

แผนธุรกิจ (Business Plan)

ร้านกาแฟขนมไทย Allure



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ (Business Plan)

ร้านค้าแฟชั่นไทย Allure

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2558



นางสาวดวงภัทร ฟองทอง
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พริศ รุ่งเรือง,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังค์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้คำปรึกษา และเสนอแนะแนวทางในตลาดการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ตลอดจนคณาจารย์ที่วิทยาลัยการจัดการมิตลทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ให้ด้านต่างๆ จนทำให้ผู้เขียนสามารถนำความรู้ความเข้าใจที่ได้รับมาประยุกต์ใช้และทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำและตรวจสอบสารนิพนธ์จนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์

อีกทั้งผู้เขียนยังขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลในด้านการประกอบกิจการคาเฟ่ร้านกาแฟ เพื่อใช้ประกอบในการเขียนแผนธุรกิจฉบับนี้ รวมถึงผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวมา ณ ที่นี้ สุดท้ายขอขอบพระคุณเพื่อน ๆ ทุกคนใน BM รุ่น 17A ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนกันตลอดมาจนกระทั่งสำเร็จการศึกษาไปด้วยกัน

ดวงภัทร ฟองทอง

แผนธุรกิจร้านคาเฟ่ขนมไทย

BUSINESS PLAN ALLURE THAI DESSERT CAFE

ดวงภัทร ฟองทอง 5750113

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
พลิศารุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิน ระวิวงศ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจร้านคาเฟ่ในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากการที่มีร้านคาเฟ่เปิดใหม่เกิดขึ้นมากมาย การเจริญเติบโตของธุรกิจดังกล่าวเป็นผลมาจากพฤติกรรมการบริโภคของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด โดยปัจจุบันคนไทยได้หันมานิยมเข้าร้านคาเฟ่ที่มีการตกแต่งร้านให้ดูทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่ดีเหมาะสมกับการไปนั่งพักผ่อนกับครอบครัวและเพื่อนหรือการนั่งคุยงาน

ขนมเป็นอาหารที่สำคัญสำหรับคนไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยคนไทยมักจะทานขนมหลังจากทานอาหารข้าวเรียบร้อยแล้ว ขนมไทยถือเป็นอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประจำชาติไทยอย่างหนึ่งที่เป็นที่รู้จักกันทั่วโลก เพราะขนมไทยเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความละเอียดอ่อนประณีตในการทำ และการทำขนมไทยยังให้ความสำคัญกับรสชาติ สี สัน ความสวยงาม กลิ่น และรูปปลักษณ์ที่ทำให้ดูน่าทาน

จากโอกาสของร้านคาเฟ่ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน และความต้องการที่จะส่งเสริมการบริโภคขนมไทยและทำให้ขนมไทยเป็นขนมหวานที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ทำให้เกิดแนวคิดในการทำร้าน Allure ซึ่งเป็นร้านคาเฟ่ขนมไทย

คำสำคัญ : คาเฟ่ขนมไทย/ขนมไทย/ของหวาน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ	2
1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ	2
1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์	2
1.4 วิสัยทัศน์	4
1.5 พันธกิจ	4
1.6 กลยุทธ์ทางธุรกิจ	5
1.7 เป้าหมายขององค์กร	5
บทที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันทางธุรกิจ	6
2.1 การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและตลาด	6
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ	7
2.3 การวิเคราะห์คู่แข่ง	13
บทที่ 3 แผนการดำเนินงาน	16
3.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	16
3.2 สถานที่ตั้งและแผนผัง	16
3.3 โครงสร้างองค์กร	18
3.4 คำอธิบายลักษณะงาน	19
3.5 กระบวนการในการให้บริการ	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
แผนการตลาด	25
4.1 การแบ่งส่วนลูกค้า	25
4.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	25
4.3 ตำแหน่งทางการตลาด	26
4.4 แผนการตลาด	26
บทที่ 5	
แผนการเงิน	35
5.1 สมมติฐานทางการเงิน	35
5.2 ต้นทุนสินค้า/บริการ	35
5.3 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	39
5.4 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	40
5.5 ประมาณงบกระแสเงินสด	41
5.6 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	42
5.7 การคำนวณมูลค่าสุทธิและผลตอบแทนของการลงทุน	43
บทที่ 6	
แผนการบริหารความเสี่ยง	44
บรรณานุกรม	46
ประวัติผู้วิจัย	47

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	แสดงสัดส่วนการลงทุนของผู้ถือหุ้น	16
4.1	แสดงราคาเครื่องคั้ม	32
4.2	แสดงปริมาณเครื่องคั้มต่อแก้ว	32
4.3	แสดงราคาขนมไทย	32
5.1	แสดงต้นทุนวัตถุดิบเครื่องคั้มร้าน	35
5.2	แสดงต้นทุนวัตถุดิบเครื่องคั้มเย็น	35
5.3	แสดงต้นทุนเครื่องคั้มปั่น	36
5.4	แสดงต้นทุนขนมแห้ง	36
5.5	แสดงต้นทุนขนมน้ำ	36
5.6	แสดงต้นทุนการจัด Workshop	37
5.7	แสดงต้นทุนแรงงาน	37
5.8	แสดงค่าโสหุ้ยในการผลิต	37
5.9	แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด	38
5.10	แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	38
5.11	แสดงเงินลงทุนในโครงการ	38
5.12	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน	39
5.13	แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	40
5.14	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด	41
5.15	แสดงกระแสเงินสดสุทธิ	42
5.16	แสดงอัตราส่วนทางการเงิน	48



สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	กราฟแสดงความต้องการใช้เมล็ดกาแฟในประเทศไทย	6
2.2	Five Forces Model	8
3.1	แสดงแผนผังสถานที่ตั้งของร้านกาแฟขนมไทย	17
3.2	แสดงภาพรูปแบบการตกแต่งร้าน	17
3.3	แสดงแผนผังร้านบริเวณชั้น 1	18
3.4	แสดงแผนผังร้านบริเวณชั้น 2	18
3.5	แสดงโครงสร้างองค์กร	19
3.6	แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้า	22
3.7	แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้า	24
4.1	แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	26
4.2	แสดงตราสินค้า	27
4.3	แสดงรูปแบบการตกแต่งร้าน	28
4.4	แสดงเครื่องดื่ม	28
4.5	แสดงขนม	29
4.6	แสดงขนม	29
4.7	แสดงขนม	30
4.8	แสดงเมนูสินค้า	31
4.9	แสดงเมนูสินค้า	31

บทที่ 1

ความเป็นมาของธุรกิจ

1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากการที่มีร้านกาแฟเปิดใหม่เกิดขึ้นมากมาย เช่น ร้านกาแฟแมว ร้านกาแฟกระต่าย หรือร้านกาแฟ เป็นต้น การเจริญเติบโตของธุรกิจดังกล่าวเป็นผลมาจากพฤติกรรมการบริโภคของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด โดยปัจจุบันคนไทยได้หันมานิยมเข้าร้านกาแฟที่มีการตกแต่งร้านให้ดูทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่ดีเหมาะสมกับการไปนั่งพักผ่อนกับครอบครัวและเพื่อนหรือการนั่งคุยงาน ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่างๆ ของผู้บริโภค เช่น เฟสบุ๊ก และอินสตาแกรม ที่มีการแชร์รูปภาพร้านกาแฟต่างๆ ลงไป ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจการเข้าร้านกาแฟมากขึ้น ลักษณะการใช้ชีวิตของคนไทยที่ใช้ชีวิตแบบสบายๆ ไม่เร่งรีบก็เป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้ร้านกาแฟเป็นที่นิยมของผู้บริโภค นอกจากนี้การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนก็เป็นอีกหนึ่งโอกาสที่จะทำให้มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งทำให้กลุ่มลูกค้ามีการขยายตัวมากขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจในการลงทุน แต่เนื่องด้วยปัจจุบันร้านกาแฟในกรุงเทพมหานครมีอยู่จำนวนมาก การที่จะทำธุรกิจร้านกาแฟให้อยู่รอดในตลาดได้จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างจากร้านกาแฟอื่นๆ เพื่อให้ร้านกาแฟได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น

ร้าน Allure เป็นร้านกาแฟที่มีลักษณะเป็นบ้านสีขาวสองชั้นมีพื้นที่สนามหญ้าเพื่อให้ความรู้สึกร่มรื่น ร้านจะมีการตกแต่งร้านด้วยโทนสีขาวและสีน้ำเงินเพื่อให้ความรู้สึกผ่อนคลายและบริสุทธิ์ ด้านเฟอร์นิเจอร์ภายในร้านที่ใช้จะเน้นการใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้ โทนสีอ่อนเพื่อให้ความรู้สึกนุ่มนวลและสบายๆ เหมือนกับนั่งทานเครื่องดื่มอยู่ที่บ้านของตัวเอง ภายนอกของร้านบริเวณสนามหญ้าจะมีการจัดที่นั่งสำหรับลูกค้าโดยจะเน้นการตกแต่งให้ลูกค้ารู้สึกสบายและผ่อนคลาย โดยที่นั่งส่วนใหญ่จะเป็นการนั่งบนสนามหญ้าด้วย bean bag และ โต๊ะที่ใช้ก็จะ เป็น โต๊ะสแตนเลส ไม้ เพื่อให้อายุการใช้งานยาวนานขึ้น พื้นที่บริเวณนี้เหมาะสำหรับลูกค้าที่มาอยู่กับกลุ่มเพื่อนและต้องการจะนั่งคุยกันแบบสบายๆ เหมือนนั่งอยู่ที่โซฟาที่บ้าน บริเวณชั้นสองของร้านจะจัดเป็นพื้นที่สำหรับการทำ Workshop ของลูกค้าที่ให้ความสนใจ

ขนมเป็นอาหารที่สำคัญสำหรับคนไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยคนไทยมักจะทานขนมหลังจากทานอาหารคาวเรียบร้อยแล้ว ขนมไทยถือเป็นอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประจำชาติไทยอย่างหนึ่งที่เป็นที่รู้จักกันทั่วโลก เพราะขนมไทยเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความละเอียดอ่อนประณีตในการทำ และการทำขนมไทยยังให้ความสำคัญกับรสชาติ สี สัน ความสวยงาม กลิ่น และรูปลักษณะที่ทำให้ดูน่าทาน ในปัจจุบันคนไทยให้ความสำคัญกับขนมไทยลดลงและหันไปให้ความสนใจกับขนมหวานต่างชาตินานกว่าทำให้ขนมไทยไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร จะเห็นได้จากกรณีที่ร้านคาเฟ่ส่วนมากจะมีขนมประเภทเบเกอรี่เพื่อทานคู่กับเครื่องดื่มเป็นส่วนใหญ่

จากการศึกษาทัศนคติของเยาวชนต่อภาพลักษณ์ขนมไทยของ ผศ.ดร.ชลลดา มงคลวานิช พบว่าเยาวชนไทยส่วนใหญ่ชื่นชอบขนมไทยที่มีรสหวานและมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ของขนมไทยในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นความหวาน ความมันจากกะทิ ทำให้ผู้บริโภคชื่นชอบและต้องการที่จะบริโภคซ้ำและชักชวนให้คนรู้จักบริโภคขนมไทยด้วย

