

แนวทางการเพิ่มยอดขายร้านกาแฟ “Sweet ‘n Treats” หน้าสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น

GUIDELINES TO INCREASE SALES VOLUME OF COFFEE SHOP “SWEET ‘N TREATS” INFRONT OF RESEARCH AND DEVELOPMENT INSTITUTE, KHON KAEN UNIVERSITY

รจนาภา คำสิงห์นอก¹
วินิต ชินสุวรรณ²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายร้านกาแฟ “Sweet ‘n Treats” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟและกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขายให้แก่ร้านกาแฟ Sweet ‘n Treats โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สอบถามนักศึกษา บุคลากรและประชาชนทั่วไปภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นจำนวน 400 คน แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟ และการรับรู้ถึงร้านกาแฟ Sweet ‘n Treats และส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 8 ด้าน พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ และได้จัดทำแนวทางเพื่อเพิ่มยอดขายทั้งสิ้น 5 โครงการ ได้แก่ 1) ทำป้ายร้านให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค 2) โฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านผ่านสังคมออนไลน์ 3) จัดทำโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นผู้บริโภค 4) คิดค้นเมนูพิเศษของร้านและสร้างสรรค์เมนูใหม่ และ 5) ปรับปรุงทัศนียภาพของร้านให้มีความโดดเด่นและลงตัว โดยทั้ง 5 โครงการ ใช้งบประมาณทั้งสิ้นประมาณ 11,600 บาท

คำสำคัญ : เพิ่มยอดขาย ร้านกาแฟ การรับรู้ ส่วนประสมการตลาด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Abstract

A research on guidelines to increase sales volume of coffee shop “Sweet ‘n Treats” in front of research and development institute, Khon Kaen University aimed to study consumer’s awareness of “Sweet ‘n Treats” and marketing factors that influenced consumer’s decision on selection of the coffee shop then specify the guidelines to increasing sales volume of “Sweet ‘n Treats”. The instrument for collecting the data of this study was 400 sets of questionnaires. There were three parts of questionnaires, part one was on respondent’s information, part two was on behavior of consumers towards coffee shop and consumer’s awareness of “Sweet ‘n Treats” and part three was on the marketing factors (8P’s) that influenced consumer’s decision on selection of the coffee shop. Then analyzed the priority of marketing factors and found that consumers emphasized in products, people, process, physical evidence and productivity and quality. Five projects were proposed to increase the sales volume : 1) make the coffee shop sign 2) advertise and publicize on social network 3) promotion to stimulate consumers 4) create the special menu and create new menu and 5) recondition the coffee shop’s scenery perfectly. Total budget for all five projects were about 11,600 baht.

Keywords : increase sales volume, coffee shop, awareness, marketing mix, Khon Kaen University

¹ นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยบัณฑิตศึกษารจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² รองศาสตราจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษารจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ธุรกิจร้านกาแฟ อาชีพอิสระที่น่าลงทุนเพราะมีอัตราการเติบโตรวดเร็ว เนื่องมาจากธุรกิจร้านกาแฟรายใหญ่จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนและธุรกิจสามารถสร้างรายได้ได้ดี สร้างความคึกคักและตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจ ส่วนตัวอย่างกาแฟเป็นอย่างมาก ในขณะเดียวกัน ความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากที่เคยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูป ปัจจุบันคนไทยได้หันมานิยมเข้าร้านกาแฟสดคั่วบดที่มีการตกแต่งร้านให้หรูหราทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับการดื่มกาแฟมากขึ้น เฉลี่ย 200 แก้ว/คน/ปี [1]

ธุรกิจร้านกาแฟ เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการจำนวนมากให้ความสนใจที่จะลงทุน เนื่องจากผู้บริโภคมีความนิยมในการนั่งร้านกาแฟและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จนกลายเป็นวัฒนธรรมของคนสมัยใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นพฤติกรรมของผู้บริโภคและต้องการที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเหล่านี้ ร้านกาแฟแต่ละร้านจะมีรายการเครื่องดื่มที่ใกล้เคียงกัน ไม่แตกต่างกันมากนัก ฉะนั้นจุดดึงดูดลูกค้าที่สำคัญก็คือการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า แต่สิ่งที่สำคัญกว่าคือการต่อสู้กับคู่แข่งเพราะคู่แข่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เมื่อมีคู่แข่งเข้ามาทำการแข่งขัน ธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงเสมอ ทั้งในด้านการรักษายอดขาย การรักษารฐานลูกค้า การป้องกันไม่ให้โดนแย่งลูกค้า เป็นต้น

