

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟขนาดเล็กในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
SUCCESS FACTORS OF SMALL COFFEE SHOPS IN MUEANG CHIANG MAI DISTRICT

สุดปรารถนา พรหมมา\* และพิชญลักษณ์ พิชญกุล\*\*

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟขนาดเล็กในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยศึกษาจากผู้ประกอบการร้านกาแฟ จำนวนทั้งสิ้น 5 ราย ซึ่งเป็นร้านที่มีสาขาตั้งแต่ 2 สาขาขึ้นไป ดำเนินกิจการตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไปและมีรายได้รวมมากกว่า 1,500,000 บาท/เดือน ประกอบด้วย ร้าน The Baristro ร้าน Mars.CNX ร้าน Improvise ร้าน Trailer และร้านกาแฟสร้างสรรค์ โดยใช้การเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก อ้างอิงจากกรอบแนวคิดปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก สามารถแยกปัจจัยความสำเร็จออกเป็น 3 หมวดหมู่ ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านจิตวิทยาและลักษณะบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ 2. ปัจจัยด้านทักษะในการจัดการและฝึกอบรมของผู้ประกอบการ 3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้า เป็นปัจจัยหลักที่ผู้ประกอบการทุกร้านให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือการใส่ใจในคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีช่วยสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า การให้ความสำคัญและดูแลคุณภาพของสินค้าและบริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความสำเร็จและความยั่งยืนในธุรกิจร้านกาแฟ ปัจจัยรองลงมา คือ ปัจจัยความสามารถในการจัดการบุคลากร โดยผู้ประกอบการต่างให้ความสำคัญกับพนักงาน เนื่องจากพนักงานมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและผลักดันให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จได้ การส่งเสริมและให้ความสำคัญกับพนักงาน ส่งผลให้พนักงานมีความสามารถและมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น ความพึงพอใจของพนักงานจะถูกส่งต่อไปถึงการบริการลูกค้าที่ดีตามมา

ผู้ศึกษาได้สรุปข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการร้านกาแฟไว้พิจารณาเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นดังต่อไปนี้ ประการแรก ใส่ใจและรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ ประการที่สอง มีการเรียนรู้รวมถึงติดตามและปรับปรุงองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มในวงกาแฟ เพื่อพัฒนาทักษะด้านกาแฟและนำมาต่อยอดในธุรกิจ ประการที่สาม คำนึงถึงเวลาทำการของธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้า และประการสุดท้าย คำนึงถึงพนักงานอยู่เสมอ เนื่องจากพนักงานเป็นผู้ที่พบเจอกับลูกค้าโดยตรง เสมือนเป็นภาพลักษณ์ของธุรกิจ หากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับพนักงานก็ส่งผลให้พนักงานมีแรงจูงใจในการบริการ

ABSTRACT

The study aims to investigate the success factors of small-sized coffee shops in the district of Chiang Mai, which includes 5 cafes: These cafes are specifically those with multiple branches, in operation for at least 2 years, and generating a total monthly revenue exceeding 1,500,000 Thai Baht. The study includes the following coffee shops: The Baristro, Mars.CNX, Improvise, Trailer, and Sangsan Coffee. Data will be collected through in-depth interviews, referencing the framework of Key Success Factors of Entrepreneurs. These factors can be categorized into three main categories: 1. entrepreneurs' psychological and personality traits 2. entrepreneurs' managerial skills and training 3. external environment

The study found that product quality is the primary factor that all business owners prioritize, which significantly influences customer satisfaction and operational efficiency. This means that focusing on the quality of products and services and ensuring they meet high standards is crucial for building customer trust and achieving success in the coffee shop industry. Another important factor is effective personnel management since

\* นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

employees play a vital role in creating positive customer experiences and driving business growth. By emphasizing employee development, they become more skilled and efficient, ultimately leading to better customer service. Employee satisfaction also directly impacts customer service quality.