จากโอกาสของร้านคาเฟ่ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน และความต้องการที่จะส่งเสริมการบริโภคขนมไทยและทำให้ขนมไทยเป็นขนมหวานที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทำให้เกิดแนวคิดในการทำร้าน Allure ซึ่งเป็นร้านคาเฟ่ขนมไทย

1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ

ธุรกิจร้านคาเฟ่ขนมไทยเป็นธุรกิจที่มีความแตกต่างจากร้านคาเฟ่ทั่วไปเนื่องจากโดยปกติแล้วร้านคาเฟ่จะขายเครื่องดื่มและเบเกอรี่ เช่น พาย ขนมปัง ขนมหวานแบบต่างชาติ เป็นต้น แต่สำหรับร้านคาเฟ่ขนมไทยนั้นจะสร้างความแตกต่างด้วยการขายขนมไทยเพื่อทานคู่กับเครื่องดื่มชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ชา กาแฟ หรือน้ำผลไม้ นอกจากนี้จะมีการจัดเวิร์คช็อปการทำขนมไทยชนิดต่างๆ ให้ผู้ที่สนใจที่จะเรียนรู้ได้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวด้วย

1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ร้าน Allure เป็นร้านคาเฟ่ที่ให้บริการเครื่องดื่มและขนมหวาน โดยลักษณะการบริการจะเป็นการขายสินค้าให้กับลูกค้าและลูกค้าสามารถนั่งทานที่ร้านและพักผ่อนไปพร้อมๆ กัน หรือลูกค้าสามารถนำสินค้ากลับไปทานเองได้ โดยการให้บริการจะเป็นการให้บริการโดยพนักงานของร้านเป็นผู้เสิร์ฟเครื่องดื่มและขนมให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้ามาถึงร้านลูกค้าสามารถเลือกได้ว่า จะเดินมาเลือกขนมด้วยตัวเองหรือจะมานั่งที่โต๊ะแล้วเลือกจากเมนูที่พนักงานนำมาให้เลือก เมื่อลูกค้าสั่ง

สินค้าเรียบร้อยแล้วพนักงานร้านจะทำการคิดเงินกับลูกค้าก่อนแล้วจึงนำสินค้าที่ลูกค้าสั่งมาเสิร์ฟ สินค้าของร้าน Allure ที่จะมีการเสนอขายให้กับลูกค้าในร้านสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1.3.1 สินค้าประเภทเครื่องดื่ม

ภายในร้านคาเฟ่ขนมไทยจะให้บริการเครื่องดื่มประเภทต่างๆ มากมายไม่ว่าจะเป็น เครื่องดื่มประเภทกาแฟโดยจะใช้กาแฟสดในการขายซึ่งเครื่องดื่มประเภทกาแฟก็จะสามารถแบ่งได้ เป็นกาแฟประเภทต่างๆ เช่น ลาเต้ คาปูชิโน มอคค่า หรืออเมริกาโน เป็นต้น และยังมีกาแฟโบราณ ขายควบคู่ไปด้วยกันเพื่อให้คนที่สนใจได้เลือกดื่มกัน เครื่องดื่มประเภทชาจะมีทั้งชาร้อนและชาเย็น ซึ่งเป็นชาหลากหลายประเภทที่มีขายอยู่ตามร้านคาเฟ่ทั่วไป สุดท้ายเพื่อตอบสนองกระแสเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคที่มีมากขึ้นทางร้านจึงเลือกที่จะขายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเช่นน้ำที่ทำ จากสมุนไพรไทย เช่น น้ำใบข้าวบวบก น้ำมะตูม น้ำเก๊กฮวย น้ำอัญชัญ น้ำผลไม้อื่นๆ และเพื่อเพิ่ม ทางเลือกให้กับลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการในร้านคาเฟ่ขนมไทยทางร้านจึงมีเมนูเครื่องดื่มโบราณ เช่น น้ำลอยดอกมะลิให้ลูกค้าได้เลือกดื่มกัน สำหรับกรณีที่ลูกค้าต้องการที่จะดื่มน้ำเปล่าทางร้านจะมีบริการน้ำเปล่าผสมน้ำยาอุทัยทิพย์ให้ลูกค้าดื่มโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

1.3.2 สินค้าขนมไทยประเภทแห้ง

ขนมไทยประเภทแห้งที่นำมาจำหน่ายในร้านจะเน้นขนมไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และแสดงถึงความเป็นไทยได้อย่างชัดเจนนั่นคือขนมไทยประเภทไข่ อันได้แก่ ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด จ่ามงกุฎ เป็นต้น ขนมที่มีสีสันสวยงามน่าทาน เช่น ลูกชุบ ขนมชั้น นอกจากนี้ยังมีการ นำขนมไทยที่มีรสชาติอร่อย หาทานได้ยาก และไม่ได้เป็นที่รู้จักของวัยรุ่นในปัจจุบันมาขาย เช่น ข้าวเหนียวแดง ข้าวเหนียวแก้ว ขนมน้ำดอกไม้ ขนมหน้าवल ขนมบัวบิน เป็นต้น

1.3.3 สินค้าขนมไทยประเภทน้ำ

ขนมไทยประเภทน้ำที่ทางร้านเลือกนำมาขายนั้นจะเน้นขนมประเภทที่มีรสชาติหอม หวานและให้ความสดชื่นเพื่อให้เข้ากับสภาพอากาศที่ร้อนของประเทศไทย ซึ่งขนมบางชนิดเป็นที่ รู้จักและเป็นขนมที่ได้รับความนิยมจากคนส่วนใหญ่อยู่แล้ว เช่น ลอดช่องน้ำกะทิ ช่าหริ่ม ผลไม้ลอย แก้ว นอกจากนี้ยังมีขนมไทยประเภทน้ำที่ไม่ใส่น้ำแข็งแต่ยังคงให้ความหอมหวานกับลูกค้าได้ เช่น กล้วยบวชชี กล้วยและมันเชื่อม ขนมปากgrimไข่เต่า เต้าส่วน เป็นต้น

1.3.4 การจัดเวิร์คช็อปทำขนมไทย

ทางร้านจะจัดให้มีการเวิร์คช็อปทำขนมไทยแบบง่ายๆ ที่คนทั่วไปสามารถทำได้ ซึ่งจะจัดให้มีการสอนขึ้นเดือนละ 2 ครั้ง โดยผู้ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมสามารถลงทะเบียนจองที่เข้าเรียนกับทางร้านได้ล่วงหน้า ลักษณะการสอนจะเน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับขนมไทยต่างๆ และวิธีการทำ และจะให้ทุกคนได้ลงมือทำกันจริง ผลงานที่ลูกค้าทุกคนทำขึ้นมาก็สามารถนำกลับไปรับประทานที่บ้านได้ โดยบรรยากาศในการสอนจะเน้นความเป็นกันเองเหมือนครอบครัวที่นั่งทำขนมทานกันที่บ้าน เพื่อให้ลูกค้าไม่รู้สึกลikeเหมือนการเรียนมากเกินไป และมีความสุขไปกับการทำขนมไทย

ร้าน Allure มีจุดเด่นที่สินค้าของร้านมีความแตกต่างจากสินค้าของร้านอื่นๆ ที่ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องคั่วที่เป็นกาแฟและเครื่องคั่วผสมนมต่างๆ ขนมที่ร้านอื่นๆ เสนอขายให้กับลูกค้าก็จะเป็นขนมประเภทเบเกอรี่ ซึ่งต่างจากร้าน Allure เพราะร้าน Allure มีสินค้าที่มีความหลากหลายมากกว่าและมีความแตกต่าง เครื่องคั่วที่ทางร้านมีให้บริการแก่ลูกค้ามีทั้งเครื่องคั่วประเภทกาแฟ เครื่องคั่วผสมนม เครื่องคั่วที่เป็นผลไม้ และเครื่องคั่วที่เป็นสมุนไพร นอกจากนี้ขนมที่ร้านนำเสนอเป็นขนมไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยและมีความหลากหลายของชนิดขนม นอกจากนี้ร้าน Allure ได้มีการจัดกิจกรรม Workshop ให้กับลูกค้าที่มีความสนใจในการทำขนมไทยให้ได้ลงมือทำขนมไทยด้วยตนเอง จากสินค้าดังกล่าวข้างต้นจะทำให้เห็นได้ว่าร้าน Allure มีจุดเด่นอยู่ที่สินค้าของร้าน

1.4 วิสัยทัศน์

“เป็น Comfort Zone ที่ดีที่สุดของลูกค้า”

1.5 พันธกิจ

เป็นร้านกาแฟที่มีแนวทางปฏิบัติดังนี้

- ให้บริการเครื่องดื่มและขนมไทยที่มีคุณภาพ ผลิตจากวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน
- ส่งมอบประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับลูกค้าทั้งรูปแบบของสินค้า บริการ และกิจกรรมต่างๆ
- ให้บริการลูกค้าเหมือนคนในครอบครัว และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

1.6 กลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Model)

ร้าน Allure เป็นร้านกาแฟที่ต้องการจะสร้างความแตกต่างของสินค้าให้ต่างจากร้านกาแฟอื่นๆ ที่มีอยู่มากมายในตลาดซึ่งร้านส่วนใหญ่จะเน้นการขายเครื่องดื่มควบคู่กับการขายเบเกอรี่ แต่สำหรับร้าน Allure นั้นจะเน้นการขายเครื่องดื่มควบคู่กับขนมไทยให้ลูกค้าได้ทานคู่กัน โดยลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของทางร้านจะเน้นไปที่กลุ่มนักศึกษาไปจนถึงกลุ่มคนทำงานที่เป็นวัยกลางคนที่ มีลักษณะการใช้ชีวิตที่สบายๆ และมีพฤติกรรมที่ชอบนั่งเล่นตามร้านกาแฟต่างๆ กลุ่มลูกค้ารองคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และต้องการที่จะได้ลองทานเครื่องดื่มและขนมไทยดั้งเดิม นอกจากนี้ร้าน Allure มีจุดมุ่งหมายที่จะให้ประสบการณ์กับลูกค้าในการได้ลองทำขนมไทยด้วยตนเอง สำหรับการประชาสัมพันธ์ร้านกาแฟขนมไทยจะเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าหลักและกลุ่มลูกค้ารองสามารถเข้าถึงการประชาสัมพันธ์ได้ง่าย สำหรับสินค้าที่จะขายในร้านนั้นจะเน้นการขายสินค้าที่มีคุณภาพ มีรสชาติอร่อย และสามารถทานควบคู่กับเครื่องดื่มที่ทางร้านขายได้อย่างดี ซึ่งราคาของสินค้าจะเป็นราคาที่สมเหตุสมผลแต่ก็ไม่แพงจนเกินไปเพื่อให้กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษาสามารถที่จะจ่ายได้

1.7 เป้าหมายขององค์กร (Goal)

1.7.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

- ยอดคนติดตามใน facebook และ instagram มี 5,000 คน
- ยอดขายประมาณ 10,000,000 บาท

1.7.2 เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 และ ปีที่ 3)

