

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนด์ อะโลน (Stand-Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด แบบสแตนด์ อะโลน (Stand-Alone) ซึ่งตั้งอยู่ในตำบลต่าง ๆ ทั้ง 16 ตำบล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 36 ร้าน และทำการสัมภาษณ์ร่วมกับการใช้แบบสอบถามผู้ประกอบการ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม เพื่อรวบรวมข้อมูลรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนด์ อะโลน (Stand-Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Sciences: SPSS/PC+)

ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนด์ อะโลน (Stand-Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่ให้ข้อมูลคือ ตำแหน่งผู้จัดการ/รองผู้จัดการสาขา เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-37 ปี และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

จากการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด แบบสแตนด์ อะโลน (Stand-Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลด้านการดำเนินงานผู้ประกอบการในธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงินและบัญชี ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

ด้านการจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการวางแผนล่วงหน้าในด้านการจัดการและการผลิต ซึ่งเป็นการวางแผนระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) ในส่วนของโครงสร้างธุรกิจส่วนใหญ่เป็นโครงสร้างแบบเป็นทางการ โดยแบ่งตามหน้าที่ คือผู้บริหารระดับสูง และแผนกต่าง ๆ คือ มีเจ้าของกิจการและลูกจ้าง นอกจากนั้นเป็นในรูปแบบของหุ้นส่วนและบริษัท จำกัด มีทั้งเป็นสาขาย่อยและระบบแฟรนไชส์

ด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มกาแฟ ในเรื่องของความสะอาดถูกสุขอนามัย และรสชาติ มากที่สุด และใส่ใจในเรื่องของ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกาแฟ โดยส่วนใหญ่ได้แนวคิดจากการศึกษาจากตำราและจากบริษัท จำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟ และในระบบแฟรนไชส์สูตรการทำกาแฟแต่ละชนิดจะเป็นสูตรเดียวกัน หมดมาจากบริษัทกำหนดไว้ให้ ส่วนของบรรจุภัณฑ์ก็จะใช้ไม่แตกต่างกันแต่ก็มีการปรับปรุง ให้ทันสมัยอยู่เสมอ ด้านการส่งเสริมการขายโดยวิธีการโฆษณาผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการ โฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยใช้ป้ายโฆษณา และแผ่นพับใบปลิว รองลงมา คือการใช้โปสเตอร์ โฆษณาในหนังสือพิมพ์และนิตยสารท้องถิ่น และมีการส่งเสริมการขายโดยการอุปถัมภ์ และผู้ประกอบการมีการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ร้าน โดยให้การสนับสนุนกิจกรรม ทางสังคม

ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิตโดยมีการ วางแผนปริมาณการผลิตในแต่ละวัน ในด้านการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ มากในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และ ด้านการจัดซื้อวัตถุดิบผู้ประกอบการส่วนใหญ่มี หลักเกณฑ์ในการจัดซื้อ คือ คุณภาพของวัตถุดิบ เช่น ความสด ใหม่ รองลงมา คือ ราคา เช่น ราคา ไม่แตกต่างจากท้องตลาด เป็นต้น และจากผลการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยการสั่งซื้อวัตถุดิบ ของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยการสั่งซื้อ โดยมี หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกอันดับหนึ่งคือ คุณภาพของวัตถุดิบ รองลงมาคือ ราคาของวัตถุดิบ

ด้านการเงินและบัญชี พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการบันทึกข้อมูลทางบัญชี โดยการใส่สมุดบันทึกบัญชีและคอมพิวเตอร์ โดยเจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วนเป็นผู้ทำเอง รองลงมา คือ พนักงานคนใดคนหนึ่งที่ได้รับมอบหมาย และโครงสร้างของเงินทุน พบว่าส่วนใหญ่ใช้เงิน ลงทุนส่วนตัว ส่วนเรื่องแหล่งเงินทุนของทั้งนี้สินระยะสั้นและระยะยาวมาจากสถาบัน การเงิน ธนาคาร บริษัทเงินทุน และเงินทุนหมุนเวียนในกิจการต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้เงินทุน หมุนเวียนน้อยกว่า 300,001 บาท และระหว่าง 900,001 – 1,200,000 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายทาง การตลาดที่ใช้ในกิจการต่อเดือน (ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด) อยู่ที่มากกว่า 100,000 – 200,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ใช้ในกิจการต่อเดือน (เช่น ค่าบำรุงรักษา อุปกรณ์ เงินเดือนพนักงาน) ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 100,001 – 1,500,000 บาท

This study aimed to investigate operation patterns of the Stand - Alone coffee - shop business in Meuang district, Chiang Mai province. The respondents in this study were 36 Stand - Alone fresh coffee traders from 16 sub - districts (Tambon) of Meuang district, Chiang Mai province. Data were obtained through interview and questionnaires distributed to sample group of traders. Then, the data were analyzed by using the Statistical Package for Social Sciences : SPSS/ PC

Results of the study regarding personal data of the Stand - Alone fresh coffee traders revealed that most of the respondents were managers and assistant managers, respectively. All of them were males, aged 31 - 37 years - old and bachelor's degree holders. Information on business operation of the respondents focused more on the four aspects: management, marketing, production, and finance and accounting.

In the case of management, it was found that the traders held the importance on planning in advance (not more than one year) on management and production. Most business structures were non- private ones, classified on the basis of duty : executive administrators and different sections (firm owners and hired workers). Also, it was in the form of partnership and company limited, either branches or franchises.

For marketing, it was found that most of the traders held the most importance on coffee beverage products in terms of cleanliness and taste. They mostly obtained the concept from book reviewing and companies selling coffee products. For the franchise system, formula in making each kind of coffee was the same among coffee shops in this system. There was no difference in product packaging among coffee shops and their competitors but packaging was

always improved to be up to date. Most traders advertised their products by using bill board and brochures. These were followed by posters, local newspaper and magazine. Besides, sale promotion was conducted by using coupon and the traders did public relations by supporting or coordinating social activities.

In the case of production, it was found that most of the traders had prepared production planning for each day. They also held the importance on new product finding. For the purchase of raw material, they mostly had measures on the quality of raw materials such as freshness and price which was not different from that in the market. It was also found that most of the traders held the importance on purchasing factors. The selecting measures were quality of raw material and price of raw material, respectively.

In the case of finance and accounting, it was found that most of the traders had recorded accounting data by using accounting note book and computer. The business owners or partners did it by themselves. This was followed by giving an authorization to one hired worker of the coffee shop. For sources of capital of both short and long term debt, it was obtained from financial institutes, banks, loan providing companies, and monthly flow capital of the firm. They mostly used flow capital of less than 300,001 baht and 900,001 - 1,200,000 baht. It was also found that monthly marketing expense (advertisement and market promotion) was about 100,000 - 200,000 baht. Monthly management expenses (materials and equipment maintenance and wage) was about 100,001 - 1,500,000 baht.