The authors have provided recommendations to the entrepreneurs for their consideration in order to further develop the business as follows: Firstly, Prioritize and maintain the quality of products and services consistently. Also, focus on enhancing the quality of both products and services. Secondly, emphasize continuous learning, tracking, and adapting to coffee industry trends to develop coffee-related skills and stay competitive in the business. Third, Consider the business hours to align with the lifestyle of the customer base. Lastly, always keep in mind the importance of employees, as they are the face of the business. If business owners value their employees, it motivates them to provide excellent service.

## บทนำ

ธุรกิจร้านกาแฟเป็นอีกธุรกิจประเภทเครื่องดื่มที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วง ปี 2560 ถึงปี 2565 พบว่าธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทยเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.2 (อุตสาหกรรมพัฒนาภูมิปัญญาเพื่อสถาบันอาหาร, 2562) ในปี 2562 พบว่าอัตราการเปิดร้านกาแฟใหม่เติบโตสูงถึงร้อยละ 64.75 และอัตราการอยู่รอดของร้านกาแฟที่เปิดช่วงปี 2559-2563 ยังสูงถึงร้อยละ 94.07

ด้วยอัตราการเติบโตทางการตลาดและความนิยมบริโภคกาแฟที่เพิ่มมากขึ้นนั้นพบว่าผู้ประกอบการจำนวนมากไม่น้อยได้ให้ความสนใจในธุรกิจนี้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจบริการขนาดเล็กที่มีรายได้รวมไม่เกิน 50,000,000 บาท ปัจจุบันรูปแบบกาแฟ Stand-alone เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะสามารถออกแบบและตกแต่งร้านตามสไตล์ที่ต้องการเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น รวมถึงการเพิ่มบริการที่ไม่ได้มีเพียงแต่เครื่องดื่มกาแฟแต่ยังรวมถึงเบเกอรี่และอาหารอื่น ๆ อีกด้วย เนื่องจากกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ ในร้านกาแฟมากขึ้น เช่น นั่งทำงาน อ่านหนังสือหรือถ่ายรูป เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561, น. 3)

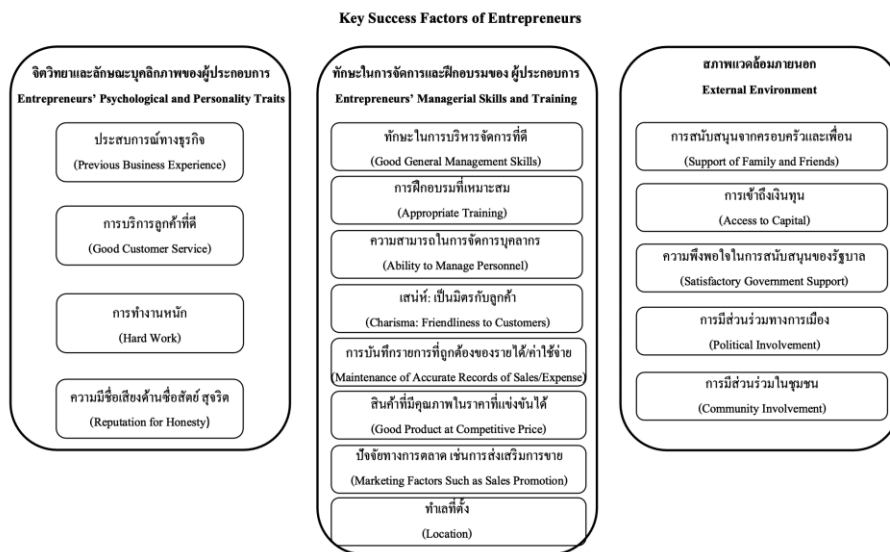
จังหวัดเชียงใหม่ ถือว่าเป็นจังหวัดที่มีร้านกาแฟมากที่สุดจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยและมีอัตราการขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันร้านกาแฟขนาดเล็กในเชียงใหม่ที่จดทะเบียนนิติบุคคลมีจำนวนโดยประมาณ 674 ราย โดยจากปี 2564 – 2565 มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 84 ราย และเลิกกิจการจำนวน 52 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565) ทั้งนี้ยังไม่รวมการเข้า-ออกของธุรกิจร้านกาแฟรายย่อยที่ไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคล

จากตัวเลขข้างต้นจะเห็นว่าอัตราการขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟในเชียงใหม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันในระดับสูงไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการตกแต่งร้านที่มีความทันสมัย มีเอกลักษณ์ รวมถึงการแข่งขันในด้านของราคาและคุณภาพของกาแฟ การแข่งขันที่สูงของร้านกาแฟขนาดเล็กในเชียงใหม่ ส่งผลให้ร้านกาแฟหลายร้านที่เปิดใหม่ได้ปิดตัวลงไป ในระยะเวลาอันสั้นมีอัตราการอยู่รอดต่ำ แต่ในขณะเดียวกันก็มีร้านกาแฟที่ประสบความสำเร็จสามารถอยู่รอดเปิดบริการมาเป็นระยะเวลายาวนาน ขยายสาขาเพิ่มในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงรักษามาตรฐานของราคาและคุณภาพได้เป็นอย่างดี ผู้ศึกษาจึงสนใจทำการศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟขนาดเล็กในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เปิดบริการธุรกิจร้านกาแฟมาเป็นเวลานาน อีกทั้งสามารถขยายสาขาเพิ่มโดยที่ยังคงมาตรฐานของธุรกิจไว้ได้

## แนวคิดและทฤษฎี

### 1. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของกิจการขนาดเล็ก (Key Success Factors of Small Entrepreneurs)

การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการ ยกย่องระดับผลประกอบการ ผลการศึกษาในอดีต พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของแต่ละธุรกิจจะมีความ แตกต่างกันขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ กล่าวคือ ธุรกิจขนาดใหญ่จะมีปัจจัยความสำเร็จในหลาย ๆ ด้าน ประกอบกัน ส่วนธุรกิจขนาดเล็กปัจจัยความสำเร็จ จะเน้นไปที่ตัวผู้ประกอบการเป็นหลักสามารถแยก ปัจจัยความสำเร็จออกเป็น 3 หมวดหมู่ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก  
ที่มา: Henry Sy's (2009)

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านค้ากาแฟขนาดเล็กในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษาตามกรอบแนวคิดปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของกิจการขนาดเล็ก ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยาและลักษณะบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ ด้านทักษะในการจัดการและฝึกอบรมของผู้ประกอบการ และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดของการศึกษา

### 2. ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การเลือกตัวอย่างในการให้ข้อมูลเชิงคุณภาพในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกควรมีจำนวนอย่างน้อย 5 – 30 ราย (ประไพพิมพ์ สุธีสินนท์ และ ประสพชัย พสุนนท์, 2559) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าเกณฑ์ทั้งหมด 12 ร้าน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566) พิจารณาตามคุณสมบัติที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ จำนวนสาขาของธุรกิจร้านค้ากาแฟขนาดเล็กตั้งแต่ 2 สาขาขึ้นไป มีการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไปและมีรายได้รวมมากกว่า 1,500,000 บาท/เดือน จำนวนทั้งสิ้น 5 รายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทั้ง 5 รายมีความโดดเด่นที่แตกต่างกัน โดย 1. ร้าน The Baristro เป็นร้านที่มีรูปแบบการตกแต่งร้านตามทำเลที่ตั้งเน้นเมล็ดกาแฟที่หลากหลาย 2. ร้าน Mars.CNX เป็นร้านที่เปิดได้ไม่นานมีการตกแต่งที่แปลกตาเพื่อดึงดูดลูกค้า 3. ร้าน Improvise เป็นร้านที่ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย 4. ร้าน Trailer เป็นร้านที่มีประสบการณ์ด้านกาแฟมาก่อน 5. กาแฟสร้างสรรค์ เป็นร้านที่สร้างสรรค์เมนูเครื่องดื่มและบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างตามเทศกาลและฤดูกาล เพื่อเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในรูปแบบร้านกาแฟประเภทต่าง ๆ