- ยอดคนติดตามใน facebook และ instagram มี 15,000 คน
- ยอดขายของร้านเพิ่มขึ้นจากปีแรกร้อยละ 20 โดยทำการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก และอินสตาแกรม เป็นต้น

1.7.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และ ปีที่ 5 เป็นต้นไป)

- ยอดคนติดตามใน facebook และ instagram มี 30,000 คน
- ยอดขายของร้านเพิ่มขึ้นจากเป้าหมายระยะกลางร้อยละ 20

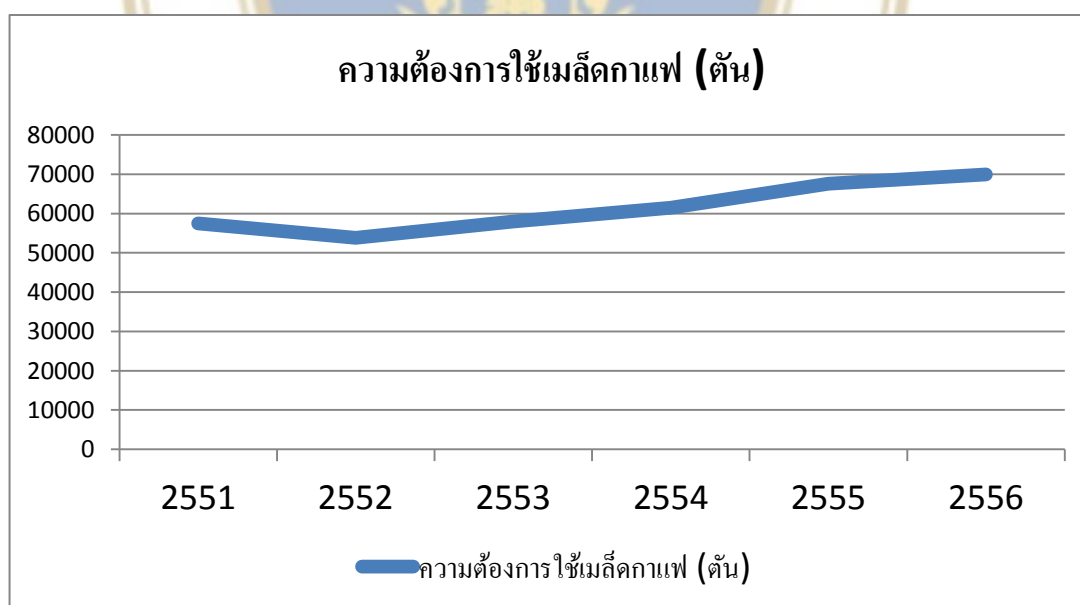
บทที่ 2

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด

2.1 การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและตลาด

จากบทความกาแฟ สรรพคุณและประโยชน์ของกาแฟ กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ทำมาจากเมล็ดซึ่งได้มาจากต้นกาแฟ ในปัจจุบันมีการปลูกกาแฟมากกว่า 70 ประเทศทั่วโลก และเป็นสินค้าที่มีการซื้อขายมากที่สุดในโลกและปัจจุบันกาแฟได้กลายเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลกด้วยเช่นกัน เนื่องจากกาแฟมีประโยชน์ในหลายๆ ด้าน เช่น เมล็ดกาแฟมีสารคาเฟอีนที่มีฤทธิ์กระตุ้นหัวใจและกระตุ้นประสาทส่วนกลางช่วยให้ร่างกายสดชื่น ขจัดความเซื่องซึมและอ่อนล้าได้ เป็นต้น

การบริโภคกาแฟในประเทศไทยมีปริมาณสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งจะเห็นได้จากความต้องการในการใช้เมล็ดกาแฟในประเทศไทยของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรซึ่งจะเห็นได้ว่าความต้องการในการใช้กาแฟนั้นมากขึ้นเรื่อยๆ ดังรูปภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กราฟแสดงความต้องการใช้เมล็ดกาแฟในประเทศไทย

นอกจากนั้นศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร ได้จัดทำรายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารของไทยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2557 พบว่า เมล็ดกาแฟมีอัตรา

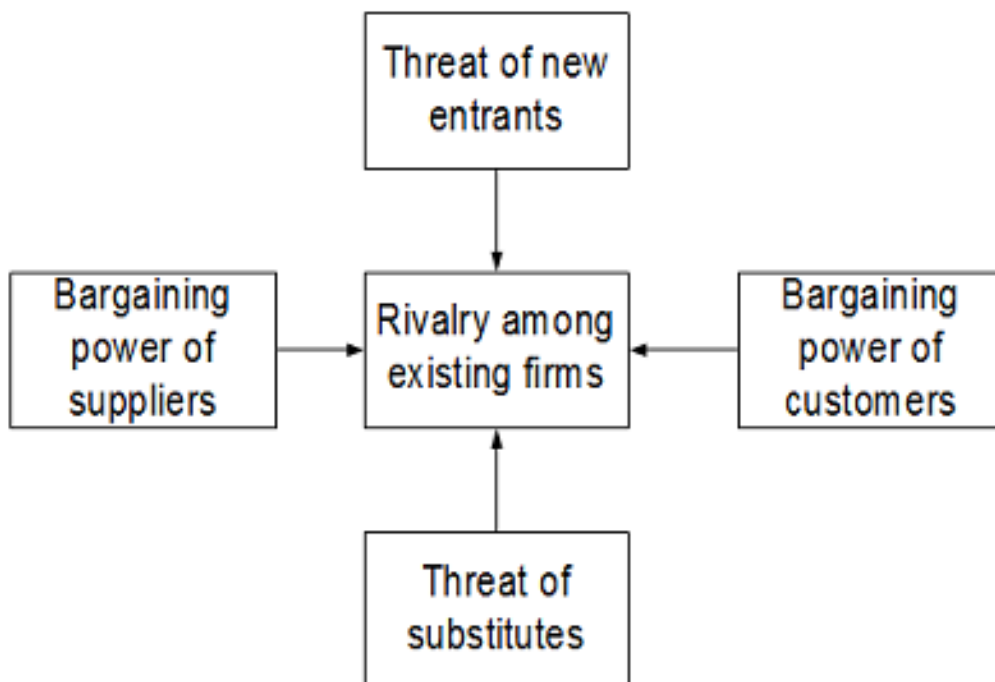
การนำเข้าที่ขยายตัวสูงขึ้น โดยมีปริมาณการนำเข้า 28,345.12 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,879.39 ล้านบาท ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ในเชิงปริมาณ 14.90% และในเชิงมูลค่า 17.54% จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าอุตสาหกรรมกาแฟเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวในความต้องการอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่ความต้องการนี้จะสูงขึ้นเรื่อยๆ ในปี 2557 ตลาดกาแฟมีมูลค่า 31,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตต่อเนื่องทุกปีโดยเติบโตเฉลี่ยปีละ 3.5%

จากการที่ปริมาณความต้องการในการบริโภคกาแฟขยายตัวสูงขึ้นส่งผลให้นักลงทุนจำนวนมากสนใจที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ โดยเข้ามาในลักษณะของการเปิดร้านกาแฟเพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภคที่มีความต้องการจะดื่มกาแฟ และเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยการขายอาหารชนิดอื่นควบคู่ไปกับเครื่องดื่ม ไม่ว่าจะเป็นเบเกอรี่ หรืออาหารฝรั่งแบบฟิวชั่นส์ ทำให้แต่ละร้านมีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์ในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในร้าน

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ

2.2.1 วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจกาแฟขนมไทยนั้นจะต้องวิเคราะห์ถึงสภาวะการแข่งขัน และสภาวะแวดล้อมที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมร้านกาแฟ โดยใช้ทฤษฎี Five Forces Model ของ Michael E. Porter ดังแสดงในภาพที่ 2.2 ซึ่งเป็นการศึกษาถึงแรงกดดันที่เป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยปัจจัยทั้ง 5 ด้านในอุตสาหกรรมมีดังนี้



ภาพที่ 2.2 Five Forces Model

2.2.1.1 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)

เนื่องจากสินค้ากาแฟและขนมไทยเป็นสินค้าที่เป็นตัวเลือกในการบริโภคของลูกค้าซึ่งสินค้าดังกล่าวมีสินค้าที่สามารถทดแทนได้มากมายทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกที่มากขึ้นและอาจจะเลือกไม่บริโภคกาแฟและขนมไทยได้ นอกจากนั้นการที่ลูกค้ามีกำลังซื้อที่จำกัดอันเนื่องมาจากรายได้ที่อยู่ในระดับปานกลาง และมีความยินดีที่จะจ่ายจำกัดทำให้อำนาจการต่อรองของลูกค้าสูงเพราะถ้าราคาสินค้าสูงกว่าความยินดีที่จะจ่ายของลูกค้าแล้วก็จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจไม่ซื้อสินค้านั้น สุดท้าย Switching Cost ของลูกค้าในธุรกิจกาแฟค่อนข้างต่ำส่งผลให้ลูกค้าสามารถที่จะเปลี่ยนไปบริโภคสินค้าทดแทนหรือสินค้าของคู่แข่งทำให้อำนาจการต่อรองของลูกค้ามีสูง

จากการวิเคราะห์ข้างต้นจะเห็นได้ว่าอำนาจการต่อรองของลูกค้าในธุรกิจร้านกาแฟอยู่ในระดับสูง เนื่องจากลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปบริโภคสินค้าชนิดอื่นได้โดยไม่มีผลกระทบกับผู้บริโภค ส่งผลให้เป็นผลในทางลบกับอุตสาหกรรม

2.2.1.2 สินค้าและบริการทดแทน (Threat of Substitute Product)

ในการวิเคราะห์สินค้าและบริการทดแทนนั้น จะแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ด้านร้านกาแฟ ด้านเครื่องดื่ม และด้านสินค้าที่เป็นขนม

ด้านร้านกาแฟที่มีจุดมุ่งหมายให้คนมานักพักผ่อนนั้นในพื้นที่ซอยอารีย์ มีกาแฟตั้งอยู่เป็นจำนวนมากซึ่งร้านเหล่านี้ล้วนแต่มีจุดมุ่งหมายในการให้การพักผ่อนแก่ลูกค้า โดยสินค้าและบริการของแต่ละร้านจะมีความแตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นร้านที่เน้นการขายอาหารเป็นหลัก ร้านที่ขายขนมเป็นหลัก และร้านที่เน้นการขายเครื่องดื่ม ซึ่งหากลูกค้ามีจุดประสงค์ในการเข้าร้านกาแฟเพื่อพักผ่อน ลูกค้าก็สามารถที่จะเข้าร้านกาแฟเหล่านี้แทนร้านกาแฟขนมไทยได้

ด้านเครื่องดื่ม บริเวณซอยอารีย์มีร้านกาแฟที่ขายเครื่องดื่มอยู่เป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มประเภทกาแฟ ชา น้ำผลไม้ปั่น เป็นต้น โดยร้านที่ขายเครื่องดื่มนั้นมีทั้งร้านที่เป็นร้านกาแฟร้านสะดวกซื้อเช่น ร้าน Seven Eleven และร้านที่ขายเครื่องดื่มในลักษณะร้านคือสภที่เน้นการให้ลูกค้าซื้อเครื่องดื่มแบบ take away