ร้าน Sweet 'n Treats นั้นกำลังประสบปัญหาด้านยอดขายลดลงและลูกค้ามาใช้บริการลดลง เป็นผลกระทบเนื่องมาจากร้านได้ทำการปรับปรุงร้านในช่วงที่นักศึกษาเปิดเรียน ทำให้นักศึกษาที่เป็นลูกค้าได้หันไปใช้บริการร้านกาแฟร้านอื่นแทน ส่งผลให้เมื่อร้านเปิดให้บริการตามปกติก็ยังมีลูกค้ามาใช้บริการน้อยเช่นเดิม ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่าร้านจะมีแนวทางอย่างไรที่จะสามารถทำให้ร้านเป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคมาใช้บริการมากขึ้นและทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้ โดยทำการศึกษารับรู้ถึงร้านกาแฟ Sweet 'n Treats ของผู้บริโภคเพื่อที่จะทราบว่าผู้บริโภครู้จักร้านมากน้อยเพียงใดและศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟเพื่อที่จะทราบว่าผู้บริโภคนั้นมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟอย่างไรและจากนั้นจึงนำข้อมูลต่างๆ ไปวิเคราะห์และทำการวางแผนทางการเพิ่มยอดขายให้แก่ร้านกาแฟ Sweet 'n Treats ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้และปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ
2. เพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขายให้แก่ร้านกาแฟ Sweet 'n Treats

วิธีดำเนินงาน

การศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายร้านกาแฟ Sweet 'n Treats หน้าสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีวิธีการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ข้อ ดังนี้

1. การศึกษาการรับรู้และปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ
 - 1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักศึกษา บุคลากร และประชาชนทั่วไปภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Lind, Douglas A and Marchal, William G. (2013) [2] ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384.16 ตัวอย่าง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ใช้วิธีเก็บกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก จากนักศึกษา บุคลากร และประชาชนทั่วไปภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟและการรับรู้ถึงร้านกาแฟ Sweet 'n Treats และ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ โดยการประเมินจากปัจจัย 8 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวัดแบบมาตราแบบบัญญัติ สถิติที่ใช้คือการแจกแจงความถี่และสรุปผลเป็นค่าร้อยละ ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟและการรับรู้ถึงร้านกาแฟ Sweet 'n Treats ใช้การวัดแบบมาตราแบบบัญญัติ สถิติที่ใช้คือการแจกแจงความถี่และสรุปผลเป็นค่าร้อยละ และส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 8 ปัจจัย ใช้การวัดระดับแบบระดับความสำคัญ สถิติที่ใช้คือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การกำหนดแนวทางเพิ่มยอดขายให้แก่ร้านกาแฟ Sweet 'n Treats

2.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีต่างๆจากบทความ งานศึกษาอิสระและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการเพิ่มยอดขาย

2.2 นำผลการศึกษาเกี่ยวกับการพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ การรับรู้ถึงร้านกาแฟ Sweet 'n Treats และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ มาวิเคราะห์ตามแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) วิเคราะห์คู่แข่งชั้นโดยใช้ทฤษฎีแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Market Mix 8Ps) วิเคราะห์คู่แข่งชั้น (Competitor Analysis) วิเคราะห์สภาพองค์กรภายในและภายนอกโดยใช้ SWOT Analysis และวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (TOWS Matrix) และนำผลที่ได้วิเคราะห์แล้วมาวางแนวทางการเพิ่มยอดขายร้านกาแฟ Sweet 'n Treats ต่อไป

ผลการวิจัย

ด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคชอบรับประทานเครื่องดื่มประเภทโกโก้/ช็อคโกแลต มากที่สุด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 ชอบรับประทานเค้กชนิดต่างๆมากที่สุด จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ใช้บริการร้านกาแฟในลักษณะรับประทานที่ร้าน จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟอยู่ในช่วง 101-200 บาท มีจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 ระยะเวลาที่ใช้บริการร้านกาแฟโดยประมาณอยู่ที่ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคใช้บริการบ่อยที่สุด คือช่วง 12.00-14.00 น.

จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟที่ไม่แน่นอน จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือใช้บริการ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และวันที่ผู้บริโภคมาใช้บริการไม่แน่นอนเช่นกัน จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.8 ด้านการรับรู้ถึงร้านกาแฟ Sweet 'n Treats พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 เหตุผลที่ไม่เคยใช้บริการเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างไม่รู้จักร้าน จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 72.6 สำหรับผู้บริโภคที่เคยใช้บริการนั้นเคยใช้บริการเพียง 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รู้จักร้านด้วยตัวเอง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 ปัจจัยที่ผู้บริโภคอยากให้ร้านกาแฟ Sweet 'n Treats พัฒนามากที่สุด มีสองปัจจัยคือการทำป้ายร้านให้โดดเด่นและการทำการส่งเสริมการตลาด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 เช่นเดียวกัน และการส่งเสริมการตลาดที่ผู้บริโภคสนใจมากที่สุด คือการเช็กอินรับส่วนลดจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 ด้านปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ Sweet 'n Treats ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด มี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของรสชาติและความสดใหม่ของเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ด้านพนักงาน พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความสุข เป็นกันเอง และมีความเต็มใจให้บริการ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมและพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ ด้านกระบวนการ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง ความรวดเร็วในการให้บริการและการให้บริการมีความเป็นระบบ ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของความสะอาดภายในและภายนอกร้าน มีที่นั่งเพียงพอสำหรับลูกค้า การตกแต่งร้านมีความน่าสนใจและมีอินเทอร์เน็ตไว้บริการ และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของพนักงานสามารถรักษามาตรฐานของรสชาติเครื่องดื่มได้ พนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการและพนักงานให้บริการเครื่องดื่มและเบเกอรี่ถูกต้อง ครบถ้วนและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิญญา อินทรสมบัติ (2558) [3]

