

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟอินดี้ ในถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวรัตติกาล สมพวก
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.เทียน เสรวมัญญ์
วันที่อนุมัติผลงาน	สิงหาคม 2559
จำนวนหน้า	94 หน้า
คำสำคัญ	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ, ร้านกาแฟอินดี้, ถนนนิมมานเหมินท์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านกาแฟอินดี้ และเพื่อศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจร้านกาแฟและปัญหาในการบริหารจัดการร้านกาแฟอินดี้ในถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม 2 ชุด ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มผู้ประกอบการร้านกาแฟอินดี้จำนวน 23 ร้าน และชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟอินดี้จำนวน 400 ตัวอย่าง การศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ t-test และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 31- 40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี และผู้ประกอบการร้านกาแฟอินดี้ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีกิจการเป็นธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว ส่วนใหญ่กิจการร้านกาแฟมีจำนวนพนักงานทั้งหมด (ทั้งแบบรายวันและรายเดือน) 1-5 คน มีระยะเวลาการเปิดดำเนินงานธุรกิจ 5 ปีขึ้นไป มีการลงทุนครั้งแรกลงทุนในธุรกิจ อยู่ระหว่าง 5 แสนบาท ถึง 1 ล้านบาท มีขนาดและพื้นที่ของร้านกาแฟอยู่ระหว่าง 50 -100 ตารางเมตร และผู้ประกอบการร้านกาแฟอินดี้ส่วนใหญ่เลือกทำเลที่ตั้งที่ดีสำหรับธุรกิจร้านกาแฟ มีพื้นที่ดีเหมาะสำหรับธุรกิจร้านกาแฟ และมีบริเวณที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น ที่จอดรถ เป็นต้น

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21- 30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีอาชีพหลักนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้บริโภคร้านกาแฟอินดี้

พบว่า ด้านความสามารถในการแข่งขัน มีระดับความสำคัญมากที่สุดที่การพัฒนาแบรนด์ให้มีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น ด้านการสร้างคุณค่ามีระดับความสำคัญมากที่สุดที่การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เช่น สูตรกาแฟที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะร้าน และด้านปัจจัยพื้นฐานมีระดับความสำคัญที่มากที่สุด การใช้ผลิตภัณฑ์ดี เช่น การคัดสรรเมล็ดกาแฟ ทั้ง 3 ด้าน มีระดับความสำคัญที่มากที่สุดและมากอย่างเท่า ๆ กัน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านกาแฟมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้ประกอบการมีการให้ความสำคัญกับลูกค้ามากขึ้น มีความมั่นใจในการตัดสินใจของพนักงาน มีเครือข่ายความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความมุ่งมั่น และความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมใหม่ แนวทางการบริหารรูปแบบใหม่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับลักษณะรูปแบบของธุรกิจร้านกาแฟอื่นดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05