### 3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตารางที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ธุรกิจ	จำนวนสาขา	ปีที่เริ่มกิจการ	รายได้ต่อปี	ผู้ให้ข้อมูล	ตำแหน่ง
1. The Baristro	8	2558	9,332,602.63	คุณธนิต สุวณิชย์	เจ้าของกิจการ
2. Mars.CNX	4	2562	1,400,298.17	คุณรักพงศ์ จันทรมังกร	เจ้าของกิจการ
3. Improvise	5	2559	4,257,811.52	คุณคณาภัทร คำวงศ์ษา	เจ้าของกิจการ
4. Trailer	9	2560	3,826,633.45	คุณเมธาสิทธิ์ เรืองประสิทธิ์พิพร	เจ้าของกิจการ

5. กาแฟสร้างสรรค์	9	2560	1,568,970.00	คุณธีรคม ใจปลอด	เจ้าของกิจการ
-------------------	---	------	--------------	-----------------	---------------

#### 4. วิธีการศึกษา

**4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล** การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการเก็บข้อมูลการวิจัยในรูปแบบ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยพิจารณาตามคุณสมบัติที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เป็นธุรกิจร้านกาแฟที่ประสบความสำเร็จ โดยผู้ศึกษาใช้แนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structural Interview) เป็นการใช้คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาจากการตอบคำถามของผู้ถูกสัมภาษณ์ (เวณิกา เทียมวงศ์, 2564)

**4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา** เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ส่วนที่ 2 ข้อมูลธุรกิจร้าน ส่วนที่ 3 สภาพการณ์ปัจจุบันของธุรกิจร้าน ส่วนที่ 4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ แบ่งออกเป็น 4.1 ด้านจิตวิทยาและลักษณะบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ 4.2 ด้านทักษะในการจัดการและฝึกอบรมของผู้ประกอบการ 4.3 ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ส่วนที่ 5 ปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถขยายกิจการ และดำเนินกิจการมากกว่า 2 ปี ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ

**4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล** ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ผ่านการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยนำข้อมูลที่เก็บได้มาจัดจำแนกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นคำถามเพื่อให้สามารถนำไปสู่ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่กำหนด (การวิจัยธุรกิจ, 2560)

### ผลการศึกษา

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี โดยมีอายุมากกว่า 40 ปี เพียง 1 ท่าน และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทั้งนี้ผู้ประกอบการ 2 ท่านที่ศึกษาต่อปริญญาโท โดยส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานมาก่อน 5-7 ปี

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลธุรกิจร้าน

ผลการศึกษาพบว่าสถานที่ตั้งหลักของธุรกิจร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีเพียง 1 ร้านที่สถานที่ตั้งหลักของธุรกิจอยู่อำเภอสันกำแพง ประวัติความเป็นมาของธุรกิจโดยส่วนใหญ่เริ่มจากมีพื้นที่ว่างจึงเริ่มต้นสนใจทำธุรกิจกาแฟ และมีความสนใจขึ้นขอบในด้านกาแฟ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกาแฟส่วนใหญ่ประมาณ 6-8 ปี ดำเนินกิจการน้อยที่สุดระยะเวลา 3 ปี และธุรกิจร้านกาแฟทั้งหมดมีสาขาตั้งแต่ 4 สาขาจนถึง 9 สาขา มีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาทขึ้นไป แต่ไม่เกิน 5,000,000 บาท โดยส่วนใหญ่จดทะเบียนในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด

#### ส่วนที่ 3 สภาพการณ์ปัจจุบันของธุรกิจร้าน

ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบของธุรกิจร้านกาแฟจะเป็น Café Shop เวลาทำการ 07.00 – 18.00 น. ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของทางร้านมี กาแฟ, Non-Coffee และเบเกอรี่ ความสามารถในการบริการสูงสุดเฉลี่ยอยู่ที่ 200 – 400 แก้ว/วัน/สาขา และ 800 – 1,000 แก้ว/วัน/สาขา จำนวนบุคลากรในร้านรวมทุกสาขาเฉลี่ยอยู่ที่ 10 – 30 คน และ ประมาณ 100 คน มาตรฐานหรือรางวัลที่ได้รับของทางร้าน ส่วนใหญ่จะไม่มีเนื่องจากไม่ได้ส่งเข้าประกวดและมีการดูแลมาตรฐานกันเอง แต่มีร้าน Trailer ได้รับรางวัล การแข่งขันบาร์สตาร์รางวัลที่ 2 ของภาคเหนือในปี 2017 และปี 2018 ร้านกาแฟสร้างสรรค์ ได้รับรางวัล CEO Thailand Awards 2023 ด้านการจัดการการบริหารเกี่ยวกับธุรกิจร้านกาแฟ

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

##### 4.1 ด้านจิตวิทยาและลักษณะบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟได้ให้ความสำคัญในด้านการบริการลูกค้าที่ดี นั่นก็คือการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นมิตร และพนักงานแต่ละร้านจะทักทาย สอบถามเมนูประจำแก่ลูกค้าประจำเสมอ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ร้านค้าและลูกค้า และผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟได้ให้ความสำคัญในด้านการทำงานหนัก กล่าวคือการทำงานที่ผู้ประกอบการตรวจสอบและเช็คคุณภาพของสินค้าโดยการสุ่มไปในแต่ละสาขา และสุ่มเช็คเครื่องตีใน ทุก ๆ วัน ทั้งนี้ก่อนการเปิดร้านแต่ละร้าน จะมีพนักงานตรวจเช็คคุณภาพของกาแฟและเครื่องตีต่าง ๆ เป็นประจำทุกวัน

#### 4.2 ด้านทักษะในการจัดการและฝึกอบรมของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟได้ให้ความสำคัญใน 1. ด้านทักษะในการบริหารจัดการที่ดี และ 2. ด้านความสามารถในการจัดการบุคลากร นั่นก็คือการให้ความสำคัญในด้านการวางแผนการทำงาน จัดการและควบคุมองค์กรให้ตรงตามมาตรฐานของทางร้าน รวมถึงการจัดการทรัพยากรบุคคลโดยวิธีการสับเปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่กันทุกวัน เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้หน้าที่ในแต่ละตำแหน่งและพนักงานทุกคนสามารถช่วยเหลือและแก้ปัญหาได้ การที่ผู้ประกอบการใส่ใจดูแลพนักงาน รับฟังความคิดเห็นของพนักงาน ทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของร้าน มีกำลังใจในการบริการ ส่งผลไปถึงลูกค้าที่ได้รับการบริการที่ดีจากพนักงานและเกิดการซื้อซ้ำ จนกลายเป็นลูกค้าประจำ ทำให้ธุรกิจมีประสบความสำเร็จ 3. ด้านเสน่ห์เป็นมิตรกับลูกค้า คือ การสอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า รวมถึงการแจ้งลูกค้าประจำของพนักงาน ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและร้าน และยังรวมถึงการแนะนำข้อมูลของเครื่องตีต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจ 4. ด้านสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่แข่งขันได้ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟต่างใส่ใจในคุณภาพของสินค้าและบริการ โดยออกแบบให้สินค้าและบริการมีเอกลักษณ์ หรือมีความพิเศษที่แตกต่างออกไป เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและยังคงรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการให้ตรงตามมาตรฐานของทางร้านอยู่เสมอ 5. ทำเลที่ตั้ง จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการทุกร้านต่างให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งเป็นอย่างมาก เช่น ร้าน The Baristro มองว่าสถานที่ตั้งสามารถเป็นแนวทางในการออกแบบร้านให้มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่างกันในแต่ละสาขา เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ในส่วนของร้าน Mars.CNX ได้มองถึงที่จอดรถเป็นหลัก หากร้านมีทำเลที่ดีไม่มีที่จอดรถ หรือมีที่จอดรถน้อย ส่งผลให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความลังเลในการมาใช้บริการที่ร้าน เนื่องจากไม่มีความสะดวกในด้านของสถานที่จอดรถ ร้าน Improvise ได้มองถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างในแต่ละทำเลที่ตั้ง ซึ่งทำให้กิจการมีตลาดกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม เป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้า ร้าน Trailer และร้านกาแฟสร้างสรรค์ ได้มองถึงความสำคัญของทำเลที่ตั้งคือ หากเราเลือกทำเลที่ตั้งดี ก็ส่งผลให้มีกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ยังคงต้องรักษาคุณภาพของสินค้าและการบริการอยู่เสมอ

