจ โดยราคาขายต่อแก้วของเครื่องดื่มกาแฟสด เอสเปรสโซ่ (Espresso) ร้อน อยู่ในช่วงระหว่างราคา 45 บาท ราคาขายต่อแก้วของเครื่องดื่มกาแฟสด เอสเปรสโซ่ (Espresso) เย็น อยู่ในช่วงระหว่างราคา 50 บาท ราคาขายต่อแก้วของเครื่องดื่มกาแฟสดคาปูชิโน (Cappuccino) ร้อน มีราคา 51 - 60 บาทขึ้นไป และราคาขายต่อแก้วของเครื่องดื่มกาแฟสด คาปูชิโน (Cappuccino) เย็น มีราคา 60 บาท และจากผลการศึกษาผู้ประกอบการทุกรายมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และขนมขบเคี้ยว ส่วนใหญ่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มนอกเหนือจากเครื่องดื่มประเภทกาแฟคือ ชา น้ำผลไม้ โกโก้ นมสด และ ร้านกาแฟสดส่วนใหญ่มีเครื่องอำนวยความสะดวกที่ไว้บริการแก่ลูกค้าได้แก่ มีวิทยุเครื่องเสียง มีมุมที่นั่งรับประทาน และมีเครื่องปรับอากาศ มีวารสารหรือนิตยสารให้อ่าน รวมทั้งมีเครื่องปรับอากาศและพัดลมไว้บริการ รองลงมาให้บริการโทรศัพท์ มีห้องน้ำบริการ และมีบริการมุมอินเตอร์เน็ต

ด้านการส่งเสริมการขาย โดยวิธีการโฆษณาผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยใช้ป้ายโฆษณา และแผ่นพับใบปลิว รองลงมา คือการใช้โบสเตอร์ โฆษณาในหนังสือพิมพ์และนิตยสารท้องถิ่น และมีการส่งเสริมการขายโดยการคูปองสะสม รองลงมา คือ

ลดราคาและแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม และผู้ประกอบการมีการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ร้าน โดยให้การสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม รองลงมา คือบริจาคเพื่อการกุศล

ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิต โดยมีการวางแผนปริมาณการผลิตในแต่ละวัน รองลงมา คือ การพยากรณ์ความต้องการผลิตภัณฑ์ โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการผลิตในธุรกิจ คือ ปริมาณการขาย/คำสั่งซื้อ รองลงมา คือ แผนการผลิตซึ่งปริมาณที่ผลิตได้ในแต่ละวัน ส่วนใหญ่มีการผลิตในปริมาณที่ไม่แน่นอน ในด้านการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และในด้านการรวมวิธีในการผลิต โดยเน้นทั้งการผลิตด้วยมือและการใช้เครื่องจักรผสมกัน ด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการจัดซื้อ คือ คุณภาพของวัตถุดิบ เช่น ความสด ใหม่ รองลงมา คือ ราคา เช่น ราคาไม่แตกต่างจากท้องตลาด เป็นต้น และจากผลการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยการสั่งซื้อวัตถุดิบ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยการสั่งซื้อ โดยมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกอันดับหนึ่งคือ คุณภาพของวัตถุดิบ อันดับสองคือราคาของ อันดับสามคือ ชื่อเสียงของบริษัท อันดับสี่คือปริมาณของวัตถุดิบ อันดับห้าคือ การจัดส่งวัตถุดิบ และส่วนใหญ่มีการติดตามการสั่งซื้อและมีการตรวจนับหลังจากได้รับสินค้า ซึ่งถ้าไม่เป็นไปตามคำสั่งซื้อ ก็จะดำเนินการส่งคืนวัตถุดิบบางส่วนเฉพาะที่ไม่เป็นไปตามคำสั่งซื้อ

ในส่วนของการบริหารสินค้าคงเหลือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คำนึงถึงการบริหารสินค้าคงเหลือ โดยจะรักษาระดับสินค้าคงเหลือที่จำเป็นต้องมีสำรองไว้เพียงพอ รองลงมาคือต้นทุนในการสั่งซื้อ และต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือ

ด้านการเงินและบัญชี พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการบันทึกข้อมูลทางบัญชี โดยการใช้สมุดบันทึกบัญชีและคอมพิวเตอร์ โดยเจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วนเป็นผู้ทำเอง รองลงมาคือ พนักงานคนใดคนหนึ่งที่ได้รับมอบหมาย ส่วนการวางแผนทางการเงิน ผู้ประกอบการใช้วิธีทำงบการเงินและวิเคราะห์งบการเงิน รองลงมา คือ การพยากรณ์ทางการเงิน และโครงสร้างของเงินทุน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนส่วนตัวและหนี้สินระยะยาว อายุเกิน 1 ปี และใช้เงินลงทุนส่วนตัวและหนี้สินระยะสั้นอายุไม่เกิน 1 ปี ส่วนเรื่องของแหล่งเงินทุนของทั้งหนี้สินระยะสั้นและระยะยาวมาจากสถาบันการเงิน ธนาคาร บริษัทเงินทุน และจากแหล่งเงินทุนภายนอกอื่น เช่น การกู้ยืมส่วนตัว ทรัพย์สินจากสถาบันการเงินปัจจัยที่คำนึงถึงในการกู้ยืมคือ อัตราดอกเบี้ยและจำนวนวงเงินกู้ที่ได้ รองลงมาคือหลักประกันในการกู้ยืมเงิน ในส่วนของสินทรัพย์ถาวรที่ลงทุนในกิจการส่วนใหญ่มีมูลค่าการลงทุนอยู่ที่ ระหว่าง 100,001 - 300,000 บาท รองลงมาคือระหว่าง 300,001 - 500,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียนในกิจการต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนหมุนเวียนน้อยกว่า 300,001 บาท และระหว่าง 900,001 - 1,200,000 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ที่ใช้ในกิจการต่อเดือน (ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด) อยู่ที่มากกว่า 100,000 – 200,000 บาท รองลงมาคือ อยู่ระหว่าง 400,001 - 500,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ใช้ในกิจการต่อเดือน (เช่น ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ เงินเดือนพนักงาน) ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 100,001 – 1,500,000 บาท รองลงมาคือ อยู่ระหว่าง 150,001 - 200,000 บาท

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนด์อะโลน (Stand – Alone)

ในส่วนของผลการศึกษากี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงาน ของธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนด์อะโลน (Stand – Alone) แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงินและบัญชี ซึ่งมีรายละเอียดแบ่งได้ดังนี้

ด้านการจัดการ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับ ปัญหาด้านการจัดการของผู้ประกอบการ พบว่า ส่วนมากประสบปัญหาในด้านการจัดการในเรื่อง ปัญหาการวางแผนในการทำงานเช่น กำหนดหน้าที่ไม่ชัดเจน มีจำนวน 27 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ ปัญหาแรงงาน เช่น การขาดแคลนแรงงานบางช่วง มีจำนวน 23 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 63.90 ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน เช่น เกิดความขัดแย้ง มีจำนวน 19 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 52.80 และผู้ประกอบการไม่มีความรู้ความชำนาญด้านการจัดการเท่าที่ควร มีจำนวน 14 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 38.90 ตามลำดับ

ด้านการตลาด

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับ ปัญหาด้านการตลาดของผู้ประกอบการ พบว่าเกือบทั้งหมดประสบปัญหาในด้านการตลาด ในเรื่องปัญหาด้านคู่แข่งเช่น มีจำนวนมาก มีจำนวน 34 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 94.40 รองลงมา คือ ปัญหาความต้องการของลูกค้าเช่น มีความต้องการหลากหลาย มีจำนวน 25 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 69.40 ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ความชำนาญด้านการตลาดเท่าที่ควร มีจำนวน 20 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 55.60 ปัญหาการตั้งราคาสินค้า เช่น ไม่สามารถตั้งราคาสูงมากนัก มีจำนวน 16 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 44.40 ตามลำดับ

ด้านการผลิต

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับ ปัญหาด้านการผลิต ของผู้ประกอบการพบว่าส่วนมาก ประสบปัญหาในด้านการผลิตในเรื่องปัญหาวัตถุดิบมีราคาแพง มีจำนวน 30 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 83.30 รองลงมา คือ ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ความชำนาญด้านการผลิตเท่าที่ควร มีจำนวน 23 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 63.90 ปัญหาวัตถุดิบไม่ได้มาตรฐาน มีจำนวน 22 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 61.10 และพนักงานขาดความชำนาญทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน มีจำนวน 19 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 52.80 ตามลำดับ