ด้านสินค้าที่เป็นขนม บริเวณซอยอารีย์มีร้านกาแฟที่ขายขนมในหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นร้านเบเกอรี่ที่ขายเบเกอรี่ที่ลูกค้าสามารถนั่งทานที่ร้านได้เลยหรือร้านที่ขายเบเกอรี่แบบซื้อกลับบ้าน นอกจากนี้ยังมีร้านขายขนมประเภทอื่นๆ เช่น ร้าน Seven Eleven ที่มีขนมที่หลากหลายเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกทาน ไม่ว่าจะเป็นขนมขบเคี้ยว หรือขนมเบเกอรี่สำหรับร้านที่ขายขนมไทยในบริเวณซอยอารีย์นั้นมีอยู่เพียงหนึ่งร้านซึ่งเป็นร้านที่ขายแบบซื้อกลับบ้านไม่มีพื้นที่ให้ลูกค้าได้นั่งทานขนม

จากการวิเคราะห์สินค้าและบริการทดแทนในอุตสาหกรรมจะเห็นได้ว่าสินค้าทดแทนนั้นมีอยู่เป็นจำนวนมากทำให้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทางลบ เนื่องจากจะทำให้การแข่งขันกัน ในอุตสาหกรรมมีมากขึ้น

2.2.1.3 การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)

การเข้ามาในอุตสาหกรรมร้านกาแฟของผู้เล่นรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีการขออนุญาตก่อนเปิดให้บริการ และร้านกาแฟกำลังเป็นที่นิยมในสังคมปัจจุบันจึงทำให้ธุรกิจร้านกาแฟเป็นที่น่าสนใจของนักลงทุนจำนวนมาก แต่การเข้ามาลงทุนนั้นจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนหนึ่งแต่ก็ไม่ได้มากถึงเป็นอุปสรรคในการเข้ามาดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรม นอกจากนั้นทำเลที่ตั้งของร้านก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ยากขึ้น เนื่องจากทำเลที่ตั้งของร้านมีผลกับยอดขายและความอยู่รอดของร้าน แต่เนื่องจากพื้นที่นั้นมีจำกัดทำให้ทำเลที่ตั้งเป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่

จากการวิเคราะห์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่นั้นสามารถเข้ามาในตลาดได้ค่อนข้างง่ายทำให้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเพราะจะทำให้มีการแข่งขันที่สูงยิ่งขึ้น

2.2.1.4 ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among existing firms)

การแข่งขันในอุตสาหกรรมกาแฟนั้นมีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง โดยเฉพาะในพื้นที่ชอยอารีย์ที่มีร้านกาแฟอยู่เป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นยังมีร้านที่ขายเครื่องดื่มและร้านอาหารสำหรับนั่งพักผ่อนที่เป็นคู่แข่งของร้านกาแฟทำให้การแข่งขันในธุรกิจนี้มีความรุนแรงมาก การที่ธุรกิจร้านกาแฟจะแข่งขันได้จะต้องสร้างความแตกต่างจากร้านอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้ามีความสนใจที่จะมาซื้อสินค้าและใช้บริการของร้านมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักเป็นกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ค่อนข้างระมัดระวังในการใช้จ่าย สำหรับกลุ่มนักศึกษาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนักทำให้ราคาของสินค้าก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้นการแข่งขันด้านราคาในการทำธุรกิจกาแฟจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสูง สำหรับการออกจากธุรกิจนี้ก็สามารถทำได้ง่ายการทำธุรกิจร้านกาแฟไม่ได้มีการลงทุนที่สูงมากนัก ทำให้เมื่อเกิดการแข่งขันแล้วผู้ไม่ได้ก็สามารถออกจากธุรกิจได้ทันที

2.2.1.5 อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)

ในการประกอบธุรกิจกาแฟชนมไทย วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้าต่างๆ ทั้งเครื่องดื่มและขนมสามารถให้ได้ทั่วไปตามท้องตลาดและราคาของวัตถุดิบนั้นก็ไม่ได้สูงมากนักสำหรับจำนวนของผู้ขายวัตถุดิบในการประกอบกิจการมีจำนวนมาก ส่งผลให้อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์มีน้อย

2.2.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟนั้น การรู้แนวโน้มของตลาดจากปัจจัยภายนอกก่อนย่อมทำให้ผู้ประกอบการได้เปรียบคู่แข่งในการทำธุรกิจเพราะข้อมูลดังกล่าวจะช่วยให้สามารถเตรียมความพร้อมเพื่อจะรับมือกับปัญหาและปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

2.2.2.1 ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Politic & Law)

สถานะความมั่นคงทางการเมืองของประเทศไทยยังอยู่ในสถานะที่ไม่ดีมากนัก เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงคณะรัฐบาลเพื่อเข้ามาปฏิรูปประเทศ ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของประเทศอาจไม่ดีนักในสายตาของนักท่องเที่ยวซึ่งจะกระทบกับเป้าหมายรองของธุรกิจร้านกาแฟ

ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยที่มีความยืดเยื้อส่งผลกระทบต่อให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายส่งผลให้คนจับจ่ายใช้สอยลดลง

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นข้อกำหนดเกี่ยวกับการจ่ายภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีป้าย ฯลฯ ล้วนส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจทำให้เกิดเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ขึ้น

2.2.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic)

ปัจจุบันสถานะเศรษฐกิจของประเทศไทยยังมีการขยายตัวอยู่ถึงแม้ว่าการขยายตัวดังกล่าวจะอยู่ในอัตราที่ไม่สูงมากนัก และมีการคาดการณ์ว่าในอนาคตการบริโภคภาคประชาชนจะมีการขยายตัวมากยิ่งขึ้นทำให้เป็นผลดีกับการประกอบธุรกิจร้านค้า

นโยบายทางด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลเน้นการส่งเสริมให้เศรษฐกิจมีการขยายตัวและให้ประชาชนเกิดการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นซึ่งส่งผลดีกับการประกอบธุรกิจในอนาคต

อัตราค่าแรงของประเทศที่สูงขึ้นเนื่องจากนโยบายของรัฐบาลที่มีการกำหนดค่าแรงขั้นต่ำของประชาชนทำให้คนมีรายได้สูงขึ้นและมีกำลังจ่ายมากขึ้นซึ่งส่งผลดีกับการประกอบธุรกิจ

แนวโน้มของราคาน้ำมันที่ลดลงส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าลดลงเนื่องจากซัพพลายเออร์อาจขายสินค้าในราคาที่ต่ำลง

2.2.2.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social)

กระแสนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่เน้นการบริโภคเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ในการบริโภคลูกค้าจะคำนึงถึงส่วนผสมของสินค้าที่มีประโยชน์ต่อตนเองมากยิ่งขึ้น

การใช้ชีวิตของคนกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มคนวัยทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปโดยหันมาใช้บริการร้านค้าต่างๆ เพื่อเป็นสถานที่ในการนัดกับกลุ่มเพื่อนหรือใช้เป็นสถานที่ในการอ่านหนังสือ พักผ่อนหย่อนใจ แทนการใช้บริการห้างสรรพสินค้าต่างๆ

กระแสการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต และการแชร์รูปภาพอาหารและเครื่องดื่ม ทำให้คนหันมาสนใจการใช้บริการร้านค้ามากยิ่งขึ้น

2.2.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology)

แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิตมีมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะส่งผลดีให้กับการพัฒนาธุรกิจและสามารถทำให้การผลิตสินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และช่วยลดต้นทุนการผลิต

นาโนเทคโนโลยีในอาหาร เช่นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ป้องกันเชื้อโรคต่างๆ หรือการทำให้อัตลักษณ์การประกอบอาหารสามารถเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้นแล้วแต่ส่งผลดีต่อการประกอบธุรกิจในอนาคต

การพัฒนาของเทคโนโลยีในอนาคตจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ และยังช่วยลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์

เทคโนโลยีจะช่วยให้ธุรกิจสามารถทำ brand loyalty กับลูกค้าได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน

นอกจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจร้านกาแฟแล้ว การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ(SWOT Analysis) ของร้านกาแฟก็เป็นสิ่งที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้เราสามารถวางกลยุทธ์ได้อย่างถูกต้องโดยการวิเคราะห์จะศึกษาธุรกิจนี้ใน 4 ด้านได้แก่

2.2.3.1 จุดแข็ง (Strength)

วัตถุดิบในการผลิตสินค้าและเครื่องดื่มทุกชนิดเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีและได้มาตรฐานทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการจากร้านเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพ

ร้านกาแฟขนมไทยสร้างความแตกต่างจากร้านกาแฟอื่นๆ โดยการใช้ขนมไทยเป็นสินค้าหลักที่ขายคู่กับเครื่องดื่มซึ่งแตกต่างจากกาแฟส่วนใหญ่ที่ขายเบเกอรี่

ผู้บริหารของร้านกาแฟขนมไทยมีความรู้ในด้านการบริหารและด้านการตลาดทำให้สามารถคิดวิธีเพื่อกระตุ้นยอดขายได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างทำประชาสัมพันธ์

2.2.3.2 จุดอ่อน (Weakness)

ร้านกาแฟขนมไทยเป็นร้านที่เพิ่งเปิดให้บริการทำให้ร้านยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้า จึงต้องมีการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านเพื่อให้เป็นที่รู้จักกับกลุ่มลูกค้า ร่วมกับการทำโปรโมชั่นเพื่อให้ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้าของทางร้าน

ประสบการณ์ในการผลิตเครื่องดื่มและขนมไทยยังมีไม่มากนักทำให้ต้องมีการทดลองสูตรในการผลิตมากยิ่งขึ้น

2.2.3.3 โอกาส (Opportunities)

รูปแบบการใช้ชีวิตของคนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปโดยเน้นการใช้ชีวิตแบบ work-life balanced ซึ่งเป็นการหันมาให้เวลากับตัวเองในการทำสิ่งที่ชอบและได้พักผ่อนจิตใจจากการทำงาน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้คนหันมาใช้บริการร้านกาแฟเพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนอีกแห่งหนึ่ง

การเปิดเขตเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะทำให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และในภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายรองของร้านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

การเพิ่มขึ้นของการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Social Network) จะทำให้การประชาสัมพันธ์ร้านคาเฟ่สามารถทำได้ง่ายยิ่งขึ้นเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงและยังสามารถทำให้คนเห็นได้เป็นจำนวนมาก โดยอาจทำการรีวิวร้าน หรือทำเว็บไซต์แนะนำร้าน เป็นต้น

2.2.3.4 อุปสรรค (Threat)

กระแสการบริโภคของคนในปัจจุบันที่เน้นการบริโภคเพื่อสุขภาพมากขึ้นอาจจะส่งผลให้คนทานขนมหวานและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนมและน้ำตาลน้อยลง แต่สามารถแก้ไขได้โดยการเพิ่มเมนูขนมและเครื่องดื่มที่มีไขมันต่ำ และเพิ่มเมนูเครื่องดื่มที่ช่วยบำรุงสุขภาพ เช่น น้ำสมุนไพรต่างๆ เป็นต้น

