



แผนธุรกิจ Coffee all day



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

แผนธุรกิจ Coffee all Day



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

BUSINESS PLAN COFFEE ALL DAY



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2010

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระ เรื่อง " แผนธุรกิจ Coffee all day " เสนอโดย นายณพพร เผือกหอม เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัตต์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์)

...../...../.....

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กฤษฎา พิชราภิน)

...../...../.....

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัตต์)

...../...../.....

ผลงานวิจัยนี้ศึกษา ระดับปริญญาตรี

51602325: สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ ร้านกาแฟสด Coffee all day

นพพร เผือกหอม : แผนธุรกิจ Coffee all day. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ :
อ. ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 120 หน้า.

Coffee all day ให้บริการจำหน่ายกาแฟล้วนสดพร้อมดื่ม รวมทั้งน้ำผลไม้ปั่น และเบเกอรี่ ตั้งอยู่เลขที่ 22/3 ถนนยิงเป้าใต้ ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000 ดำเนินธุรกิจในรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว ใช้เงินลงทุน 1.2 ล้านบาท เป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 7 แสนบาท และกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 5 แสนบาท

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจและประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อประกอบการขอสินเชื่อเงินลงทุนจากสถาบันการเงิน

วิธีการศึกษา ศึกษาในรูปแบบของการจัดทำแผนธุรกิจ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการประกอบธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การวิเคราะห์อุตสาหกรรม การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการด้วย SWOT Analysis จัดทำแผนการดำเนินงาน กำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ การจัดทำแผนการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค กำหนดเป้าหมาย จัดทำแผนการเงิน กำหนดโครงสร้างการลงทุน เป้าหมายทางการเงิน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ รวมไปถึงการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับสถาบันการเงินในการพิจารณาการให้สินเชื่อ

ผลการศึกษา เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ด้านการบริหารจัดการใช้กลยุทธ์ที่เน้นความมั่นคง โดยมุ่งเน้นการรักษาคุณภาพการให้บริการของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบคู่แข่ง การได้นำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในการบริการ ทางด้านแผนการตลาด กิจการได้นำส่วนประสมของตลาดบริการ (Marketing Mix 7P's) ใช้ในการดำเนินการ ด้านการบริหารมีการกำหนดผังขั้นตอนการให้บริการ เพื่อความรวดเร็วในการให้บริการ ทางด้านการเงินใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อคำนวณอัตราส่วนทางการเงิน ในการประมาณการทางการเงิน ระยะเวลาคืนทุนของกิจการเท่ากับ 3 ปี 7 เดือน 24 วัน และมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ณ สิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 541,690 บาท

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

51602325 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : BUSINESS PLAN COFFEE'S SHOP COFFEE ALL DAY

NOPPORN PHUEAKHOM : BUSINESS PLAN COFFEE ALL DAY.

INDEPENDENT STUDY ADVISOR : KREAGRIT AMPAWAT, Ph.D.. 120 pp.

Providing fresh coffee and frosty fruit juice along with bakery, Coffee all day, located at 22/3, Ying Pao Tai Road, Prapathomjedi Sub-district, Maung District, Nakornpathom 73000, is operated by a sole business owner with an initial investment of 1.2 million baht, 0.7 million baht of which is from the owner and 0.5 million baht from a business loan.

The objectives of this study were 1) to identify business opportunities in the market and 2) to evaluate feasibility of the investment project. The results of the study formed a basis for developing guidelines for business operation and bank loan request for investment.

The study was carried out and presented in the startup business plan template originally designed by the Department of Industrial Promotion, Ministry of Industry. The study was conducted through the analysis of possibility for business to succeed or fail. Through analysis of business characteristic, present situation and external factors by using SWOT Analysis enabled decision-making on business operation plan, management strategy and marketing plan. It also included the analysis of consumer behavior, as well as setting targets, financial plan, investment structure and financial target leading to a successful business. Additionally, analysis of return on investment facilitated loan granting process.

The findings indicated that differentiation strategy with concentration on stability of product quality oriented towards competitive advantages was implemented to achieve managerial goals. In the light of the marketing plan, the extended marketing mix 7Ps was adopted to satisfy customer and business objectives. Service process flowchart was introduced to support promptness of service. Regarding the financial plan, ratio analysis was adopted. According to the profit projection, payback period was 3 year 7 months and 24 days, and net present value at the end of the 5th year was 541,690 baht.



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

งานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากบุคคลหลาย ๆ ท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ต่อผู้ศึกษาเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต อาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ คือ อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ ประธานคณะกรรมการ และอาจารย์ ดร.กฤษฎา พัชรวาณิช ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขเพิ่มเติมตรวจสอบข้อมูลเนื้อหาที่เป็นประโยชน์สำหรับการศึกษา ตลอดจนให้กำลังใจในการศึกษาด้วยดี

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาการความรู้ และประสบการณ์ในการเรียนการสอน ซึ่งผู้ศึกษาได้นำมาประกอบในการค้นคว้าหาความรู้ จากทั้งตัวบุคคล และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ อาทิ จากห้องสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนให้การศึกษาในครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณบุคคลในครอบครัวที่ได้ให้กำลังใจ และสนับสนุนการศึกษาด้วยดีเสมอตลอดมา และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของบัณฑิตวิทยาลัย และคณะวิทยาการจัดการ พร้อมทั้งเพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโทสาขาการประกอบการทั้งสองสาขา คือ พระราชวังสนามจันทร์นครปฐม และตลิ่งชัน ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกด้วยดีเสมอมา ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่จนจบการศึกษา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทสรุปผู้บริหาร.....	1
ความเป็นมาของกิจการ.....	1
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	2
โอกาสทางธุรกิจและแนวคิดในการก่อตั้ง.....	2
วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ.....	3
โครงสร้างการลงทุนของกิจการ.....	7
ผลตอบแทนจากการลงทุนของกิจการ.....	8
2 ความเป็นมาของโครงการ.....	9
ประวัติความเป็นมาของกิจการ.....	9
ลักษณะของธุรกิจ.....	10
ประวัติเจ้าของกิจการ.....	12
ลักษณะงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน.....	13
แผนการดำเนินงานก่อนการเปิดกิจการ.....	14
3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและวิเคราะห์อุตสาหกรรม.....	15
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก.....	16
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ.....	16
ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย.....	17
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม.....	17
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี.....	17
การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันด้วย Poster's five forces model.....	18
การแข่งขันของกลุ่มแข่งขันที่มีในปัจจุบันในอุตสาหกรรม.....	19
การคุกคามของกลุ่มแข่งขันรายใหม่.....	20

บทที่		หน้า
	อำนาจต่อรองของลูกค้า	20
	การคุกคามของสินค้าทดแทน	21
	อำนาจต่อรองของร้านค้าส่งและตัวแทนจำหน่าย	22
4	การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ (SWOT Analysis).....	23
	การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการร้านกาแฟ Coffee all day	24
	จุดแข็ง (Strengths)	24
	จุดอ่อน (Weaknesses).....	25
	โอกาส (Opportunities).....	25
	อุปสรรค (Treats).....	26
5	วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายในการทำธุรกิจ.....	27
	วิสัยทัศน์ (Vision)	28
	พันธกิจ (Mission).....	28
	วัตถุประสงค์และเป้าหมายในการทำธุรกิจ (Objectives and Goals)	29
	กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ	30
	กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy).....	31
	กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy).....	32
	กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy)	34
6	แผนการบริหารจัดการร้านกาแฟ Coffee all day	37
	การกำหนดนโยบายบริหารทรัพยากรมนุษย์	37
	การจัดการและโครงสร้างองค์กร	39
	แผนด้านบุคลากร	40
	กระบวนการสรรหาบุคลากร	41
	แผนการพัฒนามูลากร	41
	การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน	42
7	แผนการตลาด	43
	แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและกลยุทธ์การตลาด.....	43
	ความหมายของกลยุทธ์การตลาดบริการ	43
	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	45
	การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)	47

บทที่	หน้า
การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด.....	48
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ /การบริการ (Product)	48
กลยุทธ์ด้านราคา (Price).....	49
กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	49
กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion).....	49
กลยุทธ์ด้านบุคลากรในการบริการ (People).....	50
กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process).....	51
กลยุทธ์ด้านองค์ประกอบบริการ (Physical Evident).....	51
คู่แข่งในปัจจุบัน	52
การวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	52
การกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจของร้านกาแฟ Coffee all day.....	54
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	55
8 แผนการให้บริการ	57
ทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟ.....	57
การให้บริการ.....	60
ขั้นตอนการให้บริการ.....	61
ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อมราคา.....	64
การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง.....	65
ประมาณการรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่าย.....	65
ประมาณการรายได้.....	65
ผลงานวิจัยขั้นต้นที่ศึกษาระดับปริญญาตรี	66
ประมาณการต้นทุนแรงงาน.....	67
ประมาณการค่าแรงงานทางตรงและผันแปร	67
ประมาณการค่าใช้จ่ายอื่น ๆ.....	67
ประมาณการต้นทุนการให้บริการ	68
การคำนวณต้นทุนคงที่	69
การคำนวณต้นทุนผันแปร	69
9 แผนการเงิน	70
การลงทุนในโครงการ	70
โครงสร้างการใช้จ่ายเงิน	71

บทที่	หน้า
เป้าหมายทางการเงิน.....	72
ประมาณการทางการเงินเพิ่ม/ลดจากปีก่อน.....	72
ประมาณการทางการเงิน.....	72
งบดุล	73
งบกำไรขาดทุน.....	73
งบแสดงส่วนของผู้ถือหุ้น.....	73
หมายเหตุประกอบงบการเงิน	73
งบกระแสเงินสด.....	74
การวิเคราะห์งบการเงิน	74
ประมาณการงบกำไรขาดทุน	75
ประมาณการงบกระแสเงินสด	76
ประมาณการงบดุล	77
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	77
การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร	78
การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน.....	79
การวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุน	80
จุดคุ้มทุน (Break-Even Point).....	80
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	81
มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value).....	82
การจำลองสถานการณ์ด้วยสมมุติฐานทางการเงิน	82
10 การวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงโครงการ	85
ความหมายของความเสี่ยง	85
การวิเคราะห์และการบริหารความเสี่ยง	87
ความเสี่ยงและขนาดของโครงการ.....	89
การบริหารความเสี่ยงกับการตัดสินใจ.....	89
การประเมินความเป็นไปได้ของกิจการ	90
แนวทางแก้ไข.....	91
บรรณานุกรม.....	92

ภาคผนวก	หน้า 95
ประวัติผู้วิจัย	139



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงโครงสร้างการลงทุนของกิจการ	7
2	แสดงผลตอบแทนการลงของกิจการ.....	8
3	แสดงประวัติการทำงานของเจ้าของกิจการ	12
4	แสดงแผนการดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ	14
5	แสดงการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Matrix)	49
6	รายการเครื่องตั้งร้านกาแฟ Coffee all day.....	59
7	รายการขนม	60
8	แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อมราคา.....	61
9	แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคา	62
10	แสดงประมาณการรายได้	62
11	แสดงประมาณการต้นทุนแรงงาน	63
12	แสดงประมาณการค่าแรงงานทางตรงและผันแปร.....	64
13	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	64
14	แสดงประมาณการต้นทุนการให้บริการ	65
15	แสดงประมาณการต้นทุนคงที่.....	66
16	แสดงประมาณการต้นทุนผันแปร.....	66
17	แสดงโครงสร้างการใช้เงินทุน.....	68
18	แสดงประมาณการทางการเงินเพิ่ม/ลดจากปีก่อน	69
19	ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี	72
20	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด.....	73
21	แสดงประมาณงบดุล	74
22	แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	77
23	แสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน.....	78
24	แสดงกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ.....	79
25	แสดงสมมติฐานทางการเงินในสถานะปกติ.....	80
26	แสดงสมมติฐานทางการเงินในสถานะประสบความสำเร็จ	80
27	แสดงสมมติฐานทางการเงินในสถานะไม่ประสบความสำเร็จ.....	81

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพแสดงแผนที่ตั้งของร้านกาแฟ Coffee all day.....	10
2	ภาพแสดงสัญลักษณ์ของร้านกาแฟ Coffee all day.....	11
3	ภาพแสดงการจัดตกแต่งภายนอก.....	11
4	การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมด้วย Porter's Five Forces model	19
5	ภาพแผนภูมิอธิบายการวิเคราะห์แบบ SWOT ANALYSIS.....	24
6	แผนภูมิโครงสร้างองค์กรและผังการบริหารงาน ร้านกาแฟ Coffee all day.....	36
7	ภาพแสดงกลยุทธ์การตลาดบริการ.....	41
8	ภาพแสดงตำแหน่งทางธุรกิจของร้านกาแฟ Coffee all day.....	51
9	ภาพแสดงแผนที่ตั้งของร้านกาแฟ Coffee all day.....	54
10	ภาพแสดงการจัดตกแต่งภายนอกของร้านกาแฟ Coffee all day.....	55
11	ภาพแสดงแผนผังภายในร้านกาแฟ Coffee all day.....	56
12	ภาพแสดงแผนผังการให้บริการร้านกาแฟ Coffee all day.....	58
13	แสดงแผนภูมิปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงของ โครงการ.....	83
14	แสดงแผนภูมิความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง การตัดสินใจ แผนจัดการความเสี่ยง และแผนบริหารโครงการ.....	85

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทสรุปผู้บริหาร

ความเป็นมาของโครงการ

ในปัจจุบันกาแฟนับเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยม มีการประมาณว่าประชาชนทั่วโลกดื่มกาแฟมากถึง 2,500 ล้านถ้วย/วัน มากกว่าเครื่องดื่มอื่นใดทั้งหมด เป็นรองแต่เฉพาะน้ำเปล่าเท่านั้น ในระยะที่ผ่านมาความต้องการบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้นเนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟเปิดดำเนินการจำนวนมาก เกษตรกรทั่วโลกปลูกกาแฟเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะในประเทศเวียดนาม ทำให้กาแฟล้นตลาด ส่งผลให้ราคากาแฟในตลาดโลกต่ำลงเป็นประวัติการณ์ แม้ถ้าเราจะไม่ค่อยรู้สึกเท่าใดนัก เนื่องจากราคาที่เรื่อดื่มในร้านกาแฟและราคากาแฟสำเร็จรูปที่เราซื้อในซูเปอร์มาร์เก็ตยังคงมีราคาแพง (ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์ 2546 : 29)

ยุคแห่งกาแฟถ้วยดำกำลังหวนกลับมา ตลาดกาแฟถ้วยดำกลับมาโดยเฉพาะการจำหน่ายในร้านกาแฟ เนื่องจากมีข้อได้เปรียบคือ ความหอมกรุ่นและความใหม่สดมากกว่า โดยปัจจุบันประเทศไทยมีโรงงานที่ผลิตกาแฟถ้วยดำรายใหญ่ในตลาดบนรวมประมาณ 10 ราย เช่น Bon Cafe, Suzuki, VPP.Coffee work และ Aroma มีช่องทางจำหน่ายหลากหลาย โดยลูกค้าในตลาดกาแฟถ้วยดำแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการกาแฟแตกต่างกันไป (ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์ 2546 : 39)

พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันนี้ได้หันมาสนใจและมีความรู้ในเรื่องกาแฟเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของกาแฟถ้วยดำ ทั้งนี้จากผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยในปี พ.ศ.2550 โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า คนไทยยังมีอัตราการดื่มกาแฟต่อคนต่ำมาก เฉลี่ย 200 แก้ว/คน/ปี เมื่อเทียบกับคนในแถบเอเชีย เช่นชาวญี่ปุ่น ดื่มกาแฟเฉลี่ย 500 แก้ว/คน/ปี ในขณะที่ชาวอเมริกันดื่มกาแฟเฉลี่ย 700 แก้ว/คน/ปี ดังนั้นการดื่มกาแฟของคนไทยในอนาคตจึงยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์มูลค่าของตลาดร้านกาแฟในปี 2550 นี้ว่าอาจมีมูลค่าสูงถึง 5,100 ล้านบาท และคิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 5 ซึ่งถือเป็นอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้อาจเป็นช่วงชะลอตัวหลังจาก 2-3 ปีที่ผ่านมา ร้านกาแฟขยายตัวเต็มที่ถึงร้อยละ 15-20 ส่งผลให้ตลาดกาแฟถ้วยดำขยายตัวตามไปด้วยเช่นกัน โดยในปี 2549 มีปริมาณการบริโภคกาแฟถ้วยดำถึง 68.70 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 5 ปีก่อนถึง 3 เท่าตัว

ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นร้านบริการกาแฟคั่วบดที่จะเปิดดำเนินการใหม่ จำหน่าย เครื่องดื่มกาแฟคั่วบด ตั้งอยู่เลขที่ 22/3 ถนนยิงเป้าใต้ ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม 73000 ดำเนินกิจการ โดยนายนพพร เพื่อกหอม ในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว ซึ่งร้าน กาแฟ Coffee all day พร้อมเปิดดำเนินการในเดือนมกราคม ปี 2554 เพื่อให้บริการสำหรับผู้ที่ยิน มาตรการดื่มกาแฟ โดยเปิดบริการทุกวันไม่มีวันหยุด ตั้งแต่ เวลา 08.00 – 22.00 น.

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มคนทำงานสำนักงาน ที่นิยมการดื่มกาแฟและประชาชนที่ อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
2. กลุ่มเป้าหมายรอง คือ นักเรียน นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวัง สนามจันทร์ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด

โอกาสทางธุรกิจและแนวคิดในการก่อตั้งกิจการ

ในปัจจุบัน ท้องถิ่นของชาวนครปฐมนิยมดื่มกาแฟกันมากขึ้น โดยสังเกตได้จากร้านกาแฟที่ เปิดกิจการใหม่ ๆ และมีแนวคิดใหม่ ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละแห่งมีจุดเด่นแตกต่างกันออกไป โดยส่วนใหญ่จะเป็นร้านริมถนน และร้านกาแฟเหล่านั้นก็มีลูกค้า ออกมาดื่มกาแฟกันเป็นจำนวนมาก เจ้าของกิจการจึงเห็นช่องทางที่จะสามารถทำธุรกิจร้านกาแฟได้จากวิถีชีวิตของพนักงานในหน่วยงาน ต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม นักเรียน นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร และประชาชน ทั่วไป ในจังหวัดนครปฐม รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมพระราชวังสนามจันทร์ เพราะพวกเขา เหล่านั้น มักจะนัดพบกับเพื่อนฝูงที่ร้านกาแฟ โดยแนวคิดของเจ้าของกิจการจะตกแต่งร้านให้ลูกค้า สามารถนั่งพักผ่อน ดื่มกาแฟ การจัดโต๊ะภายในสวนทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย และมีการเปิดเพลงเบา ๆ นอกจากนี้จะยังมีบริการขนมหวาน ประดับตกแต่งอย่างน่ารัก จำหน่ายเพิ่มเติมให้ลูกค้า ได้เลือก นอกจากนี้ยังจำหน่ายน้ำผลไม้ปั่น สำหรับลูกค้าที่ไม่ชอบดื่มกาแฟ และผู้ซึ่งรักสุขภาพ จาก สาเหตุข้างต้นที่กล่าวมา ทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นช่องทาง ที่จะสามารถทำธุรกิจร้านกาแฟ ให้ แตกต่างจากร้านกาแฟทั่วไป โดยเจ้าของกิจการจะตกแต่งร้านเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและ บริการให้ลูกค้าพอใจให้มากที่สุด โดยมีแนวคิดในการจัดร้านกาแฟให้เป็นสวนหย่อม เน้นความเป็น ธรรมชาติให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

1. เพื่อศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจ และประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน

2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อประกอบอาชีพหลังเกษียณอายุจากงานราชการ

3. เพื่อใช้ประกอบการขอสินเชื่อเงินลงทุนจากสถาบันการเงิน ในวงเงิน 500,000 บาท ซึ่งจะใช้เป็นเงินลงทุนในค่าก่อสร้างและตกแต่งร้านกาแฟ Coffee all day

กลยุทธ์ในการบริหารกิจการ

ร้านกาแฟ Coffee all day กำหนดวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำด้านการบริการเครื่องดื่มกาแฟ "ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นผู้นำทางด้านรสชาติกาแฟสด ที่สามารถครองใจคนรักกาแฟ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐมและใกล้เคียง และทำให้นึกถึงร้านกาแฟ Coffee all day ก่อนร้านอื่นเสมอ" โดยการสร้างสัญลักษณ์ของร้านภายใต้ชื่อสินค้า Coffee all day ซึ่งมีมาตรฐานสากล โดยเลือกใช้ กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategy) ในการสร้างความแตกต่าง ในฐานะที่เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการใหม่มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการส่งสินค้า สำหรับลูกค้าบริเวณใกล้เคียงร้านมุ่งหวังที่จะทำธุรกิจเพื่อสังคม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการใช้ภาชนะที่บรรจุกาแฟที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ในการต่อไป ซึ่งจะเป็นการลดปริมาณขยะ และลดราคาสำหรับผู้ที่นำภาชนะกาแฟเดิมกลับมา การตกแต่งรูปแบบของร้านและบรรยากาศในร้านให้มีบริการที่ทันสมัย เป็นที่พักผ่อนสำหรับคนที่ชื่นชอบการดื่มกาแฟที่เป็นกันเอง จัดมุมหนังสือสำหรับผู้ที่ต้องการนั่งพักผ่อนในร้านกาแฟ รักษาสุขภาพของกาแฟให้ถูกคั่วพิงพอ ใจมากที่สุด พร้อมกับสร้างจิตสำนึกในการบริการให้กับพนักงาน ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและแนะนำไปสู่ลูกค้ารายอื่นต่อไป จัดบริการฟรีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสำหรับผู้ที่มาดื่มกาแฟและรับประทานอาหารในร้าน รักษามาตรฐานในการให้บริการ และเพิ่มช่องทางการขยายฐานลูกค้าและช่องทางธุรกิจของร้านในอนาคตสามารถแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟ สร้างยอดขาย ในปีแรก 2,268,000 บาท ปีที่สอง 2,494,800 บาท และปีที่สาม 2,744,280. บาท และมีอัตราเติบโตของรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นปีละ 10% ตามลำดับ โดยมีกำไรสูงสุดและระยะเวลาคืนทุนภายใน 3 ปี 7 เดือน 24 วัน

ด้านการบริการ สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ด้วยรสชาติกาแฟที่ลูกค้าพึงพอใจเป็นที่สุด ได้กำหนดผังขั้นตอนการให้บริการเพื่อเกิดการรอคอยน้อยที่สุด และได้จัดมุมหนังสือบริการอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้ที่รอคอยอย่างผ่อนคลาย นอกจากนี้ยังมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้า โดยวัดจากผู้ที่มาใช้บริการและรายได้จากการขาย รวมถึงรับข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนากิจการต่อไป

ด้านบุคลากร มีการจัดโครงสร้างองค์กร คัดเลือกพนักงานที่มีความเหมาะสมและพัฒนาบุคลากรก่อนการดำเนินงาน เพื่อให้บุคลากรมีความชำนาญและมีประสิทธิภาพในการชงกาแฟเพื่อ

รสชาติที่ได้มาตรฐาน สนับสนุนให้บุคลากรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

ด้านการตลาด ได้ออกแบบกลยุทธ์ที่จะใช้สนองความต้องการแก่ตลาดส่วนที่เลือกไว้ให้เหนือคู่แข่ง ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนคือ การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market targeting) และการวางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าและส่งเสริมพร้อมบริการ จึงกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยนำส่วนประสมของการตลาดบริการ (Marketing Mix 7 P's) ซึ่งประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product)

จำหน่ายกาแฟสด ได้แก่ กาแฟร้อน ได้แก่ เอสเปรสโซ คาปูชิโน ลาเต้ มอคค่า มอคค่า อกทิสต์ ซอกโกแลต โกโก้ และชาร้อน ประเภทต่าง ๆ

กาแฟเย็น /ปั่น ได้แก่ Iced Coffee, Iced Espresso Coffee, Iced Americano Coffee, Iced Coffee Latte, Iced Lemon Soda Coffee, Iced Mocha Coffee, Iced Coconut Mocha Coffee, Iced Chocolate, Iced Coco, Iced Green tea, Iced Lemon tea, น้ำผลไม้ตามฤดูกาล

เบเกอรี่ ประกอบด้วย Opera cake, strawberry cheesecake, Cookies'n cream cheesecake, Blueberry cheesecake, Crepe cake, Chocolate Brownie, Carrot cake, Vanilla cream chocolate cake, Raspberry cake, Strawberry cake, Coffee cake, Oreo coke, Caramel Custard cake, Acare, Chocolate banana crepe cake

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

คือการกำหนดราคาสินค้า ส่วนลดที่เหมาะสม และกลุ่มเป้าหมายพึงพอใจ โดยร้านกาแฟ Coffee all day ได้ใช้กลยุทธ์กำหนดราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนสินค้า (Cost based approach) ซึ่งเป็นการกำหนดราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุน (Cost plus pricing) และพิจารณาจากคู่แข่ง (Competition Oriented pricing) และราคากาแฟเฉลี่ยอยู่ที่แก้วละ 40 บาท ราคาเบเกอรี่ เฉลี่ยชิ้นละ 50 บาท ราคาน้ำผลไม้เฉลี่ยแก้วละ 30 บาท

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)

โดยร้านกาแฟ Coffee all day เป็นร้านกาแฟที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอยประมาณ 40 ตารางเมตร ประมาณ 20 ที่นั่ง ตั้งอยู่เลขที่ 22/3 ถนนยิงเป้าใต้ ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000 ซึ่งเป็นพื้นที่อยู่ในใจกลางเมืองนครปฐม มีที่อยู่อาศัยและอาคารสำนักงานหนาแน่น และอยู่ใกล้สถานศึกษา คือ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ มีหอพักนักศึกษาจำนวนมากอยู่ใกล้เคียงกับบริเวณร้าน มีกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นครอบครัว คนวัยทำงานและนักเรียน

นักศึกษาจำนวนมาก ซึ่งทางร้านได้ออกแบบร้านเป็นแบบ ร้านเดี่ยว (Stand alone) โดยตกแต่งร้านสไตล์คันทรี่ โดยจัดตกแต่งเคาท์เตอร์บาร์ ให้เหมาะสมกับการต้อนรับลูกค้าโดยอยู่ใกล้ประตูทางเข้าร้าน

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เกี่ยวข้องกับวิธีการการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการไปยังผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การโฆษณา พนักงานขาย ส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การขายช่วยขยายกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อต้องการให้ผู้ซื้อหรือผู้ใช้สินค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าหรือบริการหันมาสนใจ และพิจารณาสินค้าหรือบริการมากขึ้น และยังช่วยเร่งกระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการขนาดเล็ก จึงกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้เหมาะสม ดังนี้

4.1 การโฆษณา ซึ่งเป็นกรนำเสนอแนวคิดของสินค้าและบริการผ่านสื่อต่างๆ โดยก่อนเปิดร้าน 1 เดือน ดำเนินการจัดพิมพ์แผ่นปลิวเพื่อเป็นการ โฆษณาร้านให้ลูกค้ารู้จัก กระจายข่าว การเปิดร้าน รวบรวมจุดเด่นของร้าน และรายการเครื่องดื่มและแจ้งราคา ระบบลงในแผ่นปลิว นำไปแจก เพื่อให้ลูกค้าที่อยู่บริเวณรอบ ๆ ให้ทราบข่าวสารการเปิดร้านกาแฟ รวมทั้งแจกตามหอพัก นักศึกษา บริเวณใกล้เคียง ตามหน่วยงานสำนักงานต่าง ๆ ติดป้ายประกาศหน้าร้าน

4.2 การส่งเสริมการขาย เป็นการให้สิ่งตอบแทน (โดยส่วนใหญ่ให้ในระยะเวลาที่จำกัดไว้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า) รับสมัครสมาชิกของร้านกาแฟในวันแรกของการเปิดดำเนินการ โดยสมาชิกจะได้รับส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าในร้านกาแฟได้ตลอดเวลา ก่อนเปิดร้านอย่างเป็นทางการ 3 วันจะทดลองเปิดกิจการ คือ จัดกิจกรรมการตลาดลดดื่มและทดลองขาย เพื่อเตรียมขั้นตอนต่างๆ ในการทำงานให้คล่องแคล่ว และสำรวจระดับความพอใจของลูกค้าที่มีต่อรสชาติของกาแฟและบรรยากาศของร้าน

4.3 การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการออกแบบและดำเนินการปรับปรุงรักษาภาพพจน์

ของร้าน ส่งผลในทางบวกต่อสินค้าและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับร้าน ดำเนินการเก็บข้อมูลของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าต่อไป

5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

เกี่ยวข้องกับพนักงานที่ให้บริการลูกค้า บทบาทของพนักงานมีความสำคัญอย่างมากกับความพึงพอใจของลูกค้า ดังจะเห็นได้จากรายงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานธนาคารกับลูกค้าที่ระบุว่า ถ้าพนักงานพึงพอใจ พนักงานจะบริการให้ลูกค้าได้ดี ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจไปด้วย เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจ ลูกค้าจะซื้อบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทมี

รายได้มีกำไรในระยะยาวในที่สุด ซึ่งก็คือเรื่องของ Customer Retention และ Customer Relationship Management (CRM) นั่นเอง (สมวงศ์ พงศ์ศภาพร Service Marketing 2546 : 149)

ร้านกาแฟ Coffee all day ได้กำหนดขั้นตอนในการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานโดยพิจารณาถึงคุณสมบัติ บุคลิกลักษณะ ความรู้และประสบการณ์ โดยผู้จัดการ เพื่อให้ได้บุคลากรที่มาปฏิบัติงานสอดคล้องกับตำแหน่งหน้าที่ที่รับผิดชอบ เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าก่อนดำเนินกิจการ ผู้จัดการจัดส่งพนักงานหน้าร้านที่จะจ้างทำงาน 2 คน เข้ารับการอบรมการชงกาแฟ คั่วบด จากร้านจำหน่ายอุปกรณ์การชงกาแฟ ที่จะซื้ออุปกรณ์จากตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์การชงกาแฟ เพื่อเป็นการเรียนรู้ให้เกิดความชำนาญก่อนการปฏิบัติงานจริง รวมถึงเจ้าของกิจการด้วย เพื่อที่จะสามารถทำงานทดแทนกันได้ ในกรณีพนักงานไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพด้านการบริการ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยมีการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และกระตุ้นการทำงาน (Motivation & Incentive) ด้วยการให้เงินเดือนและผลตอบแทนโดยมีการปรับอัตราเงินเดือนประจำปี

6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการให้บริการ การมีส่วนร่วมของผู้รับบริการ ร้านของเราได้ตระหนักถึงกระบวนการการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายกำหนดให้มีกระบวนการให้บริการ ซึ่งพนักงานในร้านทั้ง 2 คน จะทราบถึงกระบวนการขั้นตอนการให้บริการอย่างละเอียดและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจอย่างที่สุด โดยผู้จัดการร้านมีหน้าที่ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของพนักงานในร้านให้เป็นไปตามกำหนด และสามารถวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้ กรณีที่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าจะมีการแจ้งให้พนักงานแก้ไขปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา

7. กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evident)

เกี่ยวข้องกับสถานที่ให้บริการ อุปกรณ์ในการให้บริการ การตกแต่งร้าน การแต่งกายพนักงาน ประกาศนียบัตรต่างๆ รางวัลที่ได้รับ ร้านกาแฟ Coffee all day มีสร้างภาพลักษณ์การให้บริการของร้านให้ดูดีเหมาะสม จึงจัดให้พนักงานของร้านใส่เสื้อประจำของร้าน โดยพิมพ์สัญลักษณ์ของร้านไว้บนเสื้อและภาชนะต่างๆ ที่ใช้เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำของลูกค้า และจัดบรรยากาศร้านสไตล์โมเดิร์นคันทรี่ มีบรรยากาศแบบเป็นกันเอง จัดสวนแบบร่มรื่นสบาย ๆ เหมือนนั่งจิบกาแฟที่บ้านของตัวเอง ความสะอาดของเคาน์เตอร์บาร์และห้องน้ำที่ดูสะอาดลักษณะ ความสะอาดและความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกิจการเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ถ้าลูกค้าเข้ามาดื่มกาแฟหรือรับประทานอาหารแล้วมีสภาพแวดล้อมที่สกปรก ไม่เป็นระเบียบ เวลาที่ลูกค้าอยู่ในร้านก็จะรู้สึกไม่ดี และเชื่อได้เลยว่าเขาจะไม่กลับมาเข้าร้านอีกอย่างแน่นอน เนื่องจากเคาท์เตอร์บาร์ เป็นหัวใจสำคัญของร้านกาแฟ ดังนั้นสิ่งของต่างๆ ที่อยู่บนเคาท์เตอร์

บาร์ จะต้องจัดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย และต้องคอยระมัดระวังเรื่องความสะอาดด้วย แม้แต่รายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ อย่างเช่นผ้าจี๊ว หรือการวางถ้วยชามในอ่างล้างจานเพื่อรอที่จะทำความสะอาดให้ดีที่สุดเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกพอใจมากที่สุด จัดบริการอินเทอร์เน็ตเพื่อบริการลูกค้าที่ต้องการนั่งทำงานบนคอมพิวเตอร์เพื่อเป็นแรงดึงดูดในการมาใช้บริการ

ด้านการเงิน กิจการใช้การบริหารด้วยเงินสด เนื่องจากเป็นกิจการที่ไม่สลับซับซ้อน และเพื่อความสะดวกในการบริหารด้านการเงิน ด้านสถานที่ใช้การเช่าพื้นที่ ก่อสร้างและตกแต่งอาคารเพิ่มเติมให้เหมาะสมกับกิจการและรูปแบบของร้านกาแฟ ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างการลงทุนดังนี้

โครงสร้างการลงทุนของกิจการ

ตารางที่ 1 แสดงโครงสร้างการลงทุนของกิจการ

รายการ	ส่วนของเจ้าของ	กู้ธนาคาร	รวม
1. สินทรัพย์			(บาท)
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่	200,000.-	500,000	700,000.-
เครื่องมือและอุปกรณ์การขายสินค้า	140,000.-	-	140,000.-
เครื่องใช้สำนักงาน	110,000.-	-	110,000.-
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	50,000.-	-	50,000.-
3. เงินทุนหมุนเวียน	200,000.-	-	150,000.-
รวมมูลค่าการลงทุน	700,000.-	500,000	1,200,000.-
อัตราส่วนของเจ้าของ/เงินกู้	7	5	

ผลตอบแทนจากการลงทุนของกิจการ

ในด้านผลตอบแทนการลงทุน คาดว่าจะมีผลประกอบการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลตอบแทนการลงทุน

(บาท)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	206,880.-	341,096.-	436,990.-	545,958.-	669,552.-
กำไรสุทธิ	155,540.-	296,622.-	399,268.-	514,865.-	644,949.-
จุดคุ้มทุน	1,558,269.-	1,452,562.-	1,387,113.-	1,348,718.-	1,329,835.-
มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (NPV) ณ สิ้นปีที่ 5 มีมูลค่าเท่ากับ +541,690.-					
ระยะเวลาคืนทุน : 3 ปี 7 เดือน 24 วัน					

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

ความเป็นมาของโครงการ

ประวัติความเป็นมาของกิจการ

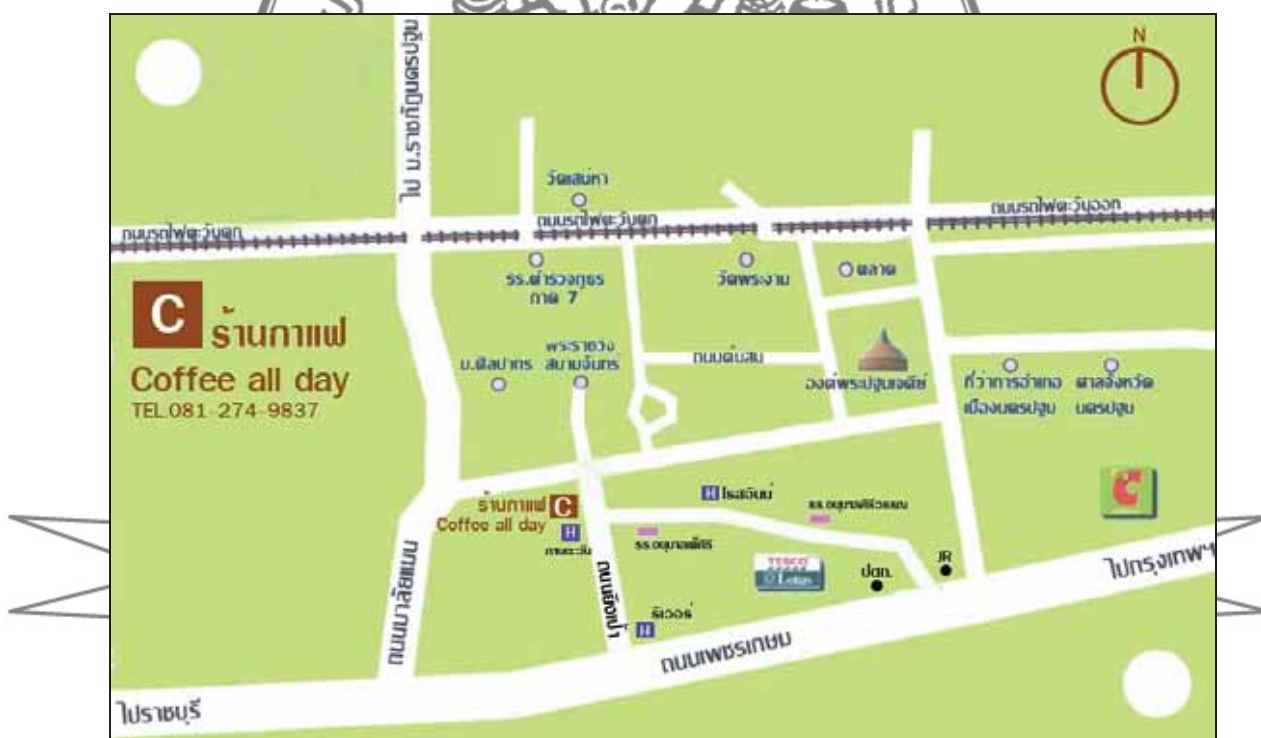
ในปัจจุบันจำนวนของคนที่ดื่มกาแฟมีการขยายตัวมากขึ้น สืบเกิดได้จากผลิตภัณฑ์กาแฟในท้องตลาดมีหลายยี่ห้อ อีกทั้งแนวโน้มของคนที่ดื่มกาแฟ ได้หันมานิยมรสชาติของกาแฟคั่วบด (ที่เรียกว่า กาแฟสด) ที่มีรสชาติเข้มข้นมากขึ้น โดยมีกรขยายตัวจากต่างประเทศเข้ามาเปิดสาขาทำธุรกิจประเภทนี้ในประเทศไทยมากขึ้น เช่นสตาร์บัค เป็นต้น ตลาดกาแฟสดยังขยายตัวอยู่มาก ผู้ประกอบการจึงเห็นช่องทางที่จะสามารถทำธุรกิจกาแฟสดได้ และประกอบกับผู้บริหารกิจการมีความนิยมหลงใหลในรสชาติของกาแฟสดเป็นทุนเดิมอยู่ด้วย จึงมีแรงบันดาลใจที่จะทำธุรกิจร้านกาแฟและเบเกอรี่ พร้อมบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและบริการหนังสือสำหรับผู้รักการอ่าน

ถึงแม้ว่าแนวโน้มของร้านกาแฟจะได้รับความนิยมสูงจากคนที่รักกาแฟ คนทำงานหรือคนทั่วไป แต่ร้านกาแฟส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับร้านขนาดใหญ่ที่หรูหรา ซึ่งราคาค่อนข้างสูงบวกกับปริมาณที่มีมากจนเกินไป ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม ดังนั้นทางร้านกาแฟ Coffee all day ได้เล็งเห็นช่องทางในการจำหน่ายกาแฟที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์และปริมาณที่เหมาะสมกับราคา ซึ่งทางร้านได้มุ่งเน้นในกลุ่มคนทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม นักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนทำงานเหล่านี้มีความต้องการที่จะบริโภคกาแฟ แต่ไม่สามารถหาซื้อรับประทานได้ง่าย เพราะร้านกาแฟระดับขนาดใหญ่ที่หรูหรามีส่วนมากจะอยู่ในห้างสรรพสินค้า หรือห้างไกลใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาก ดังนั้นร้านกาแฟ Coffee all day จะสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคเหล่านี้ได้อย่างแน่นอน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นแรงบันดาลใจในการที่จะลงทุนดำเนินธุรกิจร้านกาแฟ ภายใต้ชื่อร้านกาแฟ Coffee all day เพื่อให้บริการกับลูกค้า ด้วยร้านกาแฟที่มีบรรยากาศอบอุ่น สบายๆ และมีความเป็นกันเอง เหมือนนั่งดื่มกาแฟในบ้านของตัวเอง จึงเหมาะแก่การเป็นสถานที่นัดพบเพื่อนฝูง เป็นสถานที่พบปะกันในยามว่างและเวลาที่ต้องการพักผ่อนและผ่อนคลายจากการงานประจำวัน

ลักษณะของธุรกิจ

- ชื่อธุรกิจ : ร้านกาแฟ Coffee all day
 ที่ตั้ง : เลขที่ 22/3 ถนนยิงเป้าใต้ ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง
 จังหวัดนครปฐม
 รูปแบบบริการ : จำหน่ายกาแฟสดคั่วบดและเบเกอรี่ ฟรีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
 พร้อมบริการหนังสือที่มีคุณค่าและความรู้สำหรับผู้รักการอ่าน
 วันเปิดดำเนินการ : วันที่ 1 มกราคม 2554

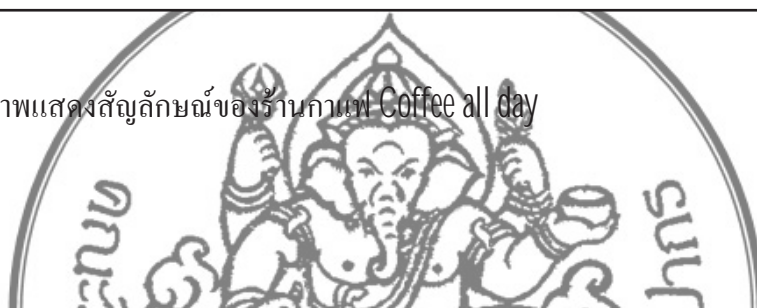
สถานที่ตั้ง (แผนที่)



ภาพที่ 1 ภาพแสดงแผนที่ตั้งของร้านกาแฟ Coffee all day



ภาพที่ 2 ภาพแสดงสัญลักษณ์ของร้านกาแฟ Coffee all day



ภาพที่ 3 ภาพแสดงการจัดตกแต่งร้านภายนอก

ประวัติเจ้าของกิจการ

- ชื่อ : นายนพพร เผือกหอม
- ที่อยู่ : 85/1 หมู่ 2 ตำบลบ้านไร่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี 70000
- การศึกษา
- ปี 2524 : ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาอิเล็กทรอนิกส์
วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี
- ปี 2525 : ประกาศนียบัตรไปรษณีย์และโทรคมนาคม
โรงเรียนการไปรษณีย์และโทรคมนาคม การสื่อสาร
แห่งประเทศไทย กระทรวงคมนาคม
- ปี 2550 : ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- ปี 2554 : ปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
ผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตารางที่ 3 แสดงประวัติการทำงานของผู้เป็นเจ้าของกิจการ

ปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	สังกัด
2526	ช่างโทรคมนาคม ระดับ 2	สถานีวิทยุบริการประจวบคีรีขันธ์ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ การสื่อสารแห่งประเทศไทย กระทรวงคมนาคม
2532	นายช่างโทรคมนาคม ระดับ 4	ที่ทำการช่างโทรเลข บ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี การสื่อสารแห่งประเทศไทย กระทรวงคมนาคม
2540	นายช่างโทรคมนาคม ระดับ 6	สำนักงานบริการโทรคมนาคม ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี การสื่อสารแห่งประเทศไทย กระทรวง คมนาคม
2549	ผู้จัดการสำนักงานบริการลูกค้า ระดับ 8	สำนักงานบริการโทรคมนาคม ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	สังกัด
2550	ผู้จัดการส่วน ระดับ 8	ส่วนตรวจสอบบัญชีการเงินและภาษีสำนักงาน บริการลูกค้า กสท เขตตะวันตก จังหวัดราชบุรี บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
2553	ผู้จัดการสำนักงานบริการลูกค้า ระดับ 8	สำนักงานบริการลูกค้า กสท บ้านโป่ง จังหวัด ราชบุรี บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ลักษณะงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน

มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ควบคุมดูแล การดำเนินงานของสำนักงานบริการลูกค้า กสท บ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เพื่อสร้างความพึงพอใจในการบริการและสร้างยอดขาย โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ งานจัดแสดงสินค้าและบริการขององค์กร หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่เหมาะสม โดยจัดให้มีการตรวจสอบการให้บริการ การบัญชีการเงิน การจัดการพัสดุ การขาย การควบคุม การติดตามเร่งรัดหนี้และรายได้ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินคดีในชั้นศาลเพื่อบังคับหนี้ การประสานงานด้านความถี่และใบอนุญาต วางแผนระบบวิศวกรรมทุกด้าน รวมถึงการจัดทำมาตรฐานการควบคุมคุณภาพด้านปฏิบัติการในส่วนของเครื่องมือ/อุปกรณ์ระบบเครือข่าย (network) ตลอดจนประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องและงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย กำหนดพื้นที่ดูแลของสำนักงานบริการลูกค้า กสท บ้านโป่ง มี 2 อำเภอ คือ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี และอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

แผนการดำเนินงานก่อนการเปิดกิจการ

แสดงด้วยตารางระยะเวลาการปฏิบัติงาน (Gantt Chart) เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการกำหนดทิศทางและเตรียมจัดตั้งธุรกิจเป็นขั้นตอนแรก โดยจะเริ่มปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2553 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2553 และพร้อมเปิดกิจการภายในวันที่ 1 มกราคม 2554

ตารางที่ 4 แสดงแผนการดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ

ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ	การดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ						
		ส.ค.53	ก.ย.53	ต.ค.53	พ.ย.53	ธ.ค.53	ม.ค.54	
1. กำหนดทิศทางและเตรียมจัดตั้งธุรกิจ โดยศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของการเปิดกิจการร้านกาแฟ Coffee All day	เจ้าของกิจการ	←	→					
2. จัดทำแผนธุรกิจระดมเงินทุน	เจ้าของกิจการ	←	→					
3. ติดต่อสถาบันการเงินเพื่อขอสินเชื่อ	เจ้าของกิจการ			←	→			
4. เลือกทำเลที่ตั้งตกแต่งร้าน	เจ้าของกิจการ			←	→			
5. จัดจ้างพนักงาน	เจ้าของกิจการ				←	→		
6. จัดหาอุปกรณ์ในการดำเนินธุรกิจ	เจ้าของกิจการ				←	→		
7. ประชาสัมพันธ์ร้านกาแฟ	เจ้าของกิจการ					←	→	
8. เปิดดำเนินกิจการ	เจ้าของกิจการ						←	→

บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและวิเคราะห์อุตสาหกรรม

ภายใต้โลกของการแข่งขันยุคใหม่ สภาพแวดล้อมภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และรวดเร็ว และจะเข้ามามีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจด้วย ธุรกิจที่มีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจะสามารถอยู่รอดได้ การบริหารเชิงกลยุทธ์จะช่วยให้ธุรกิจรู้ว่าควรปรับตัวอย่างไร ควรพัฒนาตนเองเพื่อให้มีความสามารถพิเศษที่แตกต่างจากคู่แข่งอื่น ๆ เช่นไร

โดยปกติแล้วธุรกิจไม่ว่าจะมีขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก ก็มักจะมีกิจกรรมทางธุรกิจที่คล้าย ๆ กัน คือ กิจกรรมทางด้านการผลิต การตลาด การบริหารบุคคล และการเงินเป็นต้น แต่เมื่อธุรกิจขนาดเล็ก ยังมีกำลังการผลิตไม่สูง มียอดขายไม่มากนัก ผู้ประกอบการมักจะดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม เมื่อธุรกิจประสบความสำเร็จ สิ่งก็ตามมาก็คือการขายตัวของกิจกรรมทางธุรกิจในทุกด้าน ซึ่งปริมาณงานก็มากขึ้นเรื่อย ๆ ถ้าผู้ประกอบการไม่รู้ทักษะและกลยุทธ์ในการจัดการ การดูแลที่ไม่ทั่วถึงจะเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ และเป็นโอกาสให้คู่แข่งในตลาดคว้าส่วนแบ่งตลาดที่กำลังขยายตัวนี้ไปครอง หรือถ้าผู้ประกอบการยอมไปลงทุนเพื่อขยายงาน แต่ไม่มีการวางแผนและมีระบบการบริหารจัดการที่ดี การลงทุนนั้นนอกจากจะไม่คุ้มค่าก็จะตามมาด้วยภาระหนี้สินพันตัว และมีโอกาสที่จะล้มละลายได้ การบริหารกิจการขนาดย่อมตั้งแต่เริ่มก่อตั้งจนถึงขณะกำลังขยายตัวจึงต้องการวิธีการบริหารแบบมืออาชีพ (Professional management) คำว่า "มืออาชีพ" หมายถึง การบริหารแบบมีแบบแผนและเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม ความเป็นระบบของธุรกิจมักไม่ค่อยเกิดขึ้นกับธุรกิจขนาดย่อมในช่วงเริ่มต้น ซึ่งไม่ใช่เรื่องแปลก เพราะในช่วงนี้ขนาดขององค์กรยังไม่ใหญ่ กิจกรรมทางธุรกิจยังไม่มากและซับซ้อนพอที่จะสร้างระบบขึ้นมารองรับ ในช่วงต้นนี้ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่เป็นผู้ชำนาญการทั่วไป (Generalist) ของงานในทุกแผนก เมื่อธุรกิจเติบโตมีปริมาณมากพอ การพัฒนาระบบงานที่ดีจะอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผน ติดตามและควบคุมให้การดำเนินงานในทุกด้าน (Specialist) เช่น ผู้ชำนาญการด้านการตลาด การผลิต การบริหารงานบุคคล หรือการเงินเข้ามาช่วย และผู้ประกอบการจะต้องหันไปเล่นบทบาทเป็นนักกลยุทธ์ (Strategist) มากขึ้นโดยต้องเรียนรู้ทักษะในการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic management) เพื่อหาวิธีการดำเนินงานให้บริษัทอยู่รอดได้ในระยะยาว (กฤษฎา เสกตระกูล 2546 : 2-3)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis)

สภาพแวดล้อมภายนอก อันได้แก่การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ประชากร สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เทคโนโลยี กฎหมาย ฯลฯ ซึ่งในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องด้วยอิทธิพลจากความเจริญก้าวหน้าด้านการค้าและวัฒนธรรมจากต่างประเทศ ส่งผลกระทบต่อ สภาวะแวดล้อมด้านการแข่งขัน ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการใหม่ ๆ อันก่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ เพื่อตอบสนอง เช่น

การเมืองที่มีเสถียรภาพจะเอื้ออำนวยต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและการดำเนินธุรกิจโดยรวม

สภาพเศรษฐกิจที่ดีจะช่วยให้มีเม็ดเงินที่หมุนเวียนในระบบมากขึ้น ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นทำให้ต้นทุนสูงขึ้นและเป็นปัจจัยหนึ่งของสภาวะเงินเฟ้อ การแข็งตัวของค่าเงินบาทจะกระทบต่อผู้ส่งออกทำให้ขายไม่ได้ราคา สภาพสังคมที่มีความไม่สงบย่อมเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้เกิดโอกาสใหม่ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นอุปสรรคหากมีคู่แข่งใหม่ๆ เกิดขึ้นและหากองค์กรไล่ตามไม่ทัน

สัดส่วนของประชากรที่มีผู้สูงอายุมากขึ้นจะทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานวัยทำงาน อันเป็นข้อจำกัดต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้โอกาสในการขายสินค้าหรือบริการสำหรับผู้สูงวัยมีมากขึ้น

การตระหนักของสังคมทางด้านสิ่งแวดล้อม อาจส่งผลกระทบให้เกิดข้อบ่งคับในการผลิต วัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การบำบัดน้ำเสียให้ได้มาตรฐานก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ การควบคุมระดับเสียงรอบบริเวณโรงงานไม่ให้รบกวนกับผู้อาศัยอยู่ในบ้านเรือนใกล้เคียง เป็นต้น

เห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงสภาวะแวดล้อมภายนอกจะส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดโอกาสหรืออุปสรรคกับธุรกิจ ดังนั้น องค์กรจึงต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับ สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงในสินค้าและบริการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น (ประดิษฐ์ ภิญญาศกุล 2553 : 19-20)

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic)

เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัว ในปี พ.ศ.2553 สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะกลับมาขยายตัวเป็นบวก การใช้จ่ายภาคเอกชนที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น การบริโภคภาคเอกชนคาดว่าจะกลับมาขยายตัวที่ร้อยละ 4.2 ต่อปี เนื่องจากคาดว่ารายได้ของภาคครัวเรือนจะเพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัว ประกอบกับจำนวนการจ้างงานและจำนวนชั่วโมงการทำงานน่าจะ

กลับมาสู่ระดับปกติ ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องแบกรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มมากขึ้น

ประกอบกับนโยบายของรัฐบาล มีการประกาศขึ้นเงินเดือนข้าราชการ ลูกจ้างประจำ ซึ่งจะมีผลในเดือนเมษายน พ.ศ. 2554 ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อมากยิ่งขึ้น จึงมีช่องทางขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจดังได้กล่าวมาแล้ว ร้านกาแฟ Coffee all day จะได้รับผลดีจากการที่ประชากรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น จำนวนการจ้างงานสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น อันเป็นผลดีต่อธุรกิจร้านกาแฟ

ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political - Legal)

นโยบายของรัฐบาลมีการรับบุคลากรของหน่วยงานราชการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแต่เดิมมีนโยบายจำกัดปริมาณข้าราชการ จึงทำให้มีประชาชนที่มีรายได้แน่นอนเพิ่มขึ้น เป็นการสร้างโอกาสให้แก่ผู้บริโภคมีความมั่นคงทางการเงินมากขึ้น นโยบายทางด้านการศึกษา มีแนวโน้มให้ขยายสาขาวิชาเพิ่มมากขึ้น และมีจำนวนการรับนักศึกษาเพิ่มขึ้น จึงทำให้พื้นที่ทางการตลาดเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น และเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของร้านกาแฟ Coffee all day

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural)

วัฒนธรรมกาแฟยังคงบ่งบอกถึงบรรยากาศทางสังคมของร้านกาแฟ โดยเฉพาะเอสเพรสโซ ประเทศสหรัฐอเมริกา เริ่มร้านสตาร์บัคส์จนกระจายไปทั่วโลก จนเกิดวัฒนธรรมการดื่มกาแฟทั่วโลก การศึกษาผู้บริโภคเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมการดื่มกาแฟรอบโลกโดยออกแบบสอบถามในอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส บราซิล ฮังการี สิงคโปร์ เซอร์เบีย โมร็อกโก และออสเตรเลีย ร้อยละ 76 ของผู้ตอบเห็นด้วยว่ากลุ่มบริษัทขนาดใหญ่มีส่วนขยายทางเลือกสำหรับผู้บริโภค ร้อยละ 28 เห็นด้วยว่ากลุ่มบริษัทใหญ่มีผลกระทบเชิงลบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น (ช่อทิพย์วรรณ พันธุ์แก้ว 2553 : 136)

ความเจริญของชุมชน การขยายพื้นที่ทางการศึกษาเพิ่มขึ้น การเติบโตของธุรกิจนันทนาการในย่านชุมชนบริเวณมหาวิทยาลัย มีการประกอบกิจการหอพักนักศึกษาเพิ่มขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ทำให้ทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟ Coffee all day อยู่ในย่านชุมชน เป็นทำเลที่น่าสนใจในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นปัจจัยหนึ่งที่กลายมามีส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ รวมถึงการดำเนินธุรกิจ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคมีความรวดเร็วและง่ายดาย มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ผู้บริโภคเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สามารถหาข้อมูลเพื่อสนองตอบความต้องการได้อย่างหลากหลาย ทำให้การประกอบธุรกิจในปัจจุบันต้องมีความ

ยึดหยุ่นในทุกด้าน มีความเข้าใจในความต้องการของตลาดและมีความพร้อมที่จะสามารถปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและตลอดเวลา

ร้านกาแฟ Coffee all day ได้ตระหนักถึงความสำคัญทางด้านเทคโนโลยี ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน จึงได้จัดให้มีบริการฟรีอินเทอร์เน็ตในร้านกาแฟ สำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้อินเทอร์เน็ต และได้ดื่มกาแฟพร้อมไปด้วย ทั้งยังได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการด้านการเงิน ด้านระบบบัญชี ด้านฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ร้าน เพื่อหาข้อมูลให้ได้มาซึ่งบริการที่ได้เปรียบคู่แข่งมากขึ้น

การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมด้วย Porter's five forces model

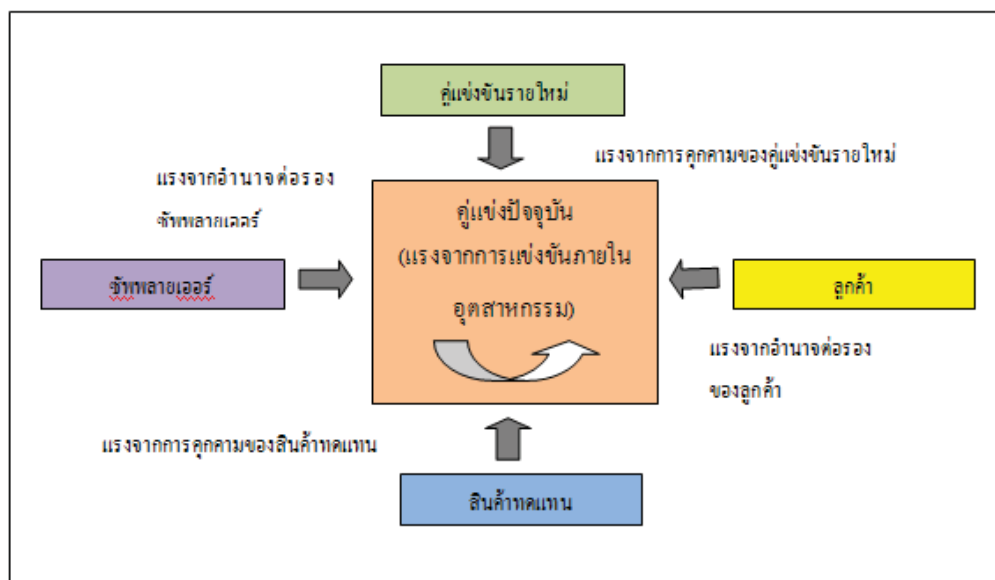
การศึกษาสภาวะและแนวโน้มของตัวแปรระดับอุตสาหกรรมจะทำให้เราเข้าใจลักษณะและความเป็นไปของอุตสาหกรรมที่ธุรกิจของเราสังกัดอยู่ ซึ่งเปรียบเสมือนการวิเคราะห์ อุตสาหกรรมก่อนที่จะนำเสนอว่าวิเคราะห์อุตสาหกรรมกันอย่างไร ผู้ประกอบการต้องไม่ลืมผลลัพธ์ที่เราต้องการก็คือ สภาพและแนวโน้มของตัวแปรทางอุตสาหกรรมต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อ "โอกาส" และ "อุปสรรค" ที่ธุรกิจเผชิญอยู่อย่างไร เราควรเริ่มต้นวิเคราะห์อุตสาหกรรม ด้วยการลองพยายามตอบคำถามในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่สำคัญด้านเศรษฐกิจที่มีต่ออุตสาหกรรมประกอบไปด้วยอะไรบ้าง
2. อุตสาหกรรมอยู่ในช่วงใดของวงจรชีวิตอุตสาหกรรม
3. ปัจจัยอะไรบ้างที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมและผลกระทบของปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีอะไรบ้าง
4. ปัจจัยการแข่งขันในอุตสาหกรรมประกอบด้วยอะไรบ้าง และปัจจัยเหล่านั้นมีความเข้มแข็งมากน้อยเพียงใด

5. สภาพภาพการแข่งขันขององค์กรธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมเป็นอย่างไร

6. การประเมินโอกาสและข้อจำกัดของอุตสาหกรรมและสภาวะการแข่งขันที่มีต่อองค์กรธุรกิจ เป็นอย่างไร
 7. การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม เป็นอย่างไร.
 8. การกำหนดปัจจัยแห่งความสำเร็จในการแข่งขันของอุตสาหกรรม เป็นอย่างไร
 9. ความน่าสนใจของอุตสาหกรรม เป็นอย่างไร
- (พัคตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และ พสุ เดชะรินทร์ 2542 : 114)

การตอบคำถามเหล่านี้สามารถใช้หลายๆ วิธีการผสมผสานกัน วิธีหนึ่งที่นิยมใช้กันมากก็คือ การใช้แบบจำลอง 5 ปัจจัย (Five forces model) ของ Michael E. Porter (1985, 1998) ซึ่งอธิบายได้ดังรูปที่ 4 ต่อไปนี้



ภาพที่ 4 ภาพการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมด้วย Porter's five forces model ที่มา : พักตร์พอง วัฒนสินธุ์และพศุ เดชะรินทร์, การวิเคราะห์อุตสาหกรรม. [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 25 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.guru.thaibizcenter.com/article/detail.asp?kid=8925,114>.

แบบจำลอง 5 ปัจจัยนี้สามารถใช้อธิบายความน่าสนใจของอุตสาหกรรม โดยจะบอกถึงระดับการแข่งขัน ซึ่งเกิดจากแรงผลักดันของ 5 ปัจจัย ได้แก่

1. การแข่งขันของคู่แข่งที่มีในปัจจุบันในอุตสาหกรรม (Rivalry Within an Industry)

พิจารณาจากจำนวนคู่แข่ง การพัฒนาเทคโนโลยีของคู่แข่งและอัตราการเติบโตของตลาด ถ้าอุตสาหกรรมยังเติบโตสูงการแข่งขันก็จะไม่รุนแรง นอกจากนี้อุตสาหกรรมที่มีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรมากจะมีต้นทุนคงที่สูง ซึ่งจำเป็นต้องผลิตสินค้าจำนวนมากเพื่อให้มีต้นทุนคงที่ต่อหน่วยต่ำลง ลักษณะเช่นนี้จะทำให้มีอุปทานของสินค้าออกมาและเกิดการแข่งขันทันทุนรุนแรงตามมา

ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากทั้งในเรื่องของราคาและการสร้างความแตกต่างรวมทั้งนวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีร้านกาแฟที่เปิดให้บริการลูกค้าอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นการลงทุนจากภายในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งรูปแบบของร้านกาแฟที่มีหลากหลาย

ประเภท ทั้งที่เป็นร้านแบบร้านกาแฟขนาดใหญ่ที่หรูหรา (Premium) ที่เปิดตามศูนย์การค้าหรือร้านประเภทขายย่อยประเภท (Kiosk) หรือรูปแบบรถเข็น (Trolley) ต่าง ๆ

ระดับการแข่งขันของตลาดกาแฟค่อนข้างสูง ซึ่งจะพบได้ว่าผู้ประกอบการร้านกาแฟต่าง ๆ เริ่มหันมาให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพของกาแฟมากขึ้น เนื่องจากลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น และรสนิยมในการบริโภคกาแฟที่เปลี่ยนไป ประกอบกับร้านค้าต่าง ๆ ก็มีมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้น จึงถือได้ว่าเป็นปัจจัยบวกและเป็นเหตุผลที่สำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ร้านกาแฟของเราต้องพัฒนากาแฟสดให้มีความรสชาติ และความกลมกล่อมให้ได้มากที่สุดโดยมีราคาที่ถูกลงกว่า แต่มีคุณภาพและรสชาติในระดับร้านกาแฟขนาดใหญ่ที่หรูหรา (Premium) เช่น แบล็คแคนยอน สตาร์บัค บ้านไร่กาแฟ คอฟฟี่เวิร์ล โอปองแปง เป็นต้น

2. การคุกคามของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ (Treat of New Entrants)

ถ้าคู่แข่งเข้ามาสู่อุตสาหกรรมได้ง่าย การแข่งขันในอุตสาหกรรมก็จะรุนแรง เป็นอุปสรรคในการทำธุรกิจในอนาคต การลดแรงคุกคามของกลุ่มแข่งขันรายใหม่สามารถทำได้ถ้าอุตสาหกรรมนั้น มีสิ่งกีดกันดังต่อไปนี้

การประหยัดต้นทุนต่อหน่วยเมื่อผลิตปริมาณมาก

การสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์

การใช้เงินลงทุนมากในการเข้าสู่ธุรกิจ

การใช้เวลาในการสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย

การเสียเปรียบเรื่องต้นทุน เนื่องจากผู้ผลิตเดิมมีความชำนาญในการผลิต รู้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบมากกว่า มีทำเลที่ตั้งที่ดีกว่า และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เป็นต้น

การเข้ามาทำธุรกิจร้านกาแฟ ถือได้ว่าไม่ยากที่จะเข้ามาลงทุน เนื่องจากไม่ต้องใช้เทคโนโลยีสูง เพียงแค่มีเครื่องบดกาแฟ เครื่องชงกาแฟ รวมทั้งทักษะในการชงกาแฟสด ก็สามารถที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ได้ ดังนั้นจึงทำให้มีการแข่งขันรายใหม่เข้ามาได้ค่อนข้างไม่ยาก ซึ่งจุดนี้ถือว่าเป็นปัจจัยลบ และในขณะที่เดียวกันก็สามารถมองได้ว่าเป็นปัจจัยบวก เพราะ โดยส่วนใหญ่ลูกค้ามักมีความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟที่มีชื่อเสียงหรือร้านกาแฟที่แต่ละคนใช้บริการอยู่เป็นประจำ ซึ่งก็เป็นผลดีกับร้านกาแฟ Coffee all day ซึ่งมีสูตรการชงกาแฟที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองและมีบริการส่งถึงบ้านหรือที่ทำงานและมีมุมพักผ่อนที่ดึงดูดใจลูกค้าที่มานั่งพักผ่อนและดื่มกาแฟ อีกทั้งมีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสำหรับผู้ต้องการใช้งานพร้อมทั้งมีมุมหนังสือสำหรับผู้รักการอ่านอีกด้วย

3. อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)

ถ้าลูกค้ามีอำนาจต่อรองมากในอุตสาหกรรม สภาวะการแข่งขันจะรุนแรง เพราะอำนาจการต่อรองที่มากนี้ทำให้ลูกค้าสามารถต่อรองราคา และสามารถเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งได้ การตรวจสอบปัจจัยที่จะทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองมากอาจพิจารณาได้จาก

การที่ลูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณมาก

กลุ่มลูกค้ามีการรวมตัวกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง

ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายของผู้ขายแต่ละรายไม่มีความแตกต่าง

ลูกค้ามีข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนของผู้ขายแต่ละราย

ลูกค้าผู้ที่ซื้อกาแฟเพื่อการบริโภค ส่วนใหญ่ซื้อกาแฟเพื่อดื่มเองหรือซื้อไว้สำหรับครอบครัวซึ่งไม่มีอำนาจต่อรองที่ชัดเจน อีกทั้งกาแฟเป็นสินค้าเสพติด บริโภคแล้วติด และจะสนใจแต่เพียงรสของกาแฟที่พึงพอใจเท่านั้น แต่ในขณะเดียวกันผู้บริโภคก็มีทางเลือกที่หลากหลายเนื่องจากมีร้านกาแฟอยู่มากมาย สิ่งที่เป็นปัจจัยที่สำคัญก็คือรสชาติของกาแฟ ซึ่งเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค ทั้งในแง่ของความหอมและความหนักแน่นของรสกาแฟที่ทำให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำ และกลายเป็นลูกค้าประจำของร้านในที่สุด ด้วยปัจจัยนี้เองจึงทำให้ร้านกาแฟจำเป็นต้องหากาแฟที่มีรสตรงต่อความต้องการของลูกค้า และยังต้องการร้านค้าส่งหรือตัวแทนจำหน่าย (Supplier) ที่มีความเข้มแข็งในการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากคู่แข่งในอุตสาหกรรม ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์สำคัญของร้านในการสร้างความแตกต่างเพื่อให้ยืนเหนือคู่แข่งในอุตสาหกรรมอยู่ตลอดเวลา

4. การคุกคามของสินค้าทดแทน (Treat of Substitute Products)

ถ้าผลิตภัณฑ์ของเรานอกจากจะต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันจากร้านเครื่องดื่มอื่น ๆ บริเวณใกล้เคียงแล้ว ยังมีสินค้าทดแทนที่เข้ามาแข่งขันด้วย การแข่งขันจะรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะถ้าราคาสินค้าทดแทนถูกกว่าสินค้าของเรา ปัจจัยที่จะช่วยลดการคุกคามจากสินค้าทดแทนคือต้องพยายามสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์รักษาคุณภาพ เพิ่มคุณค่าในตัวสินค้าและสร้างภาพพจน์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง

ลูกค้าที่ดื่มกาแฟต้องการกระตุ้นความกระปรี้กระเปร่าและแก้แ้วง ปัจจัยที่สำคัญต่อการกลับมาซื้อซ้ำของกาแฟ คือรสชาติของกาแฟ แต่ในแง่ของรสกาแฟบางประเภทไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง เช่น กาแฟผงสำเร็จรูปและกาแฟกระป๋อง ถึงแม้ว่ากาแฟสำเร็จรูปจะเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดและมีผู้บริโภคมากที่สุดในประเทศ อีกทั้งกาแฟทั้ง 2 ชนิด เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมจากผู้ดื่มกาแฟมานานแล้ว เนื่องจากมีความสะดวกสามารถหาซื้อได้ง่าย เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาจะไปดื่มที่ร้านกาแฟ และสามารถซื้อมาเก็บที่บ้าน และดื่มได้ทันทีที่ต้องการดื่มกาแฟ จึงมองว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลในแง่ลบต่อร้านกาแฟ Coffee all day เพราะลูกค้า

สามารถหาซื้อสินค้าทดแทนได้ง่าย สินค้าทดแทนที่ไม่ใช่กาแฟ สินค้าที่สามารถทดแทนกาแฟได้ โดยที่ไม่ใช่สินค้ากาแฟ มีหลายชนิด ซึ่งแต่ละชนิดมีระดับของการทดแทนแตกต่างกันไป เช่น เครื่องดื่มบำรุงกำลัง มีคุณสมบัติสามารถทดแทนกาแฟได้เป็นอย่างดี แต่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และภาพลักษณ์ของสินค้าจะแตกต่างกันมาก เครื่องดื่มประเภทชา มีความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น และมีระดับการทดแทนกาแฟได้ดี รวมทั้งผู้ที่ต้องการเลิกหรือลดการดื่มกาแฟจะหันไปดื่มชาแทนมากขึ้น น้ำผลไม้และนมเป็นเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ จะหันไปดื่ม เครื่องดื่มประเภทนี้ แต่ผลกระทบไม่มากนัก เนื่องจากถูกชดเชยโดยกลุ่มผู้บริโภคที่เปลี่ยนจากเครื่องดื่มบำรุงกำลังมาดื่มกาแฟแทน อย่างไรก็ตามเนื่องจากร้านกาแฟ Coffee all day เป็นธุรกิจที่มีกาแฟสดเป็นหลักและจำหน่ายเบเกอรี่ อาจเพิ่มด้วยชาต่าง ๆ เพื่อบริการผู้ที่รักการดื่มชา และน้ำผลไม้เพื่อตอบสนองลูกค้าที่รักสุขภาพอีกกลุ่มหนึ่งด้วย

5. อำนาจต่อรองของร้านค้าส่งและตัวแทนจำหน่าย (Bargaining Power of Suppliers)

ถ้าร้านค้าส่งหรือตัวแทนจำหน่าย (Supplier) มีอำนาจต่อรองมาก เช่น ขึ้นราคาวัตถุดิบหรือกำหนดเงื่อนไขการจำหน่ายสินค้า ลักษณะเช่นนี้ผู้ขายสินค้าจะต้องแข่งขันกันมาก ประยงค์ มีใจซื้อ (2542 : 37) ได้สรุปสถานการณ์ที่ทำให้เกิดอำนาจต่อรองสำหรับร้านค้าส่งหรือตัวแทนจำหน่าย (Supplier) มีหลายประการ เช่น

มีร้านค้าส่งหรือผู้แทนจำหน่าย (Supplier) น้อยราย

หาสินค้าทดแทนได้ยากหรือไม่มีสิ่งทดแทน

ความสำคัญของสินค้าหรือบริการของร้านค้าส่งหรือผู้แทนจำหน่าย (Supplier) ที่มีต่อผู้ซื้อร้านค้าส่งหรือตัวแทนจำหน่าย (Supplier) สร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์สูง

การเปลี่ยนร้านค้าส่งหรือตัวแทนจำหน่าย (Supplier) ก่อให้เกิดต้นทุนสูง

การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง 5 ปัจจัยของ Porter ตามที่กล่าวถึงข้างต้นนั้น

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องทราบ ข้อมูลสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม ซึ่งมีเพื่อหาข้ออ้างมากและกว้างขวาง วิธีการหนึ่งคือ อาจทำรายการตรวจสอบ (Checklist) ที่ควรทราบเกี่ยวกับการวิเคราะห์อุตสาหกรรม

อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยผลิต มีอำนาจต่อรองน้อย เนื่องจากปัจจุบันมีผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้องกับกาแฟสด มีจำนวนมากในตลาดธุรกิจกาแฟสด ทำให้ผู้ประกอบการหรือเจ้าของร้านกาแฟสดมีอำนาจต่อรองสูง สามารถเลือกซื้อได้หลากหลาย ซึ่งเป็นปัจจัยทางด้านบวกต่อธุรกิจ มีผลทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลงด้วย

บทที่ 4

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับองค์กร หรือ โครงการ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร เครื่องมือนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการรับรู้จุดแข็งที่มีอยู่รับรู้จุดอ่อนที่ควรต้องแก้ไขปรับปรุง รับรู้โอกาสที่ส่งผลดีต่อธุรกิจ และรับรู้อุปสรรคที่ขัดขวางธุรกิจ (สุนีย์ วรรณชนโกมล และชานันท์ ศิลป์จารุ 2552 : 54-62)

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ หรือมักเรียกกันว่า "SWOT" จะประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ 4 ด้าน ดังนี้

1. Strengths : S หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ จุดแข็งด้านทรัพยากร ผู้ประกอบการจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

2. Weaknesses : W หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในเป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ของธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหา

3. Opportunities : O หมายถึง โอกาสซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน นักการตลาดที่ดีจะต้องแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

4. Threats : T หมายถึง อุปสรรค ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น

SWOT ANALYSIS



ภาพที่ 5 ภาพแผนภูมิอธิบายการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS

ที่มา: วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี, การวิเคราะห์สวอต [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 สิงหาคม 2553 เข้าถึงได้จาก <http://th.wikipedia.org/wiki>.

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการร้านกาแฟ Coffee all day

จุดแข็ง (Strengths)

เป็นข้อได้เปรียบที่เหนือคู่แข่ง และสามารถนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนี้

1. ด้านทำเลที่ตั้ง (Location)

1.1 ร้านกาแฟ Coffee all day ตั้งอยู่ในบริเวณใจกลางเมืองนครปฐม ใกล้กับมหาวิทยาลัย ศิลปากร และหน่วยงานราชการหลายแห่ง มีหอพักนักศึกษา การเข้าถึงลูกค้าทำได้ง่าย เนื่องจากมีผู้คนจำนวนมากอาศัยอยู่ในบริเวณนี้

1.2 การจัดร้านทันสมัย บรรยากาศเป็นกันเอง เหมือนนั่งพักผ่อนในบ้านของตัวเอง

2. ด้านการบริการ (Services)

2.1. ร้านกาแฟ Coffee all day มีสูตรกาแฟที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ใช้วัตถุดิบที่คัดสรรแล้วจากธรรมชาติ มีสีและกลิ่นที่แตกต่างจากคู่แข่งชั้นคือมีความหอมที่โดดเด่น

2.2 เป็นร้านกาแฟที่สะดวกซื้อและมีบริการส่งถึงมือลูกค้าบริเวณใกล้เคียงร้านภายในเวลาอันรวดเร็ว

2.3 ขายในปริมาณที่เหมาะสมกับราคาในการดื่มกาแฟแต่ละแก้ว ซึ่งมีปริมาณพอเหมาะกับการดื่มกาแฟในแต่ละครั้ง

3. ด้านการบริหารจัดการ (Management)

3.1 มีระบบการจัดการที่ดี โดยหุ้นส่วนผู้จัดการผู้ชำนาญการ มีระบบควบคุมอำนาจการตัดสินใจที่ชัดเจน เนื่องจากเป็นการลงทุนแบบเจ้าของคนเดียว

3.2 เน้นให้บริการที่ประทับใจ ความสะอาดของสถานที่เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการ มีมาตรฐานในการให้บริการ พร้อมสถานที่สะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และสามารถเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจสำหรับคนที่ชื่นชอบในการดื่มกาแฟ ในบรรยากาศที่เป็นกันเองและผ่อนคลายได้

3.3 ผู้บริหารและผู้ชงกาแฟ (Barista) มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับกาแฟเป็นอย่างดี

3.4 สามารถควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของการชงกาแฟได้ตั้งแต่ต้นจนถึงมือผู้บริโภค

จุดอ่อน (Weakness)

ร้านกาแฟ Coffee all day มีจุดที่ด้อยกว่าคู่แข่งชั้นหรืออยู่ในสภาพที่เสียเปรียบ อันเป็นปัญหาในการดำเนินงาน ได้แก่

1. เป็นร้านกาแฟรายใหม่ ดังนั้นจึงยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า ทำให้ขาดความเชื่อถือในการให้บริการ และยังไม่มียุทธศาสตร์

2. ไม่มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะรถยนต์ เนื่องจากอยู่ในเขตชุมชน มีพื้นที่น้อย

โอกาส (Opportunity)

ปัจจัยหรือสถานการณ์ภายนอกองค์กรที่มีส่วนทำให้ร้านกาแฟ Coffee all day มีโอกาสในการประกอบธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ดังนี้

1. พฤติกรรมการดื่มกาแฟของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยมีแนวโน้มที่จะดื่มกาแฟสดกันมากขึ้น และลูกค้าต้องแข่งกับเวลาทำให้มีโอกาสนในการส่งสินค้าถึงสถานที่ทำงานในบริเวณใกล้เคียงกับร้านกาแฟมีมากขึ้น

2. มีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพในประเทศไทย ที่สามารถเลือกซื้อได้มากมาย และสามารถต่อรองราคากับผู้ขายปัจจัยการผลิตได้ง่ายขึ้น

3. ลูกค้ามีความต้องการบริโภคสินค้าที่มีรสชาติแปลกใหม่มากขึ้น

4. ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับกาแฟมากขึ้นทำให้เลือกสรรในการดื่มกาแฟมากขึ้น

5. รสชาติของกาแฟพร้อมดื่มที่ขายในร้านสะดวกซื้อปัจจุบัน โดยรวมยังไม่เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคโดยรวม จึงทำให้ร้านกาแฟ Coffee all day มีโอกาสในการจำหน่ายเพิ่มขึ้น

6. ท่าเลที่ตั้งร้านกาแฟอยู่ในย่านชุมชน และสถานที่หน่วยงานราชการ หลายแห่งรวมถึงสถานศึกษา จึงทำให้มีโอกาสนในการจำหน่ายเพิ่มขึ้น

7. มีงานวิจัยพบว่าการดื่มกาแฟปานกลาง อาจลดความเสี่ยงของมะเร็งลำไส้ ร้อยละ 24 นิ้วในถุงน้ำดีร้อยละ 45 ตับแข็งร้อยละ 80 โรคพาร์กินสันร้อยละ 50-80 และการงูโจมของโรคหอบหืด ร้อยละ 25 ผลการสำรวจและติดตามพยาบาลหญิงกลุ่มใหญ่นานหลายปี พบว่ามีอัตราการฆ่าตัวตายลดลง เนื่องจากในกาแฟมีปริมาณสารต้านอนุมูลอิสระที่ต่อสู้กับมะเร็งมากกว่าชาเขียว ถึง 4 เท่า การศึกษาเหล่านี้ไม่ได้ระบุถึงวิธีการชงกาแฟ ความสดของเมล็ดกาแฟและอื่นๆ อย่างไรก็ตามกาแฟคั่วบดสด มีประโยชน์มากกว่ากาแฟไม่สด เพราะการพิจารณาคุณค่าทางเคมีที่มากกว่า (ช่อทิพย์วรรณพันธุ์แก้ว 2553 : 63)

จากข้อมูลข้างต้นนี้ทำให้โอกาสในการจำหน่ายกาแฟสดของร้าน Coffee all day มีมากขึ้น อันเป็นการที่ทำให้ประชาชนหันมาดื่มกาแฟสดกันมากขึ้น

อุปสรรค (Threat)

เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของร้านกาแฟ Coffee all day ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจได้แก่

1. กาแฟเป็นเครื่องดื่มเฉพาะกลุ่ม บางกลุ่มไม่นิยมดื่มกาแฟเนื่องจากเชื่อว่ากาแฟมีสารเสพติด จึงมีผู้ไม่ดื่มกาแฟจำนวนหนึ่ง

2. กระแสของการรักษาสุขภาพมีสูงทำให้ผู้บริโภคหันไปบริโภคเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้มากขึ้น

3. มีสินค้าทดแทนหลายชนิด เช่น ชา น้ำผลไม้ เครื่องดื่มชูกำลัง

4. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังติดกับตรรกศาสตร์ของผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีอยู่เดิมก่อนแล้ว

5. การแข่งขันมีสูงทั้งคู่แข่งรายเดิมและคู่แข่งรายใหม่ ลอกเลียนแบบได้ง่าย จึงมีผู้ประกอบการมาราย

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการร้านกาแฟ Coffee all day โดยใช้ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ จะเห็นว่าจุดแข็งและโอกาสมิมากกว่าจุดอ่อนและอุปสรรค เมื่อเทียบ

กับคู่แข่งและสภาพแวดล้อมภายนอก ผู้ประกอบการจึงเห็นว่าการประกอบธุรกิจร้านกาแฟสด ยังมีช่องทางที่จะประสบความสำเร็จได้ และสามารถดำเนินกิจการให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าผู้นิยมการดื่มกาแฟสดได้ เป็นอย่างดี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายในการทำธุรกิจ กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่

คงไม่เป็นที่น่าแปลกใจเลยว่า เพราะเหตุใดร้านกาแฟ สตาร์บัคส์ทั่วโลก จึงเป็นเลิศในด้านการบริการให้ลูกค้า และได้รับความภักดีจากลูกค้าสูงเพียงนี้ หากเราได้ทราบว่า วิสัยทัศน์ของโฮเวิร์ด ชูลท์ซ (Howard Schultz ผู้ซึ่งเป็นประธานบริษัท ในปัจจุบัน) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 คือการทำให้ร้านกาแฟ กลายเป็นสถานที่สำหรับผู้คนที่ใช้บริการนอกเหนือจากบ้านและที่ทำงาน และโฮเวิร์ด (Howard Behr) ผู้บริหารซึ่งขณะนั้น ดูแลด้านปฏิบัติการ ได้กล่าวไว้ตั้งแต่วันแรกๆ ที่เขาร่วมงานในปี พ.ศ. 2532 ว่า “เราไม่ได้อยู่ในธุรกิจกาแฟที่ให้บริการผู้คน แต่เราอยู่ไม่ได้ในธุรกิจที่ให้บริการผู้คน แต่เราอยู่ในธุรกิจผู้คนที่ให้บริการกาแฟ”

ทิศทางขององค์กรเป็นสิ่งที่กำหนดกลยุทธ์และการปฏิบัติการทุกด้านขององค์กรให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จะเห็นได้ชัดว่า ในกรณีของสตาร์บัคส์ พวกเขาไม่ได้บอกว่าการกาแฟของพวกเขาอร่อยที่สุด แต่เน้นค่านิยมการให้บริการลูกค้าที่ดีที่สุด ซึ่งจะสะท้อนออกมาในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นบรรยากาศของร้าน หรือการปฏิบัติงานของพนักงาน ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ได้ละเลยคุณภาพของกาแฟ ดังจะเห็นได้จากพันธกิจของบริษัท ที่ว่าจะปรับเปลี่ยนไปอย่างไร ก็ยังเน้นที่คุณภาพของกาแฟเสมอมา

การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมและวัตถุประสงค์ขององค์กร ถือเป็น การวางรากฐานที่มั่นคง และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร เนื่องจากการกำหนดทิศทางร่วมกันให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรทุกคน เข้าใจ และยึดถือตรงกัน เพื่อทุ่มเทความพยายามไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน (ประดิษฐ์ ภิญญาสาสกุล 2553 : 2-3)

การบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นความพยายามในการได้มาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ ทิศทาง ภารกิจ วัตถุประสงค์ แผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ เพื่อให้องค์กรมีทิศทางและเป้าหมายไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ต้องการได้อย่างชัดเจน

การบริหารเชิงกลยุทธ์จะมีจุดรวมอยู่ที่บริษัทโดยรวม ไม่ได้มุ่งเน้นแก้ปัญหาการดำเนินงานประจำวัน แต่มุ่งเน้นไปสู่การเจริญเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืนของกิจการ การบริหารกลยุทธ์จึงต่างจากการบริหารจัดการโดยทั่วไป เพราะจะให้ความสำคัญทั้งการดำเนินงานภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกบริษัท ในขณะที่การบริหารจัดการโดยทั่วไป จะให้ความสำคัญกับการดำเนินงานภายในของ

กิจการเป็นหลัก เป้าหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์ คือ การสร้างความสอดคล้องระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อนทางสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก และการกำหนดกลยุทธ์ขึ้นมาเพื่อบรรลุเป้าหมายของบริษัท การบริหารเชิงกลยุทธ์จะช่วยให้บริษัทปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กฤษฎา เสกตระกูล 2546 : 3-4)

วิสัยทัศน์ (Vision)