ด้านการเงินและบัญชี

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับ ปัญหาด้านการเงินและบัญชี ของ พบว่าส่วนมาก ประสบปัญหาในด้านการเงินและบัญชี ในเรื่องผู้ประกอบการหรือพนักงานไม่มีความรู้ด้านการเงินและบัญชีเท่าที่ควรและปัญหาการบริหารเงิน เงินเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอขาดสภาพคล่องทางการเงิน มีจำนวน 24 ร้าน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมา คือ ปัญหาในการกู้ยืม เช่น ระยะเวลาในการชำระหนี้สั้นเร็ว อัตราดอกเบี้ยไม่คงที่ และปัญหาการวางแผนและควบคุมทางการเงินไม่มีประสิทธิภาพ มีจำนวน 22 ร้าน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 61.11 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของ ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 37 ปี โดยอายุมีส่วนในการบริหารงานและตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ อายุน้อยวัยทำงานอาจเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความคิดริเริ่ม และสามารถเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้รวดเร็ว ส่วนผู้ที่มีอายุมากอาจเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ การตัดสินใจจึงเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไปและมีความรอบคอบ (สุนีย์ เศษถกิง, 2005)

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ รูปแบบของธุรกิจซึ่งมีผลต่อการบริหารจัดการภายในกิจการ รูปแบบบริษัทจะมีแบบแผนการบริหาร การควบคุมที่เป็นระบบจึงส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภายในกิจการมากยิ่งขึ้น จากผลการศึกษาเกี่ยวกับระยะเวลาดำเนินการจะเห็นได้ว่าร้านกาแฟส่วนใหญ่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการอยู่ในช่วง 1-2 ปี ซึ่งยังอยู่ในช่วงของความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจให้คงอยู่รอดได้ มิใช่ที่ร้านเท่านั้นที่สามารถดำเนินธุรกิจไปได้ดีสามารถสร้างผลกำไรให้แก่เจ้าของธุรกิจ และสร้างชื่อเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคในจังหวัด

เชียงใหม่ได้ และจากผลการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนพนักงานที่ว่างในกิจการก็เป็นตัววัดขนาดของธุรกิจ ถ้ามีจำนวนพนักงานมากก็แสดงถึงขนาดของกิจการที่ใหญ่ (สุนีย์ เตชเถกิง, 2005)

จากผลการศึกษาข้อมูลด้านการดำเนินงานพบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงินและบัญชี ซึ่งจากผลการศึกษาดังกล่าวพอจะแยก ทั้ง 4 ด้าน โดยแบ่งได้ดังนี้

ด้านการจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการวางแผนล่วงหน้า ซึ่งเป็นการวางแผนระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) ในส่วนของโครงสร้างธุรกิจส่วนใหญ่เป็นโครงสร้างแบบเป็นทางการ โดยแบ่งตามหน้าที่ คือผู้บริหารระดับสูง และแผนกต่าง ๆ คือ มีเจ้าของกิจการและลูกจ้าง นอกจากนั้นเป็นในรูปแบบของหุ้นส่วนและบริษัท จำกัด ระบบแฟรนไชส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกำธร จุลละจारी, (2545) เรื่องการดำเนินงานของร้านนมสดและขนมปัง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการจัดการ ผู้ประกอบการทั้งหมดมีการวางแผนการจัดองค์กร การสั่งการ การจูงใจพนักงาน มีการวางแผนการทำงานระยะสั้นไม่เกิน 1 ปี เช่นกัน

ด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มกาแฟ ในเรื่องของความสะอาดถูกสุขอนามัย และรสชาติ มากที่สุด และใส่ใจในเรื่องของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกาแฟ และในระบบแฟรนไชส์สูตรการทำกาแฟแต่ละชนิดจะเป็นสูตรเดียวกันหมดมาจากบริษัทกำหนดไว้ให้ ส่วนของบรรจุภัณฑ์ก็จะใช้ไม่แตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการขายผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้ป้ายโฆษณา และแผ่นพับไปปลิว รองลงมา คือการใช้โปสเตอร์ โฆษณาในหนังสือพิมพ์และนิตยสารท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกำธร จุลละจारी, (2545) เรื่องการดำเนินงานของร้านนมสดและขนมปัง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพและในเรื่องของรสชาติเช่นกัน แต่ในส่วนของการส่งเสริมการตลาดในด้านการประชาสัมพันธ์มีการโฆษณา โดยให้ความสำคัญกับการลดราคามากกว่าด้านอื่น ๆ

ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการวางแผนการผลิต และมีการวางแผนปริมาณการผลิตในแต่ละวัน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และด้านการจัดซื้อวัตถุดิบผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการจัดซื้อ คือ คุณภาพของวัตถุดิบ ซึ่งสอดคล้องกับ กำธร จุลละจारी, (2545) ในด้านการผลิต กิจการทั้งหมดมีการวางแผนการผลิต โดยลักษณะการผลิตขึ้นอยู่กับปริมาณการขาย คำสั่งซื้อ กิจการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ และ มีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศและมีการควบคุมการผลิตอีกด้วย

ด้านการเงินและบัญชี พบว่า โครงสร้างของเงินทุน พบว่าส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนส่วนตัว ส่วนเรื่องของแหล่งเงินทุนของทั้งนี้สินระยะสั้นและระยะยาวมาจากสถาบันการเงิน ธนาคาร บริษัทเงินทุน และเงินทุนหมุนเวียนในกิจการต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนหมุนเวียนน้อยกว่า 300,001 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่ใช้ในกิจการต่อเดือน (ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด) อยู่ที่น้อยกว่า 20,001 และ 40,001 – 50,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ใช้ในกิจการต่อเดือน (เช่น ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ เงินเดือนพนักงาน) ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 100,001 – 1,500,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ คำจร จุลละจารี, (2545) ในด้านการเงินและบัญชี มีการบันทึกรายรับรายจ่าย ส่วนใหญ่มีการคาดคะเนเงินสดรับและจ่ายล่วงหน้า เงินลงทุนมาจากส่วนของเจ้าของ เงินทุนเริ่มแรกจากเงินส่วนตัว และกู้จากสถาบันการเงิน และมีการใช้เงินทุนหมุนเวียนเพื่อสำรองจ่ายในแต่ละวันเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษา ธุรกิจร้านกาแฟมีการแข่งขันกันสูงผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของการสร้างจุดเด่นให้กับธุรกิจของตนเอง โดยเน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญในเรื่องของรสชาติให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและในส่วนของการตกแต่งภายในร้านต้องสร้างความโดดเด่นให้กับทางร้าน ให้มีเอกลักษณ์และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการ

2. จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าร้านกาแฟส่วนใหญ่ยังมีระยะเวลาเปิดดำเนินการอยู่ในช่วง 1-2 ปี ซึ่งยังอยู่ในช่วงของความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจให้คงอยู่รอดได้ ผู้ประกอบการควรจะให้ความสำคัญการดำเนินธุรกิจในทุกๆ ด้านเป็นพิเศษ เพื่อที่สามารถดำเนินธุรกิจไปได้ดีสามารถสร้างผลกำไรให้แก่เจ้าของธุรกิจและสร้างชื่อเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคได้

3. จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ความชำนาญด้านการตลาดเท่าที่ควร ผู้ประกอบการควรขอคำปรึกษาหรือขอแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายเพิ่มมากขึ้น

4. จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ความชำนาญด้านการผลิต พนักงานภายในร้านควรได้รับการฝึกอบรมในทุก ๆ ด้านโดยยึดถือตามรูปแบบบริษัทจำกัด ที่เป็นระบบแฟรนไชส์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

5. จากผลการศึกษาทั้ง 4 ด้าน สำหรับบุคคลที่สนใจที่จะทำธุรกิจร้านกาแฟจะต้องมีใจรักในงานบริการและใส่ใจในทุกรายละเอียดไม่ว่าจะเป็นในด้านการจัดการด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงินและบัญชี เพื่อให้การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดและทำความฝันการเป็นเจ้าของร้านกาแฟให้บรรลุผลสำเร็จ

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสดแบบสแตนด์อะโลน (Stand - Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงินและบัญชี รวมทั้งปัญหาในการดำเนินงานเท่านั้น ดังนั้นผู้ที่สนใจจะศึกษาครั้งต่อไปควรมีขอบเขตการศึกษาวิจัยที่กว้างและลึกเกี่ยวกับการดำเนินงานในแต่ละด้านให้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งศึกษารอบคลุมถึงผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภออื่นในจังหวัดเชียงใหม่ด้วย

2. ควรมีการศึกษาเรื่องความพึงพอใจหรือพฤติกรรมของผู้บริโภค เครื่องดื่มกาแฟสด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนา ในการให้บริการ และให้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ทำเพื่อให้ได้ประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค อีกทั้งเพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดอย่างแท้จริง