การขยายตัวในการลงทุนของธุรกิจร้านคาเฟ่มีเพิ่มขึ้นส่งผลให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมมีความรุนแรงมากขึ้น แต่สามารถแก้ไขได้โดยการสร้างความแตกต่างจากร้านคาเฟ่ร้านอื่นๆ เพื่อให้เป็นที่จดจำของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการร้านคาเฟ่ขนมไทย

2.3 การวิเคราะห์คู่แข่ง

2.3.1 ร้าน Casa Lapin X Ari

ร้าน Casa Lapin X Ari เป็นร้านที่ขายเครื่องดื่มประเภทกาแฟและชา พร้อมกับขายเบเกอรี่ประเภทเค้กและพายเพื่อทานคู่กับเครื่องดื่มของร้าน ราคาเครื่องดื่มและเบเกอรี่ของทางร้านอยู่ที่ประมาณ 101 – 250 บาท ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านนี้ส่วนใหญ่มาเพื่อนั่งอ่านหนังสือ พักผ่อน หรือนัดเจอกับเพื่อนเพื่อพบปะสังสรรค์ รูปแบบการตกแต่งของร้านเน้นการตกแต่งให้ผู้ใช้รู้สึกสบายๆ ใช้โทนสีเข้มในการตกแต่งโดยจะเน้นไปที่สีน้ำตาลที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น สถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่บริเวณคอนโด ปากซอยพลโยธิน 7 ซึ่งใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสมาก ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการสามารถเดินทางโดยรถไฟฟ้าบีทีเอสได้หรือถ้าลูกค้าขับรถมาก็สามารถจอดรถบริเวณคอนโดที่ตั้งของร้านได้

2.3.2 ร้าน Panary Café

ร้าน Panary Café เป็นร้านที่มีสินค้าหลักคือแพนเค้ก โดยแพนเค้กที่ทางร้านขายมีทั้งแบบที่เป็นอาหารเช้าและแบบที่เป็นอาหารหวาน ซึ่งแพนเค้กดังกล่าวเป็นแพนเค้กสไตล์คัทซ์ทำให้อาหารของร้านเป็นจุดเด่นสำหรับร้านนี้ สำหรับเครื่องดื่มของร้านมีทั้งเครื่องดื่มที่เป็นกาแฟ ชา และเครื่องดื่มอื่นๆ เช่น น้ำผลไม้ปั่น เป็นต้น ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านอยู่ที่ประมาณ 100–500 บาท

การให้บริการของร้านมุ่งเน้นให้ลูกค้าบริการตนเองเป็นส่วนใหญ่ ด้านการตกแต่งร้านนั้น เน้นการตกแต่งในโทนสีสว่างโดยผนังต่างๆ ของร้านเน้นเป็นสีขาว และเฟอร์นิเจอร์ทำจากไม้ที่มีสีอ่อนทำให้ร้านดูสะอาดตาและน่านั่ง สถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่บริเวณคอนโค ปากซอยพหลโยธิน 7 ซึ่งใกล้กับสถานีรถไฟฟ้ามหานคร ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการสามารถเดินทางโดยรถไฟฟ้ามหานครได้หรือถ้าลูกค้าขับรถมาก็สามารถจอดรถบริเวณคอนโคที่ตั้งของร้านได้

2.3.3 ร้าน Chubby Cheeks Café

ร้าน Chubby Cheek Cafe เป็นร้านเบเกอรี่ที่มีจุดขายคือเบเกอรี่ของทางร้านเป็นเบเกอรี่โฮมเมดที่เจ้าของร้านเป็นคนทำขึ้นมาเอง โดยในแต่ละวันจะมีการสลับสับเปลี่ยนเมนูเบเกอรี่ไปเรื่อยๆ เพื่อให้ลูกค้าได้ลองทานขนมที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น สำหรับเครื่องดื่มของทางร้านนั้นจะเน้นเครื่องดื่มที่ผสมกับนม เช่น โกโก้ ชาเขียว ชาเย็น เป็นต้น แต่ทางร้านก็ยังมีเครื่องดื่มประเภทกาแฟและชาเพื่อให้บริการลูกค้าด้วยเช่นกัน ราคาเครื่องดื่มและเบเกอรี่อยู่ที่ประมาณ 100 – 250 บาท ร้าน Chubby Cheek Café ตั้งอยู่บริเวณซอยอารีย์ 4 เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 11.00 น. – 23.00 น. การตกแต่งร้านเน้นการใช้ชาวดัดด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้สีน้ำตาลอ่อนและเน้นการตกแต่งสไตล์ญี่ปุ่นที่เรียบง่ายทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนนั่งอยู่ในห้องนั่งเล่นภายในบ้านของตนเอง

2.3.4 ร้าน Puritan

ร้าน Puritan เป็นร้านกาแฟที่มีสินค้าหลากหลาย เนื่องจากทางร้านขายทั้งอาหารคาวที่เน้นอาหารสไตล์ฝรั่งมากกว่าอาหารไทย และมีขนมหวานหลากหลายเมนูให้บริการแก่ลูกค้าเช่นเดียวกับเครื่องดื่มของทางร้านที่มีเครื่องดื่มให้ลูกค้าได้เลือกหลากหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นน้ำผลไม้ปั่น ชา หรือกาแฟ ราคาอาหารและเครื่องดื่มของร้านเริ่มต้นที่ 100 – 300 บาท สถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่บริเวณซอยอารีย์ 5 ซึ่งสถานที่ตั้งกล่าวใช้เวลาเดินทางจากบีทีเอส สถานีอารีย์ประมาณ 5 นาที โดยรถจักรยานยนต์ การตกแต่งร้านเน้นการตกแต่งแบบวินเทจและเน้นสิ่งของตกแต่งที่ดูค่อนข้างเก่าและเน้นความร่มรื่นของร้านด้วยการใช้ต้นไม้ใหญ่ โทนสีของร้านจะเน้นไปที่โทนสีเข้มที่ให้ความรู้สึกสงบ

2.3.5 ร้าน Hor Hidden Café

ร้าน Hor hidden café เป็นร้านกาแฟที่ให้บริการลูกค้าทั้งอาหารคาวสไตล์ฝรั่ง และขนมหวานประเภทเบเกอรี่ เช่น เค้ก เป็นต้น เครื่องดื่มของทางร้านจะเป็นเมนูเครื่องดื่มที่มีเหมือนกับร้านกาแฟทั่วไป คือเครื่องดื่มจำพวก กาแฟ ชา และน้ำผลไม้ต่างๆ อีกทั้งยังมีเครื่องดื่มประเภท

แอลกอฮอล์ให้บริการกับลูกค้าอีกด้วย ราคาอาหารและเครื่องดื่มของร้านเริ่มต้นที่ 120 – 500 บาท สถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่บริเวณซอยอารีย์ 1 ซึ่งสามารถเดินมาจากรถไฟฟ้าสถานีอารีย์ได้ ทำให้สะดวกสบายกับลูกค้าที่เดินทางโดยรถไฟฟ้า การตกแต่งร้านเน้นการตกแต่งด้วยโทนสีที่ค่อนข้างเข้มโดยใช้สีน้ำตาลเข้มและสีเทาเข้มในการแต่งร้าน นอกจากนั้นเฟอร์นิเจอร์ของร้านก็ยังเน้นเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้ในโทนสีน้ำตาลเข้มอีกด้วย

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาดจะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านคาเฟ่ขนมไทยเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจเนื่องจากตลาดยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และแนวโน้มการเข้าร้านคาเฟ่ของผู้บริโภคก็มีมากขึ้นอันเนื่องมาจากสื่อออนไลน์ต่างๆ ในขณะที่คู่แข่งในอุตสาหกรรมยังมีค่อนข้างเยอะ แต่ทางร้านสร้างความแตกต่างโดยการใช้ขนมไทยในการขายคู่เครื่องดื่มต่างๆ แทนเบเกอรี่ ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าเข้าร้านได้



บทที่ 3

แผนดำเนินการ / แผนการจัดการ

3.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

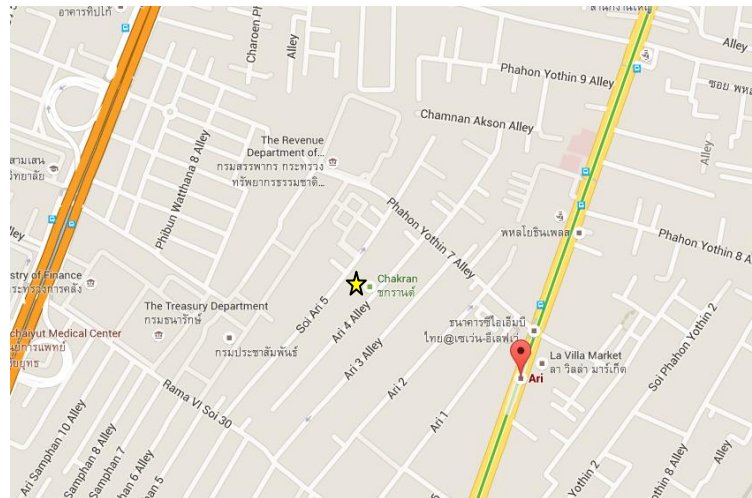
ร้านคาเฟ่ขนมไทยมีการจดทะเบียนนิติบุคคลในรูปแบบของบริษัทจำกัด ซึ่งมีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท โดยมีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 5 คน แหล่งที่มาของเงินในการลงทุนนั้นมาจาก ส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 10,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 2,000,000 ล้านบาท ซึ่งการถือหุ้นดังกล่าวมีสัดส่วนดังตารางที่ 3.11

ตารางที่ 3.1 แสดงสัดส่วนการลงทุนของผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	มูลค่าการลงทุน (บาท)
1	นางสาวดวงภัทร ฟองทอง	8,000	800,000
2	นางสาวศรณรัตน์ สำราญสุขวัฒน์	5,000	500,000
3	นายวิศ อุ่นทรัพย์วิไล	4,000	400,000
4	นางสาวคณุนาถ ฟองทอง	2,000	200,000
5	นางสาวณัฐพร ทรงโบรคมี	1,000	100,000
รวมทั้งสิ้น		20,000	2,000,000

3.2 สถานที่ตั้ง ผังต่างๆ

สถานที่ตั้งของร้านคาเฟ่ขนมไทยอยู่ในบริเวณพหลโยธินซอย 7 ซึ่งอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าอารีย์ และซอยดังกล่าวมีทางลัดออกไปยังถนนใหญ่ได้ทั้งถนนพหลโยธิน ถนนพระรามหก และทางด่วน โดยร้านจะมีลักษณะเป็นบ้านเดี่ยวสองชั้นและมีสนามหญ้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกได้ว่าจะนั่งภายในร้านหรือบริเวณสนาม