วิสัยทัศน์ (Vision) คือ การมองไปข้างหน้าว่าองค์กรจะเดินทางไปสู่จุดมุ่งหมายใดในระยะยาว (Where we are going) เป็นความคาดหวังหรือเป้าหมายร่วมที่องค์กรปรารถนาจะบรรลุในอนาคต ซึ่งถูกกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูงขององค์กร เพื่อก่อให้เกิดพลังแห่งการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปสู่ความสำเร็จ โดยเป็นการระบุจุดมุ่งหมายกว้างๆ แต่ไม่ได้ระบุวิธีการว่าจะต้องทำอะไร เป็นเสมือนปณิธานไว้ที่จุดมุ่งหมายร่วมกันข้างหน้า (ประดิษฐ์ ภิญญาสกุล 2553 : 5)

ร้านกาแฟ Coffee all day ได้กำหนด วิสัยทัศน์ (Vision) เพื่อให้มองเห็นทิศทางในอนาคตที่ต้องการจะเป็นไว้ดังนี้ “ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นผู้นำทางด้านรสชาติกาแฟสดที่สามารถครองใจคนรักกาแฟ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐมและใกล้เคียง และทำให้นักถึงร้านกาแฟ Coffee all day ก่อนร้านอื่นเสมอ” ซึ่งทางร้านได้ดึงเห็นกลุ่มพนักงานสำนักงานของหน่วยงานต่างๆ ที่มีความชื่นชอบในรสชาติกาแฟ และต้องการบริโภคกาแฟแก้วสด ในเวลาเช้าก่อนทำงานและช่วงเวลาการทำงาน และมีบริการอื่นอีกเช่น น้ำผลไม้ปั่นสำหรับผู้ที่รักสุขภาพ บางครั้งลูกค้าต้องการที่จะเปลี่ยนบรรยากาศ และไม่ประสงค์จะรับประทานอาหารมือหนัก จึงต้องอาศัยร้านกาแฟ ดังนั้นร้านกาแฟ Coffee all day จึงถือกำเนิดสำหรับคนทำงานในสำนักงาน นักเรียน นักศึกษา ประชาชนและนักท่องเที่ยวในเขตจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง

พันธกิจ (Mission)

พันธกิจ (Mission) คือ การแสดงความประสงค์ทางธุรกิจขององค์กร (Why we exist) ว่าจะทำธุรกิจไปในขอบเขตใด เป็นการแสดงพันธะหรือข้อผูกพันระยะยาวที่องค์กรต้องทำให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นค่านิยมขององค์กร และแนวทางในการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ทั้งหมดขององค์กร ทั้งบุคลากร ลูกค้า และผู้ถือหุ้น ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสังคม และเช่นเดียวกัน พันธกิจ จะถูกกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูงขององค์กรให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร (ประดิษฐ์ ภิญญาสกุล 2553 : 7)

ร้านกาแฟ Coffee all day ได้กำหนดพันธกิจที่แสดงความประสงค์ทางธุรกิจของร้าน ไว้ดังนี้
คือ

1. สร้างตราสัญลักษณ์ของร้านให้เป็นรู้จักภายใต้ชื่อร้านกาแฟ Coffee all day และเป็นร้านกาแฟที่มีมาตรฐานสากล
2. มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการโดยการรับใบสั่งซื้อ และมีบริการจัดส่งสำหรับลูกค้าที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับร้านกาแฟ
3. ร้านกาแฟ Coffee all day มุ่งหวังที่จะทำธุรกิจเพื่อสังคม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการใช้ภาชนะที่บรรจุกาแฟที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ในการต่อไป ซึ่งจะเป็นการลดปริมาณขยะ และลดราคาสำหรับผู้ที่นำภาชนะกาแฟเดิมกลับมาซื้อกาแฟในครั้งต่อไป
4. การตกแต่งรูปแบบของร้านและบรรยากาศในร้านให้ดูดี ทันสมัย เป็นที่พักผ่อนสำหรับคนที่ชื่นชอบการดื่มกาแฟที่แสดงถึงความเป็นกันเอง
5. จัดมูมนั่งสำหรับผู้ที่ต้องการนั่งพักผ่อนในร้านกาแฟ รักษาธรรมชาติของกาแฟให้ตรึงใจลูกค้าให้มากที่สุดพร้อมกับสร้างจิตสำนึกในการบริการให้กับพนักงาน ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและแนะนำไปสู่ลูกค้ารายอื่นต่อไป
6. จัดบริการฟรีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสำหรับผู้ที่มานั่งดื่มกาแฟในร้าน เพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้มากที่สุด
7. รักษามาตรฐานในการให้บริการและเพิ่มช่องทางการขยายฐานลูกค้าและช่องทางธุรกิจของร้านในอนาคต

วัตถุประสงค์และเป้าหมายในการทำธุรกิจ (Objectives and Goals)

ร้านกาแฟ Coffee all day ได้กำหนดเป้าหมายในการทำธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจที่กำหนดไว้ ดังนี้

1. สามารถแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟ สร้างยอดขาย ในปีแรก 1,686,000 บาท ปีที่สอง 1,804,221 บาท และปีที่สาม 1,931,141 บาท และมีอัตราเติบโตของรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นปีละ 10 % ตามลำดับ โดยมีกำไรสูงสุดและระยะเวลาคืนทุน ภายใน 5 ปี
2. ด้านการบริการที่ดี สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ด้วยรสชาติกาแฟที่ลูกค้าพึงพอใจเป็นที่สุด
3. ด้านสถานที่ เป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับคนที่ชื่นชอบดื่มกาแฟในบรรยากาศที่เป็นกันเองและผ่อนคลาย

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์ (Strategic) หมายถึง การตัดสินใจที่สัมพันธ์กับการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เป็นการตัดสินใจบนฐานของสมมุติฐานในการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่จะกระทบกับธุรกิจในอนาคต คำว่ากลยุทธ์ (Strategic) ในองค์ประกอบแรกจึงหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจในเชิงของโอกาส (Opportunity) และภัยอันตราย (Treat) นั่นเอง องค์ประกอบอีกประการหนึ่งของแนวคิดที่ว่าด้วยกลยุทธ์ (Strategic) ก็คือ ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายในบริษัทหรือภายในธุรกิจ ธุรกิจจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์องค์กรในด้านโครงสร้างภายใน ระบบบุคลากร ระบบการเงิน วัฒนธรรมของธุรกิจ จุดอ่อนและจุดแข็งของธุรกิจนั้นจะต้องมีการวิเคราะห์อย่างเป็นรูปธรรมโดยเปรียบเทียบกับข้อมูลของคู่แข่งเป็นประการสำคัญ (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ 2544 : 4)

การบริหารเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การบริหารกระบวนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ลักษณะสำคัญของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic) ที่คำนึงถึงขอบเขตของธุรกิจที่ท่า ตลอดจนทิศทางของธุรกิจ จะขยายธุรกิจไปทางไหน ตลอดจนการขยายธุรกิจโดยมีการเจาะกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใดเป็นพิเศษ หรือจะเป็นการทำธุรกิจในลักษณะที่เป็นสินค้าทุกตลาด ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมเป็นการวางแผนทิศทางของธุรกิจโดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม อุตสาหกรรม ประเมินจุดแข็ง จุดอ่อนขององค์กรในเรื่องบุคลากร การเงิน เทคโนโลยี โครงสร้างองค์กร ที่สัมพันธ์กับค่านิยมและการคาดหวังขององค์กร การกำหนดทิศทางระยะยาวของธุรกิจ โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) หมายถึง ทิศทางรวมของธุรกิจซึ่งเป็นทิศทางที่ใช้อธิบายแนวทางร่วมกันในการพัฒนาธุรกิจบนพื้นฐานความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรมหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง เป็นการกำหนดทิศทางที่เป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจโดยรวมของบริษัทนั่นเอง

ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นร้านกาแฟที่เริ่มดำเนินการ เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว และเป็นธุรกิจขนาดเล็ก โครงสร้างการบริหารไม่ซับซ้อน ซึ่งประกอบด้วยเจ้าของกิจการ และลูกจ้างประจำ 2 คน ซึ่งทำหน้าที่เป็นบาร์ิสต้า และพนักงานงานทำความสะอาดและดูแลร้าน ทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟ Coffee all day อยู่ในย่านชุมชนและย่านการศึกษาของจังหวัด จึงใช้กลยุทธ์ที่เน้นความมั่นคงของกิจการและรักษาคุณภาพการให้บริการของผลิตภัณฑ์ การรักษาตลาดลูกค้า และการบริหารกิจการที่เรียบง่าย และเป็นกันเองกับลูกค้าของร้าน

2. กลยุทธ์ในระดับธุรกิจ (Business Strategy) หมายถึง แนวทางหรือหรือกลยุทธ์ที่ใช้ในการบรรลุแผนทิศทางรวมของบริษัท กลยุทธ์ในระดับนี้อาจหมายถึงกลยุทธ์ในการขยายตลาด (Market Penetration) กลยุทธ์ในการขยายส่วนแบ่งตลาด (Market Development) กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และกลยุทธ์ในการขยายไปสู่ธุรกิจอื่น ๆ (Diversification)

เป็นกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่ง โดยดึงจุดเด่นขององค์กรหรือข้อได้เปรียบในการแข่งขันมากำหนดเป็นกลยุทธ์ เพื่อใช้ข้อได้เปรียบให้เป็นประโยชน์เพื่อตอบสนองภารกิจและส่งเสริมให้กลยุทธ์ระดับองค์กรเป็นจริง (พิบูล ทิปะปาล 2551 : 137-168)

การได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง สิ่งที่ทำให้องค์กรมีความแตกต่างจากผู้อื่น นั่นคือข้อได้เปรียบที่เด่นชัด ข้อได้เปรียบอาจอยู่ในรูปของขีดความสามารถขององค์กร ซึ่งสามารถทำได้ในขณะที่ผู้อื่นทำไม่ได้ หรือองค์กรทำได้ดีกว่า หรือข้อได้เปรียบที่อาจเกิดขึ้นจากสินทรัพย์หรือทรัพยากรบางอย่างที่องค์กรมี แต่องค์กรอื่นไม่มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นแนวความคิดหลักสำคัญ ในการจัดการเชิงกลยุทธ์และเป็นสาเหตุที่ทำให้ลูกค้ามาซื้อจากเราแทนที่จะซื้อจากคู่แข่ง

สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึง คือ การสร้างความได้เปรียบนั้นจำเป็นต้องให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage) ท่ามกลางการต่อสู้ของคู่แข่งและการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมนั้นด้วย

ร้านกาแฟ Coffee all day เน้นกลยุทธ์ ที่ใช้ในระดับหน่วยธุรกิจเพื่อตอบสนองกลยุทธ์ในระดับองค์กรเป็นกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง เพื่อสร้างได้เปรียบคู่แข่ง คือการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างโดยกำหนดสัญลักษณ์ของตัวเองภายใต้สัญลักษณ์ Coffee all day ซึ่งให้บริการจำหน่ายกาแฟคั่วบดในราคาที่เป็นมาตรฐานและรสชาติแบบสากล และกลยุทธ์ผสมผสานในการบริการ คือ รับบริการสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ และบริการจัดส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับร้านกาแฟของเราในรัศมีไม่เกิน 1 กิโลเมตร

3. กลยุทธ์ในระดับหน้าที่ (Functional Strategy) อันหมายถึง แนวทางหรือกลยุทธ์ที่ใช้ในการบรรลุแผนทิศทางรวมของบริษัท ในระดับนี้กลยุทธ์ที่ใช้อาจหมายถึงกลยุทธ์ในการขยายตลาด (Market Penetration) กลยุทธ์ในการพัฒนาตลาด (Market Development) กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และกลยุทธ์ในการขยายไปสู่ธุรกิจอื่น ๆ (Diversification) กลยุทธ์ในระดับธุรกิจ (Business Strategy) ยังครอบคลุมถึงการใช้กลยุทธ์ในด้านการเติบโต (Growth Strategy) กลยุทธ์ในการผนวกกิจการ กลยุทธ์ในการร่วมทุน กลยุทธ์ในการถอยฉาก (Retrenchment) ตลอดจนกลยุทธ์ในการลดกิจการ (Divestment) กลยุทธ์ในระดับธุรกิจ (Business Strategy) ยังอาจจะ

ครอบคลุมถึงกลยุทธ์ในการเน้นต้นทุน (Cost Leadership) กลยุทธ์ในการเน้นลักษณะความแตกต่างซึ่งเรียกว่ากลยุทธ์ผสมผสาน (Focus) (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ 2544 : 32-36)

กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) คือ ผู้บริหารของแต่ละแผนกหรือหน่วยปฏิบัติการจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ และกำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่สำหรับแผนกของตนให้สอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ของหน่วยธุรกิจ เพื่อมุ่งเน้นไปสู่วัตถุประสงค์ร่วมกันของหน่วยธุรกิจ ในแต่ละหน่วยธุรกิจจะประกอบด้วยหน้าที่ต่าง ๆ เช่น การตลาด การเงิน การปฏิบัติการ การวิจัยและพัฒนา การจัดซื้อ ลอจิสติกส์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ระบบสารสนเทศ เป็นต้น แต่ละแผนกจะต้องทราบว่าหน้าที่ของแผนกตน ทำหน้าที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าอย่างไร จะสร้างคุณค่าเพิ่ม และส่งต่อคุณค่าขึ้นไปสู่ระดับหน่วยธุรกิจให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของหน่วยธุรกิจได้อย่างไร จึงจะสามารถกำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่ของตนได้อย่างเหมาะสม

กลยุทธ์ระดับหน้าที่ ประกอบด้วยแผนกปฏิบัติการในด้านต่าง ๆ 4 ด้าน ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการเงิน จะครอบคลุมการพิจารณาว่าจะเติบโตด้วยกระแสเงินสดของกิจการเอง หรือจำเป็นต้องจัดหาเงินทุนด้วยการกู้เงินหรือเพิ่มทุนหรือไม่

ร้านกาแฟ Coffee all day บริหารจัดการแผนทางการเงินลงทุน โดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 1,200,000 บาท โดยมาจากส่วนของเจ้าของ 700,000 บาท และจากการกู้ยืมจำนวน 500,000 บาท จากธนาคารออมสิน มีนโยบายจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหารและพนักงาน 5% จากยอดขาย เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างเรียบร้อย โดยเจ้าของกิจการ มีอำนาจสั่งการในทุกๆ ด้าน เลือกใช้วิธีการบริการกิจการด้วยเงินสด เพื่อการดำเนินงานที่ไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนในการบริการจัดการทางการเงิน

2. กลยุทธ์ด้านการตลาด ประกอบด้วยแผนการตลาด (Marketing plan) เป็นเอกสารที่อธิบายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ กลยุทธ์การตลาดและโปรแกรมการตลาด หรือ หมายถึง เครื่องมือส่วนกลางสำหรับอำนวยความสะดวกและประสานงาน ความพยายามทางการตลาด ส่วนประกอบของแผนการตลาดของแต่ละบริษัทอาจจะแตกต่างกัน แต่โดยทั่วไปแล้วจะประกอบด้วยประเด็นที่สำคัญเป็นเอกสารที่อธิบายถึงรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนการบริการการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2541 : 23)

เพื่อให้กิจการ ร้านกาแฟ Coffee all day บรรลุเป้าหมายทางการตลาด ผู้บริหารกิจการจึงใช้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจ Marketing Mix หรือ 7P's มาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินการ ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Products) 2) ราคา (Pricing) 3) การจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) นอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วย 5) บุคลากร (People) หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม

(Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้ความสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถสนองตอบต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้แก่องค์กร 6) ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ 7) มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการบริการให้กับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า

3. กลยุทธ์ด้านบริหารจัดการ เกี่ยวข้องกับเรื่องของการกำหนดโครงสร้างองค์กรและแผนด้านบุคลากร ที่ต้องสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานด้านอื่น ๆ

ธุรกิจร้านกาแฟ Coffee all day เป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าควบคุมดูแลโดยผู้ประกอบการคนเดียว คือ นายนพพร เผือกหอม มีการจ้างพนักงาน 2 คน เป็นพนักงานหน้าร้าน 1 คน สำหรับชงกาแฟและขายของหน้าร้าน พนักงานทำความสะอาดและล้างของ 1 คน แต่สามารถทำงานทดแทนกันได้ โดยการฝึกอบรมพนักงานทั้งสองคนให้มีความรู้ในการทำงาน สามารถปรับเปลี่ยนทดแทนกันได้ ในยามที่จำเป็น จัดทำข้อมูลลูกค้าเพื่อการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า และนำข้อมูลมาวิเคราะห์นำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจขยายกิจการในอนาคตได้

4. กลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน/แผนการให้บริการ

เปิดให้บริการทุกวัน ไม่มีวันหยุด ตั้งแต่เวลา 08.00 - 22.00 น. โดยให้บริการ ดังนี้

1. ร้านกาแฟ Coffee all day จะเน้นการบริการที่เป็นกันเอง พนักงานมีความสุข ระเบียบเรียบร้อย รักษาคุณภาพของสินค้าอย่างคงที่ ด้วยรสชาติเฉพาะของร้าน
2. ใช้เวลาให้น้อยที่สุด ในการชงกาแฟ เพื่อตอบสนองความเร่งรีบในการบริโภคของลูกค้าที่ไม่ต้องการรอสินค้านานๆ

บริการด้วยรสชาติที่กลมกล่อม มีมาตรฐาน ยืนยาว สะอาด และรสชาติที่เข้มข้น โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

ก่อนการเปิดกิจการอย่างเป็นทางการ และเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว นอกจากจะอาศัยคนรู้จัก เช่น เพื่อนที่บอกเล่าต่อๆ กันไปแล้ว ทางร้านจะมีการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินกิจการ โดยการแจกใบปลิวไปตามสถานที่ต่างๆ ในเขตพื้นที่กลุ่มเป้าหมายภายในอำเภอเมืองนครปฐม ตามสำนักงานต่างๆ เขตชุมชน เขตการศึกษา เพื่อกระจายข่าวการเปิดร้านพร้อมจัดกิจกรรมเปิดตัวร้านกาแฟ ด้วยโปรโมชั่นดื่ม 5 แก้ว ฟรี 1 แก้ว พร้อมมีบัตรคูปองสะสมเต็ม 5 แก้ว ฟรี 1 แก้ว สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในวันเปิดร้านวันแรก จัดทำบัญชีลูกค้าที่มาใช้บริการในวันแรก และให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกเพื่อแจ้งข่าวการประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ต่อไป

บทที่ 6

แผนการบริหารจัดการร้านกาแฟ Coffee all day

การบริหารจัดการธุรกิจการให้บริการถือเป็นงานท้าทายสำหรับผู้บริหาร ทั้งนี้เนื่องจากการบริหารมีลักษณะและปัญหาที่เฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไป ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้บริการโดยตรงและในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้น ความรู้ความเข้าใจในลักษณะและปัญหาเฉพาะด้านดังกล่าวของการให้บริการ จึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญ และจำเป็นสำหรับการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ และการบริหารธุรกิจบริการ ยิ่งไปกว่านั้น การบริหารธุรกิจบริการจะประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี ก็ต่อเมื่อผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดีใน 3 เรื่องหลัก คือ การบริหารการตลาด การบริหารการปฏิบัติการ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่ง ทักษะทั้ง 3 ด้าน ดังกล่าว ของผู้บริหารเป็นเสมือนกุญแจสู่ความสำเร็จของธุรกิจการให้บริการ เป็น เครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้ผู้บริหารมีความเข้าใจในลักษณะและปัญหาเฉพาะของการบริการ ตลอดจนสามารถแก้ปัญหา และสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ

การกำหนดนโยบายบริหารทรัพยากรมนุษย์

กรอบแนวคิด

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกระทำอย่างมีระบบ นับตั้งแต่ กระบวนการในการกำหนดแนวนโยบายระดับสูง การแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติงานประจำวัน อย่างประสานสอดคล้องเชื่อมโยงกันเป็นขบวนการ การเปลี่ยนแปลงนโยบายย่อมมีผลต่อกระบวนการ ปฏิบัติงานประจำวัน และผลการปฏิบัติงานประจำวันก็จะได้รับการติดตามตรวจสอบจากผู้บริหาร ระดับสูงด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้ระดับปฏิบัติการสามารถทำงานได้ตรงตามความประสงค์ของ ผู้บริหารระดับสูงอย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงรุกที่จะนำเสนอในที่นี้ประกอบด้วย กระบวนการสำคัญ 2 ระดับ คือ กรอบแนวคิดระดับนโยบาย และกรอบแนวคิดระดับปฏิบัติการ ซึ่งสรุป ได้ ดังนี้

กรอบแนวคิดระดับนโยบาย

ระดับนโยบายเป็นหน้าที่โดยตรงของผู้บริหารทุกระดับ ซึ่งจะเกี่ยวกับการกำหนดวิสัยทัศน์เพื่อกำหนดนโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคล การกำหนดภารกิจหรือหลักการพื้นฐาน การกำหนดยุทธศาสตร์ให้สัมพันธ์กับวงจรธุรกิจ และร่วมวางแผนงานทุกระดับ

กรอบแนวคิดระดับปฏิบัติการ

ระดับปฏิบัติการเป็นหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานระดับล่าง ซึ่งจะแปลงนโยบาย แผนงานไปสู่การปฏิบัติจริงประกอบด้วย การกำหนดขอบข่ายงาน กระบวนการ/วิธีปฏิบัติ เป้าหมายเชิงปฏิบัติการ การมอบหมายงานและผู้รับผิดชอบ ตัวชี้วัดความสำเร็จเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงาน และสุดท้ายจะเป็นแนวทางการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบให้ดียิ่งขึ้น (จักร อินทจักร และเกรียงไกร เจียมบุญศรี 2548 : 9-10)

การพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ครบวงจร 3 ระดับ

ฝ่ายทรัพยากรกลาง มีหน้าที่ในการกำหนดวงจรการบริหารงานบุคคล ให้ครอบคลุมทั้ง 3 ระดับ ซึ่งจะต้องมีการวางแผน ปฏิบัติการและประเมินผลความสำเร็จอยู่เสมอ กล่าวคือ

1. ระดับนโยบาย (Policy) โดยต้องกำหนดให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ทางธุรกิจให้มากที่สุด ควรจะมีการจัดทำคู่มือ นโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคลทั้งระบบ เพื่อเสนอให้มีการพิจารณาอนุมัตินโยบายจากผู้บริหารระดับสูง

2. ระดับกลยุทธ์ (Strategy) จะต้องมีการศึกษาวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (strategic Analysis) เพื่อทราบสถานะตัวเองและคู่แข่งให้ชัดเจนและสามารถสร้างโอกาสได้เปรียบแก่ธุรกิจได้ และยังคงต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ประกอบกับวงจรธุรกิจให้สอดคล้องกันอีกด้วย ผลสำเร็จในระดับนี้คือ จะต้องมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (strategic plans) หรือแผนแม่บท (Mater plan) ขึ้นมารองรับ

3. ระดับปฏิบัติการ (Operation) จะต้องมีการแปลงนโยบายแผนกลยุทธ์/แผนแม่บท มาเป็นแผนปฏิบัติการ เพื่อกำหนดให้สัมพันธ์กับระเบียบและวิธีการปฏิบัติงานประจำวัน สิ่งที่ต้องการในระดับนี้ ได้แก่แผนปฏิบัติการบริหารงานบุคคลประจำปี และแผนปฏิบัติการระยะปานกลาง 2-3 ปี เป็นต้น (จักร อินทจักร และ เกรียงไกร เจียมบุญศรี 2548 : 13)

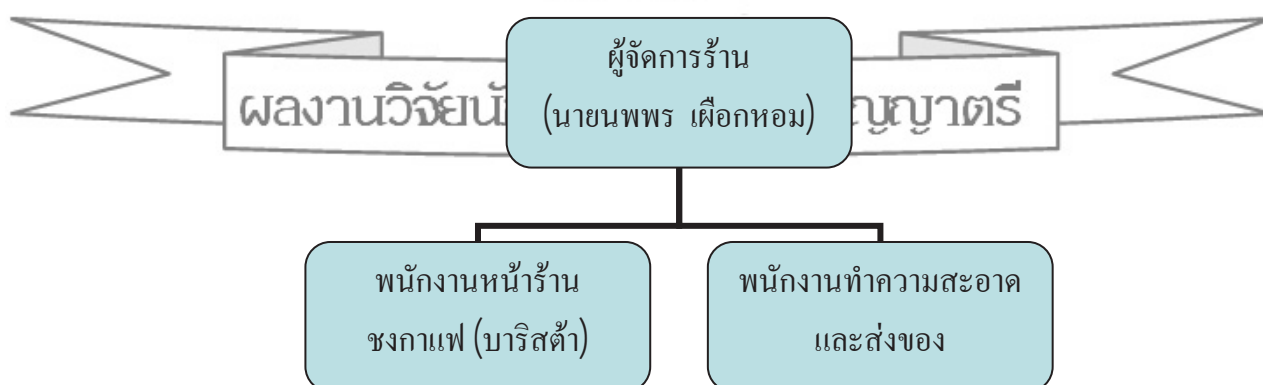
สำหรับธุรกิจ ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการขายสินค้าและให้บริการหลักเป็นเครื่องดื่มกาแฟ พร้อมอาหารว่าง เช่น เบเกอรี่ บริการรองเป็นเครื่องดื่มชาและน้ำผลไม้ รูปแบบการบริหารองค์กร มีนายพนพร เพื่อกหอม เป็นผู้จัดการร้านประกอบกิจการในลักษณะเจ้าของคนเดียว โดยมีหน้าที่กำหนดนโยบาย กำหนดกลยุทธ์ และกำหนดการปฏิบัติการด้วยตนเอง เป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการบริหารกิจการทั้งหมด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ชื่อธุรกิจ	ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการเปิดดำเนินการใหม่
เจ้าของธุรกิจ	นายนพพร เผือกหอม
รูปแบบธุรกิจ	กิจการเจ้าของคนเดียว
ที่ตั้ง	เลขที่ 22/3 ถนนยิงเป้าใต้ ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
บริการ	จำหน่ายสินค้าหลักเป็นเครื่องดื่มกาแฟ พร้อมอาหารว่าง และสินค้ารอง เป็นเครื่องดื่ม ชาต่าง ๆ และน้ำผลไม้
เปิดดำเนินการ	เริ่มกิจการ 1 มกราคม 2554 เป็นต้นไป
การบริหารงาน	เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว เจ้าของกิจการเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ทุกด้านในการดำเนินกิจการทั้งหมด ตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับองค์กร และระดับปฏิบัติการ
เวลาทำการ	เปิดให้บริการทุกวัน ไม่มีวันหยุด ตั้งแต่เวลา 08.00 - 20.00 น.

การจัดการและโครงสร้างองค์กร (Management and Organization)

เนื่องจากกิจการร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการแบบเจ้าของคนเดียว การจัดการจึงไม่ซับซ้อน ผู้บริหารมีอำนาจตัดสินใจทั้งหมด จึงแบ่งโครงสร้างองค์กรอย่างชัดเจนอย่างง่าย ๆ ดังนี้

แผนภูมิโครงสร้างองค์กรและผังการบริหารงาน ร้านกาแฟ Coffee all day



ภาพที่ 6 ภาพแผนภูมิโครงสร้างองค์กรและผังการบริหารงาน ร้านกาแฟ Coffee all day

ข้อมูลผู้บริหาร

นายณพพร เผือกหอม ผู้จัดการร้านกาแฟ Coffee all day

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ประสบการณ์ทำงาน

ผู้จัดการสำนักงานบริการลูกค้า ระดับ 8 สำนักงานบริการลูกค้า กสท บ่านโป่ง จังหวัดราชบุรี
บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลพนักงาน

1. พนักงานหน้าร้านชงกาแฟ (บาริสต้า) จำนวน 1 คน ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา รับสมัครจากผู้ที่มีความใกล้ชิดกับเจ้าของกิจการ และเจ้าของกิจการเป็นผู้คัดเลือก

2. พนักงานทำความสะอาดหน้าร้าน และส่งของ 1 คน ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา รับสมัครจากผู้ที่มีความใกล้ชิดกับเจ้าของกิจการ และเจ้าของกิจการเป็นผู้คัดเลือก

แผนด้านบุคลากร

การดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จขึ้นอยู่กับผู้บริหารและบุคลากรที่มีความสามารถ ผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงลักษณะของบุคลากรและจำนวนอัตราเพื่อให้เหมาะสมกับตำแหน่งที่รับผิดชอบตามที่กำหนด การคัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์

ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการลักษณะเจ้าของคนเดียว ได้กำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบตามผังโครงสร้างขององค์กร ดังนี้

1. ผู้จัดการร้านกาแฟ Coffee all day ได้แก่เจ้าของกิจการ คือนายณพพร เผือกหอม รับผิดชอบในตำแหน่งผู้จัดการร้านกาแฟ มีหน้าที่ดูแลงานทุกด้านของร้าน เช่น ด้านการเงิน การบัญชี การจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ ต้อนรับลูกค้า จัดหาลูกค้า ควบคุมดูแลมาตรฐานการผลิตสินค้า ตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า ควบคุมดูแลความสะอาดของร้าน วางแผนการตลาด ได้รับเงินเดือน 12,000 บาท ค่าตอบแทน 5% จากรายได้การขายสินค้า โดยประมาณการพิจารณาขึ้นเงินเดือนปีละ 5%

2. พนักงานหน้าร้าน 1 คนสำหรับชงกาแฟ (บาริสต้า) มีหน้าที่ให้บริการในร้าน รวมถึงการชงกาแฟ การจำหน่ายสินค้า ต้อนรับลูกค้า ประสานงานการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า รับใบสั่งสินค้า (Order) จากลูกค้าทางโทรศัพท์ และอื่นๆ ด้วย ให้ได้รับเงินเดือนๆ เดือนละ 8,000 บาท ประมาณการขึ้นเงินเดือนปีละ 5%

3. พนักงานทำความสะอาดและส่งของ 1 คน ทำหน้าที่ทำความสะอาดภายในร้านและช่วยดูแลอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ภายในร้าน ดูแลการจัดสถานที่ สวนหย่อมภายในร้านให้ดูดีอยู่เสมอ และอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย เงินเดือน 6,000 บาท ประมาณการขึ้นเงินเดือนปีละ 5 %

กระบวนการสรรหาบุคลากร

เนื่องจากกิจการร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการที่ตั้งขึ้นใหม่ ในระยะแรกของการดำเนินกิจการเพื่อให้ได้ทรัพยากรบุคคลที่สามารถไว้วางใจได้ จึงคัดเลือกจากผู้ที่มีความใกล้ชิดกับเจ้าของกิจการและคุ้นเคย ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา สามารถตรวจสอบประวัติได้ง่าย และเป็นผู้ที่มีร่างกาย สุขภาพแข็งแรง มีบุคลิกและหน้าตาดี มีอัธยาศัยดี รักความสะอาด และมีคุณลักษณะเหมาะสมกับธุรกิจร้านกาแฟ โดยผ่านการสัมภาษณ์จากเจ้าของกิจการ และผ่านการตรวจสอบสุขภาพจากโรงพยาบาล

แผนการพัฒนาบุคลากร

ก่อนดำเนินกิจการร้านกาแฟ Coffee all day ผู้กรรร้านดำเนินการจัดส่งพนักงานประจำหน้าร้าน 1 คน และพนักงานทำความสะอาดและส่งของ 1 คน ซึ่งกิจการได้คัดเลือกไว้แล้ว ไปฝึกอบรมการชงกาแฟจากร้านขายอุปกรณ์การชงกาแฟ หรือสถาบันการอบรมการชงกาแฟที่เปิดรับการอบรมก่อนเปิดร้าน เพื่อให้มีความชำนาญในการทำงานก่อนเปิดร้านจริง และผู้บริหารก็จะเข้าร่วมการอบรมด้วย เพื่อให้เกิดทักษะและความชำนาญในการชงกาแฟ และการบริการที่ดี และในอนาคตอาจจะเพิ่มบริการเสริมด้านอื่นๆ อีก เช่นการบริการอาหารเพิ่มเติม ก็จะจัดส่งบุคลากรเข้ารับการอบรมเพิ่มเติม หรือจัดหาบุคลากรที่มีประสบการณ์ในด้านนั้นๆ โดยตรง เพื่อการขยายกิจการในอนาคตของทางร้านในโอกาสข้างหน้าต่อไป

แผนงานกิจกรรมกับองค์กรระดับปริญญาตรี

1. การฝึกอบรมพนักงานใหม่ เป็นการฝึกอบรมแก่พนักงานใหม่ทุกคน นอกจากจะมีการสอนงานในตำแหน่งนั้นๆ แล้ว ยังมีการอบรมให้ความรู้ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับร้านกาแฟ และฝึกมารยาทซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในงานบริการ
2. การฝึกอบรมประจำปี ทางร้านจะฝึกอบรมเป็นประจำทุกปี ปีละ 1 ครั้ง เพื่อชี้แจงการดำเนินงานที่ผ่านมา พัฒนาคุณภาพพนักงานและสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
3. การฝึกอบรมเฉพาะเรื่อง เป็นการฝึกเมื่อเกิดปัญหาซึ่งต้องการการแก้ไข หรือต้องรีบทำความเข้าใจทันที เช่นปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการปฏิบัติงาน ปัญหาระหว่างการทำงาน เป็นต้น

การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน

การบริหารงานผลการดำเนินงานมักจะเป็นตัวกำหนดเป้าหมายทางการเงินของธุรกิจ ดังนั้นการที่กิจการร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการแบบเจ้าของคนเดียว มีโครงสร้างองค์กรไม่ สลับซับซ้อนมากนัก การควบคุมจะกระทำโดยเจ้าของกิจการ มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยในทุกด้าน แก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และปฏิบัติงานตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้ หากผลการดำเนินงานไม่ เป็นไปตามเป้าหมาย ต้องดำเนินการค้นหาสาเหตุและดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็ว เพื่อให้การ ดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากที่สุด

จุดเด่นในการบริหารงาน คือการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้ แต่เพียงผู้เดียว มีความคล่องตัวในการบริหารงาน สามารถตัดสินใจได้ด้วยความรวดเร็ว ทันท่วงที สถานการณ์ปัจจุบัน มีอิสระในการดำเนินงานและการตัดสินใจอย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นข้อดีของกิจการร้าน กาแฟ Coffee all day



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 7

แผนการตลาด

การตลาดเป็นหัวใจสำคัญอย่างหนึ่งของการทำธุรกิจ เพราะเป็นที่มาของความเติบโตและกำไร หากปราศจากการตลาดและกลยุทธ์การตลาด ธุรกิจก็ไม่สามารถอยู่รอดหรือเติบโตได้ เพราะในการทำธุรกิจนั้นถือว่าไม่มีอะไรเกิดขึ้นจนกว่าจะเกิดการขายสินค้า การตลาดถือเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่ทำให้ลูกค้าพอใจและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด การตลาดเป็นกิจกรรมที่ประกอบด้วย การค้นหาว่าใครคือลูกค้า สินค้าหรือบริการอะไรที่ลูกค้าต้องการ และจะใช้วิธีการหรือเครื่องมือทางการตลาดอะไรในการนำเสนอสินค้าหรือบริการนั้น ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่าย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และอื่นๆ

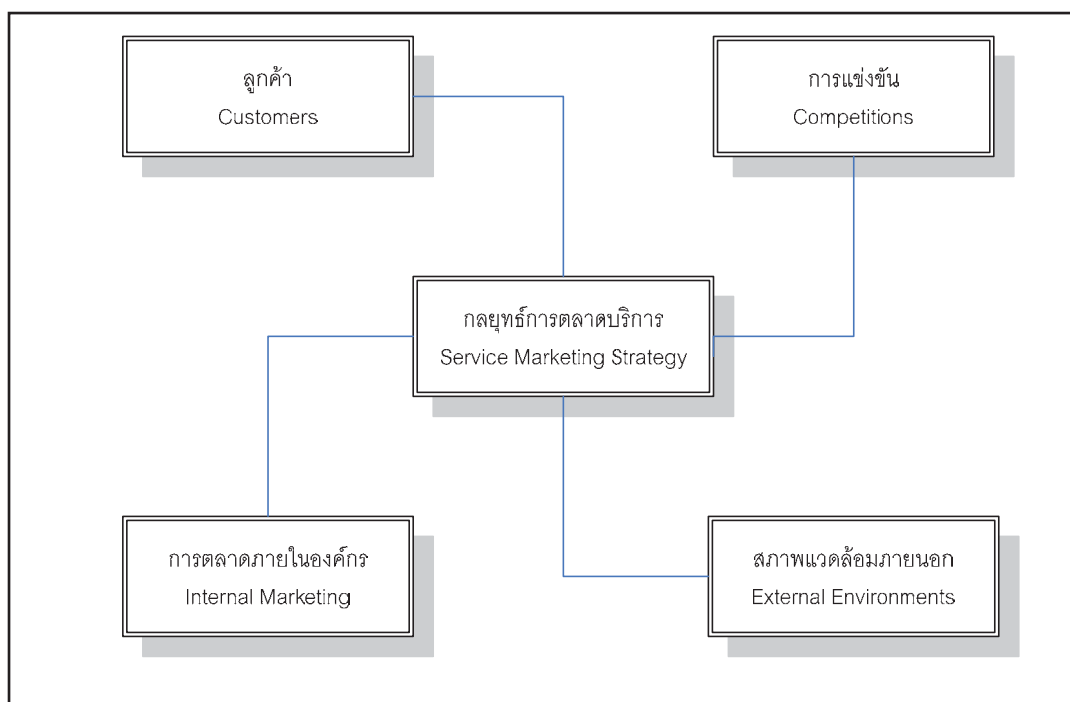
แผนการตลาด (Marketing plan) เป็นเอกสารที่อธิบายถึงการวิเคราะห์ สถานการณ์ กลยุทธ์ การตลาดและโปรแกรมการตลาด หรือหมายถึง เครื่องมือส่วนกลาง สำหรับอำนวยความสะดวกและการประสานงาน ความพยายามทางการตลาด ส่วนประกอบของแผนการตลาดของแต่ละบริษัทอาจแตกต่างกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและกลยุทธ์การตลาด

การตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในการผลิตสินค้าและบริการตามนโยบายของธุรกิจนั้น โดยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการนั้นจากโรงงานผู้ผลิตไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยกระบวนการซื้อขายในระดับที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย ทั้งนี้โดยสนับสนุนด้วยระบบการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ความหมายของกลยุทธ์การตลาดบริการ

กลยุทธ์การตลาดบริการ หมายถึง วิธีการด้านการตลาดบริการอันสอดคล้องกันที่ก่อให้เกิดกิจกรรมบรรลุเป้าหมายที่กำหนด โดยสร้างความพอใจให้ลูกค้าเป้าหมาย สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดนิ่ง



ภาพที่ 7 ภาพแสดงกลยุทธ์การตลาดบริการ

ที่มา : ดัดแปลงจาก Schnassrs P. Steven P, Marketing Strategy : Customer and Competition, Second Revised and Updated Edition (New York : The Free Press, 1991), 14

จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การตลาดบริการเกี่ยวกับหลักสำคัญ 4 ประการ หลักการอันแรก ต้องคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลัก (Customer Oriented) คือลูกค้าเป็นใหญ่ในแผ่นดิน เป็นพระราชหรือราชินีที่นักธุรกิจต้องคอยสืบเสาะค้นหาความต้องการและวิธีการที่เหมาะสมเพื่อสนองความต้องการนั้น จนได้รับความพอใจตามที่คาดหวังไว้ ซึ่งจะเป็นโอกาสสร้างความสำเร็จในระยะยาวขององค์กร หลักประการที่สอง ต้องมีความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) การเลียนแบบ ผู้ประกอบการรายใหม่หรือที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ตลอดจนบริการที่สามารถทดแทนกันได้ ส่งผลกระทบต่อศักยภาพและความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ผู้ประกอบการจึงต้องคอยสอดส่องถึงกิจกรรมและปฏิกิริยาตอบโต้ของกลุ่มแข่งขันด้วย เพื่อให้แผนการตลาดและกลยุทธ์ที่กำหนดไว้สามารถประยุกต์ใช้งานอย่างได้ผลตามที่ต้องการและทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ หลักประการที่สาม ต้องมีความสามารถในการจัดสรรและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (Resource Allocation and Utilization) องค์กรที่สามารถสนองความพึงพอใจของลูกค้าและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง จำเป็นต้องมีทรัพยากรเพียงพอในระดับหนึ่งโดยเฉพาะคุณภาพของบุคลากรที่ให้บริการ รวมทั้งความสามารถในการบริหารงานให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

บุคลากรถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดที่จะสร้างความโดดเด่นและความสำเร็จอย่างแท้จริงให้กับองค์กร
 หลักสุดท้ายต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์แนวโน้มที่เปลี่ยนไปและปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับ
 การผันแปรของสภาพแวดล้อม มิฉะนั้นจะไม่สามารถหาลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมที่มีศักยภาพไว้ได้

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การ
 ประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือ
 หมายถึง การศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้
 สินค้าทางการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ คือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบ
 ความสำเร็จถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้
2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด (Marketing concept) ที่ว่าการทำให้
 ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งกระดุนหรือกลยุทธ์ทาง
 การตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541 : 77)

ความสัมพันธ์กับผู้บริโภค

วารุณี ดันติวังศ์วานิช และคณะคนอื่น ๆ (2546 : 22) ได้กล่าวว่าการที่จะประสบ
 ความสำเร็จในการแข่งขันได้นั้น กิจการจะต้องมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง พยายามดึงลูกค้าจากคู่แข่ง
 แข่งขันและรักษาลูกค้ากลุ่มเดิมไว้ โดยอาศัยการส่งมอบคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง อย่างไรก็ตาม
 ก่อนที่กิจการจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ กิจการจะต้องเข้าใจความจำเป็นและความต้องการ
 ของลูกค้าเสียก่อน ดังนั้นการกำหนดแนวทางการตลาดที่ถูกต้องจึงต้องอาศัยการวิเคราะห์ผู้บริโภค
 อย่างรอบคอบ เนื่องจากกิจการต่าง ๆ ไม่มีความสามารถมากพอที่จะติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับ
 ผู้บริโภคทุกคนในตลาดได้ นอกจากนี้ในตลาดยังมีผู้บริโภคหลายๆ กลุ่มและแต่ละกลุ่มมีความ
 ต้องการแตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้แต่ละกิจการจึงควรแบ่งตลาดทั้งหมดออกเป็นส่วนๆ แล้วเลือกตลาดที่
 ดีที่สุด และออกแบบกลยุทธ์ที่จะใช้สนองความต้องการแก่ตลาดส่วนที่เลือกไว้ให้เหนือคู่แข่ง ซึ่ง
 กระบวนการเหล่านี้ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนคือ การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) การกำหนด
 ตลาดเป้าหมาย (Market targeting) และการวางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning)

การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) เป็นกระบวนการในการแบ่งตลาดออกเป็น
 กลุ่มผู้ซื้อที่แตกต่างกันด้วยการพิจารณาถึงความแตกต่างทางด้านความจำเป็น ความต้องการทรัพยากร
 ทำเลที่ตั้ง ทักษะคติในการซื้อ โดยมีตัวแปรหลัก ๆ ดังนี้

1. ตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ (Geographic Variable) แบ่งตามหน่วยภูมิศาสตร์ของประเทศ ได้แก่ ประเทศ ภาค จังหวัด อำเภอ ตำบลหรือหมู่บ้าน หรือพื้นที่ใกล้เคียงโดยกิจการอาจสนใจที่จะดำเนินการเฉพาะพื้นที่ภูมิศาสตร์ใดพื้นที่หนึ่งหรือเลือกดำเนินการหลายแห่ง หรืออาจจะดำเนินการทั่วทุกพื้นที่ก็ได้ เพียงแต่ต้องใส่ใจความแตกต่างของพื้นที่ต่าง ๆ ที่แตกต่างกันในด้านความจำเป็นและความต้องการนั้น ๆ ทุกวันนี้กิจการต่าง ๆ จำกัดผลิตภัณฑ์ รวมทั้งจำกัดรูปแบบของการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งการใช้ความพยายามในการขายที่ตายตัวลงไปตามความต้องการของบุคคลในภูมิภาค เมือง หรือจังหวัดนั้น

ร้านกาแฟ Coffee all day เลือกดำเนินการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม เนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่ในชุมชน มีสถานที่หน่วยงานราชการและเอกชน ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก รวมทั้งใกล้แหล่งสถานศึกษาคือมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จึงมีหอพักนักศึกษาอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งเจ้าของกิจการได้พิจารณาแล้วเห็นว่า มีประชาชน ข้าราชการ พนักงานองค์กรเอกชน และนักศึกษา อาศัยอยู่ในบริเวณนี้เป็นจำนวนมาก จึงเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟ เพื่อสนองตอบความต้องการของประชาชนที่อาศัยอยู่อย่างหนาแน่น

2. ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Variable) เป็นการแบ่งตลาดเป็นกลุ่ม ๆ อาศัยตัวแปร อายุ เพศ ขนาดครอบครัว วัฏจักรชีวิตครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด

ร้านกาแฟ Coffee all day ตั้งอยู่ในเขตชุมชนภายในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีสถานที่หน่วยงานราชการหลายแห่ง และมีประชาชนสัญจรผ่านไปมาประกอบด้วยเพศชายและหญิง เด็กนักเรียน นักศึกษา รวมถึงนักท่องเที่ยว ไม่จำกัดอายุ ไม่จำกัดระดับการศึกษา เชื้อชาติ มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูง ซึ่งทำให้มีผู้บริโภคหลายกลุ่มซึ่งจะเป็นผลดีต่อธุรกิจร้านกาแฟ Coffee all day

3. ตัวแปรด้านจิตนิสัย (Psychographic Variable) เป็นการแบ่งผู้ซื้อออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามความแตกต่างด้านชั้นสังคม หรือตามลักษณะบุคลิกภาพ คนที่อยู่ในกลุ่มประชากรศาสตร์เดียวกัน อาจจะมีการมีความแตกต่างกันในด้านจิตนิสัยเป็นได้

ร้านกาแฟ Coffee all day สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งมีค่านิยมในการดื่มกาแฟเพิ่มมากขึ้น โดยไม่จำกัดเพศ และวัย และแนวโน้มการดื่มกาแฟจะมีเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นผลดีต่อกิจการร้านกาแฟ Coffee all day ในการดำเนินธุรกิจ

4. ตัวแปรด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Variable) แบ่งผู้ซื้อเป็นกลุ่ม ๆ โดยคำนึงถึงความรู้ ทักษะ การใช้ หรือการตอบสนองในผลิตภัณฑ์หนึ่ง นักการตลาดส่วนใหญ่เชื่อว่าตัวแปรด้านพฤติกรรมเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีสำหรับการแบ่งส่วนตลาด โดยใช้เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดตาม

โอกาสในการซื้อ (Occasion segmentation) และแบ่งตามผลประโยชน์ที่ได้รับ (Benefit sought) เป็นเกณฑ์ที่หมายถึงกลุ่มผู้ซื้อที่มีความแตกต่างกันในผลประโยชน์ที่ได้รับ ที่ตัวผู้ซื้อเองแสวงหาผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์นั้น

ซึ่งในปัจจุบันพฤติกรรมการดื่มกาแฟ มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น และการใช้ร้านกาแฟเป็นสถานที่นัดพบ เพื่อนฝูงสังสรรค์ รับประทานอาหารว่างมีเพิ่มมากขึ้น เพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน และการเรียนของนักเรียน นักศึกษา ซึ่งร้านกาแฟ Coffee all day สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)

จากสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟ Coffee all day ซึ่งอยู่ในย่านใจกลางเมืองนครปฐม ใกล้กับสถานศึกษา คือ มหาวิทยาลัยศิลปากร และสถานที่หน่วยงานต่างๆ รวมถึงห้องพักของนักศึกษาอีกเป็นจำนวนมาก เป็นตลาดชุมชนที่กำลังเติบโต เป็นเส้นทางจราจรที่สำคัญของประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณนั้นและนักท่องเที่ยวที่สัญจรผ่านไปมา ซึ่งมาเที่ยวชมพระราชวังสนามจันทร์ ทั้งในวันปกติและในวันหยุดราชการ ซึ่งเอื้อต่อการทำธุรกิจร้านกาแฟต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
2. นักเรียน นักศึกษา
3. ประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง นักท่องเที่ยวที่ผ่านไปมาบริเวณพระราชวังสนามจันทร์ ซึ่งประกอบไปด้วยลูกค้าที่มีฐานะการเงินทั้งระดับล่าง ระดับกลางและระดับบน

การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

เมื่อกล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด ผู้บริหารและนักการตลาดมักจะนึกถึง 4 P's อันได้แก่ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) แต่เนื่องจากปัญหาและลักษณะเฉพาะของการบริการทำให้ 4 P's ไม่เพียงพอต่อไป เมื่อพิจารณาถึงส่วนประสมทางการตลาด

สำหรับกิจการบริการ Bernard H. Booms และ Mary Jo Bitner ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านการตลาดบริการ แนะนำว่าควรต้องพิจารณาเพิ่มอีก 3 P's อันได้แก่

บุคลากรในการบริการ (People)

กระบวนการให้บริการ (Process)

หลักฐานที่สื่อคุณภาพการบริหาร (Physical Evidence) (พิลพ อุดร 2547 : 14-15)

ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าและส่งเสริมพร้อมการบริการ จึงกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยนำส่วนประสมของการตลาดบริการ (Marketing Mix 7 P's) เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารการตลาด เพื่อสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันได้อย่างต่อเนื่องทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อันจะส่งผลให้ประสบผลสำเร็จทางธุรกิจได้ เพราะเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อสินค้าและบริการที่ได้รับ อาจเกิดความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดการประชาสัมพันธ์ด้วยการบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่นๆ อีก ซึ่งเป็นผลดีต่อร้านกาแฟ Coffee all day ในด้านการประชาสัมพันธ์ร้านเพิ่มขึ้นโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ (Product)

เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการเสนอคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์/การบริการ

ซึ่งผลิตภัณฑ์/บริการ คือสิ่งที่สนองตอบความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ระดับคุณภาพ อุปกรณ์เสริม

ร้านกาแฟ Coffee all day ให้บริการจำหน่ายกาแฟสดพร้อมอาหารว่างประเภท ขนมปัง เบเกอรี่ หลากหลายเมนู ด้วยรสชาติที่มีคุณภาพ สะอาดถูกสุขลักษณะ เปิดให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ตั้งแต่เวลา 08:00 น. - 22:00 น.

จำหน่ายกาแฟสด ประกอบด้วย เครื่องดื่มกาแฟร้อน เป็นสูตรมาตรฐานสากล ประกอบด้วย เอสเปรสโซ กาปูชิโน ลาเต้ มอคค่า อเมริกาโน บลูมัทเทน โกโก้ นม ชาร้อน ชาผลไม้ เครื่องดื่มเย็น/ปั่น ประกอบด้วย Iced Coffee, Iced Espresso Coffee, Iced Americano Coffee, Iced Coffee Latte, Iced Lemon Soda Coffee, Iced Mocha Coffee, Iced Coconut Mocha Coffee, Iced Chocolate, Iced Coco, Iced Green tea, Iced Lemon tea, น้ำผลไม้ตามฤดูกาล

เมนูเบเกอรี่ ประกอบด้วย Opera cake, strawberry cheesecake, Cookies'n cream cheesecake, Blueberry cheesecake, Crepe cake, Chocolate Brownie, Carrot cake, Vanilla cream chocolate cake, Raspberry cake, Strawberry cake, Coffee cake, Oreo coke, Caramel Custard cake, Acare, Chocolate banana crepe cake

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

คือการกำหนดราคาสินค้า ส่วนลดที่เหมาะสม และกลุ่มเป้าหมายพึงพอใจ

โดยร้านกาแฟ Coffee all day ได้ใช้กลยุทธ์กำหนดราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนสินค้า (Cost based approach) ซึ่งเป็นการกำหนดราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุน (Cost plus pricing) และพิจารณาจากคู่แข่ง (Competition Oriented pricing) และราคากาแฟเฉลี่ยอยู่ที่แก้วละ 40 บาท ราคเบเกอรี่ เฉลี่ยขึ้นละ 50 บาท ราคาน้ำผลไม้เฉลี่ยแก้วละ 30 บาท

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เกี่ยวข้องกับวิธีการนำสินค้าเข้าถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการได้ครอบคลุมและทันต่อสถานการณ์

โดยร้านกาแฟ coffee all day เป็นร้านกาแฟที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอยประมาณ 40 ตารางเมตร ประมาณ 20 ที่นั่ง ตั้งอยู่เลขที่ 22/3 ถนนยิงเป้าใต้ ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นพื้นที่อยู่ในใจกลางเมืองนครปฐม มีที่อยู่อาศัยและอาคารสำนักงานหนาแน่น และอยู่ใกล้สถานศึกษาคือมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ มีหอพักนักศึกษาจำนวนมากอยู่ใกล้เคียงกับบริเวณร้าน ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นครอบครัว คนวัยทำงานและนักเรียนนักศึกษาจำนวนมาก ซึ่งทางร้านได้ออกแบบร้านเป็นแบบ ร้านเดี่ยว (Stand alone) โดยตกแต่งร้านสไตล์เรียบง่าย โดยจัดตกแต่งเคาท์เตอร์บาร์ ให้เหมาะสมกับการต้อนรับลูกค้า ซึ่งอยู่ใกล้ประตูทางเข้าร้าน

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เกี่ยวข้องกับวิธีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการ ไปยังผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่นการโฆษณา พนักงานขาย ส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การขายช่วยขยายกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อต้องการให้ผู้ซื้อหรือผู้ใช้สินค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าหรือบริการหันมาสนใจ และพิจารณาสินค้าหรือบริการมากขึ้น และยังช่วยเร่งกระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการขนาดเล็ก จึงมีกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้เหมาะสม ดังนี้

1. การโฆษณา ซึ่งเป็นการนำเสนอแนวคิดของสินค้าและบริการผ่านสื่อต่าง ๆ โดยก่อนเปิดร้าน 1 เดือน ดำเนินการจัดพิมพ์แผ่นปลิวเพื่อเป็นการโฆษณาร้านให้ลูกค้ารู้จัก กระจายข่าวการเปิดร้าน รวบรวมจุดเด่นของร้าน และรายการเครื่องดื่มและแจ้งราคา ระบุลงในแผ่นปลิว นำไปแจกเพื่อให้ลูกค้าที่อยู่บริเวณรอบ ๆ ให้ทราบข่าวสารการเปิดร้านกาแฟ รวมทั้งแจกตามหอพักนักศึกษา บริเวณใกล้เคียง ตามหน่วยงานสำนักงานต่าง ๆ ติดป้ายประกาศหน้าร้าน

2. การส่งเสริมการขาย เป็นการให้สิ่งตอบแทน (โดยส่วนใหญ่ให้ในระยะเวลาที่จำกัดไว้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า) รับสมัครสมาชิกของร้านกาแฟในวันแรกของการเปิดดำเนินกิจการ โดยสมาชิกจะได้รับส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าในร้านกาแฟได้ตลอดเวลา

ก่อนเปิดร้านอย่างเป็นทางการ 3 วันจะทดลองเปิดกิจการ คือ จัดกิจกรรมการตลาดดื่มและทดลองขาย เพื่อเตรียมขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำงานให้คล่องแคล่ว และสำรวจระดับความพอใจของลูกค้าที่มีต่อรสชาติของกาแฟและบรรยากาศของร้าน

3. การประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการออกแบบและดำเนินการปรับปรุงรักษาภาพพจน์ของร้าน ส่งผลในทางบวกต่อสินค้าและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับร้าน ดำเนินการเก็บข้อมูลของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ต่อไป

5. กลยุทธ์ด้านบุคลากรในการบริการ (People)

เกี่ยวข้องกับพนักงานที่ให้บริการลูกค้า บทบาทของพนักงานมีความสำคัญอย่างมากกับความพึงพอใจของลูกค้า ดังจะเห็นได้จากรายงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานธนาคารกับลูกค้าที่ระบุว่า ถ้าพนักงานพึงพอใจ พนักงานจะบริการให้ลูกค้าได้ดี ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจไปด้วย เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจ ลูกค้าจะซื้อบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทมีรายได้มีกำไรในระยะยาวในที่สุด ซึ่งก็คือเรื่องของ Customer Retention และ Customer Relationship Management (CRM) นั่นเอง (สมวงศ์ พงศ์สถาพร 2546 : 149)

ร้านกาแฟ Coffee all day ได้กำหนดขั้นตอนในการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานโดยพิจารณาถึงคุณสมบัติ บุคลิกลักษณะ ความรู้และประสบการณ์ โดยผู้จัดการ เพื่อให้ได้บุคลากรที่มาปฏิบัติงานสอดคล้องกับตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบ เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าก่อนดำเนินกิจการ ผู้จัดการจัดส่งพนักงานหน้าร้านที่จะสร้างทำงาน 2 คน เข้ารับการอบรมการชงกาแฟคั่วบด จากร้านจำหน่ายอุปกรณ์การชงกาแฟ ที่จะซื้ออุปกรณ์จากตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์การชงกาแฟ เพื่อเป็นการเรียนรู้ให้เกิดความชำนาญก่อนการปฏิบัติงานจริง รวมถึงเจ้าของกิจการด้วย เพื่อที่จะสามารถทำงานทดแทนกันได้ ในกรณีพนักงานไม่อาจปฏิบัติงานหน้าที่ได้ ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพด้านการบริการ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยมีการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และกระตุ้นการทำงาน (Motivation & Incentive) ด้วยการให้เงินเดือนและผลตอบแทนโดยการปรับอัตราเงินเดือนประจำปี

6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการให้บริการ การมีส่วนร่วมของผู้รับบริการ

ร้านกาแฟ Coffee all day ได้ตระหนักถึงกระบวนการการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายกำหนดให้มีกระบวนการการให้บริการ ซึ่งพนักงานในร้านทั้ง 2 คน จะทราบถึงกระบวนการขั้นตอนการให้บริการอย่างละเอียดและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจอย่างที่สุด โดยผู้จัดการร้านมีหน้าที่ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของพนักงานในร้านให้เป็นไปตามกำหนด และสามารถวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้ กรณีที่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าจะมีการแจ้งให้พนักงานแก้ไขปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา

7. กลยุทธ์ด้านองค์ประกอบการบริการ (Physical Evidence)

เกี่ยวข้องกับสถานที่ให้บริการ อุปกรณ์ในการให้บริการ การตกแต่งร้าน การแต่งกายพนักงาน ประกาศนียบัตรต่าง ๆ รางวัลที่ได้รับ

ร้านกาแฟ Coffee all day มุ่งสร้างภาพลักษณ์การให้บริการของร้านให้ดูดีเหมาะสม จึงจัดให้พนักงานของร้านใส่เสื้อประจำของร้าน โดยพิมพ์สัญลักษณ์ของร้านไว้บนเสื้อและภาชนะต่างๆ ที่ใช้เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำของลูกค้า และจัดบรรยากาศร้านสไตล์โมเดิร์นคันทรี่ มีบรรยากาศแบบเป็นกันเอง จัดสวนแบบร่มรื่นสบาย ๆ เหมือนนั่งจิบกาแฟที่บ้านของตัวเอง

ความสะอาดของคาน์เตอร์บาร์และห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะ ความสะอาดและความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกิจการเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ถ้าลูกค้าเข้ามาดื่มกาแฟหรือรับประทานอาหารแล้วมีสภาพแวดล้อมที่สกปรก ไม่เป็นระเบียบ เวลาที่ลูกค้าอยู่ในร้านก็จะรู้สึกไม่ดี และเชื่อได้เลยว่าเขาจะไม่กลับมาเข้าร้านอีกอย่างแน่นอน เนื่องจาก เคาน์เตอร์บาร์ เป็นหัวใจสำคัญของร้านกาแฟ ดังนั้นสิ่งของต่างๆ ที่อยู่บนเคาน์เตอร์บาร์ จะต้องจัดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย และต้องคอยระมัดระวังเรื่องความสะอาดด้วย แม้แต่รายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ อย่างเช่นผ้าเช็ดมือหรือการวางถ้วยขนมในอ่างล้างจานเพื่อรอที่จะทำความสะอาดให้ดีที่สุด เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกพอใจมากที่สุด จัดบริการฟรีอินเทอร์เน็ตสำหรับบริการลูกค้าที่ต้องการทำงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์เพื่อเป็นแรงดึงดูดใจในการบริการ

คู่แข่งในปัจจุบัน

คู่แข่ง หมายถึง สินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการเดียวกันให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เหมือนกับสินค้าและบริการของเรา รวมไปถึงสินค้าและบริการที่มีความใกล้เคียงกัน หรือสินค้าทดแทน ซึ่งกล่าวได้ว่า ธุรกิจทุกธุรกิจล้วนแล้วแต่มีคู่แข่งทั้งสิ้นจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าและบริการ ประกอบด้วย

1. คู่แข่งทางตรง คือคู่แข่งที่เข้ามาแข่งขันในตลาดหรือในกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน มีสินค้าและบริการที่เหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกันมาก จนทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้นเกิดทางเลือก

ร้านกาแฟ Coffee all day ตั้งอยู่ที่ถนนยิงเป้าใต้ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีคู่แข่งที่บริการลักษณะคล้ายกัน คือร้านกาแฟ Smile cup อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน แต่แตกต่างกันที่บริการเบเกอรี่ ซึ่งทางร้าน Coffee all day มีเมนู เบเกอรี่หลากหลายเมนูให้ลูกค้าเลือกมากกว่า จึงเป็นจุดเด่นของทางร้านที่จะดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายมากกว่า

2. คู่แข่งทางอ้อม คือ คู่แข่งที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ตัวสินค้าและบริการมีความแตกต่างกัน หรืออาจเจาะตลาดอื่น แต่ตัวสินค้าและบริการมีความเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันมาก

โดยคู่แข่งทางอ้อมของกิจการ คือ ร้านสะดวกซื้อบริเวณชั้นล่างของหอพักนักศึกษาที่อยู่ใกล้เคียงกับร้านกาแฟ ซึ่งบริการทั้งกาแฟปรุงสำเร็จรูป น้ำผลไม้ นม ชาเขียว ซึ่งเป็นสินค้าทดแทน

การวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Matrix)

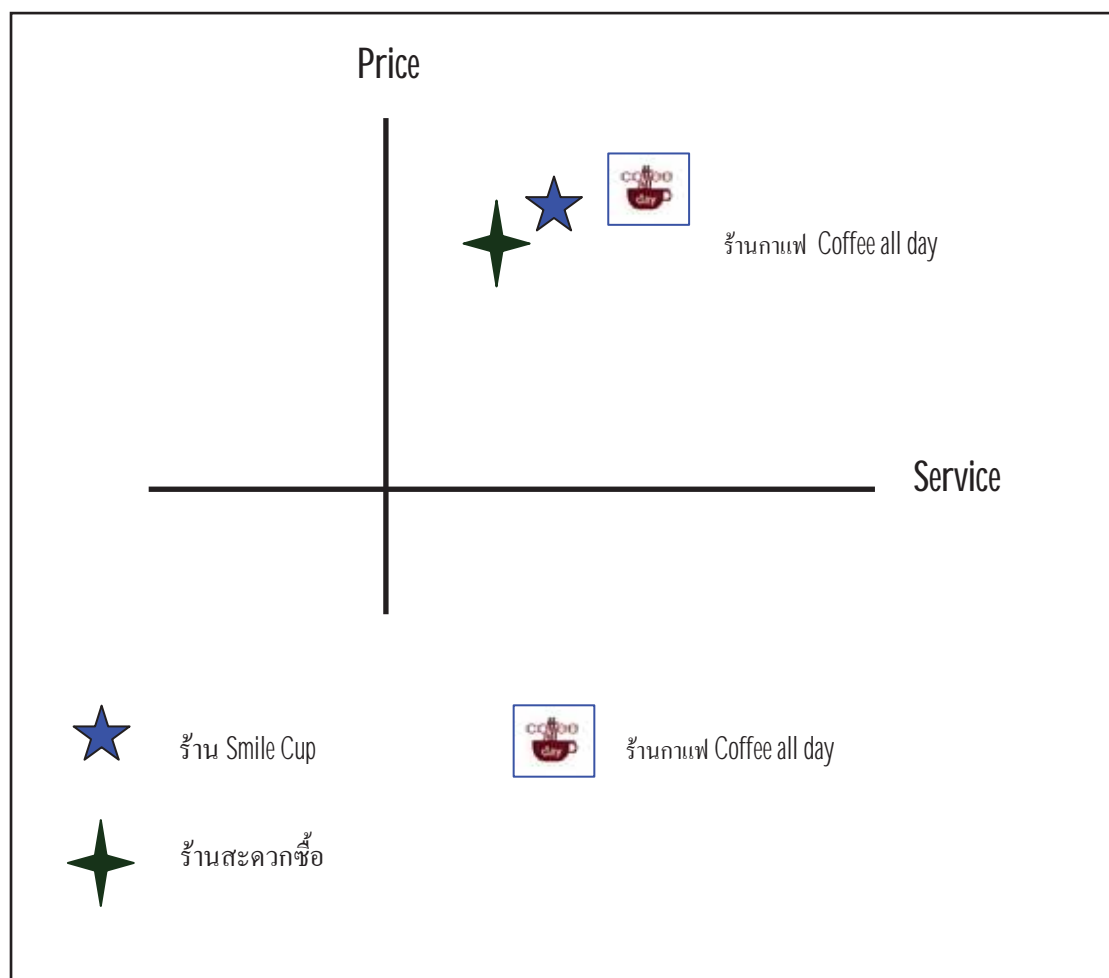
7P's	ร้านกาแฟ Coffee all day	คู่แข่ง 1 ร้าน Smile Cup	คู่แข่ง 2 ร้านรดา ปาลารี
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	<ul style="list-style-type: none"> - จำหน่ายกาแฟ, ชา, น้ำผลไม้ - จำหน่ายเบเกอรี่ - สร้างตราสินค้าของตัวเอง 	บริการกาแฟ ขนม	บริการกาแฟ
ด้านราคา (Price)	<ul style="list-style-type: none"> - ราคาเทียบเคียงร้านใกล้เคียงร้านกาแฟทั่วไป 	ราคาใกล้เคียงกัน	ราคาถูกกว่า
ด้านสถานที่ (Place)	<ul style="list-style-type: none"> - อยู่ในทำเลที่อยู่ใกล้หอพักใกล้กลุ่มเป้าหมาย - ตกแต่งร้านให้สวยงามทันสมัย บรรยากาศเป็นกันเอง 	อยู่ใกล้เคียงกัน	- อยู่ตรงข้ามถนนกัน
ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotions)	<ul style="list-style-type: none"> - มีการประชาสัมพันธ์ก่อนดำเนินกิจการ - ทำการส่งเสริมการขาย - สำนวความพึงพอใจ 	5 แก้ว แยม 1 แก้ว	ไม่มี

ตารางที่ 5 (ต่อ)

7P's	ร้านกาแฟ Coffee All Day	คู่แข่ง 1 ร้าน Smile Cup	คู่แข่ง 2 ร้านรดา ปาลารี
ด้านบุคลากร (People)	- บาริสต้ามีประสบการณ์ - จัดให้มีการอบรมก่อน ดำเนินการ - อบรมเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงาน อย่างต่อเนื่อง	บาริสต้ามีประสบการณ์	บาริสต้ามีประสบการณ์
ด้านกระบวนการ ให้บริการ (Process)	- มีบริการจัดส่งสินค้า ให้กับลูกค้าในบริเวณ ใกล้เคียงกับร้านกาแฟ - มีการวัดความพึงพอใจ ของลูกค้า - มีขั้นตอนการ ดำเนินงาน	ไม่มี	ไม่มี
ด้านภาพลักษณ์ การให้บริการ (Physical Evidence)	- จัดรูปแบบร้านสไตล์ โมเดิร์นคันทรีบรยากาศ สวนร่มรื่น มีเครื่องแบบพนักงาน	ไม่มี	ไม่มี

ผลงานวิจัยชั้นศึกษา ระดับปริญญาตรี

การกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจของ ร้านกาแฟ Coffee all day (Market Positioning)



ภาพที่ 8 แสดงตำแหน่งทางธุรกิจของร้านกาแฟ Coffee all day

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

การกำหนดตำแหน่ง (Positioning) เป็นกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ของธุรกิจและภาพลักษณ์ของสิ่งที่น่าสนใจเพื่อให้เป็นตำแหน่งที่มีความสำคัญ และตำแหน่งในการแข่งขันที่แตกต่างในจิตใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการกำหนด โดยพิจารณาถึงความสำคัญ ลักษณะเด่นที่เหนือกว่า สามารถสื่อสารได้ สิทธิพิเศษ สามารถรับภาระค่าใช้จ่ายได้ สามารถสร้างกำไร มีคุณค่าในสายตาลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541 : 132)

จากภาพแสดงให้เห็นว่า การบริการของร้านกาแฟ Coffee all day สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในการสร้างคุณค่าของสินค้าด้านราคาและรสชาติ ความ

สะดวกสบาย พร้อมทั้งบริการอื่น ๆ ที่ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง เป็นผู้นำทางด้านบริการโดยมีบริการส่งสินค้าให้ลูกค้าในบริเวณใกล้เคียง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออากาแฟสด พิจารณาจากปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของเมนูกาแฟ การออกแบบถ้วยใส่กาแฟที่สวยงาม และตราหือสินค้าหรือชื่อเสียงของร้านกาแฟเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจซื้ออากาแฟที่ร้านนั้น ๆ นอกจากนี้ปัจจัยด้านราคา และสถานที่ตั้งร้านที่ผู้บริโภคสามารถซื้อได้สะดวก รวมถึงบรรยากาศและการจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลอย่างมากเช่นกัน ซึ่งผู้บริโภคนำมาพิจารณาในการตัดสินใจซื้ออากาแฟสด ขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ มีพนักงานขายให้ข้อมูลสินค้า และการจัดส่งเสริมการขายกาแฟกับขนมปัง ชาลาเปา ไข่กรอก เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออากาแฟได้พอสมควร (ศุภกิจ ทองเสมาและคณะ 2549)

องค์ประกอบของธุรกิจกาแฟสดที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลนครสวรรค์ มีดังนี้ ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายระดับที่มีผลมาก มีผลการวิจัย พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กาแฟสดสายพันธุ์ดี สด และใหม่ ปริมาณกาแฟสดเข้มข้น น้ำสะอาดมีอุณหภูมิที่ 94-98 องศาเซลเซียส สั่งปริมาณกาแฟสดมาจำหน่ายเหมาะสมกับการขายการจัดเก็บกาแฟสดที่แห้งมิดชิดหรือสุญญากาศ เลือกร้านกาแฟที่มีสายพันธุ์คุณภาพ จัดชงกาแฟผสมฟองนม โกโก้ เหล้า ไอศกรีม และเกลือป่น ช้อนถ้วยกาแฟสดก่อนใส่กาแฟเพื่อรักษาความร้อนได้นั้น ใช้กาแฟสดที่คั่วใหม่ อุปกรณ์การชงกาแฟที่ทันสมัย

2. ด้านราคา ได้แก่ ราคาขายปลีกมีให้เลือกหลากหลายดูรายการค้ามีดี รสชาติกาแฟสดบรรจุภัณฑ์ที่มีหลากหลายรูปแบบ ขนาดบรรจุ ตรายี่ห้อลักษณะ ผสมฟองนม โกโก้ วิปครีม นมสด น้ำตาลอ้อย น้ำตาลกรวด

3. สถานที่จัดจำหน่าย ได้แก่ ทำความสะอาดทั้งในส่วนด้านในและด้านนอกของร้าน มีการตรวจสอบความสะอาดทุก 2 ชั่วโมง และจัดทำมาตรฐาน จัดเตรียมเก้าอี้ที่นั่งสบายกะทัดรัด จัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอ พนักงานต้อนรับดูแลเป็นอย่างดี เตรียมหนังสือที่หลากหลาย จัดสวนต้นไม้ร่มรื่นและมีเสียงเพลงเบา ๆ

4. ด้านการส่งเสริมการขายได้แก่ จัดเตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมใช้ ตรวจสอบ และควบคุม การให้บริการ พนักงานต้อนรับดูแลเป็นอย่างดี หากเป็นลูกค้าประจำต้องจำชื่อ/ผลิตภัณฑ์ได้ จัดเตรียมเบเกอรี่/เค้ก พร้อมบริการ จัดเตรียมของชำร่วยสำหรับลูกค้าประจำ

งานวิจัยนี้จะเห็นว่าผู้วิจัยต้องการให้ทราบถึงธุรกิจกาแฟสดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กาแฟสดในเขตเทศบาลนครสวรรค์ โดยนำเอาแนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาใช้ เช่นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย จาก ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทุกด้านเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาล นครนครสวรรค์ ผลที่ได้รับก็เพื่อให้การประกอบธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด (เตโชชัย รื่นรมย์ 2549)

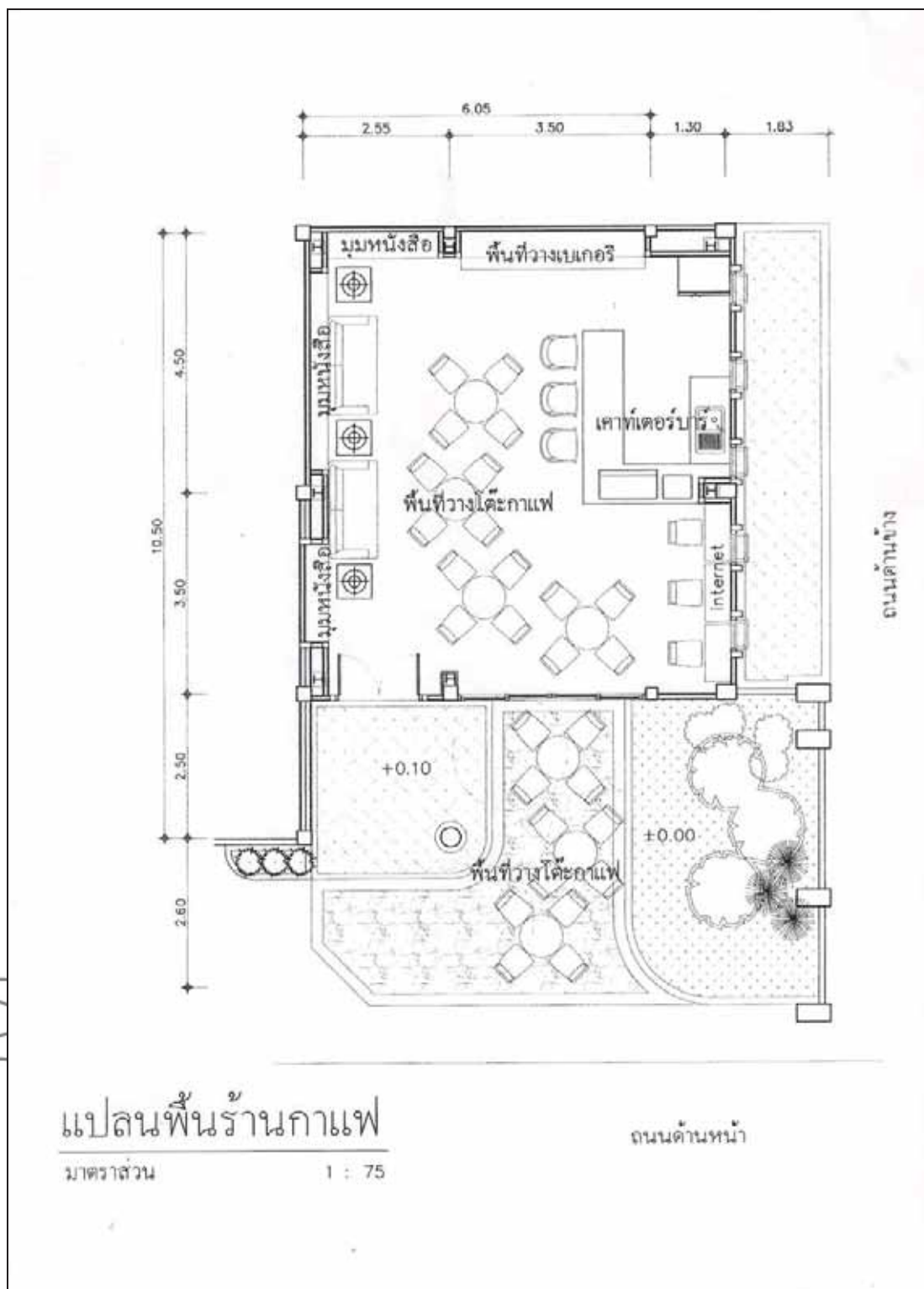
ปัจจัยที่มีต่อการเลือกรูปแบบลงทุนธุรกิจร้านกาแฟสด ณ ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า ในภาพรวมส่วนใหญ่เลือกรูปแบบลงทุนธุรกิจร้านกาแฟสด โดยคำนึงถึง ปัจจัยด้านการเงิน (Finance) เป็นอันดับแรก รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ตามมาด้วยการตลาด (Marketing) และอันดับสุดท้ายการจัดการ (Management) นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะปัจจัยเพิ่มเติม อื่นอีกด้วย เช่น พื้นที่ตั้งของร้าน ด้านทำเลที่ตั้ง และในส่วนของผู้เข้ามาใช้บริการปัจจัยที่มีผลต่อการ เลือกรูปแบบกาแฟสด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านราคา ตามมาด้วยทำเลที่ตั้ง และการบริการ ของเจ้าของร้าน อันดับสุดท้ายการส่งเสริมการขาย (กุดวรา เลิศสิทธิชัย 2551)

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 10 ภาพแสดงการจัดตกแต่งภายนอกของร้านกาแฟ Coffee all day

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 11 ภาพแสดงแผนผังภายในร้านกาแฟ Coffee all day

จำนวนพื้นที่ใช้สอย ประมาณ 60 ตารางเมตร โดยเน้นการจัดร้านแบบผสมผสาน บรรยากาศของร้านเป็นแบบเป็นกันเอง โดยมีค่าตกแต่งร้านโดยรวมประมาณ 700,000 บาท

การได้มาซึ่งพื้นที่ใช้สอย อยู่ในรูปแบบสัญญาเช่าระยะยาว 5 ปี ค่าเช่าคงที่ปีละ 120,000 บาท (เดือนละ 10,000 บาท) ต่อสัญญาเช่าทุก 5 ปี พร้อมพิจารณาค่าเช่าทุก 5 ปี โดยคิดค่าเช่าเพิ่ม 10%

ร้านกาแฟ Coffee all day ตั้งอยู่ในใจกลางเมืองนครปฐม ใกล้กับสถานศึกษา และหอพักนักศึกษา พื้นที่ใช้สอยประมาณ 60 ตารางเมตร เน้นการจัดวางส่วนต่าง ๆ อย่างเป็นระเบียบ และตกแต่งภายนอกด้วยสวนหย่อมอย่างร่มรื่น ประกอบด้วยต้นไม้อย่างสวยงามลงตัว โดยแบ่งพื้นที่ดังนี้

1. เคาท์เตอร์บาร์ ประกอบด้วยพื้นที่ในการชงกาแฟ พื้นที่ล้างทำความสะอาดอุปกรณ์ต่าง ๆ
2. พื้นที่จัดวางเบเกอรี่
3. พื้นที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต
4. พื้นที่ให้บริการมุมหนังสือ
5. พื้นที่บริเวณหน้าร้าน จัดเป็นส่วนหย่อมบรรยากาศเรียบง่าย เพื่อบริการลูกค้าที่ชอบ

บรรยากาศแบบสวนสวย สบาย ๆ เป็นกันเอง เหมือนการนั่งดื่มกาแฟที่บ้านของตัวเอง

การให้บริการ

เปิดให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ตั้งแต่เวลา 08.00 น. - 22.00 น. โดยให้บริการ ดังนี้

1. ร้านกาแฟ Coffee all day จะเน้นการบริการที่เป็นกันเอง พนักงานมีความสุข เรียบร้อย รักษาคุณภาพของสินค้าอย่างคงที่ ด้วยรสชาติเฉพาะของร้าน

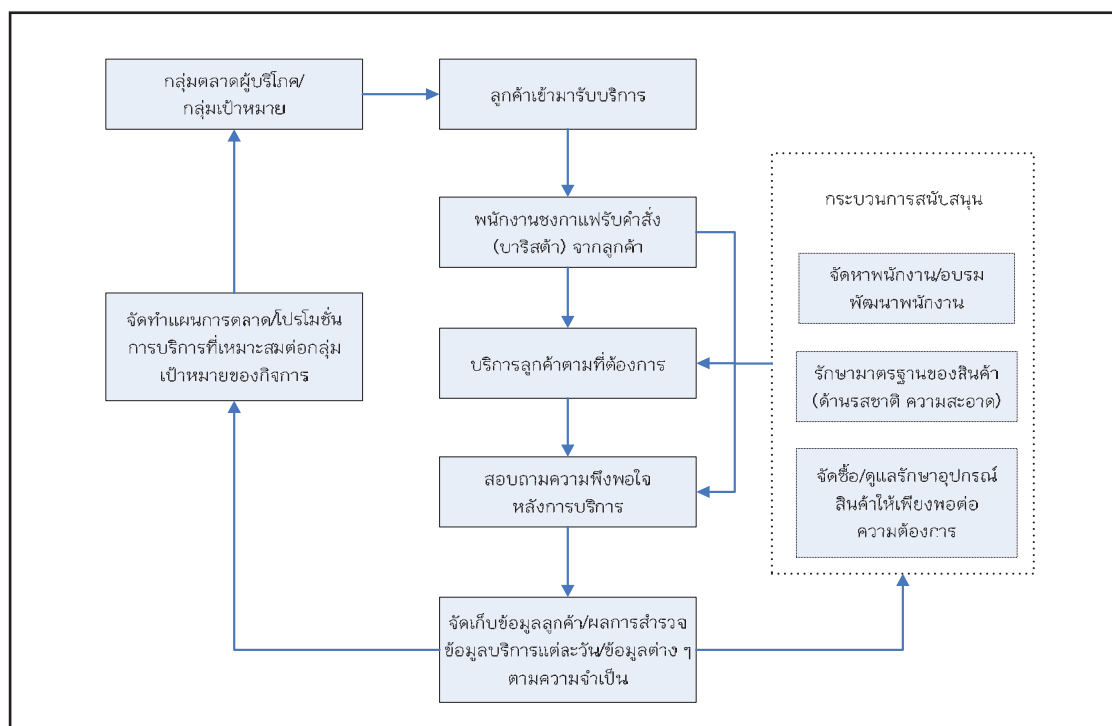
2. ใช้เวลาให้น้อยที่สุด ในการชงกาแฟ เพื่อตอบสนองความเร่งรีบในการบริโภคของลูกค้าที่ไม่ต้องการรอสินค้านาน ๆ

3. บริการด้วยรสชาติสากล มีมาตรฐาน เน้นความสะอาดและรสชาติที่เข้มข้น โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

ก่อนการเปิดกิจการอย่างเป็นทางการ และเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว

นอกจากจะอาศัยคนรู้จัก เช่น เพื่อนที่บอกเล่าต่อ ๆ กันไปแล้ว ทางร้านจะมีการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินกิจการ โดยการแจกใบปลิวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ในเขตพื้นที่กลุ่มเป้าหมายในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ตามสำนักงานต่าง ๆ เขตชุมชน เขตการศึกษา เพื่อกระจายข่าวการเปิดร้านพร้อมจัดกิจกรรมเปิดตัวร้านกาแฟ ด้วยโปรโมชันดื่ม 5 แก้ว ฟรี 1 แก้ว และมีบัตรคูปองสะสมเต็ม 5 แก้ว ฟรี 1 แก้ว สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในวันเปิดร้านวันแรก จัดทำบัญชีลูกค้าที่มาใช้บริการในวันแรก และให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกเพื่อแจ้งข่าวการประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ต่อไป

ขั้นตอนการให้บริการ ของร้านกาแฟ Coffee all day



ภาพที่ 12 ภาพแสดงแผนผังการให้บริการของร้านกาแฟ Coffee all day

ขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้า

1. รับใบคำสั่งซื้อสินค้า (Order) จากลูกค้า โดยพนักงานหน้าร้านผู้ชงกาแฟ (บาริสต้า)
 2. พนักงานดำเนินการผลิตสินค้าตามใบสั่งสินค้าของลูกค้าด้วยระยะเวลาอันรวดเร็ว
 3. ส่งมอบสินค้าด้วยบริการที่รวดเร็ว ใส่ใจคุณภาพทุกระดับ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด
- หากมีลูกค้าบริเวณใกล้เคียงกับร้านมีความต้องการให้จัดส่งก็จะบริการส่งสินค้าให้โดยไม่

คิดค่าบริการเพิ่มเติม

ประเภทสินค้าที่ให้บริการ

ร้านกาแฟ Coffee all day จำหน่ายกาแฟ เป็นสินค้าหลัก ประกอบด้วย
 ประเภทกาแฟร้อน ซึ่งเป็นสูตรมาตรฐานสากล
 ประเภทกาแฟเย็น/ปั่น
 ขนมปัง และเบเกอรี่
 สินค้ารอง ได้แก่ชาต่างๆ และน้ำผลไม้ตามฤดูกาล

ตารางที่ 6 รายการเครื่องดื่มร้านกาแฟ Coffee all day ประกอบด้วย

กาแฟร้อน/Hot Coffee	กาแฟเย็น/Iced Coffee	กาแฟปั่น/Coffee Frappe
Espresso เอสเพรสโซ 30.-	Iced Coffee 35.-	Iced Coffee Frappe 40.-
Americano อเมริกาโน 30.-	Iced Espresso Coffee 35.-	Iced Espresso Frappe 40.-
Cappuccino คาปูชิโน 30.-	Iced Americano Coffee 40.-	Iced Americano Frappe 45.-
Latte ลาเต้ 35.-	Iced Coffee Latte 40.-	Iced Coffee Latte Frappe 45.-
Mocha มอคค่า 35.-	Iced Lemon Soda Coffee 40.-	Iced Lemon Soda Frappe 45.-
Coconut Mocha มอคค่ากะทิสด 35.-	Iced Mocha Coffee 40.-	Iced Mocha Frappe 45.-
Chocolate ชอกโกแลต 35.-	Iced Coconut Mocha Coffee 40.-	Iced Coconut Mocha Frappe 45.-
Coco โกโก้ 35.-	Iced Chocolate 40.-	Iced Chocolate Frappe 45.-
Hot tea ชาร้อน 30.-	Iced Coco 40.-	Iced Coco Frappe 45.-
	Iced Green tea 30.-	Iced Green Frappe 45.-
	Iced Lemon tea 30.-	Iced Lemon tea Frappe 35.-
	น้ำผลไม้ตามฤดูกาล 30.-	น้ำผลไม้ปั่นตามฤดูกาล 30.-