จากผลการศึกษาข้างต้น จึงเสนอโครงการ 5 โครงการ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้แก่ร้านกาแฟ Sweet 'n Treats ได้แก่ โครงการที่ 1 ทำป้ายร้านให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค โครงการที่ 2 โฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านผ่านสังคมออนไลน์ โครงการที่ 3 จัดทำโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นผู้บริโภค โครงการที่ 4 คิดค้นเมนูพิเศษของร้านและสร้างสรรค์เมนูใหม่ และ โครงการที่ 5 ปรับปรุงทัศนียภาพของร้านให้มีความโดดเด่นและลงตัว โดยโครงการทั้ง 5 โครงการนี้ใช้งบประมาณทั้งสิ้น ประมาณ 11,600 บาท

สรุป

ผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี เป็นนักเรียนและนักศึกษามากที่สุด ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5,000-10,000 บาท ผู้บริโภคชอบรับประทานเครื่องดื่มประเภทโกโก้/ช็อคโกแลตมากที่สุด และชอบรับประทานเบเกอรี่ประเภทเค้กชนิดมีกะขี้รับประทานที่ร้าน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้งอยู่ที่ 101-200 บาท ระยะเวลาที่ใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละครั้งอยู่ที่ 1-2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดอยู่ในช่วง 12.00-14.00 น. ความถี่ที่ใช้บริการร้านกาแฟนั้นไม่แน่นอน และวันที่ใช้บริการร้านกาแฟบ่อยที่สุดนั้นไม่แน่นอนเช่นกัน ในด้านการรับรู้ถึงร้านกาแฟ Sweet 'n Treats นั้น พบว่ามีผู้บริโภคไม่เคยใช้บริการมากกว่าเคยใช้บริการ มีสาเหตุมาจากผู้บริโภคไม่รู้จักร้าน สำหรับผู้บริโภคที่เคยใช้บริการนั้นรู้จักร้านด้วยตนเอง ซึ่งใช้บริการเพียงแค่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ผู้บริโภคเห็นว่าร้าน Sweet 'n Treats นั้นควรมีการพัฒนาในเรื่องของการทำป้ายร้านให้มีความโดดเด่นและควรมีการทำการส่งเสริมการตลาดเพื่อ

ดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้น ซึ่งการส่งเสริมการตลาดที่ผู้บริโภคสนใจมากที่สุดคือการเช็คอินรับส่วนลด ส่วนในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ Sweet 'n Treats นั้น มีปัจจัย 5 ด้านที่ผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ และจากข้อมูลเหล่านี้นำไปสู่โครงการ 5 โครงการ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขาย ได้แก่ โครงการที่ 1 ทำป้ายร้านให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค โครงการที่ 2 โฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านผ่านสังคมออนไลน์ โครงการที่ 3 จัดทำโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นผู้บริโภค โครงการที่ 4 คิดค้นเมนูพิเศษของร้านและสร้างสรรค์เมนูใหม่ และ โครงการที่ 5 ปรับปรุงทัศนียภาพของร้านให้มีความโดดเด่นและลงตัว ซึ่งในการจัดทำโครงการเหล่านี้ใช้งบประมาณอยู่ที่ประมาณ 11,6500 บาท

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ต้องขอขอบพระคุณคณาจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ และท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้ความรู้ทั้งด้านวิชาการ คำแนะนำ คำปรึกษา แนวทางต่างๆ รวมถึงวิธีแก้ไขปัญหาในการทำ การวิจัย ขอขอบพระคุณครอบครัวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยในครั้งนี้ หากความรู้และประโยชน์จากงานวิจัยนี้มีคุณประโยชน์แก่หน่วยงานต่างๆ หรือผู้ที่สนใจในธุรกิจร้านกาแฟ ผู้วิจัยขอมอบคุณงามความดีแต่คณาจารย์และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

- [1] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). ธุรกิจร้านกาแฟ อาชีพอิสระที่น่าลงทุน. ค้นเมื่อวันที่ 1 เดือนมีนาคม ปี 2558, จาก <http://www.kingsmes.com/2015/03/my-coffee-shop.html>
- [2] Lind, Douglas A., & Marchal, William G. (2013). **Basic Statistics for Business and Economics**. 8th ed. New York: McGraw-Hill Companies.
- [3] วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ. (2558). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีอาหารและเครื่องดื่มจำหน่ายของผู้บริโภคในบริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.