#### 4.3 ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟได้ให้ความสำคัญในด้าน 1. การสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อน โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต่างได้รับความสนับสนุนหรือคำแนะนำต่าง ๆ จากคนรอบข้าง เช่น กลุ่มเกษตรกรที่มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เพื่อต่อยอดผลผลิตให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นและกลุ่มเพื่อนที่คอยโปรโมทแนะนำให้ร้านเป็นที่รู้จัก รวมถึงได้รับคำปรึกษาหรือคำแนะนำจากรุ่นพี่ในวงการกาแฟ แต่ในขณะเดียวกันมีเพียงร้าน Trailer ที่มองว่าเป็นเรื่องยาก เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟต่างเป็นคู่แข่งกัน และ 2. ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม เช่น การบริจาคขวดน้ำที่ใช้แล้ว รวมถึงแจกเครื่องตีให้กับคนในชุมชนรอบ ๆ กิจการ การมอบส่วนลดให้แก่บุคลากรทางการแพทย์ รวมถึงการลดราคาเครื่องตีในช่วงน้ำท่วมเมืองเชียงใหม่ และในส่วนของร้าน Trailer ยังไม่พร้อมในการมีส่วนร่วม เนื่องจากต้องการสร้างความแข็งแกร่งให้แก่กิจการของตนเอง และเมื่อพร้อมก็มองหาโอกาสเพื่อช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนและสังคมต่อไป

#### ส่วนที่ 5 ปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถขยายกิจการและดำเนินกิจการมากกว่า 2 ปี

จากผลการศึกษาพบว่า คุณภาพ คือปัจจัยหลักที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ

ร้าน The Baristro ได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของเมล็ดกาแฟและปัจจัยด้านการเข้าใจกลุ่มลูกค้า เนื่องจากรสชาติกาแฟที่กลุ่มลูกค้าชื่นชอบมีหลากหลาย ดังนั้นร้าน The Baristro จึงมีเมล็ดกาแฟให้ลูกค้าได้เลือกตามความต้องการ รวมถึงการออกแบบร้านในแต่ละสาขาที่มีสไตล์แตกต่างกัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ตามสาขาที่ต้องการ



ร้าน Mars.CNX ถึงแม้ทางร้านจะเน้นเป็นกาแฟถ่ายรูป แต่ก็ยังคงใส่ใจในคุณภาพรสชาติของเครื่องดื่มเสมอ รวมถึงปัจจัยด้านพนักงานเป็นทีมที่แข็งแกร่ง เมื่อมีปัญหาคอยช่วยกันแก้ไข และปัจจัยด้านการพัฒนาปรับปรุงร้าน เพื่อให้คงคุณภาพของร้านอย่างสม่ำเสมอ

ร้าน Improve ที่เน้นคุณภาพและราคาของเครื่องดื่ม โดยมีแนวคิดที่ว่ากาแฟต้องมีคุณภาพและมีราคาที่สามารถจ่ายได้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อทานได้ในทุกวัน

ร้าน Trailer เน้นคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงการเอาใจใส่ทั้งลูกค้าประจำและลูกค้าใหม่