ตารางที่ 7 รายการขนม ประกอบด้วย

Opera cake โอเปร่าเค้ก	50	Strawberry cake สตอเบอรี่เค้ก	45
Strawberry cheese cake สตอเบอรี่ชีสเค้ก	55	เค้กกาแฟ Coffee cake	40
คุกกี้แอนด์ครีมชีสเค้ก Cookies'n cream ches cake	55	เค้กโอรีโอ Oreo cake	40
เครปเค้ก Crepe cake	45	คาราเมล คัสตาร์ด เค้ก Caramel custard cake	45
บราวนี่ชอคโกแลตดำ Chocolate Brownie	40	ราสเบอรี่เค้ก Raspberry cake	45
แครอทเค้ก Carrot cake	40	Chocolate banana crepe cake	50
วานิลลาครีมชอคโกแลตเค้ก Vanilla cream chocolate cake	45	Acare ลูกละ	5

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สินทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 8 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อมราคา

(บาท)

รายการ	อายุงาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)
อาคารสถานที่	10	70,000.-
ค่าก่อสร้างพร้อมตกแต่ง		
700,000.-		
เครื่องมืออุปกรณ์ในการขายสินค้า	5	28,000.-
140,000.-		
เครื่องชั่งกานาแฟอัตโนมัติ		
80,000.-		
เครื่องบดกาแฟ		
15,000.-		
ตู้เย็น		
12,000.-		
เครื่องปั่นน้ำผลไม้		
5,000.-		
โต๊ะ-เก้าอี้		
20,000.-		
ถ้วย/จานรอง/ช้อน/ส้อม		
8,000.-		
เครื่องใช้สำนักงาน	5	22,000.-
110,000.-		
เครื่องคิดเงินสดพร้อมที่เก็บเงิน		
15,000.-		
เครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมระบบบัญชี		
30,000.-		
เครื่องปรับอากาศ		
35,000.-		
ทีวี/เครื่องเสียง		
30,000.-		
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน		
50,000.-		
เงินทุนหมุนเวียน		
200,000.-		
รวมมูลค่าการลงทุน		
1,200,000.-		120,000.-

การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีการคิดค่าเสื่อมแบบทางตรง

ตารางที่ 9 แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคา

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเสื่อมราคาทางตรง					
ค่าเสื่อมราคาค่าตกแต่ง (บาท/ปี)	70,000.-	70,000.-	70,000.-	70,000.-	70,000.-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือ/อุปกรณ์ใน ขายสินค้า (บาท/ปี)	28,000.-	28,000.-	28,000.-	28,000.-	28,000.-
รวม	98,000.-	98,000.-	98,000.-	98,000.-	98,000.-
ค่าเสื่อมราคาทางอ้อม					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน (บาท/ปี)	22,000.-	22,000.-	22,000.-	22,000.-	22,000.-
รวมค่าเสื่อมราคารวมทั้งสิ้น (บาท/ปี)	120,000.-	120,000.-	120,000.-	120,000.-	120,000.-

ประมาณการรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่าย

ประมาณการรายได้

ตารางที่ 10 แสดงประมาณการรายได้

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2 (+10%)	ปีที่ 3 (+10%)	ปีที่ 4 (+10%)	ปีที่ 5 (+10%)
รายได้จากการจำหน่ายกาแฟ (90 แก้ว/วัน)	32,400.-	35,640.-	39,204.-	43,124.-	47,437.-
ราคาเฉลี่ยแก้วละ	40.-	40.-	40.-	40.-	40.-
รวมรายได้จากการจำหน่ายกาแฟ	1,296,000.-	1,425,600.-	1,568,160.-	1,724,976.-	1,897,474.-

ตารางที่ 10 (ต่อ)

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2 (+10%)	ปีที่ 3 (+10%)	ปีที่ 4 (+10%)	ปีที่ 5 (+10%)
รายได้จากการจำหน่ายเล็ก (30 ชิ้น/วัน)	10,800.-	11,880.-	13,068.-	14,375.-	15,812.-
ราคาเฉลี่ยชิ้นละ	50.-	50.-	50.-	50.-	50.-
รวมรายได้จากการจำหน่ายเล็ก	540,000.-	594,000.-	653,000.-	718,470.-	790,614.-
รายได้จากการจำหน่ายน้ำผลไม้ (40 แก้ว/วัน)	14,400.-	15,840.-	17,424.-	19,166.-	21,083.-
ราคาเฉลี่ยแก้วละ	30.-	30.-	30.-	30.-	30.-
รวมรายได้จากการจำหน่ายน้ำ ผลไม้	432,000.-	475,200.-	522,720.-	574,992.-	632,491.-
รวมรายได้จากรายขาย ส/ค ทั้งหมด	2,268,000.-	2,494,800.-	2,744,280.-	3,018,708.-	3,320,579.-

ประมาณการต้นทุนแรงงาน

ตารางที่ 11 แสดงประมาณการต้นทุนแรงงาน

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน					
ผู้จัดการร้าน 1 คน เดือนละ 12,000.	144,000.-	154,080.-	164,866.-	176,406.-	188,755.-
ค่าตอบแทน 5%	113,400.-	124,740.-	137,214.-	150,935.-	166,029.-
รวมค่าแรงฝ่ายบริหาร	257,400.-	278,820.-	302,080.-	327,342.-	354,784.-
พนักงานหน้าร้าน 1 คน เดือนละ 8,000.	96,000.-	102,720.-	109,910.-	117,604.-	125,839.-
ค่าตอบแทน 5 %	113,400.-	124,740.-	137,214.-	150,935.-	166,029.-

ตารางที่ 11 (ต่อ)

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
พนักงานส่งของและทำความสะอาด	84,000.-	89,880.-	96,172.-	102,904.-	110,107.-
ค่าตอบแทน 5 %	113,400.-	124,740.-	137,214.-	150,935.-	166,029.-
รวมค่าแรงฝ่ายปฏิบัติการ	406,800.-	442,080.-	480,510.-	522,379.-	568,001.-
รวมต้นทุนค่าแรงงาน	664,200.-	720,900.-	782,590.-	782,590.-	922,785.-

ประมาณการค่าแรงงานทางตรงและผันแปร

ตารางที่ 12 แสดงประมาณการค่าแรงทางตรงและค่าแรงผันแปร

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงงานทางตรง (เงินเดือน)	324,000.-	346,680.-	370,948.-	396,914.-	424,698.-
ค่าแรงผันแปร (ค่าตอบแทน)	340,200.-	374,220.-	411,642.-	452,806.-	498,087.-
รวมค่าแรงงานทั้งหมด	664,200.-	720,900.-	782,590.-	782,590.-	922,785.-

ประมาณการค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 13 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายทางตรง					
ค่าน้ำ	6,000.-	6,420.-	6,869.-	7,350.-	7,865.-
ค่าไฟฟ้า	36,000.-	38,520.-	41,216.-	44,102.-	47,189.-
ค่าซ่อมบำรุงรักษาอุปกรณ์	10,000.-	10,700.-	11,449.-	12,250.-	13,108.-

ตารางที่ 13 (ต่อ)

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าพื้นที่	120,000.-	128,400.-	137,388.-	147,005.-	157,296.-
ค่าวัสดุดิบ	1,009,440.-	1,080,101.-	1,155,708.-	1,236,607.-	1,323,170.-
รวมค่าใช้จ่ายทางตรง	1,181,440.-	1,264,141.-	1,352,631.-	1,447,315.-	1,547,627.-
ค่าใช้จ่ายในการขาย/สำนักงาน					
ค่าโทรศัพท์	6,000.-	6,420.-	6,869.-	7,350.-	7,865.-
ค่าอินเทอร์เน็ต	9,480.-	9,480.-	9,480.-	9,480.-	9,480.-
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	24,000.-	36,000.-	36,000.-	36,000.-	36,000.-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	6,000.-	6,420.-	6,869.-	7,350.-	7,865.-
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม	45,480.-	48,664.-	52,070.-	55,715.-	59,615.-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งสิ้น	1,226,920.-	1,312,804.-	1,404,701.-	1,503,030.-	1,608,242.-

ประมาณการต้นทุนการให้บริการ

ตารางที่ 14 แสดงประมาณการต้นทุนการให้บริการ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงงานฝ่ายปฏิบัติการ	406,800.-	442,080.-	480,510.-	522,379.-	568,001.-
ค่าเสื่อมราคาทางตรง	98,000.-	98,000.-	98,000.-	98,000.-	98,000.-
ค่าใช้จ่ายทางตรง	1,181,440.-	1,264,141.-	1,352,631.-	1,447,315.-	1,547,627.-
รวมต้นทุนการให้บริการ	1,686,240.-	1,804,221.-	1,931,141.-	2,067,693.-	2,214,628.-

การคำนวณต้นทุนคงที่

ตารางที่ 15 แสดงประมาณการต้นทุนคงที่

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงงานทางตรง (เงินเดือน)	324,000.-	346,680.-	370,948.-	396,914.-	424,698.-
ค่าใช้จ่ายคงที่ (ค่าเช่า)	120,000.-	128,400.-	137,388.-	147,005.-	157,296.-
ค่าเสื่อมราคาทั้งสิ้น	120,000.-	120,000.-	120,000.-	120,000.-	120,000.-
รวมต้นทุนคงที่	564,000.-	595,080.-	628,336.-	663,919.-	701,993.-

ประมาณการต้นทุนผันแปร

ตารางที่ 16 แสดงการประมาณการต้นทุนผันแปร

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงงานผันแปร (ค่าตอบแทน)	340,200.-	374,220.-	411,642.-	452,806.-	498,087.-
ค่าใช้จ่ายผันแปร (ค่าใช้จ่ายอื่นๆ)	1,106,920.-	1,098,520.-	1,089,532.-	1,079,915.-	1,069,624.-
รวมต้นทุนผันแปร	1,447,120.-	1,472,740.-	1,501,174.-	1,532,721.-	1,567,711.-

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 9

แผนการเงิน

ในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นกิจการขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่เงินทุนมากหรือน้อยก็ตาม ผู้ที่เป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ จำเป็นต้องมีการใช้เงินตั้งแต่วันแรกที่เริ่มทำธุรกิจ ต้องการทราบผลของการดำเนินงานของตนเองด้วยกันทั้งนั้น จึงมีความจำเป็นต้องจัดบันทึกรายการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรายการที่รับเงินเข้าหรือมีการจ่ายเงินออกไป ซึ่งบรรดารายการค้างที่เกิดขึ้นจะเป็นรายการเกี่ยวกับการเงิน และมีหลักฐานที่เชื่อถือได้ประกอบรายการรับหรือรายการจ่ายเงินด้วย ผู้ประกอบการที่เริ่มธุรกิจใหม่ต้องทบทวนรายละเอียดต่างๆ ในการลงทุนจึงต้องกำหนดแผนการเงินเป็นการแสดงความเป็นไปได้ของธุรกิจ และเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการคาดคะเนเพื่อการตัดสินใจในอนาคตงบการเงินที่สมบูรณ์จะให้ข้อมูลครบถ้วน ได้แก่ข้อมูลผลการดำเนินงานที่ผ่านมาจากงบกำไรขาดทุน ข้อมูลฐานะทางการเงินของกิจการจากงบดุล รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินของกิจการจากงบกระแสเงินสด และงบกระแสทุน รวมทั้งงบประกอบอื่นๆ ที่แสดงรายละเอียดเพิ่มเติม นอกจากนี้ควรมีหมายเหตุประกอบงบการเงิน เพื่อทำให้งบการเงินสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องทันเวลา ซึ่งผู้ประกอบการที่เริ่มดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องดำเนินการจัดทำแผนการเงินให้สอดคล้องกับธุรกิจที่ดำเนินการ ซึ่งจะมีผลทำให้ธุรกิจเป็นไปได้และอยู่รอด การบริการกิจการมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่กิจการ ในสภาวะการแข่งขันกันอย่างตลอดเวลา

ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการขนาดเล็ก ดำเนินการแบบเจ้าของคนเดียว ใช้เงินทุนไม่มากนัก ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในสินทรัพย์ต่างๆ ของธุรกิจตามกฎหมาย รวมทั้งรับผิดชอบในหนี้สินทั้งหมดของธุรกิจโดยไม่จำกัดจำนวน ในการประกอบกิจการ

การลงทุนในโครงการ

การลงทุนในโครงการ จากแผนการลงทุนในโครงการ จำเป็นต้องใช้เงินลงทุน ประมาณ 1,200,000 บาท โดยมาจากผู้ประกอบการ คือนายนพพร เพ็ญหอม จำนวน 700,000 บาท ผู้ยืมจากธนาคาร 500,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนที่มาจากผู้ประกอบการและการกู้ยืมเท่ากับ 7 : 5

การกู้ยืมเงินมาประกอบกิจการ ผู้ประกอบการเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นสินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ และเป็นธนาคารของรัฐบาลที่ให้การส่งเสริมทางการ

ลงทุนของผู้ประกอบการรายใหม่ วงเงินกู้ 500,000 บาท อัตราดอกเบี้ยเท่ากับ $MLR + 1.5\%$ (MLR : Minimum Lending Rate ดอกเบี้ยเงินกู้ขั้นต่ำประเภทเงินกู้ที่มีระยะเวลา = $6 + 1.5\% = 7.50$) ซึ่งในการคำนวณดอกเบี้ยจ่ายกิจการจะคำนวณดอกเบี้ยจ่ายจากอัตราดอกเบี้ยที่ประมาณ 8% ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้ไม่เกิน 20 ปี โดยกิจการจะผ่อนชำระคืนเงินกู้ปีละ 40,000 บาท โดยมีหลักประกันเงินกู้อย่างนี้ (ข้อมูลการให้สินเชื่อของธนาคารออมสิน 2553)

1. บุคคลค้ำประกัน โดยมีเงื่อนไข

1.1 อายุครบ 20 ปี บริบูรณ์ และเมื่อรวมอายุผู้ค้ำประกันกับระยะเวลาชำระเงินกู้ต้องไม่เกิน 65 ปี

1.2 เป็นข้าราชการดำรงตำแหน่งตั้งแต่ระดับ 5 ขึ้นไป หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจหรือพนักงานองค์การของรัฐที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาท/เดือนขึ้นไป จำนวน 2 คน

2. หลักทรัพย์อื่น ๆ

2.1 สมุดเงินฝากออมสินทุกประเภท หรือสลากออมสินพิเศษ หรือ

2.2 ที่ดิน ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างหรือ

2.3 หลักประกันตามโครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน

โครงการใช้เงินลงทุน

ตารางที่ 17 แสดงโครงการใช้เงินทุน

(บาท)

รายการ	ส่วนของเจ้าของ	กู้ธนาคาร	รวม
1. สินทรัพย์			
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่	200,000.-	500,000.-	700,000.-
เครื่องมือและอุปกรณ์การขายสินค้า	140,000.-	-	140,000.-
เครื่องใช้สำนักงาน	110,000.-	-	500,000.-
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	50,000.-	-	500,000.-
3. เงินทุนหมุนเวียน	200,000.-	-	200,000.-
รวมมูลค่าการลงทุน	700,000.-	500,000.-	1,200,000.-
อัตราส่วนเจ้าของ/เงินกู้	7	5	

เป้าหมายทางการเงิน

เป้าหมายทางการเงินของการทำธุรกิจคือ การทำกำไร (Profit) สูงสุด (กำไร คือความแตกต่างระหว่างมูลค่าสินค้าที่ขายกับต้นทุนสินค้าที่ขาย ไม่ใช่ความแตกต่างระหว่างรายได้ที่เป็นเงินสดกับต้นทุนทั้งหลาย และไม่ใช่ความแตกต่างระหว่างรายได้จากการขายสินค้ากับราคาสินค้าหรือราคาของสิ่งของที่ผลิต) ในขณะที่ความเสี่ยง (Risk) น้อยที่สุดโดยยังสามารถรักษาสภาพคล่อง (Liquidity) ของธุรกิจได้ในระดับที่เหมาะสม

ร้านกาแฟ Coffee all day ได้กำหนดเป้าหมายทางการเงินของกิจการไว้ ดังนี้

1. สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี
2. เพื่อรักษาสภาพคล่องของธุรกิจให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างคล่องตัว

ประมาณการทางการเงินเพิ่ม/ลดจากปีก่อน

ร้านกาแฟ Coffee all day ได้ประมาณการทางการเงินเกี่ยวกับรายได้ ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่ายในการขายสินค้าของแต่ละปี ในอัตราเพิ่ม 10% เมื่อเพิ่มจากปีก่อนหน้า

ตารางที่ 18 แสดงประมาณการทางการเงินเพิ่ม/ลดจากปีก่อน

(บาท)

	ปีที่ 1 (+,-) %	ปีที่ 2 (+,-) %	ปีที่ 3 (+,-) %	ปีที่ 4 (+,-) %	ปีที่ 5 (+,-) %
รายได้	+10%	+10%	+10%	+10%	+10%
ต้นทุนในการให้บริการ	+10%	+10%	+10%	+10%	+10%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	+10%	+10%	+10%	+10%	+10%

ประมาณการทางการเงิน

การดำเนินธุรกิจ จะต้องมีการวางแผนทางการเงินเพื่อให้กิจการได้มีข้อมูลทางการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจและเป็นเสมือนแผนที่ทางเดินในการดำเนินให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งก็คือผลการดำเนินงานที่มีผลกำไรและสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ประมาณการทางการเงิน จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความเป็นมาความสามารถในการทำกำไรของกิจการ ตลอดจนความมั่นคงของธุรกิจ โดยดูจากข้อมูลทางการเงินบัญชีในรูปแบบงบการเงินต่าง ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าเงินที่ลงทุนไปจะได้รับผลตอบแทนกลับคืนมาอย่างคุ้มค่า ซึ่งงบการเงินจะเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของกิจการ เจ้าหนี้ ในการใช้

เพื่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ งบการเงิน (Financial Statement) เป็นงานขั้นสุดท้ายของกระบวนการทางการบัญชี ของธุรกิจ ขั้นตอนกระบวนการทางการบัญชีเริ่มต้นตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การจัดหมวดเอกสาร การบันทึกและการรายงาน ซึ่งแบบของการรายงานหรือจัดทำงบการเงินอาจจะทำในรูปของรายงานหรือบัญชีก็ได้ โดยทั่วไปเราจะเห็นรูปของรายงานมากกว่า งบการเงินที่สำคัญของกิจการ คือ งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม งบดุล และในปัจจุบันได้นิยมจัดทำงบการเงินเพิ่มขึ้นอีกประเภทหนึ่ง คือ งบแสดงการเปลี่ยนแปลงฐานะทางการเงิน (Statement of Changes in Financial Position) งบการเงินเป็นรายงานทางการเงินที่มีความสำคัญมาก ผู้ประกอบกิจการจำเป็นต้องใช้งบการเงินเพื่อบริหารจัดการ การวางแผนการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์ ทั้งการวางแผนระยะสั้น และการวางแผนระยะยาว วัดผลประเมินผลและควบคุมการทำงานให้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้ เพื่อธุรกิจดำเนินไปอย่างรุ่งเรืองและมีความสำเร็จตามจุดหมายหมายของธุรกิจซึ่งงบการเงินประกอบด้วย

งบดุล (Balance Sheet) เป็นงบการเงินแสดงฐานะของกิจการ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี(วันสิ้นงวดบัญชี) โดยจัดทำขึ้นทุก ๆ รอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ เช่น 3 เดือน, 6 เดือน, 1 ปี โดยในส่วนของงบดุลนั้นจะแสดงความสัมพันธ์ของทรัพย์สิน หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

งบกำไรขาดทุน (Income Statement) เป็นงบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานของกิจการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น รอบปีบัญชี โดยจะแสดงรายได้ ค่าใช้จ่าย และ กำไรหรือขาดทุนสุทธิ ช่วยให้ผู้ใช้ทราบว่าผลกำไรหรือขาดทุนของกิจการนั้นมาส่วนใด เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน และคาดการณ์ผลการดำเนินงานในอนาคต

งบแสดงส่วนของผู้ถือหุ้น (Owners' Equities) หมายถึง ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของกิจการที่มีอยู่เท่ากับจำนวนส่วนเกินของสินทรัพย์ที่สูงกว่าหนี้สิน ส่วนของผู้ถือหุ้นจะมีสิทธิในสินทรัพย์รองจากสิทธิเรียกร้องของเจ้าหนี้ของกิจการทั้งหมด ส่วนของผู้ถือหุ้นในกิจการแต่ละประเภทในงบดุลแตกต่างกันไป

หมายเหตุประกอบงบการเงิน (Note of Financial Statement) เป็นรายละเอียดที่สร้างขึ้นต่อท้ายงบการเงิน เพื่อขยายความรายการในงบการเงินและให้รายละเอียดต่าง ๆ ที่ไม่อาจแสดงไว้ในงบการเงินได้ หรือถ้าจะแสดงไว้ในงบการเงินทั้งหมดจะทำให้งบการเงินขาดความกะทัดรัด การทำรายละเอียด หรือเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงินจะทำให้ผู้อ่านงบการเงินเข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งถ้าหากไม่เปิดเผยไว้แล้วอาจเป็นเหตุให้ผู้อ่านงบการเงินหลงผิดหรือตัดสินใจผิดได้ ข้อมูลที่ปรากฏในหมายเหตุประกอบงบการเงินได้แก่ นโยบายการบัญชีที่สำคัญที่กิจการเลือกใช้ในการทำงานการเงิน ภาระผูกพันต่าง ๆ การค้าประกัน รายการกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน หนี้สินที่อาจเกิดขึ้นภายในวัน เหตุการณ์ภายหลังวันที่งบการเงิน รายละเอียดเพิ่มเติมและข้อมูลที่มีสาระสำคัญทุก

อย่างตามมาตรฐานการบัญชี ซึ่งจำเป็นเพื่อให้งบการเงินมีความชัดเจนและไม่หลงผิดเป็นต้น (วณิ คำดี 2545 : 2-3)

งบกระแสเงินสด (Cash Flow Statement) คือ งบการเงินที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของเงินสด หรือรายการเทียบเท่าเงินสดของกิจการในรอบระยะเวลาหนึ่ง โดยแสดงกระแสเงินสดที่ได้รับเข้ามา กระแสเงินสดที่จ่ายออกไปและเงินสดเปลี่ยนแปลงสุทธิของกิจกรรมดำเนินงาน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมจัดหาเงิน เพื่อรายงานให้ทราบว่าเงินสดของกิจการในงวดบัญชีที่จัดทำเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากงวดก่อนเท่าใด เพราะเหตุใด และแสดงถึงสภาพคล่องที่เกิดจากการดำเนินงาน การจัดหาเงินสดและการใช้เงินสดมีประสิทธิภาพหรือไม่ (วณิ คำดี 2545 : 49)

การวิเคราะห์งบการเงิน หมายถึง กระบวนการประเมินผลข้อมูลที่บันทึกไว้ในงบการเงิน ตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้รายละเอียดข้อเท็จจริงเกี่ยวกับฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานจากงบการเงินของกิจการนั้น ซึ่งจะชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จและข้อบกพร่องของกิจการ และนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาประกอบการตัดสินใจต่อไป ผลการวิเคราะห์งบการเงินเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานในการประเมินผลการดำเนินงานและควบคุมธุรกิจเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของบุคคลภายนอก ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน เจ้าหนี้ หน่วยงานและบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการนั้น (วณิ คำดี 2545 : 63)

ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบบริหารกิจการให้ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ คือผลกำไร การวิเคราะห์งบการเงินของผู้บริหารกิจการจึงต้องวิเคราะห์ห้รอบด้าน ผลการวิเคราะห์ทำให้ผู้บริหารทราบว่าธุรกิจมีความมั่นคงด้านใดและมีจุดอ่อนหรือปัญหาใดที่ต้องแก้ไข สามารถทำให้แก้ปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์งบการเงิน จึงเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายบริหารในการบริหารธุรกิจเป็นอย่างมากในด้านการวางแผนและควบคุมทางการเงิน

รับแจก Coffee all day ทั่วทั้งแผนก بمناسبةการประชุมการเงิน ดังนี้

1. ประมาณการงบกำไรขาดทุน
2. ประมาณการงบกระแสเงินสด
3. ประมาณการงบดุล

รอบระยะเวลาบัญชีกำหนดให้เป็นรอบระยะเวลา 1 ปี เริ่มตั้งแต่ 1 มกราคม และสิ้นสุดปีบัญชีวันที่ 31 ธันวาคมของทุกปี

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 19 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการจำหน่าย					
กาแฟ	1,296,00.-	1,425,600.-	1,568,160.-	1,724,976.-	1,897,474.-
เค้กและเบเกอรี่	540,000.-	594,000.-	653,400.-	718,740.-	790,614.-
น้ำผลไม้	432,000.-	475,200.-	522,720.-	574,992.-	632,491.-
รวมรายได้จากการจำหน่าย ส/ค	2,268,000.-	2,494,800.-	2,744,280.-	3,018,708.-	3,320,579.-
หัก ต้นทุนในการให้บริการ	1,686,240.-	1,804,221.-	1,931,141.-	2,067,693.-	2,214,628.-
กำไรขั้นต้น	581,760.-	690,579.-	813,139.-	951,015.-	1,105,951.-
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
ค่าแรงฝ่ายบริหาร	257,400.-	278,820.-	302,080.-	327,342.-	354,784.-
ค่าใช้จ่ายในการขาย/บริหาร	45,480.-	48,664.-	52,070.-	55,715.-	59,615.-
ค่าเสื่อมราคาทางอ้อม	22,000.-	22,000.-	22,000.-	22,000.-	22,000.-
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานติด จ่าย	50,000.-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	374,880.-	349,484.-	376,150.-	405,057.-	436,399.-
กำไรจากการดำเนินงาน	206,880.-	341,096.-	346,990.-	545,958.-	669,552.-
หัก ดอกเบี้ยจ่าย 8% ภาษี (0.5%ของรายได้)	40,000.- 11,340.-	40,000.- 12,474.-	40,000.- 13,721.-	40,000.- 15,094.-	40,000.- 16,603.-
กำไรสุทธิ	155,540.-	296,622.-	399,268.-	514,865.-	644,949.-
กำไรสะสม	155,540.-	452,162.-	851,430.-	1,366,294.-	2,011,244.-

ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 20 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

(บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
ทุน	500,000.-					
เงินกู้ธนาคาร	500,000.-					
เงินทุนหมุนเวียน		200,000.-				
รายได้		2,268,000.-				
รวมเงินสดรับ	1,000,000.-	2,468,000.-	2,494,800.-	2,744,280.-	3,018,708.-	3,320,579.-
กระแสเงินสดจ่าย						
ค่าตกแต่ง	700,000.-					
เครื่องมือและอุปกรณ์	140,000.-					
เครื่องใช้สำนักงาน	110,000.-					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	50,000.-					
จ่ายค่าแรง		664,200.-	720,900.-	782,590.-	849,720.-	922,785.-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ		1,226,920.-	1,312,804.-	1,404,701.-	1,503,030.-	1,608,242.-
จ่ายดอกเบี้ยเงินกู้		40,000.-	32,000.-	24,000.-	16,000.-	8,000.-
จ่ายคืนเงินกู้		100,000.-	100,000.-	100,000.-	100,000.-	100,000.-
จ่ายภาษี		11,340.-	12,474.-	13,721.-	15,094.-	16,603.-
รวมเงินสดจ่าย	1,000,000.-	2,042,460.-	2,178,178.-	2,325,012.-	2,483,843.-	2,655,629.-
เงินสดสุทธิ		425,450.-	316,622.-	419,268.-	534,865.-	664,949.-
เงินสดคงเหลือต้นงวด (1 ม.ค.)			425,540.-	742,162.-	1,161,430.-	1,696,294.-
เงินสดคงเหลือปลายงวด (31 ธ.ค.)		425,540.-	742,162.-	1,161,430.-	1,696,294.-	2,361,244.-

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 21 แสดงประมาณการงบดุล

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน	425,540.-	742,162.-	1,161,430.-	1,696,294.-	2,361,244.-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	425,540.-	742,162.-	1,161,430.-	1,696,294.-	2,361,244.-
สินทรัพย์ถาวร					
ค่าตกแต่งรถตัดหญ้า	630,000.-	560,000.-	490,000.-	420,000.-	350,000.-
เครื่องมือและอุปกรณ์	112,000.-	84,000.-	56,000.-	28,000.-	0
เครื่องใช้สำนักงาน	88,000.-	66,000.-	44,000.-	22,000.-	0
รวมสินทรัพย์ถาวร	830,000.-	710,000.-	590,000.-	470,000.-	350,000.-
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น	1,255,540.-	1,452,162.-	1,751,430.-	2,166,294.-	2,711,244.-
หนี้สิน					
เงินกู้ธนาคาร	400,000.-	300,000.-	200,000.-	100,000.-	0
รวมหนี้สิน	400,000.-	300,000.-	200,000.-	100,000.-	0
ทุน					
ส่วนของผู้ถือหุ้น	700,000.-	700,000.-	700,000.-	700,000.-	700,000.-
กำไรสะสม	155,540.-	452,162.-	851,430.-	1,366,294.-	2,711,244.-
รวมส่วนของทุน	855,540.-	1,152,162.-	1,551,430.-	2,066,294.-	2,711,244.-
รวมหนี้สินและทุน	1,255,540.-	1,452,162.-	1,751,430.-	2,166,294.-	2,711,244.-

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน เป็นเครื่องมือวิเคราะห์งบการเงินชนิดหนึ่ง ที่เป็นการเปรียบเทียบระหว่างรายการทางการเงินที่เกี่ยวข้องกันจากงบการเงิน หรือเปรียบเทียบข้อมูลตัวเลขในงบการเงิน ซึ่งได้แก่งบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม ตั้งแต่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันมาสัมพันธ์กัน เพื่อหาอัตราส่วนหรืออัตราร้อยละ ความสัมพันธ์ระหว่างรายการอาจเป็นรายการในงบเดียวกันหรือต่างงบที่อยู่ในช่วงเวลาเดียวกันก็ได้ เช่น เปรียบเทียบรายการในงบดุลด้วยกัน หรืองบกำไรขาดทุนด้วยกัน หรือเปรียบเทียบรายการในงบดุลกับงบกำไรขาดทุนที่อยู่ในช่วงเวลาเดียวกัน เป็นต้น และเมื่อแปลความหมายของผลลัพธ์ที่ได้จากการคำนวณอัตราส่วนทางการเงินพร้อมทั้งเปรียบเทียบกับ

อัตราส่วนทางการเงินในอดีตของกิจการนั้น หรือเปรียบเทียบกับอัตราส่วนทางการเงินของกิจการอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จะช่วยให้เกิดความเข้าใจสภาพทางการเงินและสภาพการดำเนินงานที่แท้จริงเพิ่มขึ้น ซึ่งจะมีประโยชน์อย่างมากในการนำไปใช้ในการตัดสินใจทางการเงินของผู้บริหาร เจ้าหนี้ระยะสั้น เจ้าหนี้ระยะยาว ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

อัตราส่วนทางการเงินอาจแบ่งเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity Ratio) เพื่อประเมินสภาพคล่องและวัดความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้น
2. การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) เพื่อวัดความสามารถในการหารายได้ของกิจการ
3. การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio) เพื่อประเมินประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ในการดำเนินงานของกิจการหรือวัดความสามารถในการดำเนินงาน
4. การวิเคราะห์โครงสร้างของเงินทุนหรือภาระหนี้สิน (Leverage Ratio or Financial) เพื่อวัดสภาพคล่องของกิจการและวัดความสามารถในการคืนเงินกู้ (วณิช คำดี 2545 : 72-73)

ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการขนาดเล็ก มีการดำเนินงานและโครงสร้างองค์การไม่สลับซับซ้อน มีเงินกู้ไม่มากนัก กิจการจึงนำรายการต่าง ๆ ในงบการเงินมาเทียบอัตราส่วนเพื่อหาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) และอัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio)

การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) เป็นอัตราส่วนที่ใช้ในการประเมินผลการดำเนินธุรกิจในการบริหารด้านต่างๆ ทั้งแหล่งเงินทุนสินทรัพย์เจ้าหนี้ เพื่อก่อให้เกิดกำไรแก่ธุรกิจ ประกอบด้วย (Karen Berman, Joe Knight and John Case 2552 : 229-237)

1. อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรขั้นพื้นฐานของสินค้าหรือบริการนั้น

$$\text{อัตรากำไรขั้นต้น (\%)} = (\text{ขายสุทธิ} - \text{ต้นทุนขาย}) / \text{ขายสุทธิ}$$

2. อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin) เป็นตัววัดความสามารถในการสร้างกำไรของธุรกิจ

$$\text{อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (\%)} = \text{กำไรจากการดำเนินงาน} / \text{ขายสุทธิ}$$

3. อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) แสดงให้เห็นประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจในการทำกำไร หลังจากหักต้นทุนค่าใช้จ่ายรวมทั้งภาษีเงินได้หมดแล้ว

$$\text{อัตรากำไรสุทธิ (\%)} = \text{กำไรสุทธิ} / \text{ขายสุทธิ}$$

4. อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Return on Equity or ROE) แสดงให้เห็นว่าเงินลงทุนใน ส่วนของเจ้าของจะได้รับผลตอบแทนกลับคืนมาจากการดำเนินงานของกิจการนั้นในอัตราส่วนเท่าไร หากมีค่าสูง แสดงถึงประสิทธิภาพในการหากำไรสูงด้วย

$$\text{อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (\%)} = \text{กำไรสุทธิ} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}$$

เนื่องจากร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว จึงขอแสดงค่า ROE ด้วย อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

$$\text{อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (\%)} = \text{กำไรสุทธิ} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}$$

การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio)

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio) ใช้ประเมิน ความสามารถในการจัดการสินทรัพย์และหนี้สินของกิจการว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด (Karen Berman, Joe Knight and John Case 2552 : 249)

กิจการร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการให้บริการขนาดเล็ก จึงไม่มีสินคงคลังและไม่มี ลูกหนี้ จึงกำหนดให้วัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้วยอัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม (ROA) เท่านั้น

1. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (Return On Assets or ROA) เป็นการวัด ความสามารถในการหากำไรของสินทรัพย์ทั้งหมดที่ธุรกิจใช้ในการดำเนินงาน ว่าให้ผลตอบแทนจาก การดำเนินงานได้มากน้อยเพียงใด หากมีค่าสูง แสดงถึงการใชสินทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพ

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (\%)} = \text{กำไรสุทธิ} / \text{สินทรัพย์รวม}$$

ตารางที่ 22 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1	ดัชนีขาย	= $\frac{\text{ยอดขายของปีนั้น}}{\text{ยอดขายของปีฐาน}}$	100 %	110%	121%	133.10%	146.41%
2	อัตรากำไรขั้นต้น	= $\frac{\text{กำไรขั้นต้น}}{\text{ยอดขายรวม}}$	25.65%	27.68%	29.63%	31.50%	33.31%
3	อัตรากำไรจากการดำเนินงานต่อยอดขาย	= $\frac{\text{กำไรจากการดำเนินงาน}}{\text{ยอดขาย}}$	9.12%	13.67%	15.92%	18.09%	20.16%
4	อัตรากำไรสุทธิ	= $\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขาย}}$	6.86%	11.89%	14.55%	17.06%	19.42%
5	อัตรากำไรจากการดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวม (ROA)	= $\frac{\text{กำไรจากการดำเนินงาน}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$	16.48%	23.49%	24.95%	25.02%	24.70%
6	อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	= $\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$	18.18%	25.74%	25.74%	24.92%	23.79%

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

การวิเคราะห์ถึงผลตอบแทนจากการลงทุนจะทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงความคุ้มค่าของการลงทุน เพื่อช่วยในการตัดสินใจได้ว่าควรจะลงทุนในโครงการนั้นๆ หรือไม่ ผลตอบแทนที่ร้านกาแฟ Coffee all day นำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการลงทุนดำเนินธุรกิจ ดังนี้

จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

จุดคุ้มทุน (Break Even Point) หมายถึง จุดที่ปริมาณสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจจำหน่าย

ออกไปแล้ว มีผลทำให้รายได้เท่ากับต้นทุนของสินค้าหรือบริการที่ให้ภายในรอบระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอย่างสั้น ๆ ว่าเป็นจุดที่รายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม ณ จุดนี้เป็นจุดที่ไม่มีทั้งกำไรและขาดทุน ลักษณะของต้นทุนและค่าใช้จ่าย ซึ่งต้นทุนแบ่งเป็นต้นทุนผันแปร เป็นต้นทุนที่ผันแปร โดยตรงต่อปริมาณขายได้แก่ ต้นทุนสินค้า วัตถุดิบ วัสดุ แรงงานทางตรง และต้นทุนคงที่ คือต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณขาย และจะคงที่ภายในระดับปริมาณขายหรือปริมาณผลิตที่กำหนด ได้แก่ ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคา เงินเดือนผู้บริหาร ฯลฯ ตามสภาพของต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงนั้น ๆ ใ้ว่าจะเป็นส่วนต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่อย่างเด่นชัด แต่จะมีต้นทุนบางอย่างกึ่งคงที่และกึ่งผันแปร ต้นทุนประเภทนี้เป็นต้นทุนที่สร้างความยุ่งยากแก่ผู้วิเคราะห์เป็นอย่างมาก ในการที่จะหาเกณฑ์ในการจัดสรร

ต้นทุนดังกล่าว ได้แก่ค่าซ่อมแซม วัสดุคิบทางอ้อม แรงงานทางอ้อม สิ่งสาธารณูปโภค น้ำมัน เชื้อเพลิง ภาษี และค่าเช่าที่มีสัญญาจ่ายขั้นต่ำ ขณะเดียวกันค่าเช่าจะเพิ่มตามระดับการจำหน่าย เป็นต้น การแยกต้นทุนประเภทนี้ได้จะต้องเป็นข้อมูลภายในบริษัท ซึ่งต่างก็ถือเป็นความลับและเป็นเรื่องยาก หรือเกือบเป็นไปได้ที่บุคคลภายนอกจะล่วงรู้ข้อมูลเหล่านี้ การแยกค่าใช้จ่ายประเภทนี้ ผู้วิเคราะห์ จะต้องศึกษาพฤติกรรมของค่าใช้จ่ายแต่ละประเภท (เพชร ชุมทรัพย์ 2548 : 297-298)

ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	2,268,000.-	2,494,800.-	2,744,280.-	3,018,708.-	3,320,579.-
ต้นทุนคงที่	564,000.-	595,080.-	628,336.-	663,919.-	701,993.-
ต้นทุนผันแปร	1,447,120.-	1,472,740.-	1,501,174.-	1,532,721.-	1,567,711.-
กำไรส่วนเกิน : (รายได้-ต้นทุนผันแปร)	820,880.-	1,022,060.-	1,243,106.-	1,485,987.-	1,752,868.-
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน : (กำไรส่วนเกิน/ยอดขาย)	36.19%	40.97%	45.30%	49.23%	52.79%
จุดคุ้มทุน : (ต้นทุนคงที่/อัตรากำไรส่วนเกิน)	1,558,269.-	1,452,562.-	1,387,113.-	1,348,718.-	1,329,835.-

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลาทั้งหมดที่โครงการจะให้กระแสเงินสดสุทธิรวมเท่ากับเงินลงทุนที่จ่ายเริ่มแรกพอดี คำนวณระยะเวลาคืนทุนโดยคำนึงถึงค่าของเงินตามเวลาที่อัตราคิดลด 10 %

วิธีคำนวณ

ระยะเวลาคืนทุน = จำนวนปีก่อนคืนทุน + (เงินสดส่วนที่เหลือ / เงินสดรับในปีที่คืนทุน)

$$= 3 + (236,489 / 365,313)$$

$$= 3 + 0.65$$

DPB (Discounted Payback Period) เท่ากับ 3 ปี 7 เดือน 24 วัน

มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

การวิเคราะห์มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิเป็นการประเมินโดยการนำความสำคัญของค่าของเงินตามเวลาเข้ามาคิดด้วย วิธีการนี้จะหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับที่เกิดจากโครงการในแต่ละงวดมารวมกัน แล้วเปรียบเทียบกับมูลค่าปัจจุบันของเงิน โดยกำหนดอัตราส่วนลดหรือผลตอบแทนที่ต้องการ หากมีค่าเท่ากันหรือมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นศูนย์ แสดงว่าโครงการนั้นคุ้มทุนพอดี หากมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเข้ารวมกัน มีมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุน ถือว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนสูงกว่าที่เราต้องการหรือคาดหวังไว้ ควรจะลงทุนในโครงการนั้นหากไม่แล้ว ก็ควรปฏิเสธไม่ลงทุนในโครงการนั้น ร้านกาแฟ Coffee all day คำนวณมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิโดยคำนึงถึงค่าของเงินตามเวลาที่อัตราคิดลด 10 %

วิธีการคำนวณ

$$\begin{aligned} \text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} &= \text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ} - \text{มูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย} \\ &= (386,858 + 261,656 + 314,996 + 365,313 + 412,867) - 1,200,000 \\ &= 541,690 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ตารางที่ 24 แสดงกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ

(บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินลงทุน	-1,200,000.-					
กระแสเงินสดสุทธิระหว่างปี		425,540.-	316,622.-	419,268.-	534,865.-	664,949.-
อัตราคิดลด 10%		0.9091	0.8264	0.7513	0.6830	0.6209
กระแสเงินสดสุทธิของโครงการ	-1,200,000.-	386,858.-	261,656.-	314,996.-	365,313.-	412,867.-
NPV	541,690.-					

การจำลองสถานการณ์ด้วยสมมติฐานทางการเงิน

สมมติฐานทางการเงิน เป็นการกำหนดปัจจัยหลัก ๆ ของการดำเนินงานเพื่อประมาณการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานอยู่บนสมมติฐานทางการเงินเมื่อเทียบกับสภาวะปกติ (Normal Case) ที่ประมาณการ ในกรณีที่กิจการประสบผลสำเร็จในการดำเนินการเป็นไปในทางที่ดีที่สุด (Best Case) สมมุติให้ผลประกอบการเติบโตขึ้น 20% (Growth 20%) และในทางตรงข้าม หากกิจการไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Worst Case) สมมติ

ให้ผลประกอบการต่ำกว่าที่ประมาณการไว้ 20% (Drop 20%) อย่างไรก็ตามร้านกาแฟ Coffee all day ก็ยังคงมีกำไรจากการประกอบการอยู่ในระดับที่น่าพอใจ

แสดงสมมุติฐานทางการเงินในสภาวะปกติ

ตารางที่ 25 แสดงสมมุติฐานทางการเงินในสภาวะปกติ

(บาท)