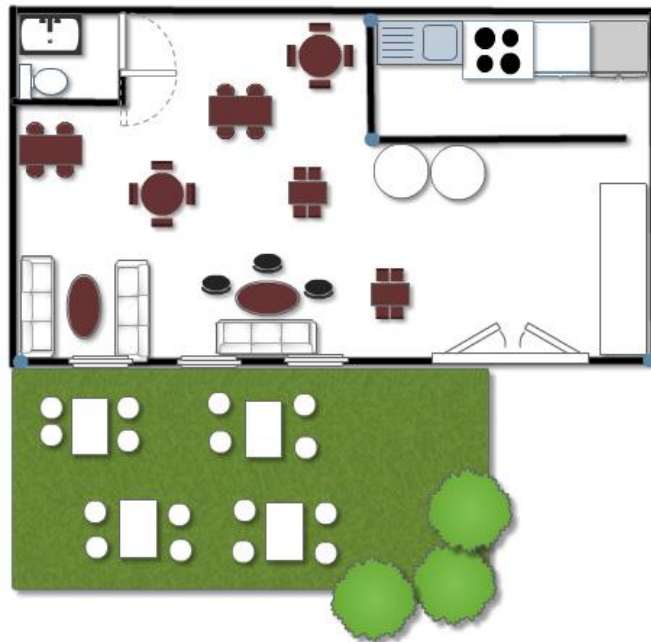
ภาพที่ 3.1 แสดงแผนผังสถานที่ตั้งของร้านกาแฟนมไทย

เนื่องจากร้านกาแฟนมไทยมีความต้องการที่จะให้ลูกค้าเข้ามานั่งพักผ่อนภายในร้าน ด้วยความรู้สึกสบายและอบอุ่นเหมือนนั่งพักผ่อนอยู่ที่บ้าน ดังนั้น การตกแต่งร้านจะเน้นการตกแต่ง ที่ให้ความรู้สึกสบายๆ และอบอุ่น โดยสีที่ใช้จะเน้นสีโทนขาวและน้ำตาลอ่อน สำหรับเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้จะเน้นการใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้เพื่อให้ความรู้สึกอบอุ่นและความรู้สึกย้อนยุคด้วยเช่นกัน



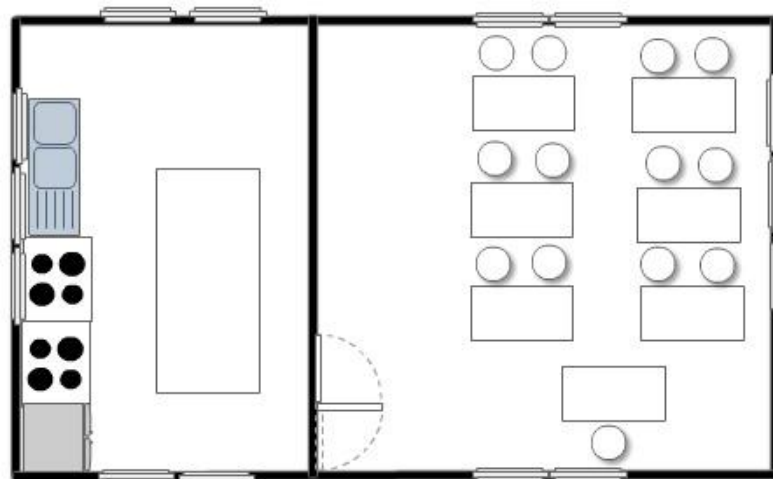
ภาพที่ 3.2 แสดงภาพรูปแบบการตกแต่งร้าน

สำหรับการจัดผังของร้านนั้น ภายในชั้น 1 ทางร้านจัดให้มีที่นั่งบริการลูกค้าทั้งภายในร้านและบริเวณสนามหญ้า ภายในร้านจะมีส่วนของเคาน์เตอร์ในการเตรียมขนมและเครื่องดื่ม และมีโต๊ะสำหรับวางขนมเพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินเลือกขนมเองได้



ภาพที่ 3.3 แสดงแผนผังร้านบริเวณชั้น 1

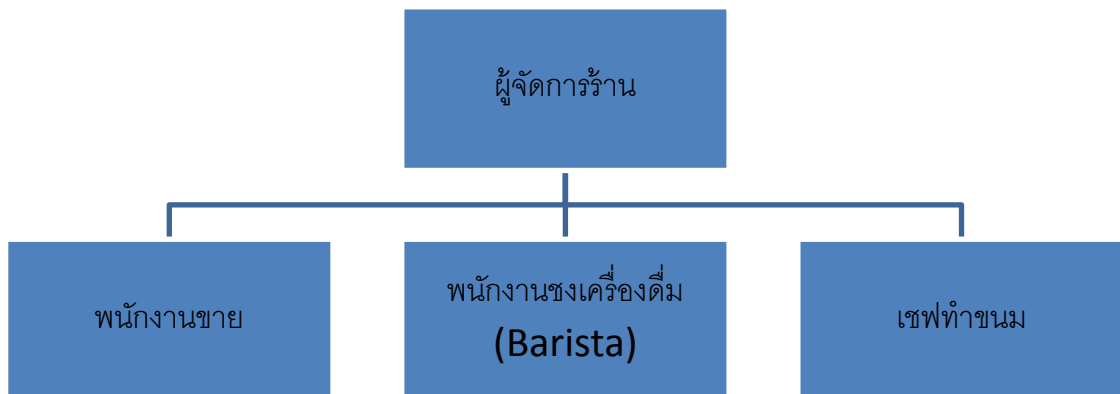
พื้นที่ชั้น 2 ของร้านจะเป็นพื้นที่ในการทำงานเพื่อนำลงมาขายให้ลูกค้าที่ชั้น 1 และยังมีห้องสำหรับการทำเวิร์คชอปทำขนมไทยอยู่ด้วย



ภาพที่ 3.4 แสดงแผนผังร้านบริเวณชั้น 2

3.3 โครงสร้างองค์กร

ร้านคาเฟ่ขนมไทยมีการจัดโครงสร้างองค์กร โดยแบ่งการบริหารตามผังองค์กรดังนี้



ภาพที่ 3.5 แสดง โครงสร้างองค์กร

ในการให้บริการของร้านคาเฟ่ขนมไทยกับลูกค้าจะมีพนักงานให้บริการทั้งหมด 5 คน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้จัดการร้าน 1 คน, พนักงานชงเครื่องดื่ม 2 คน, เชฟทำขนม 2 คน และพนักงานชาย 2 คน

3.4 คำอธิบายลักษณะงาน (Job description)

3.4.1 ผู้จัดการร้าน

คุณสมบัติ

- เพศหญิงอายุ 25 – 30 ปี
- การศึกษาระดับปริญญาตรี
- มีประสบการณ์ในการบริหารงาน 2 ปีขึ้นไป
- ความรู้พื้นฐานด้านบัญชี
- มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มและขนมไทยที่หลากหลาย
- มีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
- มีทักษะการใช้คอมพิวเตอร์
- มีใจรักงานบริการ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- ดูแลการบริหารงานของร้านในภาพรวม
- กำหนดแผนการดำเนินธุรกิจและการประชาสัมพันธ์ร้าน

- จัดทำข้อมูลด้านการเงินของร้าน
- การสรรหาแหล่งเงินทุน
- ควบคุมการผลิตและการ stock สินค้า
- ดูแลการจัดซื้อวัตถุดิบ
- จัดตารางการหยุดงานของพนักงานในร้านและคัดเลือกพนักงานเพื่อทำงาน

3.4.2 พนักงานขาย

คุณสมบัติ

- เพศชายหรือเพศหญิง อายุ 20-30 ปี
- การศึกษาระดับ ม.3 หรือ ปวช. ขึ้นไป
- มีใจรักงานบริการ
- มีพื้นฐานการทำอาหารและเครื่องดื่ม
- มีความรู้พื้นฐานด้านบัญชีเบื้องต้น
- หากมีประสบการณ์การทำงานในร้านกาแฟจะพิจารณาเป็นพิเศษ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- บริการลูกค้าพร้อมทั้งแนะนำสินค้าต่างๆ ภายในร้าน
- ดูแลความเรียบร้อยและความสะอาดของร้าน
- เตรียมเครื่องดื่มและขนม

3.4.3 พนักงานชงเครื่องดื่ม

คุณสมบัติ

- เพศชายหรือเพศหญิง อายุ 23 ปีขึ้นไป
- การศึกษาระดับ ปวช. หรือ ม.3 ขึ้นไป
- มีความรู้และความสามารถในการชงเครื่องดื่มได้หลากหลาย และสามารถคิดเมนูเครื่องดื่มได้ด้วยตนเอง
- มีประสบการณ์ในการชงเครื่องดื่มมากกว่า 1 ปี
- มีใจรักงานบริการ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- คิดค้นสูตรเครื่องดื่มใหม่ๆ ให้กับร้านเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง
- เตรียมเครื่องดื่มให้กับลูกค้า

- ควบคุมคุณภาพของเครื่องคั้มที่จะเสิร์ฟให้กับลูกค้า
- จัดเตรียมวัตถุดิบในการทำเครื่องคั้ม
- สอนงานพนักงานคนอื่นๆ ให้สามารถชงเครื่องคั้มได้
- แนะนำสินค้าของร้านให้กับลูกค้า

3.4.4 เชฟทำขนม

คุณสมบัติ

- เพศชายหรือเพศหญิง อายุ 23 ปีขึ้นไป
- การศึกษาระดับ ปวช. หรือ ม.3 ขึ้นไป
- มีความรู้และความสามารถในการทำขนมไทย
- มีใจรักงานบริการและชอบที่จะถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่น
- มีประสบการณ์ในการทำขนมไทยมากกว่า 1 ปี

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- จัดซื้อขนมไทยเมนูต่างๆ เพื่อนำมาขายในร้าน
- เป็นผู้สอนลูกค้าในการทำเวิร์คชอปสอนทำขนม
- คิดค้นหลักสูตรการทำขนมในการจัดเวิร์คชอปแต่ละครั้ง
- แนะนำสินค้าของทางร้านให้กับลูกค้า
- ดูแลและรักษาอุปกรณ์ในการทำขนมของร้านให้เรียบร้อย
- ดูแลเรื่องวัตถุดิบในการทำเวิร์คชอปและการเติมเต็มขนมในร้านระหว่างวัน