ร้าน กาแฟสร้างสรรค์ ปัจจัยที่สำคัญคือ คุณภาพและลูกค้า ทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงแบรนด์ พร้อมทั้งส่งมอบคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รักษาฐานลูกค้าด้วยคุณภาพของสินค้าและบริการ

### ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ

ร้าน The Baristro ให้ข้อเสนอแนะคือ 1. ควบคุมจากสิ่งที่ชื่นชอบ และมองธุรกิจอย่างครอบคลุมในทุกด้าน รวมถึงมองในมุมของลูกค้าว่าคิดอย่างไรกับธุรกิจ 2. การทำธุรกิจไม่สามารถยืนยันได้เลยว่าจะสำเร็จในครั้งแรก แต่หากเป็นสิ่งที่ชื่นชอบก็ยังสามารถลองผิดลองถูกกับการทำธุรกิจได้

ร้าน Mars.CNX ให้ข้อเสนอแนะคือ ควรคำนึงถึงเรื่องของเงินลงทุน ค่าเช่า ค่าแรงในส่วนของเจ้าของ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักลืมคิดในส่วนของคุณค่าแรง ทำให้ธุรกิจปิดตัวลงเร็ว หรือสามารถอยู่ได้แต่จำนวนเงินไม่เติบโต

ร้าน Improve ให้ข้อเสนอแนะคือ ควรศึกษาให้ครบรอบด้าน เนื่องจากร้านกาแฟเป็นการใช้เงินลงทุนที่สูงจึงควรวางแผนการเงินให้รอบคอบ

ร้าน Trailer ให้ข้อเสนอแนะคือ ควรศึกษาให้ดีกว่าก่อนทำธุรกิจ เนื่องจากมีความเสี่ยงและต้นทุนสูง รวมถึงต้องมีแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ด้านกาแฟเป็นอย่างมาก พร้อมทั้งพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

ร้าน กาแฟสร้างสรรค์ ให้ข้อเสนอแนะคือ 1. ควรศึกษาระบบการจัดการ ซึ่งร้านกาแฟส่วนใหญ่จะมีปัญหาในเรื่องของระบบการจัดการภายใน 2. ควรศึกษาเม็ดเงินกำไรให้ดีและหาเอกลักษณ์ของร้านตนเองให้เจอ

### การอภิปรายผลการศึกษา

1. ด้านจิตวิทยาและลักษณะบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ ความสำเร็จของผู้ประกอบการผ่านการศึกษาในครั้งนี้ คือ การบริการลูกค้าที่ดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทวิช พงศกรวสุ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2560) พบว่าในด้านปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินการร้านกาแฟสไตล์บูติก ปัจจัยหลักคือ เรื่องการบริการ (Services) ผู้ประกอบการต่างให้ความสำคัญในด้านการบริการ

2. ด้านทักษะในการจัดการและฝึกอบรมของผู้ประกอบการ ความสำเร็จของผู้ประกอบการผ่านการศึกษาในครั้งนี้ คือ สินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่แข่งขันได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐญาพร จันวิเศษ, สุธิดา สว่างผุย และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2562) พบว่าในด้านปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟและอาหารร้าน O2 Kaffee & Bistro ประสบความสำเร็จคือความสามารถในการแข่งขัน ด้านคุณภาพ สามารถนำเสนอคุณภาพของวัตถุดิบที่มีความสดใหม่โดยเป็นราคาที่ลูกค้าสามารถจ่ายได้

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟคือทำเลที่ตั้ง และสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่แข่งขันได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิรัตน์ เตชะนิริติชัย และกฤษฎา ตันเปาว์ (2562) พบว่าด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟพรีเมียมคือ การมีทำเลที่มีพื้นที่กว้างขวางเพื่อสร้างความรู้สึกและประสบการณ์ที่ดีในการมาใช้บริการ รวมถึงมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ และปัจจัยด้านการควบคุมคุณภาพของการนำเสนอบริการให้มีความสม่ำเสมอโดยเฉพาะรสชาติ