สภาวะปกติ (Normal Case)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	2,268,000.-	2,494,800.-	2,744,280.-	3,018,708.-	3,320,579.-
กำไรขั้นต้น	581,760.-	690,579.-	813,139.-	951,015.-	1,105,951.-
กำไรสุทธิ	155,540.-	296,622.-	399,268.-	514,865.-	644,949.-
เงินสด	425,540.-	742,162.-	1,161,430.-	1,696,294.-	2,361,244.-
สินทรัพย์รวม	1,255,540.-	1,452,162.-	1,751,430.-	2,166,294.-	2,711,244.-
กำไรสะสม	155,540.-	452,162.-	851,430.-	1,366,294.-	2,011,244.-

แสดงสมมุติฐานทางการเงินในสภาวะประสบความสำเร็จ

ตารางที่ 26 แสดงสมมุติฐานทางการเงินในสภาวะประสบความสำเร็จ

สภาวะประสบ ความสำเร็จ (Best Case: Growth 20%)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	2,721,660.-	2,993,760.-	3,293,136.-	3,622,450.-	3,984,695.-
กำไรขั้นต้น	689,112.-	828,695.-	975,767.-	1,141,218.-	1,327,141.-
กำไรสุทธิ	186,648.-	355,946.-	479,122.-	617,837.-	773,939.-
เงินสด	510,648.-	890,594.-	1,393,716.-	2,035,553.-	2,833,493.-
สินทรัพย์รวม	1,506,648.-	1,742,594.-	2,101,716.-	2,599,553.-	3,253,493.-
กำไรสะสม	186,648.-	542,594.-	1,021,716.-	1,639,553.-	2,423,493.-

แสดงสมมุติฐานทางการเงินในสถานะไม่ประสบความสำเร็จ

ตารางที่ 27 แสดงสมมุติฐานทางการเงินในสถานะไม่ประสบความสำเร็จ

สถานะไม่ประสบความสำเร็จ ความล้มเหลว (Worst Case: Drop 20%)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	1,814,400.-	1,995,840.-	2,195,424.-	2,414,966.-	2,656,463.-
กำไรขั้นต้น	465,408.-	552,463.-	650,511.-	760,812.-	884,761.-
กำไรสุทธิ	124,432.-	237,297.-	319,415.-	411,892.-	515,959.-
เงินสด	340,432.-	593,729.-	929,144.-	1,357,036.-	1,888,995.-
สินทรัพย์รวม	1,004,432.-	1,161,729.-	1,401,144.-	1,733,036.-	2,168,995.-
กำไรสะสม	124,432.-	361,729.-	681,144.-	1,093,036.-	1,608,995.-

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 10

การวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงโครงการ

การบริหารความเสี่ยงของโครงการเป็นเรื่องสำคัญและหลีกเลี่ยงไม่ได้ แม้การตัดสินใจโดยการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) จะช่วยให้มีความมั่นใจในผลสำเร็จว่าจะสามารถจัดการความเสี่ยงได้ และจะทำให้โครงการบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การดำเนินการตามโครงการก็อาจเกิดความเสี่ยงได้อีกและอาจเกิดผลกระทบกับความสำเร็จของโครงการ การบริหารความเสี่ยงด้านงบประมาณ ความเสี่ยงด้านค่าใช้จ่าย ความเสี่ยงด้านกำหนดการและความเสี่ยงด้านเทคนิค หากไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่ วางแผนปฏิบัติการแก้ไข ติดตามประเมินผล ผลเสียหายอย่างร้ายแรงย่อมเกิดขึ้นกับโครงการได้

ผู้จัดการหรือหัวหน้าโครงการจึงต้องให้ความสำคัญเรื่องการบริหารความเสี่ยง โดยนำไปใส่ไว้ในแผนบริหารโครงการ ดำเนินการประเมินความเสี่ยง วิเคราะห์ความเสี่ยง จัดลำดับความสำคัญและควบคุมความเสี่ยง ก็เป็นที่เชื่อมั่นได้ว่าการดำเนินการจะประสบความสำเร็จ

โครงการเป็นชุดของกิจกรรมที่จะดำเนินการเรื่องใดเรื่องหนึ่งในอนาคต โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมาดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ ภายใต้กรอบเวลาอันจำกัด ซึ่งเป็นกำหนดการปฏิบัติการในอนาคต ความเสี่ยงจึงอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา อันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนและความจำกัดของทรัพยากรโครงการ ผู้บริหารโครงการจึงต้องจัดการความเสี่ยงของโครงการ เพื่อให้ปัญหาของโครงการลดน้อยลงและสามารถดำเนินการให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

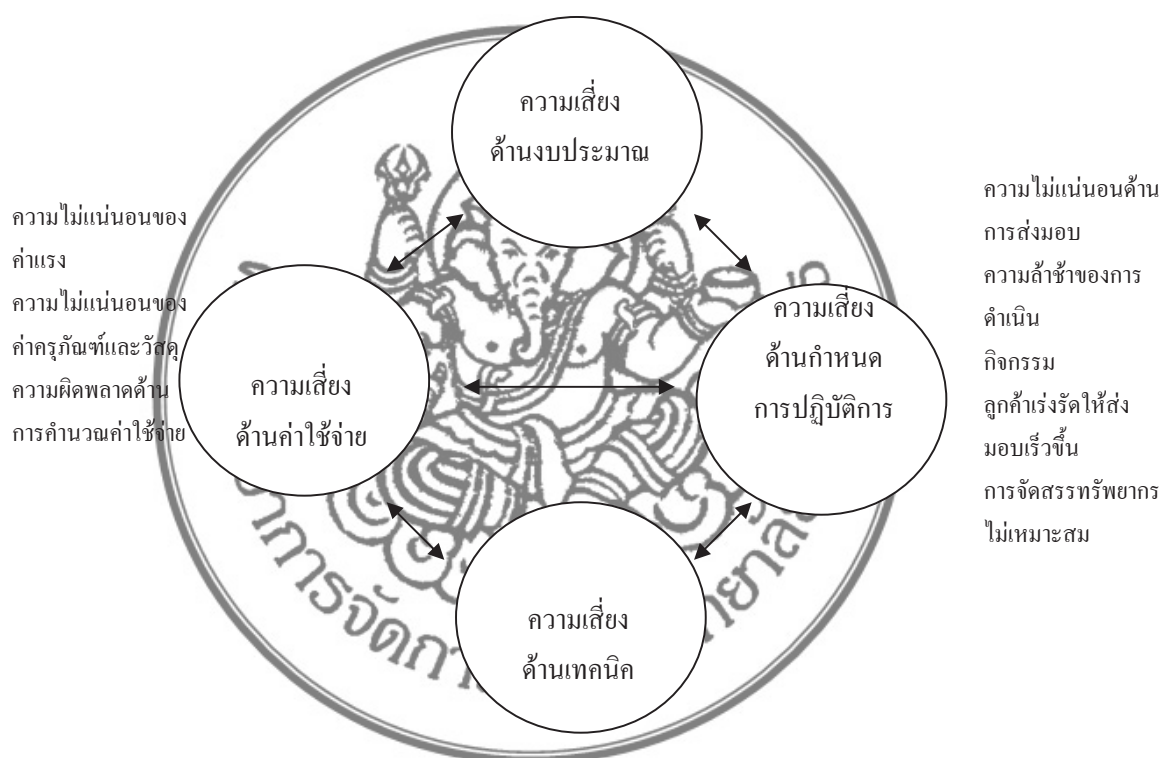
ความหมายของความเสี่ยง

ความเสี่ยง (Risk) เป็นสิ่งที่เกิดจากการรวมตัวกันของข้อจำกัด (Constraint) และความไม่แน่นอน (Uncertainty) เราต้องการเผชิญข้อจำกัดและความไม่แน่นอนของโครงการ ด้วยการลดความเสี่ยงของโครงการให้ต่ำสุดโดยการขจัดข้อจำกัดหรือลดความไม่แน่นอน ลงให้มากที่สุด

ความเสี่ยงคือ การวัดการไร้ความสามารถที่จะดำเนินการให้วัตถุประสงค์ของโปรแกรมประสบความสำเร็จ ภายใต้งบประมาณ กำหนดเวลาและข้อจำกัดด้านเทคนิคที่เผชิญอยู่ ดังนั้นความเสี่ยงจึงประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ โอกาสที่จะไม่สามารถประสบความสำเร็จตามผลลัพธ์

ที่ต้องการและการจัดการแก้ไขผลที่ตามมาของความล้มเหลวนั้น ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงมี 4 ด้าน ดังปรากฏในภาพที่ 13

ข้อจำกัดด้านทุน
ความไม่แน่นอนในการสนับสนุนเงินทุน



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ความต้องการด้านโครงการสร้างพื้นฐาน
การวิเคราะห์วิธีการดำเนินงาน

ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

เทคโนโลยีที่นำมาใช้ยังเชื่อถือไม่ได้

สมาชิกทีมงานไม่ได้รับการฝึกอบรมอย่างเหมาะสม

ภาพที่ 13 แสดงแผนภูมิปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงของโครงการ

ที่มา : สงวน ช่างฉัตร, การบริหารความเสี่ยงของโครงการ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2553 เข้าถึงได้จาก <http://www.psu.ac.th/project/prm2.doc>

การวิเคราะห์และการบริหารความเสี่ยง

การวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk Analysis) เป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารโครงการและผู้เกี่ยวข้องในโครงการทุกคน เนื่องจากสามารถช่วยระบุสิ่งกีดขวางที่ทำให้โครงการไม่สำเร็จตามเป้าหมายได้ ทั้งความผิดพลาดด้านกำหนดการ ค่าใช้จ่าย และการยุติโครงการ การวิเคราะห์ความเสี่ยงก่อให้เกิดการสืบสวนและประเมินปัญหาแต่เริ่มต้น การปรับปรุงการปฏิบัติตามแผนอย่างเหมาะสม รวมทั้งการตรวจติดตามผลการบริหารความเสี่ยง การวิเคราะห์ความเสี่ยงและการบริหารโครงการเป็นกระบวนการที่สามารถวิเคราะห์ และจัดการความเสี่ยงซึ่งสัมพันธ์กับโครงการนั้น ดังนั้นการดำเนินการอย่างเหมาะสมจะช่วยเพิ่มพูนความสำเร็จของโครงการได้อย่างสมบูรณ์แบบทั้งด้านค่าใช้จ่าย เวลาและการปฏิบัติการให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ อาจกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์ความเสี่ยงและการบริหารโครงการเป็นกระบวนการที่ออกแบบให้สามารถเคลื่อนย้ายหรือลดความเสี่ยงที่คุกคามความสำเร็จของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประโยชน์ของการวิเคราะห์การบริหารความเสี่ยง

การวิเคราะห์และการบริหารความเสี่ยงนอกจากเกิดประโยชน์กับโครงการแล้วยังส่งผลถึงองค์กรและลูกค้าที่มาใช้หรือขอรับบริการอีกด้วย ซึ่งพอสรุปได้ ดังนี้ :-

1. สามารถสร้างเสริมความเข้าใจโครงการและจัดทำแผนที่ใกล้เคียงความเป็นจริง มากขึ้นในแง่การประมาณการค่าใช้จ่าย และระยะเวลาดำเนินการ
2. เพิ่มพูนความเข้าใจความเสี่ยงในโครงการมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบที่จะเกิดกับโครงการหากจัดการความเสี่ยงไม่เหมาะสมหรือละเลยการบริหารความเสี่ยงนั้น
3. มีอิสระในการพิจารณาความเสี่ยงของโครงการซึ่งจะช่วยให้การตัดสินใจจัดการความเสี่ยงให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพมากขึ้น
4. ทำให้ยอมรับความเสี่ยงได้มากขึ้น และสามารถได้ประโยชน์จากการยอมรับความเสี่ยงนั้นได้มากขึ้นด้วย

ประเภทของความเสี่ยง

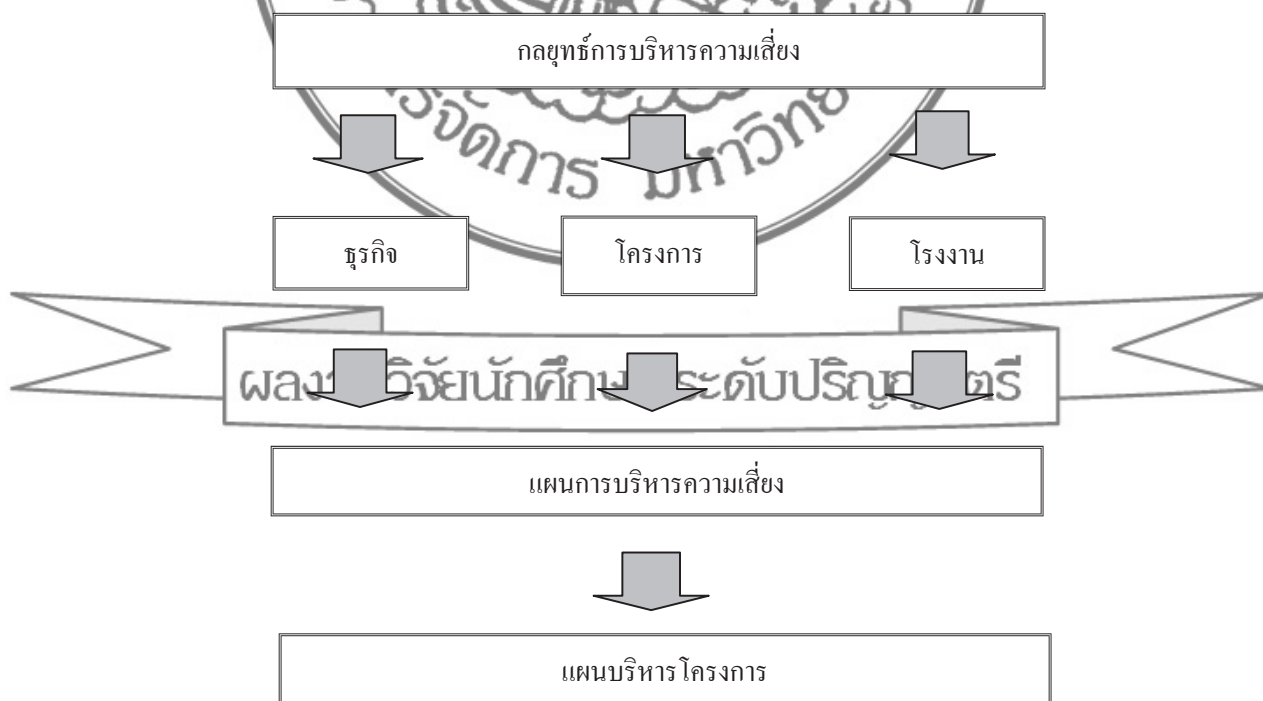
1. ความเสี่ยงด้านระบบการจัดการ ความเสี่ยงประเภทนี้อาจจะเกิดจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเมือง การดำเนินการที่ผิดกฎหมายหรือข้อบังคับ การถูกฟ้องร้องเรื่องที่เกี่ยวข้องข้อตกลงในสัญญา ส่วนปัจจัยภายในอาจเป็นเรื่อง ข้อจำกัดด้านบุคลากรและข้อจำกัดด้านการเรียนรู้ โดยทั่วไป ความเสี่ยงด้านระบบการจัดการจะเป็นปัญหาด้านความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ วัฒนธรรม องค์กรและทักษะการจัดการทีมงาน

2. ความเสี่ยงด้านกำหนดเวลาการดำเนินโครงการ ความเสี่ยงประเภทนี้ คือ การไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามเวลาที่กำหนดภายใต้งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรไว้แล้ว ซึ่งเกี่ยวข้องกับทั้งเวลา คน เงินและวัสดุ ความเสี่ยงประเภทนี้คล้ายกับความเสี่ยงด้านระบบการจัดการแต่มีจุดเน้นมากกว่า เช่น จะร่วมมือกันแก้ปัญหาในขั้นตอนสุดท้ายของกำหนดการปฏิบัติงาน เมื่อสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เกิดขึ้น คือ เวลาและทรัพยากรลดน้อยลงได้อย่างไร

3. ความเสี่ยงด้านค่าใช้จ่าย ความเสี่ยงประเภทนี้คือ ไม่มีงบประมาณเพื่อทำงานตามที่มอบหมายภายในเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจเกิดจากการประมาณการค่าใช้จ่ายของกิจกรรมต่างๆ ผิดพลาด กำหนดราคาผิดและตัดสินใจผิดพลาด

4. ความเสี่ยงด้านเทคนิค ความเสี่ยงประเภทนี้เป็นความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการของหน่วยงานผู้ซื้อ ความเกี่ยวพันด้านนี้คือ ระบบงานจะไม่สามารถดำเนินงานได้ตามข้อกำหนดหรือความต้องการของผู้ซื้อ ส่วนในแง่ของหน่วยปฏิบัติการความเกี่ยวพันด้านนี้คือ ระบบงานจะไม่สามารถผลิตตามข้อกำหนดหรือคุณลักษณะเฉพาะตามที่ต้องการได้

ความเสี่ยงทั้ง 4 ด้านดังกล่าวแล้วเกิดจากการดำเนินการโครงการภายใต้ข้อจำกัดด้านค่าใช้จ่าย เวลาและการปฏิบัติการซึ่งมีความสำคัญและมีส่วนเกี่ยวข้องกันดังแสดงไว้ในภาพที่ 14



ภาพที่ 14 แสดงแผนภูมิความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง การตัดสินใจ แผนจัดการความเสี่ยง และแผนบริหารโครงการ

ความเสี่ยงและขนาดของโครงการ

การบริหารโครงการต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงทั้งด้านค่าใช้จ่าย เวลา และการปฏิบัติการตามแผนที่วางไว้ เนื่องจากโครงการมีหลายขนาดและความเสี่ยงยังมีส่วนสัมพันธ์กับขนาดโครงการอีกด้วย ความเสี่ยงในการดำเนินโครงการขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ มีดังนี้

1. โครงการขนาดเล็ก (Small Projects) ส่วนใหญ่มักมีความเสี่ยงไม่มากนัก เพราะมีระยะเวลาดำเนินการสั้น ปัญหาการบริหารโครงการขนาดเล็กที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจึงมีน้อยตามไปด้วย

2. โครงการขนาดกลาง (Medium Projects) ความเสี่ยงจะมีเพิ่มมากกว่าโครงการขนาดเล็ก เมื่อดำเนินโครงการจึงจำเป็นต้องประเมินความเสี่ยงของโครงการ ระบุระดับความเสี่ยงว่าอยู่ระดับใด ซึ่งส่วนมากจะแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ สูง กลางและต่ำ จัดทำแผนการบริหารความเสี่ยงที่อยู่ในระดับสูงว่าจะดำเนินการอย่างไร จะละเลย ตรวจสอบ หลีกเลี่ยง มอบหมายให้บุคคลที่สาม หรือจะดำเนินการจัดให้เบาบางลง (Mitigation) การจัดทำแผนการบริหารความเสี่ยงที่อยู่ในระดับกลาง หากตรวจพบว่ามีผลกระทบรุนแรงกับโครงการและตรวจสอบความเสี่ยงระดับต่ำว่า มีศักยภาพที่จะสร้างปัญหาให้กับโครงการหรือไม่ อย่างไรก็ตามเนื่องจากความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ จึงนำสรุปได้ว่าเงื่อนไขจะไม่เกิดขึ้น ผู้จัดการโครงการจะต้องนำแผนการบริหารความเสี่ยงไปใส่ไว้ในแผนบริหารโครงการด้วย ซึ่งจะทำให้มีการตรวจสอบความสำเร็จของการบริหารความเสี่ยงต่อไป

3. โครงการขนาดใหญ่ (Large Projects) กระบวนการบริหารความเสี่ยงจะเหมือนกับการบริหารความเสี่ยงของโครงการขนาดกลาง แต่จะต้องใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความเสี่ยงเชิงปริมาณ และการวิเคราะห์ความเสี่ยงเชิงคุณภาพเข้ามาช่วยและจัดทำแผนเพื่อเหลือเพื่อขาด (Contingency Plan) หรือแผนการบริหารความเสี่ยงเป็นกรณีหรือแผนการบริหารความเสี่ยงตามความไม่แน่นอนด้วย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การบริหารความเสี่ยงกับการตัดสินใจ

การบริหารความเสี่ยงช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ใน 3 ระดับ คือ

1. การตัดสินใจทางกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Strategic Business Decisions) ว่ากำลังดำเนินธุรกิจได้ถูกต้องหรือไม่ จะดำเนินโครงการอะไร ผลตอบแทนการลงทุนพอเพียงหรือไม่ มีความเป็นไปได้ในการจำกัดการลดขนาดขององค์กรหรือไม่ กลยุทธ์ทางเลือกที่ดีที่สุดของโครงการคืออะไร

2. การตัดสินใจโครงการ (Project Decision) ความเสี่ยงที่สำคัญที่สุดของโครงการคืออะไร การดำเนินโครงการจะประสบความสำเร็จตามงบประมาณและระยะเวลาที่กำหนดไว้หรือไม่ จะตรวจสอบและจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องได้อย่างไร

3. การตัดสินใจด้านโรงงานหรือกระบวนการ (Plant or Process Decisions) อันตรายจากการดำเนินการตามขั้นตอนคืออะไร จะจัดการปัญหาด้านสภาพแวดล้อม และความปลอดภัยในโรงงานอย่างไร เราจะแน่ใจได้อย่างไรว่าการกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยจะมีค่าใช้จ่ายต่ำสุด การบริหารโครงการจึงต้องมีกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงเพื่อตัดสินใจด้านธุรกิจ โรงงานและโครงการ ซึ่งจะต้องนำไปจัดทำแผนปฏิบัติการและแผนบริหารโครงการ

การดำเนินงานโครงการเป็นเรื่องของการจัดกิจกรรมในอนาคตที่จะต้องใช้งบประมาณและเวลาอันจำกัด ความเสี่ยงของโครงการจึงอาจเกิดขึ้นได้จากหลายองค์ประกอบ เช่น ความเสี่ยงด้านค่าใช้จ่ายอันเนื่องมาจากการคำนวณค่าใช้จ่ายผิดพลาด การตัดสินใจทางธุรกิจผิดพลาด หรืออาจเกิดจากรiskด้านเทคนิคได้แก่เทคโนโลยีที่ใช้อยู่ยังเชื่อถือไม่ได้ ความไม่เข้าใจเทคโนโลยี การมีข้อจำกัดด้านประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยี สมาชิกไม่ได้รับการฝึกอบรมในเรื่องที่จำเป็น เป็นต้น

การบริหารความเสี่ยงของโครงการจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุลงได้ โครงการสำคัญจำเป็นต้องประเมินความเสี่ยง โดยผู้จัดการจะต้องวางแผนการบริหารความเสี่ยงเพื่อระบุและควบคุมการปฏิบัติงาน ค่าใช้จ่ายและความเสี่ยง ด้านการดำเนินการให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา การบริหารความเสี่ยงของโครงการควรให้ครอบคลุม 4 ด้าน คือ การวางแผน การจัดสรรทรัพยากร การควบคุมและการติดตามผลหรืออาจกำหนดมาตรฐานการบริหารความเสี่ยงและคู่มือการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป (สงวน ช่างฉัตร 2547 : 7-18)

การประเมินความเป็นไปได้ของกิจการ

ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการที่ประกอบธุรกิจในลักษณะเจ้าของคนเดียว ไม่มีหุ้นส่วน เป็นกิจการขนาดเล็ก ใช้เงินลงทุน ประมาณ 1,500,000 บาท ซึ่งกิจการได้ดำเนินวางแผนการดำเนินงานเพื่อลดความเสี่ยงของธุรกิจ ดังนี้

1. ร้านกาแฟ Coffee all day เป็นกิจการที่เปิดใหม่ ดำเนินธุรกิจร้านกาแฟเป็นครั้งแรก จึงทำให้ยังไม่มีลูกค้า หรือมีลูกค้าน้อยราย ผู้ประกอบมีแผนที่จะประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายก่อนเปิดกิจการ ประมาณ 1 เดือน โดยจัดทำแผ่นปลิวแจกตามหน่วยงานต่างๆ หอพักนักศึกษาและชุมชนใกล้เคียงกับร้านกาแฟ Coffee all day

2. ความเสี่ยงด้านเทคนิคการปฏิบัติงานในการชงกาแฟ อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ ต้องคอยหมั่นดูแล ทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการใช้งานที่มีประสิทธิภาพและสะอาดถูกหลักอนามัย ป้องกันการชำรุดเสียหาย เป็นการประหยัดต้นทุนด้านการดูแลรักษาอุปกรณ์อีกด้วย

3. กระแสการบริโภคกาแฟในปัจจุบันมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งแต่เดิมผู้บริโภคจะเป็นผู้สูงอายุแต่ในปัจจุบันอายุของผู้บริโภคไม่มีผลต่อการดื่มกาแฟ
4. ต้นทุนการดำเนินงานในระยะแรกมีสูง
5. กาแฟสดเป็นเครื่องดื่มเฉพาะกลุ่ม บริโภคเฉพาะเวลาและโอกาส
6. การแข่งขันสูงมีทั้งคู่แข่งเดิมและคู่แข่งรายใหม่

แนวทางแก้ไข

1. จัดกิจกรรมทางการตลาดให้มากขึ้นผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น แจกแผ่นพับ การออกร้านในงานต่าง ๆ เป็นต้น
2. ให้ส่วนลดหรือรายการส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น
3. วิเคราะห์ตลาดและวางแผนใหม่ในการส่งเสริมการขาย
4. มีการรองรับการพัฒนาฝีมือบุคลากร โดยการจัดโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อเสริมทักษะความรู้ด้านการทำงาน โดยเฉพาะให้แก่พนักงานของร้าน
5. สร้างบรรยากาศร้านกาแฟให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายทุกครั้งที่มาในร้าน และมีสินค้ารองรับเป็นเครื่องดื่มสุขภาพเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่รักษาสุขภาพ
6. รักษาคุณภาพและรสชาติของกาแฟให้ได้มาตรฐาน และปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ เพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้นและบอกต่อ ๆ กันแบบปากต่อปาก ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีต้นทุนในการดำเนินงานเลย

แผนในอนาคต

กิจการมีการวางแผนเพื่อรองรับการดำเนินการในอนาคตเมื่อกิจการสามารถดำเนินการไปได้ตามเป้าหมายที่กำหนด ดังนี้

1. ขยายขอบเขตของการให้บริการในสินค้าอื่น เช่น เปิดร้านขายหนังสือควบคู่ไปกับกิจการร้านกาแฟที่ดำเนินกิจการอยู่แล้ว เพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มที่รักการอ่านและพร้อมที่จะซื้อหนังสือที่ต้องการ
2. ศึกษาความเป็นไปได้ที่จะทำการเพิ่มพื้นที่ร้านหรือขยายสาขาอีกในอนาคต

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กุลวรา เลิศสิทธิชัย. "ปัจจัยที่มีต่อการเลือกรูปแบบลงทุนธุรกิจร้านกาแฟสด ณ ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม". การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2551.
- กาญจน์มุนี ศรีวิศาลเทพ (ร้อยตะวัน). คุณรู้เรื่องกาแฟดีแค่ไหน (ภาค 2). กรุงเทพฯ : บริษัท โฟร์พรินท์ติ้ง จำกัด, 2548.
- กฤษดา เสกตระกูลและคณะ. พีชิตธุรกิจแบบมีอาชีพ ชดบันไดสู่ความมั่งคั่ง. กรุงเทพฯ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2546.
- กาแฟพรวน รวยด้วยกาแฟ. กรุงเทพฯ : พีเพิล มีเดีย, 2549.
- จักร อินทจักรและเกรียงไกร เจียมบุญศรี. คู่มือการบริหารทรัพยากรบุคคล : ศาสตร์และศิลป์ของการเพิ่มศักยภาพบุคคล. กรุงเทพฯ : บริษัทมีวงษ์ มีเดีย, 2548.
- โจแอนน่า ฟ. คู่มือการเปิดร้านกาแฟแบบสมบูรณ์ การสร้างร้านกาแฟอดนิยมน. กรุงเทพฯ : บริษัท ส.เจริญ การพิมพ์ จำกัด, 2553.
- ช่อทิพย์วรรณ พันธุ์แก้ว. กาแฟเพื่อสุขภาพ พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ดันธรรมการพิมพ์, 2553.
- เดโชชัย รื่นรมย์. "กลยุทธ์การพัฒนารุคกิจการกาแฟของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครสวรรค์". วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2549.
- ชนกร เอกเผ่าพันธุ์. หลักการบัญชี. กรุงเทพฯ : หจก.สำนักพิมพ์ฟิลิกส์เซ็นเตอร์, 2543.
- ธนาคารออมสิน. ข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.mga.co.th>
- ประดิษฐ์ ภิญญากาศกุล. แผนกลยุทธ์กลยุทธ์ความสำเร็จในการบริหารงานและธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์นิยมนวิทยา, 2553.
- ประยงค์ ใจชื่อ. การบริหารกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.
- พัคตร์ผจง วัฒนสินธ์และพสุ เดชะรินทร์. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 25 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.guru.thaibizcenter.com/article/detail.asp?kid=8925>
- พิถพ อุดร. สามประสานเพื่อบริการเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เวลาดี, 2547.

เพชร ชุมทรัพย์. วิเคราะห์งบการเงิน หลักและการประยุกต์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. การวิเคราะห์สวอด. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://th.wikipedia.org/wiki>.

วาณี คำดี. การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน. กรุงเทพฯ : หจก.สำนักพิมพ์ ภูมิบัณฑิต, 2545.

วารุณี ตันตวิงศ์วาณิช และคนอื่น ๆ. หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2541.

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. การบริหารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 7, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรินทร์, 2544.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. Service Marketing. กรุงเทพฯ : นัทรียพับลิค, 2546.

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ธุรกิจร้านกาแฟสด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บริษัท ฟิทู ดีไซน์ แอนด์ พรินท์ จำกัด, 2551.

สุนีย์ วรรณโกมล และชานินทร์ ศิลปจารุ. "การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ".วารสารภาควิชาการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2552.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. กลยุทธ์การตลาด การบริหารตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด, 2541.

ศุภกิจ ทองเสมา, อูษา เปลี่ยนขาว และเสริมพล นิโคธานนท์. "แผนธุรกิจ (Business Plan) ของบริษัท Coffee Dee จำกัด ธุรกิจกาแฟด้วยคแบบพร้อมดื่ม". การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์. "เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยธุรกิจกาแฟ" Invesment Promotion Journal (เมษายน 2546) : 29-41.

รู้เรื่องกาแฟ! ชาวดี! ดื่มชา-กาแฟเป็นประจำป้องกันโรคหัวใจ-มะเร็งของปาก [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2553 เข้าถึงได้จาก http://www.healthcorners.com/2007/coffe_web/menu_hot_coffee_report.php.

สงวน ช่างฉัตร. การบริหารความเสี่ยง [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 24 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.psr.u.ac.th/project/prm2.doc>.

ภาษาอังกฤษ

Karen Berman, Joe Knight and John Case. Financial Intelligence. Boston : Harvard Business School Press, 2009



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

ประวัติกาแฟ

(ช่อทิพย์วรรณ พันธุ์แก้ว, 2553)



ความหมายของคำว่า กาแฟ ในภาษาอังกฤษ คำว่า กาแฟ ใช้ครั้งแรกถึงกลางพุทธศตวรรษที่ 210 รูปแบบแรกเริ่มของคำย้อนหลังไปในปลายพุทธศตวรรษที่ 200 มาจากภาษาอิตาลี คำว่า คัฟเฟาะ (Caffe) คำนี้ยืมมาจากคำว่า คาเวห์ (Kaveh) ของอาณาจักรออตโตมานและภาษา คาห์วา (qahwa) ในภาษาอาหรับ

ต้นกำเนิดสมัยอาหรับในยุคนั้นไม่แน่ชัด อาจได้มาทั้งชื่อของคัฟเฟาะ (kaffa) ในเขตเอธิโอเปียของเอธิโอเปียตะวันตก ที่เพาะปลูกกาแฟ หรือการตัดคำให้สั้นของ คาห์วัต อัล บุนน์ (qahwat albunn) ที่มีความหมายว่า “ไวน์แห่งเมล็ดถั่ว” ในอาหรับในเอริเทรีย (Eritrea: มณฑลในเอธิโอเปีย) คำว่า บุนน์ (bunn) มีความหมายว่า “ไวน์แห่งเมล็ดพันธุ์” ส่วนในอัมฮาริก (Amharic) เรียกกาแฟว่า บุนนา (bunna)

ความนิยมในกลิ่นและรสของกาแฟ ถิ่นกำเนิดขึ้นมาเนิ่นนานตั้งแต่ช่วงคริสต์วรรษที่ 600-800 บนผืนแผ่นดินแอฟริกาตะวันออก หรือประเทศเอธิโอเปียในปัจจุบัน เมื่อนายคาลดี คนเลี้ยงแพะเห็นแพะของเขามีอาการตื่นตัว กระปรี้กระเปร่า เมื่อมันได้กินเมล็ดพืชเล็กๆ สีแดงที่ขึ้นอยู่ในป่าแถบนั้น ว่าแล้วจึงลองชิมด้วยตัวเองดูบ้าง ผลที่ได้คือเขารู้สึกสดชื่นไปตลอดวัน โดยไม่รู้สึกรังงวงงเลยซักนิด แล้วยังมีกำลังวังชากว่าแต่ก่อนเสียอีก เขาจึงเริ่มป่าวประกาศแนะนำเจ้าพืชมหัศจรรย์นี้ให้กับเพื่อนฝูง จนเป็นที่รู้จักและขยายวงกว้างออกไปเรื่อยๆ จากประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง โดยเฉพาะในกลุ่มนักบวชชาวคริสต์

จากจุดเริ่มต้นเล็กๆ น้อยคนนักจะคาดถึงว่ากาแฟจะเข้ามาอยู่ในวิถีชีวิตของผู้คนโดยปริยาย ด้วยความนิยมในกาแฟเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นำไปสู่การคิดแปลงวิธีการปรุงกาแฟอันหลากหลายตามไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นผสมเมล็ดกาแฟเข้ากับแป้งแล้วนำไปต้มจนเดือดกลายเป็นชุปชั้นชั้นเลิศ หรือนำผลกาแฟสุกมาบดรวมกับไขมันสัตว์และเติมเนื้อสัตว์บางประเภทลงไปปั่นเป็นก้อนนำไปตากแดดให้แห้ง ก็จะกลายเป็นอาหารกินยามที่ต้องรอนแรมไปในทะเลทราย

เดิมการบริโภคกาแฟยังไม่ได้เป็นรูปแบบของเครื่องดื่มดังเช่นทุกวันนี้ แต่เมื่อผ่านการลองผิดลองถูก ประยุกต์สารพัดวิธีการมาดัดแปลงกันเข้า ในที่สุดมนุษยชาติก็ได้ค้นพบวิธีการนำผลกาแฟไปคั่วแล้วกรองน้ำมาดื่ม จนกลายเป็นเครื่องดื่มสีกัดารสมนาม “กาแฟ”

ยุคกลางในยุโรป (ประมาณคริสต์วรรษที่ 13) มีการนำเมล็ดกาแฟมาตากแห้งเพื่อให้สามารถเก็บได้ยาวนานขึ้น กระทั่งในปี ค.ศ.1475 ร้านกาแฟแห่งแรกของโลกได้เปิดให้บริการขึ้นที่กรุงคอน สแตนติโนเปิล หรือกรุงอิสตันบูลของตุรกีในปัจจุบัน นับจากนั้นกาแฟก็เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อชีวิต ผู้คน สังคม และเศรษฐกิจมากขึ้นทุกวัน ร้านกาแฟกลายเป็นจุดนัดพบ สถานที่สังสรรค์ เจรจาทุรกีจ แหล่งรวบรวมความรู้ และแหล่งข้อมูล เพื่อการบอกเล่าเรื่องราวในชีวิตของคนคอเดียวกัน

เมื่อยุคล่าอาณานิคมเริ่มต้นขึ้น กองทัพเรืออันเกรียงไกรของชาวดัตช์ได้นำเมล็ดกาแฟจากดินแดนอาระเบีย ตะวันออกกลาง ไปแพร่พันธุ์ในพื้นที่ต่างๆ ทุกทวีป จนสามารถพัฒนาสายพันธุ์ให้เข้ากับสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศของแต่ละพื้นที่ หล่อหลอมจนกลายเป็นสายพันธุ์กาแฟชั้นเลิศกระจายอยู่ทั่วทุกมุมโลกเช่นปัจจุบัน

แรกมีกาแฟในไทย

คนไทยได้ลิ้มรสกาแฟมาตั้งแต่เมื่อครั้งกรุงศรีอยุธยาแล้ว ต้นนิยฐานว่าน่าจะเข้ามาจากช่องทางการค้า การเดินเรือติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้ากับชาวต่างชาติ โดยเฉพาะพวกแขกมัวร์

คนไทยรู้จักกาแฟครั้งแรกและเรียกเครื่องดื่มชนิดนี้ว่า "ข้าาแฟ" อีกทั้งยังมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวไว้ว่า สมัยรัชกาลที่ 4 เรียกว่า "กะแฟ" และเพี้ยนเป็น "กาแฟ" จนกลายเป็น "กาแฟ" ในปัจจุบัน

กาแฟจันทบูร คือชื่อกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ต้นแรกนำเข้ามาปลูกบนแผ่นดินสยามเมื่อ พ.ศ.2393 โดยพระสารสาสน์พลินธ์ ข้าราชการบริวารชาวอิตาลี เหตุที่ชื่อว่ากาแฟจันทบูร ก็เพราะสถานที่ปลูกคือจังหวัดจันทบูรนั่นเอง

จากนั้นในปี พ.ศ.2517 ที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก กรมวิชาการเกษตรได้นำเมล็ดกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ซึ่งถือว่าเป็นสายพันธุ์ดีที่สุดในโลกจากปาปัวนิวกินี มาปลูกเป็นแปลงสาธิตให้กับเกษตรกรและชาวไทยภูเขาในพื้นที่ ต่อมากาแฟก็กลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่พบชีวิตชาวไทยในเขตจังหวัดภาคเหนือในที่สุด ส่วนกาแฟโรบัสต้า จะนิยมปลูกกันทางภาคใต้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของกาแฟพันธุ์นี้ ที่จะงอกงามได้ดีบนพื้นที่ราบ สภาพดินฟ้าอากาศร้อนและที่สำคัญคือทนทานต่อโรคราสนิม ซึ่งเป็นศัตรูตัวฉกาจของกาแฟ สำหรับการเดินทางของกาแฟโรบัสต้า นำเข้ามาจากประเทศแถบอินโดนีเซียและมาเลเซียในช่วงปี พ.ศ.2477 โดยทำการทดลองปลูกครั้งแรกที่อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

สายพันธุ์กาแฟชั้นเยี่ยม (ชนิดของกาแฟ)

(กาแฟอาราบิก้า รวยด้วยกาแฟ, 2549)

สายพันธุ์แท้ของกาแฟในโลกสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 สายพันธุ์ด้วยกัน คือ

1. อาราบิก้า (Coffee Arabica) ได้ชื่อว่าเป็นพันธุ์กาแฟที่ดีที่สุด มีรสชาติกลมกล่อม หอมมัน จึงเป็นที่นิยมบริโภคมากที่สุด ว่ากันว่ากาแฟอาราบิก้าครองส่วนแบ่งทางตลาด 75 % ของมูลค่าการซื้อขายกาแฟในตลาดโลกสายพันธุ์อาราบิก้า เป็นกาแฟที่เติบโตได้ดีบนพื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 700 เมตรขึ้นไป และควรมีอุณหภูมิเฉลี่ยที่ 15-25 องศาเซลเซียส อายุการเก็บเกี่ยวตั้งแต่ติดผลถึงผลสุกคือ 9 เดือน มีสารคาเฟอีนประกอบ 1 สำหรับสายพันธุ์แยกย่อยของอาราบิก้าที่นิยมกัน คือ คาทูรา ทิปปิก้า คาติมอร์ คาทอย อิกาทู เป็นต้น

2. โรบัสต้า หรือ คานีโฟรา (Coffee Canaphora/Robusta) คำว่า Robusta น่าจะเป็นชื่อที่มาจากคำว่า Robust ซึ่งแปลว่าทนทาน ทั้งนี้ เพราะกาแฟพันธุ์นี้ปลูกง่าย ดูแลรักษาง่าย ทนทานต่อโรคให้ผลผลิตต่อพื้นที่ค่อนข้างสูง ทว่าไม่นิยมนำมาทำเป็นกาแฟคั่วบด แต่จะเหมาะสมอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมกาแฟสำเร็จรูป (Instant Coffee) และกาแฟพร้อมดื่ม หรือเป็นส่วนประกอบเสริมกับกาแฟอาราบิก้าในการสร้างสรรค์กาแฟรสชาติใหม่ๆ

กาแฟโรบัสต้า นิยมปลูกในแอฟริกาและบางส่วนของเอเชีย เนื่องจากเหมาะสมกับสภาพพื้นที่และอากาศ มีสายพันธุ์หลัก ๆ อยู่ 2 สายพันธุ์ คือ Robusta และ Koulioa ที่มีคาเฟอีนอยู่ 2 เปอร์เซ็นต์

3. ไลเบริก้า (Coffee Liberica) นิยมปลูกมากในแอฟริกา มีคุณสมบัติและคุณภาพระดับเดียวกับกาแฟโรบัสต้า แต่ต้นทุนของกระบวนการเก็บเกี่ยวผลผลิตสูงกว่าจึงไม่ค่อยเป็นที่แพร่หลายนัก

4. เอ็กเซลซ่า (Coffee Excelsa) ถิ่นกำเนิดอยู่ที่แอฟริกาฝั่งตะวันตก ทนทานต่อความแห้งแล้งได้เป็นอย่างดี ทว่าปัจจุบันนี้ไม่นิยมปลูกกันแล้ว เนื่องจากรสชาติไม่เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค ราคาจึงตกต่ำไม่คุ้มกับต้นทุนการผลิต

นอกจากนี้ยังมีกาแฟอีกประเภทหนึ่งที่เชื่อว่าคอกาแฟหลายคนคงเคยได้ยินชื่อเบลนด์ (Blend) กันบ้าง เบลนด์นั้น คือกาแฟที่เป็นการผสมกันระหว่างสายพันธุ์ เพื่อให้ได้รสชาติ กลิ่น สี ที่ต่างกัน เช่น การผสมระหว่างอาราบิก้า 2 สายพันธุ์ขึ้นไป หรือผสมอาราบิก้ากับโรบัสต้า ก็จะได้รสชาติที่แตกต่างไปจากต้นฉบับเดิม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ชื่อกาแฟและแหล่งผลิตที่สำคัญ

(Joana Fu, 2553)

ชื่อกาแฟมีอยู่มากมายหลากหลาย ชื่อของกาแฟโดยทั่วไป มีที่มาจากสถานที่ผลิต สถานที่ปลูกหรือประเทศต้นกำเนิด นอกจากนี้บางส่วนก็มีที่มาจากชื่อสถานที่หรือเทือกเขา บางส่วนมาจากชื่อเมืองสำคัญที่อยู่ใกล้ ๆ หรือบางส่วนก็อาจมีที่มาจากท่าเรือหรือจุดขนส่งทางเรือ เช่น

ชื่อประเทศ : โคลัมเบีย, บราซิล

ชื่อสถานที่ปลูก : แมนเดอริง , มอคค่า

ชื่อท่าเรือส่งออก : ซานโตส

ชื่อหมู่บ้านที่ผลิต : ซวา

ชื่อเทือกเขาที่ปลูก : บลูเมาเทน

กาแฟบลูเมาเทน ปลูกบนเกาะจาไมกา เนื่องจากการปลูกต้องอาศัยฤดูกาล ความชื้นและอุณหภูมิที่เหมาะสม ดังนั้นจึงมีปริมาณการผลิตน้อย รสเปรี้ยว หวาน และขมที่กลมกล่อมมาก รสชาติหอมกรุ่นเป็นกาแฟคุณภาพดี โดยทั่วไปจะจัดระดับกลาง (Medium) เหมาะที่จะใช้ทำกาแฟซิงเกิลออริจิน (Single Origin)

กาแฟบราซิล ที่โดดเด่นที่สุดคือกาแฟซานโตส เมล็ดมีรสค่อนข้างขมและมีกลิ่นหอมเข้มข้น แต่รสเปรี้ยวและรสขมของกาแฟชนิดนี้จะแตกต่างกันไปตามการคั่ว การคั่วระดับกลางจะให้กลิ่นหอมละมุน รสชาติลงตัว การคั่วแบบเข้มจะทำให้มีรสค่อนข้างขม ดังนั้นจึงมักจะนำมาผสมให้เป็นกาแฟที่มีรสชาติ

กาแฟมอคค่า มีเขเมนมอคค่าที่ผลิตในเยเมนเป็นผลิตภัณฑ์หลัก รองลงมาคือเอธิโอเปีย มอคค่ามีรสค่อนข้างเปรี้ยว ความหวานกำลังดีและมีรสชาติของช็อคโกแลตอยู่ด้วย ก็เหมือนกับการเติมช็อคโกแลตลงไปในการกาแฟนั่นเอง

กาแฟเมนเดอริง ปลูกบนเกาะสุมาตรา ประเทศอินโดนีเซีย มีกลิ่นหอมเข้มข้น แต่นุ่มละมุนและไม่เปรี้ยว

กาแฟฮาวาย ปลูกอยู่บริเวณภูเขาไฟทางภาคตะวันตกของฮาวาย และเป็นผลิตภัณฑ์กาแฟชนิดเดียวที่ผลิตในอเมริกา โดยมีผลิตภัณฑ์เด่น ๆ คือกาแฟโคน่าของฮาวาย มีรสเข้มและเปรี้ยว

กาแฟเคนยา เป็นกาแฟที่มีชื่อเสียงที่ปลูกในบริเวณที่ราบสูงของทวีปแอฟริกา โดยเคนยาเอเอ็มคุณภาพดีที่สุด รสชาติเข้มข้น มักจะคั่วแบบอ่อน

แหล่งผลิตที่สำคัญ

หากใช้เส้นศูนย์สูตรเป็นจุดศูนย์กลาง บริเวณที่เหมาะสมแก่การปลูกกาแฟมากที่สุดจะอยู่ภายในขอบเขตของเส้นละติจูด 25 องศา จาเหนือจนไปถึงใต้ ซึ่งบริเวณนี้มีชื่อเรียกว่า "คอฟฟีเบลท์ (Coffee Belt)" หรือ "คอฟฟี โซน (Coffee Zone)"

ในบริเวณนี้จะต้องมีอุณหภูมิเฉลี่ย 15-25 องศา ปริมาณน้ำฝนโดยเฉลี่ย 1,500-2,000 มม. ฤดูฝนออกดอก ฤดูแล้งเป็นช่วงเก็บเกี่ยว ซึ่งเป็นไปตามการเจริญเติบโตของกาแฟ ต้องมีดินภูเขาไปที่อุดมสมบูรณ์ เป็นต้น จึงจะเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การปลูกกาแฟ

แหล่งผลิตกาแฟแบ่งเป็น 5 เขตหลัก ๆ คือ อเมริกาใต้ อเมริกากลาง แอฟริกา เอเชียและมหาสมุทรแปซิฟิก เมื่อดูจากแหล่งผลิตกาแฟหลัก ๆ ทั่วโลกแล้ว แหล่งผลิตสำคัญจึงยังคงอยู่ที่อเมริกาใต้ มีปริมาณการผลิตกาแฟถึง 70% ของปริมาณการผลิตทั่วโลก เอเชีย 20% ส่วนแอฟริกา 10%

ประเทศผลิตกาแฟที่สำคัญของโลกก็เช่น เม็กซิโก ปานามา และประเทศแถบชายฝั่งทะเลแคริบเบียนในอเมริกากลาง รวมถึงบราซิล โคลัมเบีย เวเนซุเอลา เปรูและเอกวาดอร์ในอเมริกาใต้นอกจากนี้ก็มีเคนยา แทนซาเนีย เอธิโอเปีย แคนเมอรูน ในแอฟริกา รวมทั้งอินเดีย อินโดนีเซีย เยเมน ปาปัวนิวกินีในเอเชีย และฮาวายในมหาสมุทรแปซิฟิก ซึ่งเป็นแหล่งเดียวของอเมริกา รวมแล้วทั่วโลกมีประเทศที่ผลิตกาแฟประมาณ 60 กว่าประเทศ

บราซิล ปริมาณการผลิตกาแฟของบราซิลมีสัดส่วนเท่ากับหนึ่งในสามของโลก ในตลาดการค้ากาแฟถึงแม้บราซิลจะอยู่ในฐานะที่สำคัญมาก แต่เนื่องจากกาแฟบราซิลเป็นไปตามทฤษฎีราคาที่ว่า ปริมาณมากราคาค่า ดังนั้นกาแฟที่มีคุณภาพดีจึงมีค่อนข้างน้อยแต่เวลาที่นำไปผสมกับกาแฟชนิดอื่น ๆ กาแฟบราซิลก็เป็นกาแฟที่ขาดไม่ได้เช่นกัน

โคลัมเบีย โคลัมเบียเป็นประเทศที่ผลิตกาแฟได้เป็นอันดับสองของโลก มีปริมาณการผลิตประมาณ 12% ของกาแฟทั่วโลก เมล็ดกาแฟมีคุณภาพดี ต้นกาแฟปลูกในเขตพื้นที่สูง โดยรับดินในพื้นที่เล็ก ๆ

การเก็บเกี่ยวที่ระมัดระวังเป็นอย่างมาก และใช้กรรมวิธีแบบเปียก กาแฟที่ผลิตได้นั้นมีคุณภาพดีมาก กลิ่นหอมและมีเอกลักษณ์เฉพาะ เหมาะที่จะนำไปทำกาแฟเชิงเกิลออริจินหรือเบลนด์คอฟฟีก็ได้

คอสตาริกา พื้นที่ปลูกกาแฟคอสตาริกาแบ่งได้เป็นได้เป็นสามเขตคือชายฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิก ชายฝั่งมหาสมุทรแอตแลนติก และพื้นที่ระหว่างสองมหาสมุทรนี้ เมล็ดกาแฟค่อนข้างใหญ่ กลิ่นหอมเข้มข้น มีรสเปรี้ยว เป็นเมล็ดกาแฟคุณภาพอันดับต้น ๆ มีมูลค่าค่อนข้างสูง

ฮาวาย ฮาวายโคน่าเป็นกาแฟฮาวายที่มีชื่อเสียง ปลูกบนเกาะโคน่าบริเวณชายฝั่งทะเลทางใต้ของฮาวาย เมล็ดกาแฟชนิดนี้เอาไว้ปลูกบนเกาะโคน่า เป็นกาแฟหวานละมุน กลิ่นหอมเข้มข้น เจริญเติบโตในดินภูเขาไฟ และยังเป็นกาแฟชนิดเดียวของสหรัฐอเมริกาอีกด้วย ในกลิ่นเปรี้ยวกำลังดี

นั้นก็มีกลิ่นหอมของไวน์ปนอยู่เล็กน้อย และยังมีรสชาติที่หลากหลาย รวมทั้งกลิ่นหอมที่ผู้คนไม่อาจปฏิเสธได้อีกด้วย

อินโดเนียเซีย หมู่เกาะสุมาตราและหมู่เกาะชวาของอินโดเนียเซียเป็นแหล่งปลูกสำคัญ กาแฟของเกาะสุมาตรามีกาแฟแมนเดอลิ่งที่มีคุณภาพดีและมีชื่อเสียงมากที่สุด ส่วนกาแฟอาราบิก้าที่ปลูกบนเกาะชวานั้นมีรสเปรี้ยวกำลังดี ซึ่งชาวฮอลแลนด์ชอบมาก

จาไมก้า จาไมก้าเป็นแหล่งผลิตกาแฟลูมาแทนที่มีชื่อเสียงของโลก คุณภาพกาแฟของจาไมก้าแบ่งได้เป็นสองลักษณะคือ กาแฟที่ปลูกในพื้นที่ต่ำ มีคุณภาพธรรมดา จะนำไปผสมหรือทำเป็นกาแฟราคาถูก แต่กาแฟที่ปลูกในพื้นที่สูงกลับเป็นกาแฟที่มีคุณภาพสูงสุดของโลก

เคนย่า เคนย่าอยู่ทางแอฟริกาตะวันออก เมล็ดกาแฟที่ปลูกได้คือกาแฟอาราบิก้าคุณภาพสูง เมล็ดมีขนาดกลางถึงใหญ่ ค่อนข้างเข้มขึ้นและมีรสชาติ รสเปรี้ยวอยู่ในระดับกลาง ขนาดของเมล็ดแบ่งได้เป็น 7 ระดับ และรสชาติก็สามารถแบ่งได้เป็น 6 ระดับ

เอธิโอเปีย เอธิโอเปียเป็นแหล่งกำเนิดของกาแฟ เมล็ดกาแฟที่ผลิตได้มีขนาดเล็กและมีกลิ่นหอมเข้มขึ้น มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์มักจะเรียกกันว่ากาแฟมอคค่า

กาแฟซิงเกิลอริจิน คืออะไร เบลนด์คอฟฟี่คืออะไร

กาแฟซิงเกิลอริจิน คือเมล็ดกาแฟแบบเดียวกันจากประเทศหรือแหล่งผลิตแห่งเดียวกัน โดยไม่มีเมล็ดกาแฟชนิดอื่นเจอปน มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น คนรักกาแฟแต่ละคนล้วนมีกาแฟบริสุทธิ์ที่ตัวเองชื่นชอบ เช่น บลูมาแทน แมนเดอลิ่ง

เบลนด์คอฟฟี่ คือ เมล็ดกาแฟที่ผสมจากกาแฟซิงเกิลอริจินหลากหลายชนิด วิธีผสมกาแฟชนิดนี้ง่ายมาก เช่น “แมนเดอลิ่ง / บราซิล” ก็คือกาแฟแมนเดอลิ่งผสมกับกาแฟบราซิล หรืออาจใช้เทคนิคที่ซับซ้อนมากขึ้นก็ได้ โดยใช้การผสมที่เหมาะสมเพื่อทำให้กาแฟมีเอกลักษณ์ มีรสชาติที่กลมกล่อมและโดดเด่นมากยิ่งขึ้น เช่น กาแฟ “ดัลดีตาดี” ล้วนใช้เมล็ดกาแฟจากเบลนด์คอฟฟี่ทั้งสิ้น

การคั่วและคัดเลือกเมล็ดกาแฟ

เมล็ดกาแฟที่ผ่านกรรมวิธีจนกลายเป็นสารกาแฟแล้ว จะมีสีเขียวสว่างและสีเหลืองอ่อน และไม่มึรสชาติ สารกาแฟจะต้องผ่านขั้นตอนคั่วจนกลายเป็นเมล็ดกาแฟสีน้ำตาลจึงจะสามารถชักรสหวาน รสขม และรสเปรี้ยว รวมถึงกลิ่นหอมที่ทำให้คนหลงใหลออกมาได้

ในระหว่างการคั่ว ความร้อนจะทำให้เมล็ดกาแฟเกิดปฏิกิริยาทางเคมี เช่น คาร์โบไฮเดรตในกาแฟ น้ำตาลและกรดบางส่วนจะถูกทำลายไป สุดท้ายแล้ว โครงสร้างเซลล์พื้นฐานของเมล็ดกาแฟ

จะละลาย ซึ่งเมื่อคั่วถึงระดับนี้ก็จะเกิดเสียงดังเหมือนเมล็ดกาแฟเบด และโปรตีนในเมล็ดกาแฟจะเปลี่ยนเป็นเอนไซม์ กลายเป็นน้ำมันเคลือบอยู่บนผิวของเมล็ดกาแฟ

ในวงการกาแฟ การคั่วเป็นหัวข้อสำคัญอีกอย่างหนึ่ง เวลาคั่วต้องปรับไฟในการคั่วให้เหมาะสมกับชนิด ความสดใหม่และประโยชน์ใช้สอยของเมล็ดกาแฟ เมื่อโดนความร้อนจนส่วนที่เป็นน้ำในเมล็ดกาแฟระเหยออกมาไปจนหมดแล้ว สิ่งที่สำคัญที่สุดคือจะต้องทำให้ด้านนอกและด้านในของเมล็ดกาแฟได้รับความร้อนเท่ากัน เพื่อไม่ให้เกรียมจนเกินไป และกาแฟที่คั่วแล้วจะมีสีกาแฟกลิ่นหอม และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์

นอกจากชนิดของกาแฟแล้ว ระดับการคั่ว วิธีการคั่ว รวมทั้งระยะเวลาในการคั่วล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดรสชาติของกาแฟ ดังนั้นรสชาติของกาแฟนั้น 80% จึงถูกกำหนดโดยการคั่ว การคั่วเมล็ดกาแฟให้ดีเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในการชงกาแฟให้อร่อย และยังเป็นปัจจัยพื้นฐานขั้นแรกอีกด้วย

การคั่วกาแฟ 3 แบบ 8 ขั้นตอน

การคั่ว 3 แบบ คั่วอ่อน (Light Roast)	8 ขั้นตอน ไลท์ light จินนามอน Cinnamon	คั่วระดับอ่อน มาก	จุดเด่น การคั่วระดับอ่อนที่สุด ไม่มีกลิ่น ความเข้มข้นค่อนข้างน้อย มีสีเหมือนข้าวสาลี มักจะใช้ในการทดลอง ระดับการคั่วธรรมดา มีรสค่อนข้างเปรี้ยว มีกลิ่นหอมอ่อนๆ เมล็ดสีเหมือนจินนามอน เป็นการคั่วระดับที่คนทางตะวันตกของสหรัฐอเมริกาชอบ
คั่วปานกลาง (Medium Roast)	มีเดียม Medium ไฮ High	คั่วระดับกลาง ค่อนข้างเข้ม	หอมระมุน รสเปรี้ยวกลาง ๆ ค่อนข้างคล่องคอ สีเหมือนเกาลัดนำไปทำเบลนด์คอฟฟี่
คั่วเข้ม (Dark Roast)	ซิตี City ฟูล ซิตี Full City เฟรนช์ French อิตาเลียน Italian	คั่วระดับกลาง แบบเข้ม คั่วค่อนข้างเข้ม แบบกลาง คั่วระดับเข้ม มาก	รสเปรี้ยวกำลังดี มีรสขม แต่กลิ่นหอมและรสชาติไม่เลวเลย ได้รับความนิยมจากชาวญี่ปุ่นและชาวยุโรปเหนือ รสขมหนักกว่ารสเปรี้ยว เหมาะกับกาแฟโคลัมเบียและบราซิล ได้รับความนิยมจากชาวนิวยอร์ค ไม่มีรสเปรี้ยว มีรสขมเป็นหลัก เหมาะที่จะใช้ทำกาแฟเย็น เป็นการคั่วกาแฟแบบที่ชาวอเมริกากลางและใต้ชอบดื่ม รสขมค่อนข้างหนัก เป็นวิธีการคั่วสไตล์ฝรั่งเศส เมล็ดมีสีดำ ใช้ชงกาแฟที่ใช้เครื่องชงแบบเฟรนช์เพรส (French press) เป็นการคั่วที่ใช้ไฟแรงที่สุดในระดับการคั่วทั้งหมด เมล็ดที่คั่วเสร็จแล้วจะมีน้ำมันเคลือบอยู่ มีสีดำเข้ม โดยทั่วไปใช้ชงกาแฟเอสเพรสโซสไตล์อิตาลี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เลือกเมล็ดจากวิธีการชง

วิธีการชงกาแฟที่แตกต่างกันก็มีผลต่อการคัดเลือกเมล็ดกาแฟด้วยเช่นกัน เช่นกาแฟชงมือแบบใช้ตัวทำกาแฟแบบไซฟอนหรือแบบหยด โดยมากจะมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของกาแฟซึ่งเกิดออริจินเป็นหลัก ส่วนการชงกาแฟด้วยเครื่องชงสไตลิตาลี เครื่องแบบกรองหรือโมค้ำพอดนั้นจะเลือกใช้เบลนด์คอฟฟี่ ส่วนระดับในการคั่วก็ต้องดูจากวิธีการชงเช่นกัน เช่น กาแฟสไตลิตาลีอเมริกันกาแฟที่ใช้ตัวทำกาแฟแบบไซฟอนหรือการชงแบบหยดและแบบใช้โมค้ำพอด ควรจะเลือกใช้เมล็ดกาแฟที่คั่วระดับกลาง ส่วนกาแฟสไตลิตาลีต้องเลือกใช้เมล็ดที่คั่วระดับเข้ม จึงจะสามารถชงกาแฟสไตลิตาลีที่มีรสชาติเข้มข้นและมีกลิ่นหอมได้

เลือกยี่ห้อหรือผู้คั่วกาแฟที่รู้จักกัน

กาแฟซึ่งเกิดออริจิน โดยทั่วไปเมื่อคั่วออกมาแล้วจะได้เมล็ดกาแฟที่มีรสชาติไม่เหมือนกัน เนื่องจากคนคั่วเป็นคนละราย ดังนั้นผู้คั่วรายที่ติดต่อด้วยต้องเป็นคนรู้จักและคุณชื่นชอบ กาแฟที่ชงได้จึงเหมาะกับความชอบและรสนิยมของคุณ ตัวแทนของยี่ห้อกาแฟสไตลิตาลีมักจะเป็นบริษัทคั่วเสียเองด้วย ดังนั้นควรเลือกยี่ห้อหรือผู้คั่วที่ติดใจ ซึ่งนี่เป็นวิธีการเลือกเมล็ดกาแฟที่ดีที่สุดและคุ้มค่าที่สุด

การจะคว้ายี่ห้อหรือผู้คั่วรายใดดีหรือไม่ดี เชื่อถือได้หรือไม่นั้น ให้ความเวลาเขาเลือกเมล็ดกาแฟ เขาใส่ใจในคุณภาพหรือเปล่า มีการตรวจสอบในขั้นแรกก่อนหรือไม่ นอกจากนี้ระดับที่แน่นอนในการคั่วก็เป็นปัจจัยในการตรวจสอบอีกอย่างหนึ่งด้วย ลองดูว่ารสชาติและความเข้มข้นของกาแฟที่คั่วในแต่ละครั้งแตกต่างกันมากไหม และปัจจัยที่สำคัญมากอีกอย่างหนึ่งในการเลือกซื้อก็คือผู้คั่วรักษาความสดใหม่ของเมล็ดกาแฟไว้ได้หรือไม่

ลักษณะเด่นของกาแฟ

เวลาที่คั่วชิมหรือวิเคราะห์กาแฟ คุณจะต้องเข้าใจหลัก 4 ข้อ ซึ่งเป็นหลัก 4 ประการสำคัญในการแยกแยะจุดเด่นของกาแฟ

ระดับความเปรี้ยว (Acidity)

หลังจากคั่วกาแฟเข้าไปแล้วจะมีรสเปรี้ยวติดอยู่ที่ปลายลิ้น ซึ่งทำให้รู้สึกสบายและสดชื่นจริงๆ แล้วกาแฟก็เหมือนกับไวน์ คือหลังจากคั่วเข้าไปแล้วจะทำให้รู้สึกถึงรสเปรี้ยว ซึ่งนั่นก็คือรสชาติเดิมของเมล็ดกาแฟนั่นเอง

ความเข้มข้นของรสชาติ (Body)

เป็นรสชาติที่ค่อนข้างเข้มข้นและหลากหลาย เป็นความเข้มข้นที่รู้สึกได้เมื่อคั่วเข้าไปแล้ว บางคนจะเรียกว่าระดับความเข้มข้น

กลิ่นหอม (Aroma)

กาแฟที่มีรสเปรี้ยว เมื่อดมดูจะมีกลิ่นเปรี้ยวเล็กน้อย กาแฟที่มีรสหอม เมื่อดมจะมีกลิ่นหอมมาก แยะแยะได้อย่างชัดเจน

รสชาติ (Flavor)

รสเปรี้ยว รสเข้มข้น กลิ่นหอม ล้วนเป็นรสชาติของกาแฟ กาแฟบางชนิดมีครบทุกรสชาติ บางชนิดก็มีความกลมกล่อม บางชนิดมีรสเปรี้ยว บางชนิดมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ลักษณะเด่นเหล่านี้แยกแยะได้ง่ายมาก บางชนิดก็กำลังดี บางชนิดก็เข้มข้นมาก สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นรสชาติของกาแฟ

คำที่ใช้เรียกรสชาติของกาแฟที่มักจะพบบ่อยก็เช่นขม (Bitter) หวาน (Sweet) เปรี้ยว (Winy) ละมุน (Smooth) ฝาด (Depth) เป็นต้น ล้วนเป็นคำที่ใช้อธิบายความรู้สึกหลังจากดื่มกาแฟเข้าไปแล้ว และยังมีคำอีกหลายคำที่ใช้อธิบายอย่างละเอียดซึ่งใช้กันอยู่ในหนังสือเกี่ยวกับกาแฟ โดยเฉพาะ ผู้ชื่นชอบกาแฟและเพิ่งเริ่มศึกษานั้น เวลาชิมกาแฟสามารถอาศัยความรู้สึกของตัวเองในการศึกษารสชาติของกาแฟได้เช่นกัน

ชื่อกาแฟ	แหล่งผลิต	ขม	เปรี้ยว	เข้มข้น	หวาน	หอม
บลูมาเทน	จาไมก้า (หมู่เกาะเวสต์อินดีส์)		น้อย	มาก	มาก	มาก
แมนเดอริง	สุมาตรา อินโดนีเซีย	มาก		มาก		มาก
โคลัมเบีย	โคลัมเบีย		กลาง	มาก	มาก	กลาง
มอคค่า	เอธิโอเปีย		น้อย	มาก	มาก	กลาง
คีรีมันจาโร	ทานซาเนีย	กลาง	มาก	กลาง		มาก
จาไมก้า	จาไมก้า		กลาง	มาก	กลาง	กลาง
นิว กินี	ปาปัว นิว กินี		กลาง	กลาง	กลาง	กลาง
แก้วเตมาลา	แก้วเตมาลา		กลาง	กลาง	กลาง	กลาง
นิคารากัว	นิคารากัว		กลาง	กลาง	กลาง	น้อย
คอสตาริกา	คอสตาริกา		กลาง	กลาง	น้อย	น้อย
บราซิลซานโตส	บราซิล	น้อย	น้อย		น้อย	น้อย
เอกวาดอร์	เอกวาดอร์	น้อย		น้อย	น้อย	น้อย
ชวา	เกาะชวา อินโดนีเซีย	มาก				
ไอเวอรีโคสต์	ไอเวอรีโคสต์	มาก				

กาแฟสไตล์อิตาลีที่นิยมมากที่สุด

เนื่องจากทวีปยุโรปและอเมริกาเหนือไม่ได้ผลิตกาแฟ ดังนั้นกาแฟสไตล์อิตาลีและกาแฟสไตล์อเมริกาที่กล่าวถึงกันโดยทั่วไปจึงหมายถึงวิธีการชงกาแฟ กาแฟสไตล์อิตาลีเนื่องจากมีวิธีการชงที่รวดเร็ว จึงกลายเป็นวิธีการชงกาแฟที่นิยมกันแพร่หลายทั่วโลกในปัจจุบัน

คำว่า เอสเปรสโซ (Espresso) เป็นภาษาอิตาลี มีความหมายว่า รวดเร็ว กาแฟสไตล์อิตาลีคือกาแฟที่ชงอย่างรวดเร็วโดยใช้แรงดันสูง กาแฟสไตล์อิตาลีโดยทั่วไปจะใช้เครื่องชงกาแฟสไตล์อิตาลีใช้แรงดันสูง (ประมาณ 9-12 บาร์) ใช้เวลาประมาณ 20-30 วินาที ที่ชงเอสเปรสโซประมาณ 30 ซีซี ได้แล้ว

ดังนั้นกาแฟที่ชงออกมาจึงเข้มข้นมาก กาแฟที่ใช้ในการชงกาแฟสไตล์อิตาลีโดยทั่วไปจะใช้เมล็ดเบลนด์คอฟฟี่สไตล์อิตาลี เนื่องจากมีการคั่วและส่วนประกอบที่แตกต่างกัน จึงสามารถแบ่งกาแฟสไตล์อิตาลีตามรสชาติได้เป็นอิตาลีเหนือและอิตาลีใต้ โดยรวมแล้วรสชาติเมล็ดกาแฟของอิตาลีเหนือจะนุ่มละมุนมีรสเปรี้ยวแบบผลไม้ ส่วนอิตาลีใต้จะมีรสชาติเด่นชัด เข้มข้นและค่อนข้างขม

เนื่องจากเครื่องชงกาแฟสไตล์อิตาลีมีแรงดันสูงผ่านผงกาแฟที่บดเสร็จเรียบร้อยแล้ว เพื่อสกัดเป็นน้ำกาแฟออกมา ดังนั้นเวลาชงกาแฟโดยใช้เครื่องชงกาแฟสไตล์อิตาลีจึงต้องใช้ผงกาแฟที่บดละเอียดมาก

ในขั้นตอนการชงกาแฟสไตล์อิตาลีจะมีส่วนของน้ำมันหอมระเหยออกมาเป็นครีมา (Crema) ซึ่งไม่มีอยู่ในการชงแบบหยด โดยเฉพาะกลิ่นหอมเข้มข้นบวกกับการชงอย่างรวดเร็วด้วยแรงดันสูง ทำให้กาแฟในเมล็ดกาแฟออกมาน้อย ดังนั้นเอสเปรสโซจึงมีกาแฟน้อยกว่าเล็กน้อย แต่เครื่องคั่วกาแฟสไตล์อิตาลีที่เป็นที่นิยมกันโดยทั่วไปจะใช้เอสเปรสโซเป็นพื้นฐาน แล้วเติมนมและโฟมนมลงไปทีละบ่อๆ ก็เช่นคาปูชิโน ลาเต้ คาเฟ่โอเล่ มอคค่า มัคคีอาโต้ เป็นต้น และมีอีกหลากหลายชนิด เมื่อบวกกับเทคนิคการวัดผลหลายของบาริสต้าด้วยแล้ว ก็ยิ่งทำให้การแฟสไตล์อิตาลีดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สูตรเครื่องดื่มกาแฟ

(ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2546)

ปัจจุบันมีสูตรเครื่องดื่มกาแฟมากมาย เป็นต้นว่า เอสเปรสโซ (Espresso) การชงวิธีนี้ต้องใช้เครื่องชงเอสเปรสโซซึ่งใช้หลักการการทำงานของระบบแรงดันไอน้ำผ่านกาแฟคั่วบดชนิดคั่วเข้มแบบอิตาลีหรือเอสเปรสโซโรสต์ การชงแบบนี้จะช่วยดึงรสชาติและกลิ่นของกาแฟออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้กาแฟมีรสชาติเข้มข้น

การชงเอสเปรสโซเริ่มจากนำกาแฟคั่วบดปริมาณ 7 กรัม อัดเข้าไปภาชนะที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับช้อนด้วยแรงดันประมาณ 20-40 ปอนด์ ต่อ ตารางนิ้ว จากนั้นเอาภาชนะคล้ายคลึงกับช้อนดังกล่าวเข้าไปติดตั้งในเครื่องชงกาแฟเอสเปรสโซ โดยตั้งอุณหภูมิให้ต้มน้ำร้อนที่ระดับอุณหภูมิ 88-92 องศาเซลเซียส ภายใต้แรงดัน 9 บาร์ นั้นแรงดันสูงจะไหลผ่านกาแฟออกมามลง โดยน้ำกาแฟจะมีรสหอมและมีลักษณะเหนียว ๆ คล้ายคลึงกับน้ำผึ้ง

ริสเตรตโต (Ristretto) เป็นกาแฟเอสเปรสโซที่ชงด้วยน้ำน้อยกว่าปกติครึ่งหนึ่ง จะได้เอสเปรสโซชนิดเข้มข้น

มอคค่า (Mocca) เริ่มจากเติมน้ำเชื่อมกลิ่นช็อกโกแลตแท้หรือมอคค่าที่กั้นแก้ว ตามด้วยเอสเปรสโซ 1 ออนซ์ นมร้อน และปิดทับด้วยวิปครีม โรยหน้าด้วยช็อกโกแลตเกล็ด เสิร์ฟในแก้วทรงสูงชนิดทนความร้อน

คาปูชิโน (Capucino) เป็นกาแฟเอสเปรสโซผสมกับนมร้อน (150-170 องศาเซลเซียส) โรยหน้าด้วยฟองนมหนานุ่ม (foamed milk) ในปริมาณ 6 ออนซ์ ที่อุ่นร้อนไว้ก่อน ถ้าเป็นคาปูชิโนเย็นจะใช้วิปครีมแทนฟองนม เหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบกาแฟเข้มกำลังดี กับความหอมมันของนมและฟองนมนุ่มนวล **สาเหตุที่เรียกกาแฟแบบนี้ว่า "คาปูชิโน" เนื่องจากมีสีเหมือนกับจีวรพระในนิกายการคาปูชินของโรมันคาทอลิก**

คอฟฟี่ลาเต้ (Coffee Latte) เป็นกาแฟเอสเปรสโซ ผสมกับนมร้อนจนเต็มถ้วย ปิดหน้าด้วยนมจนเต็มถ้วย ปิดหน้าด้วยนมตีฟอง (foamed milk) อาจโรยด้วยเกล็ดช็อกโกแลต เหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบกาแฟอ่อน ที่เยี่ยมไปด้วยความหอมมันจากนมสนร้อน ๆ

กาแฟไอริส เทน้ำตาลทรายและวิสกี้ใส่แก้ว คนให้เข้ากันแล้ว รมแก้วให้ร้อนบนเตาไฟขนาดเล็ก หรืออาจจุดไฟบนวิสกี้ให้เป็นเปลวไฟก็ได้ตามแต่ต้องการ จากนั้นใส่กาแฟลงในแก้ว แล้วก็ตามด้วยวิปครีม โดยเทผ่านด้านหลังของช้อนคนชา ๆ ผ่านฟองครีม

เอสเปรสโซ่ (Espresso) คืออะไร

(คุณรู้เรื่องกาแฟดีแค่ไหน..? (ภาค 2) 2548)

ว่าด้วยเรื่องเอสเปรสโซ่ (Espresso) เมื่อกล่าวถึง คำว่า เอสเปรสโซ่ (Espresso) ก็คงไม่มีใครไม่รู้ว่าเป็นเอสเปรสโซ่ คือสุดยอดแห่งกาแฟ แต่หากให้บอกว่า เอสเปรสโซ่ คือ อะไรแล้วละก็คงเชื่อได้ว่า มีเพียงไม่กี่คนหรอกที่สามารถจะบอกได้ว่าอะไร คือ เอสเปรสโซ่ (Espresso)

ความหมายที่ 1 หมายถึงวิธีการ บรูว์ (Brew) คือการต้มกาแฟโดยใช้แรงดันอัดน้ำร้อนผ่านผงกาแฟแทนที่จะใช้น้ำร้อนไหลผ่านตามแรงโน้มถ่วงของโลกอย่างเครื่องชงทั่วไป เครื่องชงกาแฟด้วยวิธีนี้ก็คือเครื่อง เอสเปรสโซ่ (Espresso Machine) ที่เห็นกันอยู่บ่อย ๆ และเนื่องจากการชงด้วยวิธีนี้ใช้เวลาเพียงแค่ไม่กี่วินาที กาแฟถ้วยนี้จึงได้ชื่อว่า เอสเปรสโซ่ อันภาษาอิตาเลียน หมายถึง เอ็กเพรส (Express) ที่แปลว่าเร็วนั่นเอง

ความหมายที่ 2 ของเอสเปรสโซ่ คือ ชนิดของเมล็ดกาแฟที่ผสมมาเป็นพิเศษชนิดเพื่อใช้ชงกับเครื่องเอสเปรสโซ่โดยเฉพาะ ร้านกาแฟแต่ละร้านก็จะมีสูตรลับของตัวเองภายใต้ชื่อ เอสเปรสโซ่ เมล็ดกาแฟ (Espresso Beans) เพื่อให้ได้รสเข้มข้นกลมกล่อมที่สุด

ความหมายที่ 3 คือระยะเวลาในการคั่วหรือความเข้มข้นของเมล็ดกาแฟจากการคั่ว (Roast) หมายถึง เมล็ดกาแฟที่ถูกคั่วเป็นเวลานานจนสีเข้มเหมือนช็อคโกแลต จัดอยู่ในกลุ่ม "ดาร์โรสต์" (Dark Roast) เมล็ดกาแฟที่ถูกคั่วนาน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

อุปกรณ์ในการชงกาแฟ

(Joana Fu, 2553)

ถ้าอยากเรียนชงกาแฟหรือเปิดร้านขายกาแฟ คุณก็ต้องเข้าใจวิธีการปรุงกาแฟเสียก่อน เนื่องจากกาแฟมีวิธีการชงที่แตกต่างกัน ดังนั้นวิธีการปรุงจึงแตกต่างกันไปด้วย และเครื่องชงกาแฟก็แตกต่างกันมากด้วยเช่นกัน

โดยทั่วไปเครื่องชงสามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบใช้เครื่องชงและแบบชงมือ ถ้าเลือกใช้เครื่องแตกต่างกันความเร็วในการชงก็จะแตกต่างกันอย่างมาก ตามปกติแล้วร้านกาแฟโดยเฉพาะที่มีชื่อเสียงอยู่ในท้องตลาดปัจจุบันจะ ใช้การชงด้วยเครื่องเป็นหลัก เครื่องแบบชงมือจะพบได้เฉพาะในร้านกาแฟแบบดั้งเดิมหรือร้านกาแฟสไตล์ญี่ปุ่น แต่ก็มีบ้างร้านที่มีทั้งแบบใช้เครื่องชงและแบบชงมือ

เครื่องชงกาแฟแบบใช้เครื่อง

เครื่องชงกาแฟเป็นอุปกรณ์ทำมาหากินที่สำคัญในร้านกาแฟ เครื่องชงกาแฟที่ดีหนึ่งเครื่องก็เหมือนกับรถยนต์ที่ดีหนึ่งคัน นอกจากจะต้องใช้ได้ดีแล้ว ปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างก็คือความทนทาน

เครื่องชงกาแฟแบบใช้เครื่องจะแตกต่างกันไปตามวิธีการชง โดยแบ่งเป็น

เครื่องชงกาแฟสไตร์อิตาลี : ชงโดยใช้แรงดันสูง

เครื่องชงกาแฟสไตร์อเมริกัน : ชงแบบหยด

เครื่องชงกาแฟสไตร์อเมริกันมีรูปแบบค่อนข้างง่าย คือใช้กระดาษกรองหรือตาข่าย ดังนั้นราคาจึงค่อนข้างถูก ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องชงกาแฟที่ใช้ภายในครอบครัว หรือใช้ในกิจการบาร์กาแฟขนาดเล็กหรือร้านขายอาหารเช้า

เครื่องชงกาแฟแบบชงมือที่พบบ่อยก็คือตัวทำกาแฟแบบไซฟอน โมคค่าพอด ตัวทำกาแฟแบบเฟรนช์เพรส ตัวทำกาแฟแบบหยด ตัวทำกาแฟแบบเบลเยี่ยม และยังมีเครื่องชงกาแฟแบบชงมืออีกมากมายแตกต่างกันไปตามแต่ละประเทศ เช่นตัวทำกาแฟแบบตุรกี (Turkish ibrik) ตัวทำกาแฟแบบเวียตนาม ตัวทำกาแฟแบบนาโพลิแทน (Neapolitan) เป็นต้น และยังมีโลกาแฟเย็นแบบหยดที่ใช้ชงไอซ์ดริปคอฟฟี่ (Ice drip coffee) ด้วย เครื่องชงกาแฟมีรูปแบบและจุดเด่นอยู่มากมาย สำหรับราคาก็มีตั้งแต่หลักร้อยจนถึงหลักพัน ราคาไม่แพงมากจึงไม่เป็นภาระสำหรับผู้เพิ่งเริ่มต้นศึกษามากนัก

เครื่องชงกาแฟสไตล์อิตาลี

เครื่องชงกาแฟสไตล์อิตาลีโดยทั่วไปมีแรงดันมาตรฐานอยู่ที่ 9 บาร์ มีจุดเด่นคือชงได้รวดเร็วโดยใช้แรงดันสูงสกัดเอารสชาติที่ดีที่สุดของเมล็ดกาแฟออกมากลายเป็นโฟมกาแฟที่เรียกว่าครีม่า (Crema) ใช้เวลา 20 - 30 วินาทีในการชงกาแฟหนึ่งถ้วย เครื่องชงกาแฟสไตล์อิตาลีเมื่อแบ่งตามวิธีการควบคุมเครื่องแล้ว สามารถแบ่งได้เป็น :



เครื่องชงกาแฟแบบอัตโนมัติ

เครื่องชงกาแฟแบบอัตโนมัติก็คือเครื่องชงที่เป็นทั้งเครื่องชงกาแฟและเครื่องบดเมล็ดในเครื่องเดียวกัน รวมถึงการจ่ายน้ำ อุณหภูมิของน้ำ ปริมาณน้ำ แรงดันของน้ำ ปริมาณผงกาแฟ ความหนาของตะกั่วในกาบด การกดผงกาแฟ การชง การเทน้ำกาแฟ ทั้งหมดล้วนถูกควบคุมอย่างอัตโนมัติด้วยไฟฟ้า เพียงแค่กดปุ่มกำหนดน้ำ เครื่องชงกาแฟก็จะบดเมล็ดและชงกาแฟออกมาโดยอัตโนมัติ กาแฟหอมกรุ่นหนึ่งถ้วยก็จะเสร็จออกมาอย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องใช้เทคนิคอะไร แค่ควบคุมเครื่องได้ก็พอแล้ว



เครื่องชงกาแฟแบบกึ่งอัตโนมัติ

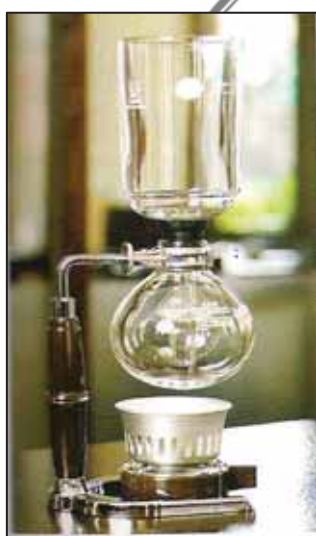
เครื่องชงกาแฟแบบกึ่งอัตโนมัติต่างจากแบบอัตโนมัติตรงที่การเติมผงกาแฟลงในพอดตาฟิลเตอร์ (portafilter / ก้านอัดกาแฟ) จะต้องมีส่วนขั้นตอนอื่นที่อาศัยเครื่องเช่นกัน

เนื่องจากเครื่องชงสไตล์อิตาลีแบบกึ่งอัตโนมัตินี้ ตัวเครื่องบดเมล็ดกาแฟและเครื่องชงกาแฟจะไม่ได้อยู่ในเครื่องเดียวกัน ก่อนชงกาแฟจึงต้องปรับความหนาของตะกั่วของการบดเมล็ดให้ดีเสียก่อน แล้วจึงเติมผงกาแฟที่บดเสร็จแล้วลงในพอดตาฟิลเตอร์แล้วใช้แทมเปอร์ (tamper / ตัวกดผงกาแฟ) กดเวลาเติมและกดผงกาแฟเท่านั้น ปริมาณผงกาแฟและแรงกดล้วนมีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการชงกาแฟ เครื่องแบบกึ่งอัตโนมัติสามารถแบ่งได้เป็นแบบหนึ่งหัวชง สองหัวชงและสามหัวชง โดยปกติแล้วหัวชงยิ่งน้อย ราคา ก็ยิ่งต่ำ ราคาอยู่ที่หลายหมื่นไปจนถึงสองสามแสน

เครื่องชงกาแฟสไตล์อิตาลีโดยทั่วไปมีการพัฒนาทางเทคนิคและโครงสร้างภายในเครื่องที่แตกต่างกัน และยังแบ่งเป็น 3 แบบ คือแบบไอน้ำ แบบลูกสูบและแบบปั้มน้ำ ปัจจุบันเครื่องแบบปั้มน้ำถือว่าเป็นเครื่องชงกาแฟสไตล์อิตาลีที่นิยมใช้กันมากที่สุด

เครื่องชงกาแฟแบบขงมือ

วิธีการชงกาแฟแบบขงมือเป็นวิธีแรกเริ่มในการชงกาแฟ เครื่องชงกาแฟแบบขงมือโดยทั่วไปมีหลายแบบแต่ในร้านกาแฟนั้นมือน้อยมาก โดยทั่วไปร้านกาแฟแบบขงมือจะใช้ตัวทำกาแฟแบบ ไชฟอน โมคค่าพอด ตัวทำกาแฟแบบเบลเยี่ยม หรือแบบหยดเป็นหลัก



ตัวทำกาแฟแบบไชฟอน

เป็นวิธีชงกาแฟที่ง่ายและได้ผลเป็นอย่างมาก และยังเป็นวิธีชงกาแฟทั่วไปที่ร้านกาแฟในท้องตลาดใช้กันอีกด้วย ถึงแม้ตัวทำกาแฟแบบไชฟอนจะเรียกอีกอย่างว่า "กาลักน้ำ" แต่กลับไม่เกี่ยวข้องกับกาลักน้ำเลย หลังจากต้มน้ำร้อนจนกลายเป็นไอน้ำแล้ว ความร้อนก็จะกระจายตัวและความเย็นจะลดลง น้ำร้อนที่เติมลงในลูกแก้วด้านล่างจะถูกดันขึ้นมาบน โถด้านบน เมื่อร้อนจนความเย็นหายไปหมดแล้ว ก็จะดูดเอาน้ำจากโถด้านบนกลับมา

วิธีการชงแบบกาลักน้ำจะทำให้ได้รสชาติเดิมของกาแฟได้ดีที่สุด เมล็ดกาแฟที่จะเลือกใช้ก็ยิ่งหย่นได้มากที่สุด เหมาะกับเมล็ด

กาแฟที่คั่วแบบอ่อนไปจนถึงแบบเข้ม ดังนั้นจะต้องใช้เทคนิคมากที่สุด กาแฟที่ชงออกมาจะมีเอกลักษณ์มากที่สุดเช่นกัน แต่เนื่องจากการควบคุมค่อนข้างซับซ้อน งานที่ต้องเตรียมก็มีมาก เวลาชงต้องกำหนดและควบคุมไฟให้ดี ดังนั้นกาแฟที่ชงได้มักจะแตกต่างกันไปแล้วแต่คนชง บวกกับความยุ่งยากในการทำความสะอาด ในช่วงเวลาที่ผ่านมาจึงค่อยๆ ถูกแทนที่โดยเครื่องชงกาแฟที่มีความสะดวกกว่า