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟคือทักษะในการบริหารจัดการที่ดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรพรรณ รัตนทรงธรรม และบงกช ตั้งจิระศิลป์ (2563) พบว่าด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและ

จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กคือ ปัจจัยด้านทักษะในการจัดการและฝึกอบรมของผู้ประกอบการ โดยมีการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของกิจการ รวมถึงมีสวัสดิการให้พนักงาน เน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ

ผู้ศึกษาจึงเสนอว่าผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้าน การสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ โดยเลือกใช้วัสดุ และทรัพยากรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีมาตรฐานสำหรับการบริหารร้านให้มีประสิทธิภาพ

### 2. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟรายอื่น ๆ

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟอื่น ๆ ควรใส่ใจและรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น เพื่อรักษาสถานะลูกค้ารวมถึงขยายกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น รวมถึงการเรียนรู้รวมถึงติดตาม และปรับปรุงองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มในวงกาแฟอยู่เสมอ เพื่อเป็นการให้พัฒนาทักษะด้านกาแฟและนำมาพัฒนาต่อยอดในธุรกิจ ควรคำนึงถึงเวลาทำการของธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้าในบริเวณที่เปิดธุรกิจร้านกาแฟ และควรคำนึงถึงพนักงานอยู่เสมอ เนื่องจากพนักงานเป็นผู้ที่พบเจอกับลูกค้าโดยตรง เสมือนเป็นภาพลักษณ์ของธุรกิจ หากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับพนักงานก็ส่งผลให้พนักงานมีแรงจูงใจในการบริการ

### 3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาต่อยอดผู้ศึกษาจึงเสนอว่าควรให้มีการศึกษาในส่วนของกระบวนการคัดสรรสินค้าและเมล็ดกาแฟ เนื่องจากในส่วนของปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟมีการศึกษาแล้ว เพื่อศึกษาในส่วนของการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการที่เป็นปัจจัยหลักของธุรกิจกาแฟ ว่ามีการคัดสรรและมีกระบวนการอย่างไรที่ส่งผลให้คุณภาพของสินค้าหรือเครื่องดื่มมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานของทางร้าน และเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้สนใจศึกษาต่อไป

## บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). แหล่งค้นหาข้อมูลนิติบุคคลและประเภทธุรกิจในประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/index>
- ณัฐญาพร จันวิเศษ, สุธิดา สว่างผุย และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2562). เรื่องเล่าประสบการณ์ความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟและอาหาร ผ่านกรณีศึกษาร้าน O2 Kaffee & Bistro. จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ทวิช พงศกรวศุ, และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2560). การศึกษารูปแบบการตลาดบริการของร้านกาแฟสไตล์บูทีค: กรณีศึกษาเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ประไพพิมพ์ สุธีสินนันทน์, และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- วรพรรณ รัตนทรงธรรม, และบงกช ตั้งจิระศิลป์. (2563). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็ก: กรณีศึกษา ผู้ประกอบการชาวลำพูนในจังหวัดร้อยเอ็ด. ปทุมธานี: วารสารบริหารธุรกิจ อุตสาหกรรม.
- วิรัตน์ เตชะนิริติศัย, และกฤษฎา ต้นเปาว์. (2562). กลยุทธ์การตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟพรีเมียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- เวณิกา เทียมวงษ์. (2564). การรับรู้ในช่วงสถานการณ์โควิดและความคาดหวังหลังสถานการณ์โควิดทางประสาทสัมผัสของโรงแรมระดับ 5 ดาวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). *ธุรกิจร้านกาแฟบริหารอย่างไรให้รุ่ง*. สืบค้นจาก

<https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Document/s/Coffee-Shop-Management.pdf>

อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร. (2562). *ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย*. สืบค้นจาก

<http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=207>

Sy, H. (2009). *Henry Sy's Keys to Success*. สืบค้นจาก <https://ezinearticles.com/Henry-Sys-Keys-to-Success&id=3371242>