ถ้วยกาแฟแบบหยด

ถ้วยกาแฟแบบหยดกล่าวง่ายๆ ก็คือนำผลกาแฟที่บดเสร็จแล้วมาใส่ในถ้วยกรอง กระจายกรองหรือผู้กรอง จากนั้นใช้น้ำร้อนชงและกรองออกมา เป็นวิธีที่ง่ายและเริ่มต้นได้ง่าย แต่วิธีการเทน้ำจะมีผลโดยตรงต่อรสชาติกาแฟที่ชงออกมา ซึ่งจะมีความหอมกรุ่น บริสุทธิ์และ

มีรสชาติหลากหลายซึ่งหาได้ยากจากวิธีชงแบบอื่น และยังง่ายและสะดวกมากอีกด้วย เหมาะกับการใช้คนเดียวหรือภายในครอบครัว



โมค้ำพอด

โมค้ำพอดเป็นวิธีการชงแบบใช้แรงดันต่ำ ตัวโถแบ่งเป็นสามส่วนคือโถด้านบน ตะแกรงกรองและโถด้านล่าง โดยตะแกรงกรองจะอยู่ระหว่างโถด้านบนและโถด้านล่าง เวลาชงให้ใส่น้ำลงในโถด้านล่าง ใส่น้ำกาแฟในตะแกรงกรอง เมื่อโถด้านล่างโดนความร้อน ภายในโถก็จะเกิดไอน้ำก่อตัวเป็นแรงดัน ทำให้น้ำร้อนถูกดันขึ้นไปด้านบนผ่านผงกาแฟและท่อน้ำที่อยู่ตรงกลางโถ จนขึ้นไปปะทะกับฝาทางด้านบนและสุดท้ายก็ไหลลงไปในโถด้านล่างกลายเป็นน้ำกาแฟ เนื่องจากกาแฟที่ชงได้มีความเข้มข้นเหมือนกับกาแฟใส่อิตาลี ดังนั้น โมค้ำพอด จึงเรียกอีกอย่างว่าตัวทำกาแฟเอสเปรสโซ่แบบขมมือ



โถแบบเฟรนช์เพรส (French Press)

โถแบบเฟรนช์เพรสไม่ต้องใช้กระดาษกรองและไม่ต้องใช้ไฟฟ้าหรืออุ่นให้ร้อน แค่เทน้ำร้อนลงบนผงกาแฟแล้วผ่านแรงดัน เป็นวิธีที่ง่ายและสะดวกที่สุด หลาย ๆ คนอาจจะนำเครื่องแบบเฟรนช์เพรส มาผสมกับเครื่องชงชาเนื่องจากมีลักษณะเหมือนกับเครื่องชงชา แตกต่างกันแค่ขนาดของตาข่ายที่ใช้กรอง เครื่องชงชาใช้ชงใบชา รูจิ้งค่อนข้างใหญ่ ส่วน โถแบบเฟรนช์เพรสใช้ชงกาแฟต้องใช้กรองผงกาแฟ รูจิ้งค่อนข้างถี่ จุดเด่นของโถแบบเฟรนช์เพรส คือ ให้รสชาติเข้มข้น เหมาะกับเมล็ดกาแฟที่คั่วแบบเข้ม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ตัวทำกาแฟแบบเบลเยียม

ตัวทำกาแฟแบบเบลเยียมใช้หลักการเดียวกันกับตัวทำกาแฟแบบไซฟอน เรียกอีกชื่อว่า "ตัวทำกาแฟแบบไซฟอนแนวนอน" เมื่อดูจากลักษณะภายนอกจะมีรูปร่างคล้ายตาชั่งด้านขวาเป็นโถใส่น้ำและไปที่จุดโดยใช้แอลกอฮอล์ ด้านซ้ายเป็นโถกาแฟแบบแก้วที่ใช้บรรจุกาแฟ และตรงกลางมีท่อน้ำที่มีลักษณะโค้งซึ่งคอยยึดโถทั้งสองข้างเอาไว้ เมื่อน้ำเดือดน้ำก็จะไหลผ่านไปยังโถอีกใบหนึ่งเพื่อชงกาแฟ เมื่อกาแฟสุกแล้วน้ำก็จะไหลกลับไปทีเดิม ด้านล่างมีก้นน้ำอยู่ชั้นหนึ่ง เมื่อหมุนเปิด

ก็อก กาแฟก็จะไหลออกมาให้คุณดื่มได้อย่างง่ายดาย

เครื่องแบบนี้มีหลากหลายยี่ห้อ ราคาที่มีตั้งแต่หลักพันจนถึงหลักหมื่น ถือว่าค่อนข้างแพง เมื่อเทียบกับเครื่องชงกาแฟแบบชงมือชนิดอื่น นับว่าเป็นสินค้าชั้นสูงของเครื่องชงกาแฟแบบชงมือเลยทีเดียว

Tips หลังจากใช้แล้วต้องล้างทันที

การชงแบบชงมือให้อร่อย นอกจากเทคนิคในการชงแล้ว การดูแลรักษาความสะอาดของเครื่องชงก็ต้องทำให้ดีด้วยเช่นกัน หลังจากชงกาแฟแล้ว อาจจะมีกากกาแฟคั่งอยู่บนอุปกรณ์ หากทิ้งไว้นานไม่ทำความสะอาด น้ำมันที่ติดอยู่บนอุปกรณ์เมื่อโดนออกซิเจนก็จะทำให้เกิดรสชาติแปลกๆ เวลาชงกาแฟก็จะมีผลต่อรสชาติกาแฟ

การล้างเครื่องชงกาแฟแบบชงมือนั้นง่ายมาก ถ้าขยันทำความสะอาดเป็นประจำ เมื่อใช้เสร็จในแต่ละครั้งก็แค่ล้างด้วยน้ำสะอาดปริมาณมาก แค่นี้ก็สะอาดแล้ว หากไม่รีบล้างแต่ทิ้งไว้หลายชั่วโมง ก็อาจจะใช้แปรงขนละเอียดอ่อนเล็ก ๆ หรือผ้าสะอาดเช็ดออกเบา ๆ ก็สามารถล้างให้สะอาดได้ ดังนั้นการทำความสะอาดเครื่องชงกาแฟเป็นงานที่จำเป็นต้องทำและทางที่ดีเมื่อชงเสร็จก็ควรถือโอกาสตอนอุปกรณ์ยังร้อนอยู่รีบล้างให้สะอาด เพื่อหลีกเลี่ยงไม่ให้คราบกาแฟคั่งอยู่บนนานเกินไป ซึ่งจะทำให้ล้างออกได้ยากมากขึ้น

ดูแลรักษาเครื่องชงกาแฟเป็นประจำทุกวัน

เครื่องชงกาแฟมีราคาตั้งแต่หลักหมื่น ไปจนถึงหลักแสน เครื่องชงกาแฟที่ได้รับการดูแลเป็นอย่างดีอาจจะสามารถใช้ได้ยาวนานหลายปี เมื่อผ่านไปหลายปีแล้ว บริษัทจำหน่ายเครื่องชงจะมีอะไหล่เปลี่ยนและบริการซ่อมให้ได้หรือไม่นี้เป็นปัจจัยอันดับแรกที่ต้องพิจารณาตั้งแต่ก่อนเลือกซื้อเครื่องชงกาแฟ หากทางร้านกาแฟมีความรู้พื้นฐานเรื่องวิธีการและแนวคิดในการดูแลรักษา รวมถึงการซ่อมแซมเครื่องชงกาแฟในขั้นตอนแบบง่าย ๆ ก็จะช่วยยืดระยะเวลาการใช้งานของเครื่องชงกาแฟได้ ดังนั้นการดูแลรักษาเครื่องชงกาแฟเป็นประจำทุกวันจึงเป็นเรื่องที่ไม่อาจมองข้ามไปได้

ก่อนใช้ต้องอุ่นเครื่องก่อน รอจนเครื่องร้อนถึงระดับมาตรฐานแล้ว จึงจะเริ่มชงกาแฟได้

หลังจากใช้เสร็จแล้ว ต้องล้างกากกาแฟออกให้สะอาด

ทำความสะอาดบริเวณปากกรองเป็นประจำ

จะเลือกซื้อเครื่องชงกาแฟอย่างไรดี

มีคำกล่าวไว้ว่า " การจะทำงานให้ดี ต้องมีอุปกรณ์ที่ดีเสียก่อน " การซื้อเครื่องชงกาแฟที่ดีสักเครื่อง ก็เท่ากับมีชัยไปกว่าครึ่ง ดังนั้นการเลือกซื้อเครื่องชงกาแฟจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก

โดยทั่วไปแล้ว การเลือกซื้อเครื่องชงกาแฟจะต้องดูว่ารูปแบบการดำเนินงานเป็นอย่างไร ขยายกาแฟอะไร การเลือกซื้อเครื่องชงกาแฟต้องพิจารณาถึงปัจจัยบางอย่างคือ :

ลักษณะของผลิตภัณฑ์กาแฟ

จำนวนแขกที่มากที่สุดที่จะเข้าร้านในช่วงเวลาเร่งด่วน

มาตรฐานเทคนิคของพนักงานแคน์เตอร์บาร์

ถ้าคุณตัดสินใจว่าจะขายกาแฟซึ่งเกิดออริจิน ก็ใช้เครื่องชงกาแฟแบบชงมือ ซึ่งต้นทุนไม่สูงมากนัก ดังนั้นการเลือกเครื่องแบบชงมือก็ควรพิจารณาจากความต้องการของแต่ละร้าน คุณภาพของเครื่อง ชื่อเสียงของแต่ละยี่ห้อ ราคา

ส่วนเครื่องชงสไตลิตาลีแต่ละเครื่องราคาจะแตกต่างกันหลายหมื่นหรืออาจจะถึงหลักแสน สำหรับร้านกาแฟสไตลิตาลี เครื่องชงกาแฟไม่ใช่แค่อุปกรณ์ทำมาหากินของร้านเท่านั้น เพราะเงินลงทุนส่วนใหญ่จะมาลงอยู่ที่เครื่องชงกาแฟมากที่สุด หากเลือกเครื่องดีก็สามารถใช้ได้นาน 8-10 ปี อย่างไม่มีปัญหา ถึงแม้ต้องใช้งบลงทุนมากในการซื้อ แต่หากดูแลรักษาอย่างเหมาะสม เครื่องชงที่ดีก็จะสามารถชงกาแฟที่ทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจได้ เมื่อเทียบกับเงินทุนที่จ่ายไปก็ถือว่าน่าพอใจ

แต่สุดท้ายแล้ว เพื่อความอยู่รอดของกิจการ เงินที่จะลงทุนก็ต้องอยู่ในขอบเขตที่จำกัด ดังนั้นก่อนจะเลือกซื้อเครื่องชงกาแฟสักเครื่องก็ต้องศึกษาให้ดีเสียก่อน มิฉะนั้นหากเสียเงินไปมากกว่าความจำเป็นแล้ว ก็คงไม่สามารถเรียกกลับคืนมาได้

การตัดสินใจว่าเครื่องชงกาแฟนั้นดีหรือไม่ ไม่ใช่ดูจากลักษณะภายนอกหรือราคาแล้วจะตัดสินใจได้ เครื่องชงกาแฟที่ดีจะต้องมีความคงที่ในการชงกาแฟ ดังนั้นเวลาเลือกซื้อเครื่องชงกาแฟก็ต้องระมัดระวังเช่นกัน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญในการเลือกซื้อเครื่องชงกาแฟ

ศึกษาความสามารถและความแตกต่างของแต่ละเครื่องให้ชัดเจน

เครื่องชงกาแฟที่แตกต่างกันย่อมมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันไป ถ้าเครื่องชงกาแฟของคุณสามารถสร้างผลิตภัณฑ์กาแฟที่มีมูลค่าเพิ่มได้ ก็ถือว่าเป็นผลดีต่อกิจการร้านกาแฟ ดังนั้นก่อนจะเลือกซื้อเครื่องชงกาแฟแต่ละเครื่อง จะต้องศึกษาและสอบถามถึงความสามารถและจุดเด่นของเครื่องให้ชัดเจนเสียก่อน

ประเมินความต้องการของตัวเองอย่างละเอียด

กาแฟที่ชงโดยใช้เครื่องอัตโนมัติ ถึงแม้จะมีรสชาติที่แน่นอน แต่รสชาติก็จะหยุดอยู่แค่มาตรฐานเดียวเท่านั้น หากอยากเปิดร้านที่ขายกาแฟโดยเฉพาะ ซึ่งขายกาแฟเป็นหลัก ก็แสดงว่า จะต้องมี การตั้งความหวังเรื่องคุณภาพของกาแฟเอาไว้สูง และกาแฟของคุณก็ขายให้กับแขกที่รักการ ดื่มกาแฟ ดังนั้นจึงไม่เหมาะที่จะใช้เครื่องชงกาแฟแบบอัตโนมัติ

แต่สำหรับร้านกินดื่มขนาดใหญ่อาจใช้เครื่องชงแบบอัตโนมัติที่ไม่ต้องอาศัยความสามารถ เฉพาะทางของบาริสต้ามากนักก็ได้ เช่น ภัตตาคารที่อาจจะให้ลูกค้ากดปุ่มชงกาแฟด้วยตัวเองก็เหมาะ ที่จะใช้เครื่องชงกาแฟอัตโนมัติ

เครื่องชงกาแฟกึ่งอัตโนมัติมีการควบคุมที่ค่อนข้างยุ่งยาก ต้องมีเทคนิคเฉพาะทาง เหมาะ กับร้านกาแฟที่ต้องการคุณภาพและบาริสต้าที่ผ่านการฝึกฝนมาแล้ว เครื่องกึ่งอัตโนมัติสามารถใช้ เทคนิคการเติมและการกดผงกาแฟเพื่อชงกาแฟให้มีรสชาติดี และยังช่วยเพิ่มสีสันให้กับร้านกาแฟได้ อีกด้วยแต่โดยทั่วไปแล้วในช่วงเวลาเร่งด่วน เครื่องชงกาแฟกึ่งอัตโนมัติสไตล์อิตาลีอาจต้องใช้ บาริสต้าถึงสองคนในการชงกาแฟ จึงต้องมีพนักงานเพิ่มด้วย

ประเมินบริษัทจำหน่ายเครื่องชงกาแฟอย่างระมัดระวัง

เมื่อเปิดร้านทำการค้า ไม่ต้องกลัวแขกเข้าร้าน แต่สิ่งที่น่ากลัวคือไม่มีอะไรจะขายมากกว่า สำหรับร้านกาแฟ หากเครื่องชงกาแฟมีปัญหาจนไม่สามารถใช้งานได้ ก็แสดงว่าวันนั้นทั้งวันจะไม่ สามารถทำการค้าได้เลย และจะไม่มีรายได้ แต่ค่าเช่าก็ยังคงจ่ายตามกำหนด ดังนั้นในการทำการค้า เครื่องชงจะต้องมีคุณภาพสูง ด้วยเหตุนี้การหาบริษัทจำหน่ายเครื่องชงที่ดีสักแห่งจึงเป็นเรื่องสำคัญ มาก หากเครื่องชงกาแฟเสียการบริการหลังการขายของบริษัทนั้นรวดเร็วหรือไม่ สามารถหาเครื่องมา ให้ใช้แทนได้ทันทีหรือเปล่า สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่สำคัญ ดังนั้นสิ่งที่ต้องพิจารณาเป็นอันดับแรกเวลา เลือกซื้อเครื่องชงกาแฟก็คือ บริษัทต้องมีการบริการและสินค้าที่มีคุณภาพดี

ขนาดของเครื่องชงต้องประเมินจากจำนวนลูกค้า

รูปแบบและขนาดของการดำเนินกิจการของแต่ละร้านล้วนแตกต่างกันไป และสภาพการ บริโภคของลูกค้าก็ย่อมแตกต่างกันไปด้วย บางร้านอาจจะมีขนาดเล็กมากแต่ขายดีมาก บางร้านมี ขนาดใหญ่แต่กลับมีลูกค้าไม่ค่อยมากนัก เวลาเลือกขนาดของเครื่องชงกาแฟ จึงต้องพิจารณาในจุดนี้ ด้วย เครื่องกาแฟโดยทั่วไปที่มักจะพบอยู่ในท้องตลาด เป็นเครื่องชงแบบหนึ่งหัวชงไปจนถึงสามหัว ชง และยังมีเครื่องขนาดใหญ่แบบสี่หัวชงอีกด้วย ถ้าในแต่ละวันมีลูกค้า 200-300 คน ก็ต้องเลือกใช้ เครื่องชงกาแฟแบบ 3-4 หัวชง และหากขนาดของร้านไม่ถึง 33 ตารางเมตร หรือเปิดเป็นแค่เคาน์เตอร์ บาร์กาแฟ ก็ใช้เครื่องชงแบบหนึ่งหัวชงก็พอแล้ว

การชงกาแฟมีปัจจัยอะไรบ้าง

ไม่ว่าจะเป็นกาแฟแบบชงมือหรือใช้เครื่องชง นอกจากจะต้องมีเครื่องชงกาแฟแล้ว ภายในร้านยังต้องมีอุปกรณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับกาแฟอีกมากมายจึงจะทำให้กาแฟที่คุณชงดูเป็นมืออาชีพและเป็นตัวจริงมากยิ่งขึ้น ต่อไปนี้พวกเราได้นำปัจจัยต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องมีในร้านกาแฟตั้งแต่เริ่มชงกาแฟจนกระทั่งนำเสิร์ฟให้แก่ลูกค้า

เครื่องบดกาแฟ



อุปกรณ์ที่ใช้บดเมล็ดกาแฟก็คือเครื่องบดเมล็ด ก่อนชงกาแฟจะต้องนำเมล็ดกาแฟที่สมบูรณ์แต่ละเมล็ดมาบดให้ละเอียดเสียก่อน หรือไม่คุณก็ต้องซื้อกาแฟผงแบบบดสำเร็จรูป แต่กาแฟผงจะมีระยะเวลาในการเก็บสั้นกว่าเมล็ดกาแฟ นอกจากนี้วิธีชงและความหยาบละเอียดก็แตกต่างกันด้วย ผงกาแฟแบบบดสำเร็จรูปอาจจะไม่เหมาะกับกาแฟที่คุณจะชงก็ได้ หรืออีกวิธีหนึ่งคือใช้เครื่องชงกาแฟแบบอัตโนมัติที่สามารถบดเมล็ดได้เองภายในตัวเครื่อง ไม่เช่นนั้นคุณก็ต้องซื้อเครื่องบดเมล็ดไว้เครื่องหนึ่ง เครื่องบดเมล็ดกาแฟที่จำหน่ายกันอยู่ในท้องตลาดมีอยู่หลาย ชนิดเช่น :

เครื่องบดเมล็ดแบบใช้แรงมือ



ผงกาแฟที่บดโดยใช้เครื่องบดแบบใช้แรงมือจะค่อนข้างหยาบ เหมาะกับการบดในปริมาณน้อยเช่นใช้ภายในครอบครัวหรือคนที่มีความว่างพักผ่อนแล้วค่อยๆ บดอย่างช้า ๆ เวลาบดจะมีเสียงดังเป็นจังหวะ แต่จะต้องใช้เวลานาน หากต้องการชงกาแฟหลายถ้วยก็จะเปลืองแรงมาก นอกจากนี้เวลาใช้จะต้องระมัดระวัง เพราะจะต้องหมุนเบาๆเพื่อไม่ให้เกิดความร้อนจากการเสียดสี

เครื่องบดเมล็ดกาแฟก็มีระยะเวลาใช้งานเช่นกัน เมื่อใช้แล้วต้องตรวจดูว่ามีเศษกาแฟค้างอยู่หรือไม่ ต้องคอยดูแลทำความสะอาดเครื่องบดเมล็ดคั่วอยู่เสมอ และที่สำคัญคือจะต้องคอยสังเกตว่าไบบีมิดที่หรือยัง โดยกำหนดเวลาในการตรวจเช็คและเปลี่ยนไบบีมิดใหม่เพื่อให้คั่วอยู่เสมอ เพื่อให้บดกาแฟได้เท่ากันทุกครั้ง

เครื่องบดเมล็ดกาแฟแบบไฟฟ้า

สามารถบดเมล็ดให้มีความหยาบละเอียดที่ต่างกันและบดได้ครั้งละประมาณ 6 ถ้วย เหมาะกับครอบครัวที่ขงในปริมาณมากหรือใช้ในสำนักงานหรือร้านกาแฟขนาดเล็กก็ได้เช่นกัน เครื่องบดกาแฟแบบไฟฟ้าสะดวกกว่าแบบใช้แรงมือและยังประหยัดแรงและเวลาอีกด้วย

เครื่องบดเมล็ดกาแฟโดยเฉพาะ

ใช้ในกิจการร้านกาแฟทั่ว ๆ ไป การบดแต่ละครั้งสามารถบดผงกาแฟได้ประมาณ 1 ปอนด์ และยังสามารถปรับความหยาบละเอียดให้เหมาะกับวิธีการชงแต่ละวิธีได้อีกด้วย

การใช้เครื่องบดเมล็ดแบบไฟฟ้าไม่จำเป็นต้องใช้แรงมาก แต่เวลาที่เครื่องบดเมล็ดทำงานจะเกิดความร้อนและทำให้รสชาติของกาแฟเสียหายได้ ดังนั้นเวลาเลือกซื้อเครื่องบดเมล็ดแบบไฟฟ้าจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ ส่วนเครื่องบดกาแฟเมล็ดโดยเฉพาะแต่ละเครื่องมีราคาหลักหมื่นขึ้นไป ความสามารถพิเศษก็คือสามารถบดเมล็ดให้มีความหยาบละเอียดเท่ากันอย่างสม่ำเสมอและไม่ร้อนง่าย ไม่เกิดไฟฟ้าสถิต และทนทานสามารถใช้ได้นาน

ถ้วยกาแฟ

กาแฟที่ชงเสร็จแล้วต้องนำไปเสิร์ฟให้ลูกค้า ดังนั้นควรที่จะบรรจุในถ้วยที่ทำให้ผู้ดื่มประทับใจและตกตะลึง โดยเฉพาะเวลาที่ผู้หญิงหลายคนจะเดินร้านกาแฟแน่นอนว่าจะต้องซื้อถ้วยกาแฟสวยงามมากมาย โดยหวังว่าแขกจะประหลาดถ้วยกาแฟที่ตัวเองตั้งใจเลือกซื้อมาแล้วผลิตเพลินกับรสอร่อยของกาแฟ แต่สุดท้ายแล้วการเปิดร้านย่อมแตกต่างจากการดื่มกาแฟที่บ้านของตัวเอง ขนาดและคุณภาพของวัสดุที่ใช้ทำถ้วยกาแฟในท้องตลาดนั้นมีมากมายแตกต่างกัน และเหมาะกับชนิดและความเข้มข้นของกาแฟที่ต่างกัน ไปด้วย เราสามารถเลือกบรรจุกาแฟลงในถ้วยขนาดต่าง ๆ กันได้ ดังนั้นเวลาเลือกซื้อถ้วยจึงมีหลาย ๆ สิ่งที่ต้องระมัดระวัง

โดยทั่วไปถ้วยกาแฟกับถ้วยชาจะมีลักษณะคล้ายกันมาก คนทั่วไปแทบจะแยกไม่ออก แต่หากรู้จุดเด่นที่จะกล่าวถึงด้านล่างนี้แล้ว ก็จะสามารถแยกแยะถ้วยกาแฟกับถ้วยชาได้อย่างง่ายดาย

ถ้วยชา : ก้นถ้วยตื้น ปากถ้วยกว้าง เนื้อแก้วค่อนข้างเบา มีความแวววาว

ถ้วยกาแฟ : ปากถ้วยแคบ เนื้อแก้วหนาและหนัก ไม่ค่อยแวววาว

หลักสำคัญในการเลือกถ้วยกาแฟ

ด้านในของถ้วยควรจะเป็นสีขาว จึงจะสามารถดูและทดสอบสีของกาแฟที่ชงออกมาได้อย่างชัดเจน

ต้องเลือกถ้วยที่มีเนื้อละเอียด เพราะถ้วยที่เป็นพื้นผิวเรียบละเอียดจะมีลายเส้นน้อย ทำให้ไม่มีเศษกาแฟตกค้างทำความสะอาดง่ายและถูกสุขลักษณะอีกด้วย

ควรเลือกซื้อถ้วยกาแฟที่เป็นดินเผาหรือเครื่องเคลือบจะดีกว่า เพื่อหลีกเลี่ยงไม่ให้มีกรดหรือเกิดปฏิกิริยาทางเคมีหรือภาชนะลอกได้ง่าย

การบดเมล็ดกาแฟ

การนำเมล็ดกาแฟที่คั่วเสร็จแล้วไปทำให้ละเอียดจนกลายเป็นผงกาแฟนั้น ขั้นตอนนี้เรียกว่าการบด เวลาบดกาแฟจะเกิดกลิ่นหอมเข้มข้นของน้ำมันหอมระเหยที่อยู่ในกาแฟ ดังนั้นเมื่อบดเสร็จแล้วนำกาแฟไปชงทันที กาแฟที่ชงได้ก็จะมีกลิ่นหอมเต็มที่

แล้วควรจะบดผงกาแฟอย่างไร ควรจะบดให้หยาบหรือละเอียด จริง ๆ แล้ว ความหยาบละเอียดของผงกาแฟจะแตกต่างกันไปตามวิธีการชงกาแฟ ระยะเวลาในการสกัด (ชง) ยิ่งสั้น ผงกาแฟที่บดต้องยิ่งละเอียด ระยะเวลาในการสกัด (ชง) ยิ่งนาน ยิ่งต้องบดกาแฟให้หยาบมากขึ้น

ด้านล่างนี้เป็นวิธีการบดเมล็ด ซึ่งแบ่งตามความหยาบละเอียดได้เป็น 4 แบบ คือ บดหยาบบดกลาง บดละเอียด และบดละเอียดมาก วิธีการชงกาแฟที่แตกต่างกันก็จะต้องใช้วิธีการบดที่แตกต่างกันไปด้วย

บดหยาบ : ใช้กับการชงแบบหยด เช่น เครื่องชงกาแฟดริปอเมริกัน

บดกลาง : ใช้กับการชงด้วยกระดวยกรอง ตัวทำกาแฟแบบไซฟอน ตัวทำกาแฟแบบเฟรนช์เพรส

บดละเอียด : ใช้กับการชงกาแฟแบบกลั่น เช่น โมคาพอด เครื่องชงไอซ์ดริปคอฟฟี

บดละเอียดมาก : ใช้กับการชงที่ใช้แรงดัน เช่น เครื่องชงกาแฟเอสเพรสโซ่สตีลอิตาลี

ถ้าอยากชงกาแฟให้ดีสักถ้วย ความหยาบละเอียดของผงกาแฟเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากการสกัดสารละลายในผงกาแฟออกมามีระยะเวลาที่เหมาะสมของมันเอง ถ้าผงกาแฟละเอียดมากและใช้เวลาในการสกัดนาน ก็จะทำให้สารละลายที่มีรสชาติไม่พึงประสงค์ออกมามากเกินไป กาแฟจะค่อนข้างขม เข้มข้นแล้วความหอมก็จะหายไปด้วย แต่ในทางกลับกัน หากผงกาแฟหยาบมากและใช้เวลาสกัดเร็วเกินไป การสกัดสารละลายที่มีรสชาติดีก็จะทำไม่ได้ไม่เพียงพอกาแฟจะจืดและไม่มีรสชาติ

ดังนั้นถ้าอยากปรับความเข้มข้นหรือความจืดของกาแฟให้เหมาะสม เวลาชงกาแฟก็ควรใช้วิธีเพิ่มหรือลดปริมาณน้ำหรือไม่ก็เพิ่มหรือลดผงกาแฟ ซึ่งจะเหมาะกว่าการเปลี่ยนระดับความหยาบละเอียดของผงกาแฟ นอกจากนี้เนื่องจากกาแฟที่บดเสร็จแล้วจะดูดความชื้นในอากาศเร็ว ดังนั้นการเก็บรักษาผงกาแฟจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก ขอแนะนำทั่วไป ๆ ก็คือ ทางที่ดีควรจะบดกาแฟเมื่อต้องการชง แต่หากบดไว้แล้วก็ต้องเก็บผงกาแฟไว้ในกระปุกกาแฟที่ปิดไว้อย่างมิดชิด และควรจะใช้ให้หมดภายในหนึ่งสัปดาห์ ไม่เช่นนั้นอาจจะมีผลต่อกลิ่นหอมและรสชาติของกาแฟได้

ข้อควรระวังในการบดเมล็ดกาแฟ

ต้องลดความร้อนในการบด เวลาบดกาแฟ หากเกิดความร้อนในการบด จะทำให้กลิ่นหอมของกาแฟกระจายออกมาเร็วเกินไป และมีผลต่อรสชาติในการปรุงกาแฟ

ขนาดของผงกาแฟต้องเท่ากัน ถ้าขนาดไม่เท่ากันจะทำให้คำนวณระยะเวลาในการชงที่แน่นอนไม่ได้

ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการบดกาแฟก็คือก่อนชงกาแฟ เนื่องจากผงกาแฟที่บดเสร็จแล้วจะมีพื้นผิวที่สัมผัสกับอากาศมากกว่าเวลาที่เป็นเมล็ดกาแฟ และเมื่อมีพื้นที่มาก การเกิดออกซิเดชัน (oxidation) ก็จะยิ่งเกิดขึ้นได้เร็วเมื่อผงกาแฟเกิดการออกซิเดชันจะทำให้กลิ่นหอมหายไป ถ้าไม่เก็บรักษาให้ดี ผงกาแฟก็จะเปลี่ยนรสชาติได้ง่าย และไม่สามารถชงกาแฟที่มีกลิ่นหอมเข้มข้นได้

ในเมล็ดกาแฟมีน้ำมันอยู่ด้วย ในขั้นตอนการบดอาจจะมีคราบน้ำมันติดอยู่บนเครื่องบดได้ง่าย ดังนั้นหลังจากบดเสร็จแล้ว จะต้องทำความสะอาดเครื่องบดเมล็ด มิฉะนั้นหากทิ้งไว้นานเกินไป น้ำมันก็จะยิ่งมากขึ้น ทำให้เกิดกลิ่นเหม็นหืน โดยเฉพาะเมล็ดเกรดสูง หากนำมาบดโดยใช้เครื่องบดเมล็ดที่ไม่สะอาดก็จะมีกลิ่นเหม็นหืน และส่งผลกระทบต่อรสชาติของกาแฟด้วย

การชง (Brewing) การชงกาแฟที่ดี จะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

กาแฟ ต้องเลือกกาแฟที่ดี มีคุณภาพ ผ่านกระบวนการคั่ว บด และเก็บรักษาที่ถูกต้องวิธี

น้ำ ที่ใช้ชงกาแฟต้องเป็นน้ำดื่มที่ใสสะอาดผ่านการกรองแล้ว เพราะถ้าน้ำที่มีรสหรือกลิ่นเพี้ยนจะทำให้รสชาติของกาแฟผิดเพี้ยนไป อุณหภูมิของน้ำที่เหมาะสมต่อการชงกาแฟมากที่สุดอยู่ที่ประมาณ 94-98 องศาเซลเซียส

อุปกรณ์ เครื่องชงและกาแฟบดต้องมีความสัมพันธ์กันดังที่กล่าวมาแล้ว กาแฟที่บดละเอียดจนเกินไป จะใช้เวลาชงมากกว่าปกติ และทำให้กาแฟมีรสชาติขม ส่วนกาแฟที่บดหยาบเกินไป จะใช้เวลาชงน้อยกว่าปกติ ทำให้กาแฟที่ได้มีรสชาติเฝื่อนจาง ทั้งนี้เพราะน้ำที่ใช้ชงกาแฟมีโอกาสดูดซับ

และสัมผัสกาแฟต่างกัน รสชาติกาแฟที่ได้จึงต่างกัน โดยทั่วไปแล้ว สูตรในการชงกาแฟที่ดีจะใช้ปริมาณกาแฟ 2 ช้อนโต๊ะ ต่อน้ำ 6 ออนซ์ และก่อนรินกาแฟลงถ้วย ผู้ชงควรอุ่นถ้วยกาแฟเสียก่อน เพื่อเก็บความร้อนของกาแฟให้นานยิ่งขึ้น จะได้รสชาติดี

การที่จะให้กาแฟอร่อยและหอมกรุ่น รสชาติดี นุ่มนวลนั้น ควรดื่มกาแฟในขณะที่ร้อนอยู่จะได้รสชาติอร่อยอย่างเต็มที่

ข่าวดี!! ดื่มชา-กาแฟเป็นประจำป้องกันโรคหัวใจ-มะเร็งช่องปาก



งานศึกษาว่าสิบปีจากนอร์เวย์และนอร์เวย์การดื่มกาแฟหรือชาวันละหลายถ้วย มีแนวโน้มป้องกันโรคหัวใจ การศึกษาอีกชิ้นจากสหรัฐฯ ยังพบว่าการดื่มกาแฟวันละ 4 ถ้วย ช่วยป้องกันมะเร็งในช่องปาก จากการศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง 40,000 คนพบว่า คนที่ดื่มชาวันละมากกว่า 6 ถ้วย มีความเสี่ยงโรคหัวใจลดลง 1 ใน 3 หนึ่ง การที่ชาวออสเตรเลียนิยมดื่มกาแฟใส่นมเล็กน้อยและชาดำ ทำให้มีรายงานที่ขัดแย้งกันเกี่ยวกับผลของนมที่มีต่อโพลีฟินอล ที่เชื่อว่าเป็นสารที่มีคุณประโยชน์มากที่สุด ในชา สำหรับกาแฟมีคุณสมบัติที่ในทางทฤษฎีช่วยเพิ่มและลดความเสี่ยงไปพร้อมกัน กล่าวคือทำให้ระดับคอเลสเตอรอลสูงขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็ช่วยต่อสู้กับการอักเสบที่เกี่ยวข้องกับโรคหัวใจ

แต่การศึกษาที่อยู่ในวารสารของสมาคมหัวใจแห่งอเมริกาพบว่า คนที่ดื่มกาแฟวันละ 2-4 ถ้วย สามารถลดความเสี่ยงโรคหัวใจได้ถึง 20% อีกทั้งไม่มีแนวโน้มว่าจะเสียชีวิตจากสาเหตุใดๆ ซึ่งรวมถึงโรคหลอดเลือดสมองและมะเร็งมากไปกว่าคนที่ไม่ดื่ม

ศาสตราจารย์อิวอนน์ แวน เคอร์ ซูว์ ผู้นำการวิจัยที่เนเธอร์แลนด์ กล่าวว่าการศึกษาครั้งนี้ถือเป็นข่าวดีสำหรับคอชาและกาแฟ เพราะดูเหมือนว่าเครื่องดื่มสองชนิดนี้จะให้ประโยชน์ต่อหัวใจโดยไม่ไปเพิ่มความเสี่ยงการเสียชีวิตจากโรคอื่นๆ

เอลเลน เมสัน พยาบาลอาวุโสของมูลนิธิหัวใจแห่งอังกฤษ ขานรับว่าการศึกษานี้เป็นการย้ำว่าการดื่มชาและกาแฟในปริมาณพอสมควรไม่เป็นอันตรายต่อคนส่วนใหญ่ ทั้งยังอาจลดความเสี่ยงโรคหัวใจและการเสียชีวิตจากโรคนี้อีกด้วย

กระนั้น เมสันสันทัดว่าการใช้ชีวิตในรูปแบบที่ดีต่อสุขภาพโดยรวมมีความสำคัญมากกว่าในการรักษาสุขภาพหัวใจ "การดื่มกาแฟไปด้วยสูบบุหรี่ไปด้วยทำให้ประโยชน์เรื่องนี้จบลงทันที ขณะที่การดื่มชาหน้าทีวีเป็นชั่วโมงๆ โดยไม่ออกกำลังกายเลย คงไม่สามารถปกป้องหัวใจของคุณได้ทั้งหมด"

ผลงานวิจัยนี้ตีพิมพ์ในระดับปริญญาตรี

ขณะเดียวกัน การศึกษาจากสหรัฐฯ ระบุการดื่มกาแฟวันละ 4 ถ้วยช่วยป้องกันมะเร็งในช่องปากได้ถึง 39% แพทย์มักแนะนำให้ดื่มกาแฟแต่พอประมาณ เนื่องจากคาเฟอีนอาจทำให้หัวใจเต้นแรงขึ้นและความดันโลหิตสูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม นักวิจัยยืนยันว่าหลักฐานที่ได้มาชี้ชัดว่าสารเคมี 1,000 ชนิดในกาแฟ ซึ่งรวมถึงสารต่อต้านอนุมูลอิสระ สามารถป้องกันโรคมะเร็งได้ด้วย

นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยยูทาห์ใช้ข้อมูลที่รวบรวมจากการศึกษา 9 ฉบับจากยุโรป อเมริกา และอเมริกากลาง ที่มีกรเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มกาแฟของผู้ป่วยมะเร็ง 5,000 คน และกลุ่มตัวอย่างสุขภาพดีกว่า 9,000 คน

หลังจากพิจารณาปัจจัยเสี่ยงอื่นๆ เช่น การสูบบุหรี่ การกินอาหารและการดื่ม นักวิจัยพบว่าผู้ที่ดื่มกาแฟเป็นประจำมีความเสี่ยงเป็นโรคมะเร็งช่องปากลดลง 39% เมื่อเทียบกับคนที่ไม่ดื่ม

ทั้งนี้ การที่ผลศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างกาแฟกับมะเร็งขัดแย้งกัน เนื่องจากการดื่มกาแฟอาจเป็นตัวบ่งชี้ปัจจัยการใช้ชีวิตบางอย่างที่เพิ่มความแข็งแรง เช่น การสูบบุหรี่และดื่มเหล้า

ที่มา : http://www.healthcorners.com/2007/coffee_web/menu_hot_coffee_report.php

เข้าถึงเมื่อ วันที่ 18 สิงหาคม 2553

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน

(ข้อมูลการให้สินเชื่อธนาคารออมสิน, 2553)

สินเชื่อโทรทองเอกประสงค์

ประเภทสินเชื่อ เงินกู้ระยะยาว แบบผ่อนชำระ

1. วัตถุประสงค์ของการขอกู้

1.1 ประกอบการค้าหรือการลงทุน ยกเว้น ธุรกิจที่มีความเสี่ยงและไม่ก่อเกิดรายได้

1.2 เพื่อการอุปโภคและบริโภค ได้แก่ ซื้อเครื่องใช้จำเป็นภายในครัวเรือน ซื้อยานพาหนะที่จำเป็นต้องใช้ในการเดินทางหรือประกอบกิจการ ค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมยานพาหนะค่ารักษาพยาบาล ชำระหนี้ได้ถอนจำนวนจากสถาบันการเงิน ยกเว้น ซื้อที่ดินเปล่า ค่าใช้จ่ายส่วนตัว

1.3 อื่น ๆ ตามที่ธนาคารประกาศกำหนด

2. คุณสมบัติผู้กู้

2.1 เป็นบุคคลที่มีอาชีพและรายได้แน่นอน

2.2 มีอายุ 20 ปีบริบูรณ์ และเมื่อรวมอายุผู้กู้กับระยะเวลาที่ชำระเงินคืนต้องไม่เกิน 65 ปี

2.3 เป็นผู้ฝากเงินประเภทใดประเภทหนึ่งของธนาคาร

3. จำนวนเงินให้กู้

รายละไม่เกิน 2,000,000 บาท แต่ไม่เกินร้อยละ 90 ของราคาประเมินหลักทรัพย์ประกันเงินกู้

4. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด

ดอกเบี้ยเงินกู้ขั้นต่ำประเภทเงินกู้มีระยะเวลา (MLR: Minimum Lending Rate) ร้อยละ 6.00

สินเชื่อโทรทอง (เอกประสงค์ กรณีใช้บุคคลค้ำประกัน) คือ $MLR + 1.50$

5. หลักประกันเงินกู้

เป็นที่ดินและอาคารที่เป็นที่อยู่อาศัยของตนเองหรือบุคคลอื่น ซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีความเจริญ มีไฟฟ้า สาธารณูปโภคอื่น ๆ ตามความจำเป็นและมีทางสาธารณะประโยชน์ซึ่งรถยนต์ผ่านเข้าออกได้สะดวก

6. การจ่ายเงินกู้ จ่ายเงินกู้งวดเดียว

7. ระยะเวลาชำระเงินกู้

ไม่เกิน 20 ปี นับตั้งแต่เดือนที่ต้องชำระเงินกู้ และดอกเบี้ยงวดแรกตามที่กำหนดในสัญญา

8. การชำระหนี้เงินกู้

ชำระเป็นรายเดือน จะชำระด้วยตนเอง หรือให้ธนาคารหักบัญชี หรือหน่วยงานรวบรวมนำเงินส่งก็ได้

9. เอกสารประกอบการกู้

9.1 สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน

9.2 สำเนาทะเบียนบ้าน

9.3 หนังสือยินยอมให้หักเงินเดือน (กรณีหน่วยงานหักเงินนำส่งชำระหนี้)

9.4 สำเนาใบสำคัญการจ่ายเงินเดือนหรือสลิปเงินเดือน

9.5 หนังสือรับรองจากผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ออกให้

9.6 สำเนาหลักฐานการฝากเงินประเภทใดประเภทหนึ่งของธนาคาร

9.7 หนังสือมอบอำนาจให้หักเงินในบัญชี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

- ชื่อ-สกุล: นายณพพร เผือกหอม
- ที่อยู่: 85/1 หมู่ 2 ตำบลบ้านไร่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี 70000
- ที่ทำงาน: สำนักงานบริการลูกค้า กสท บ้านโป่ง
สำนักงานบริการลูกค้า กสท เขตตะวันตก บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) 59 หมู่ 1 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 70110
โทรศัพท์: 0-3222-1325 มือถือ: 08-1350-1049 โทรสาร: 0-3222-1326
- ประวัติการศึกษา**
- พ.ศ. 2549 ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการทั่วไป)
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาผู้ประกอบการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ประวัติการทำงาน**
- พ.ศ. 2526 ช่างโทรคมนาคม ระดับ 2 สถานีวิทยุบริการประจำบรีซ์ชันซ์
การสื่อสารแห่งประเทศไทย กระทรวงคมนาคม
- พ.ศ. 2532 นายช่างโทรคมนาคม ระดับ 4 ที่ทำการช่างโทรเลข บ้านโป่ง
จังหวัดราชบุรี การสื่อสารแห่งประเทศไทย กระทรวงคมนาคม
- พ.ศ. 2540 นายช่างโทรคมนาคม ระดับ 6 สำนักงานบริการโทรคมนาคม ชะอำ
จังหวัดเพชรบุรี การสื่อสารแห่งประเทศไทย กระทรวงคมนาคม
- พ.ศ. 2549 ผู้จัดการสำนักงานบริการลูกค้า ระดับ 8 สำนักงานบริการ โทรคมนาคม
ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กระทรวง
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- พ.ศ. 2550 ผู้จัดการส่วน ระดับ 8 ส่วนตรวจสอบบัญชีการเงินและภาษี สำนักงาน
บริการลูกค้า กสท เขตตะวันตก จังหวัดราชบุรี บริษัท กสท โทรคมนาคม
จำกัด (มหาชน)
- พ.ศ. 2553 ผู้จัดการสำนักงานบริการลูกค้า ระดับ 8 สำนักงานบริการลูกค้า กสท
บ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)