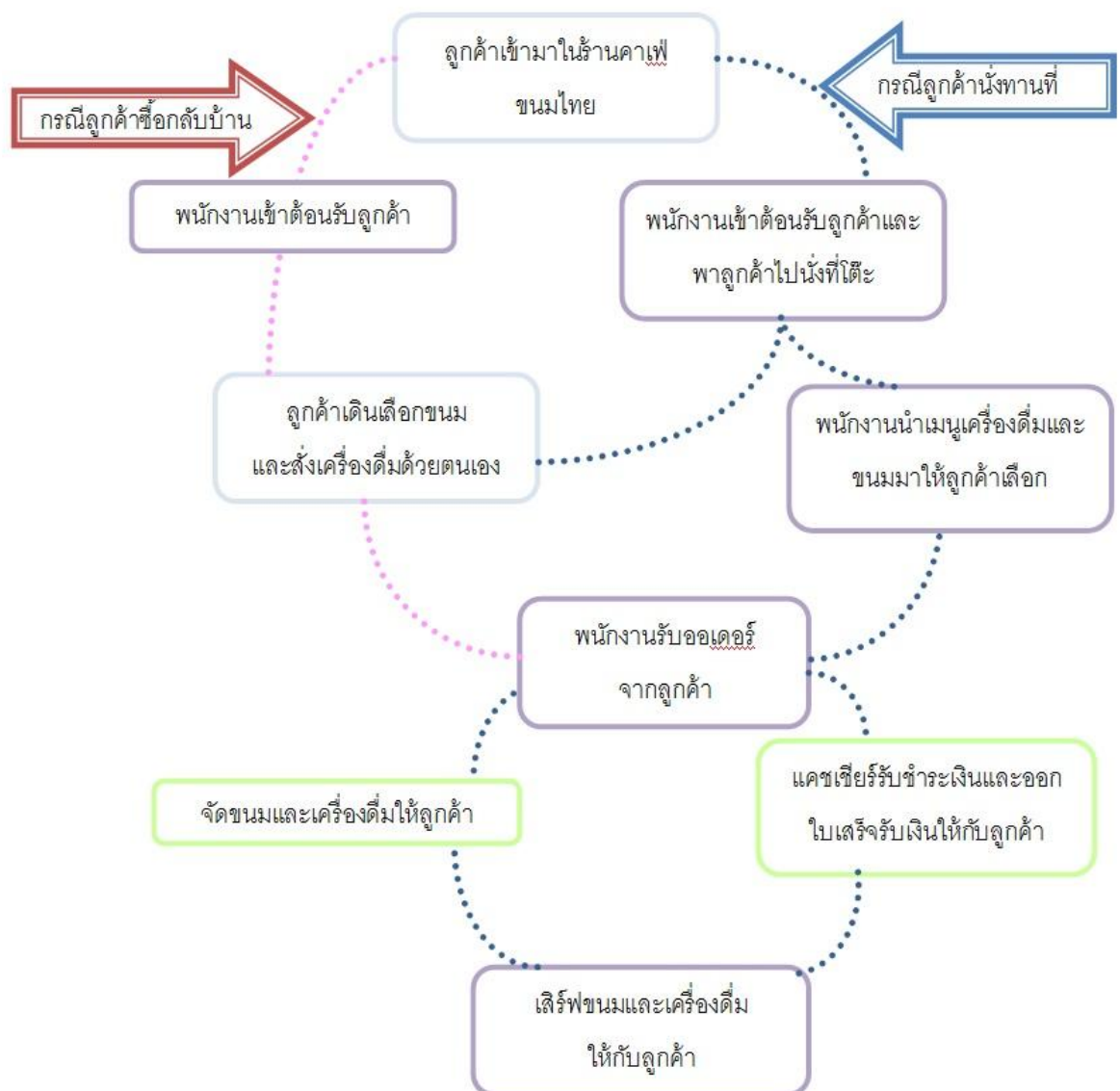
3.5 กระบวนการในการให้บริการ

ในการให้บริการกับลูกค้าของร้านคาเฟ่ขนมไทยจะแบ่งการให้บริการเป็น 2 ส่วน คือ การให้บริการร้านคาเฟ่ซึ่งขายเครื่องคั้มและขนม และการให้บริการสอนทำขนมไทย (การทำเวิร์คชอป)

3.5.1 การให้บริการร้านคาเฟ่

ร้าน Allure เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00 – 21.00 น. โดยร้านสามารถรองรับลูกค้าได้มากที่สุด 50 คน ในการให้บริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านคาเฟ่ขนมไทยนั้น เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้านพนักงานจะเข้าไปต้อนรับลูกค้าพร้อมทั้งสอบถามลูกค้าว่าจะซื้อสินค้ากลับบ้านหรือ

รับประทานที่ร้าน ในกรณีที่ลูกค้าต้องการซื้อสินค้ากลับบ้าน ลูกค้าสามารถเดินเลือกซื้อขนมและสั่งเครื่องดื่มกับพนักงานได้เลย และในกรณีที่ลูกค้าต้องการที่จะรับประทานที่ร้าน พนักงานก็จะพาลูกค้าไปนั่งที่โต๊ะและในการสั่งอาหารของลูกค้าที่รับประทานที่ร้านสามารถทำได้ทั้งการไปเลือกขนมและเครื่องดื่มเองที่เคาน์เตอร์หรือการเลือกจากเมนูขนมและเครื่องดื่มที่พนักงานนำมาให้กับลูกค้า หลังจากที่พนักงานรับออเดอร์จากลูกค้าแล้วก็จะนำออเดอร์ดังกล่าวไปจัดขนมและเครื่องดื่มให้กับลูกค้า พร้อมทั้งให้ลูกค้าชำระเงินและออกใบเสร็จรับเงินให้กับลูกค้าไปพร้อมๆ กัน เมื่อเตรียมทุกอย่างเรียบร้อยแล้วพนักงานจึงนำขนมและเครื่องดื่มไปเสิร์ฟให้กับลูกค้า

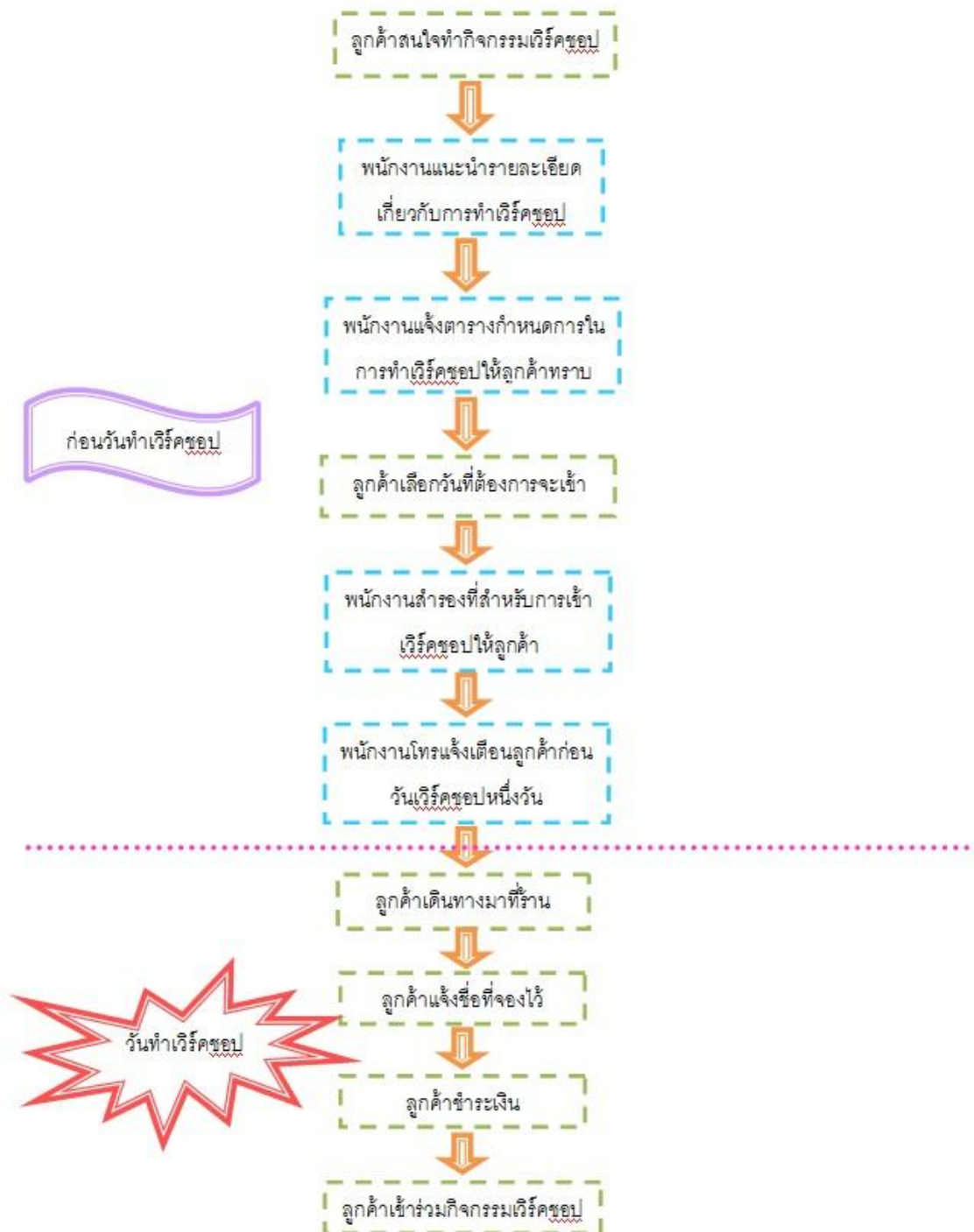


ภาพที่ 3.6 แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้า

3.5.2 การให้บริการสอนทำขนมไทย

ในการให้บริการสอนทำขนมไทยนั้น ทางร้านจะเปิดสอนเดือนละสองครั้งคือสัปดาห์เว้นสัปดาห์ ดังนั้นลูกค้าที่สนใจจะเข้าร่วมการเวิร์คชอปดังกล่าวจะต้องสำรองที่นั่งเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมล่วงหน้า โดยหากลูกค้าสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดกับพนักงานได้ ไม่ว่าจะเป็นการสอบถามที่หน้าร้านหรือการสอบถามทางโทรศัพท์ พนักงานจะแนะนำรายละเอียดของกิจกรรมให้กับลูกค้า และจะแจ้งว่าการเวิร์คชอปจะมีวันไหนบ้างเพื่อเป็นตัวเลือกให้กับลูกค้า หลังจากที่ลูกค้าเลือกวันที่จะเข้าเวิร์คชอปได้แล้ว พนักงานของร้านก็จะสำรองที่นั่งในการเข้าเวิร์คชอปไว้ให้ลูกค้า ก่อนถึงวันเวิร์คชอปที่ลูกค้าได้จองเอาไว้ทางร้านจะโทรแจ้งเตือนลูกค้าเพื่อยืนยันการจอง เมื่อถึงวันที่จัดกิจกรรมเมื่อลูกค้ามาถึงที่ร้านลูกค้าจะต้องแจ้งชื่อที่สำรองที่นั่งไว้ให้พนักงานทราบพร้อมชำระเงินค่าอุปกรณ์ในการทำเวิร์คชอป และเข้าร่วมกิจกรรมเวิร์คชอปทำขนมไทยได้เลย





ภาพที่ 3.7 แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้า

บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 การแบ่งส่วนลูกค้า (Segmentation)

การแบ่งส่วนลูกค้าของร้านกาแฟขนมไทยจะแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ ด้านภูมิศาสตร์ และด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค

ด้านประชากรศาสตร์ : การแบ่งส่วนลูกค้าด้านประชากรศาสตร์นั้น แบ่งจากอายุของลูกค้าเป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในวัยเรียนระดับมัธยมศึกษาซึ่งมีอายุต่ำกว่า 18 ปี กลุ่มลูกค้าวัยเรียนระดับอุดมศึกษาซึ่งมีอายุระหว่าง 19-22 ปี และกลุ่มลูกค้าวัยทำงานซึ่งมีอายุตั้งแต่ 23 ปีขึ้นไป สำหรับเพศของกลุ่มลูกค้ามีทั้งเพศชายและเพศหญิง ระดับรายได้ของลูกค้าแบ่งกลุ่มเป็นระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รายได้ระหว่าง 10,000 – 40,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน

ด้านภูมิศาสตร์ : การแบ่งส่วนลูกค้าด้านภูมิศาสตร์นั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย จังหวัดกรุงเทพมหานคร และกลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค : การแบ่งจากพฤติกรรมของลูกค้าจะแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ชอบนั่งพักผ่อนตามร้านกาแฟ ชอบสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน และชอบความแตกต่างจากคนอื่น

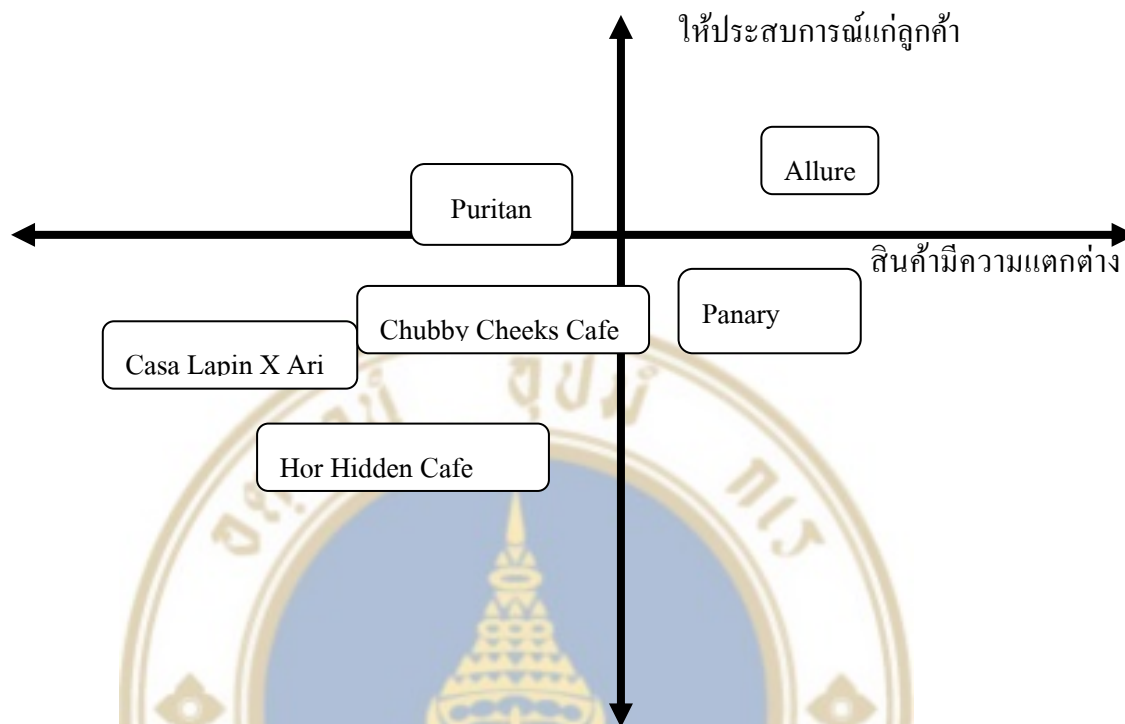
4.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market)

ร้านกาแฟขนมไทยแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก : กลุ่มลูกค้าทั้งเพศหญิงและเพศชายที่อยู่ในวัยเรียนระดับอุดมศึกษาและวัยทำงาน ที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 40,000 บาทต่อเดือน และอาศัยอยู่ในประเทศไทย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง : กลุ่มลูกค้าทั้งเพศหญิงและเพศชายที่อยู่ในวัยทำงาน มีรายได้ 10,000 - 40,000 บาทต่อเดือน และอาศัยอยู่ในต่างประเทศแต่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

4.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)



ภาพที่ 4.1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ตำแหน่งทางการตลาดที่ทางร้านต้องการจะสื่อออกไปให้ลูกค้าได้ทราบนั้น มาจากจุดเด่นของทางร้านที่เป็นร้านคาเฟ่ที่สร้างความแตกต่างจากร้านคาเฟ่ร้านอื่น ๆ ด้วยการขายขนมที่ทานควบคู่กับเครื่องดื่มเป็นขนมไทยในขณะที่ร้านคาเฟ่ร้านอื่น ๆ เลือกที่จะขายเบเกอรี่และอาหารคาวสไตล์ฝรั่งให้กับลูกค้า ดังนั้นทางร้านจึงเลือกที่จะสื่อสารให้กับลูกค้าทราบว่าร้านคาเฟ่ขนมไทยมีความต่างจากร้านคาเฟ่อื่น ๆ และการสื่อสารอีกด้านคือทางร้านเน้นการให้ประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้าทั้งประสบการณ์ด้านสินค้าและบริการ และยังมีบริการจัดทำ work shop เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการลองทำขนมไทยด้วยตนเอง

4.4 แผนการตลาด (Marketing Strategy)

4.4.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า

4.4.1.1 ตราสินค้า

ชื่อร้าน Allure มาจากชื่อของขนมไทยชนิดหนึ่งที่เป็นที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค เนื่องจากเป็นขนมที่มีรสชาติหวานหอมและมีขนาดของชิ้นที่เล็กทำให้ทานได้ง่าย ร้านอาลัวร์มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือกลุ่มคนที่อยู่ในวัยเรียนระดับอุดมศึกษาและวัยทำงาน ดังนั้นการออกแบบตราสินค้าจึงจะต้องทำให้กลุ่มคนกลุ่มนี้สนใจ ทางร้านจึงออกแบบตราสินค้าที่มีความเรียบง่ายซึ่งเป็นการออกแบบตามจุดมุ่งหมายของร้านที่ต้องการให้ร้านมีความรู้สึกอบอุ่นและสบายเรียบง่าย โดยสีของตราสินค้าที่ใช้จะเป็นสีขาวและสีน้ำเงินซึ่งสีขาวเป็นสีที่ทำให้รู้สึกสะอาดแล่อ่อนโยน ส่วนสีน้ำเงินเป็นสีที่ให้ความรู้สึกสุขุม สงบ ซึ่งทั้งสองสีเป็นสีที่ทำให้รู้สึกสบายในการพักผ่อน ตัวอักษรที่ใช้ในตราสินค้าจะเป็นตัวเขียนภาษาอังกฤษที่ทำให้ดูเรียบง่ายแต่ก็มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นของตนเอง



ภาพที่ 4.2 แสดงตราสินค้า

4.4.1.2 รูปแบบร้าน

การตกแต่งร้านอาลัวร์นั้นภายนอกจะเป็นร้านที่มีลักษณะเหมือนบ้านสีขาวที่ให้ความรู้สึกอบอุ่นและน่าอยู่ การตกแต่งภายในจะเน้นการตกแต่งที่ให้ความรู้สึกสบายเหมือนพักผ่อนอยู่ที่บ้าน สีที่ใช้ในการตกแต่งจะเน้นสีขาวและสีน้ำตาลอ่อน เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้จะเน้นการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อช่วยเสริมให้ร้านดูเป็นร้านที่อบอุ่นเหมือนบ้านพักอาศัย ในการให้บริการกับลูกค้าที่มานั่งทานที่ร้านจะมีสถานที่ให้นั่งทั้งภายในและภายนอกของร้าน โดยภายนอกของร้านจะจัดให้มีที่นั่งกับเบาะบนสนามหญ้าเพื่อให้ความรู้สึกเหมือนนั่งเล่นกับเพื่อนๆ ที่สนามหญ้าในบ้านของตนเอง ส่วนภายในจะมีการจัดที่นั่งทั้งแบบหลายคนสำหรับลูกค้าที่มาเพื่อนั่งคุยกับเพื่อนๆ หรือนั่งแบบจำนวนคนน้อยสำหรับผู้ที่ต้องการมานั่งพักผ่อนคนเดียว



ภาพที่ 4.3 แสดงรูปแบบการตกแต่งร้าน

4.4.1.3 สินค้าและบริการ

สินค้าของร้านคาเฟ่ขนมไทยสามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ เครื่องดื่ม ขนม และบริการ work shop สอนทำขนมไทย

เครื่องดื่ม

เครื่องดื่มที่ทางร้านมีการจัดจำหน่ายนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทย่อย ๆ ได้แก่ เครื่องดื่มประเภทกาแฟ เครื่องดื่มประเภทผสมนมเช่น ชา โกโก้ เป็นต้น เครื่องดื่มประเภทผลไม้ และเครื่องดื่มแบบดั้งเดิม โดยเครื่องดื่มทั้ง 4 ประเภทนี้มีทั้งแบบร้อนและแบบเย็นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายและเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับลูกค้าทางร้านจึงมีเมนูเครื่องดื่มแบบดั้งเดิมเพื่อให้ลูกค้าได้ลองทาน



ภาพที่ 4.4 แสดงเครื่องดื่ม

ขนม

ขนมที่ทางร้านเลือกที่จะนำมาให้บริการแก่ลูกค้านั้นเป็นขนมประเภทขนมไทยโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ขนมไทยประเภทแห้ง และขนมไทยประเภทน้ำ โดยขนมไทยประเภทที่แห้งจะมีทั้งขนมที่ทำจากไข่ เช่น ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด จ่ามงกุฏ เป็นต้น ขนมประเภทที่ทำจากถั่วและแป้งที่มีสีสันทสวยงาม เช่น ลูกชุบ ขนมชั้น เป็นต้น



ภาพที่ 4.5 แสดงขนม

นอกจากนั้นยังมีขนมแบบพื้นบ้านที่หาทานได้ยากในปัจจุบัน เช่น ขนมอาลัว ข้าวเหนียวแดง ข้าวเหนียวแก้ว ขนมน้ำดอกไม้ ขนมหน้าवल ขนมบ่าบับ เป็นต้น



ภาพที่ 4.6 แสดงขนม

ทางด้านขนมไทยประเภทร้าน ทางร้านเลือกขนมที่มีความหอมหวานและเมื่อทานแล้วจะทำให้รู้สึกผ่อนคลายและสดชื่น เนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองที่มีอากาศร้อนการได้ทานของหวานที่ให้ความเย็นสดชื่นก็จะทำให้ลูกค้ามีความสุขกับสินค้าของทางร้าน ขนมประเภทดังกล่าว ได้แก่ ลอดช่องน้ำกะทิ ซ่าหริ่ม ผลไม้ลอยแก้ว นอกจากนี้ยังมีขนมไทยประเภทร้านที่ไม่ใส่น้ำแข็ง

แต่ยังคงให้ความหอมหวานกับลูกค้าได้ เช่น กล้วยบวชชี กล้วยและมันเชื่อม ขนมปากกริมไข่เต่า เต้าส่วน เป็นต้น



ภาพที่ 4.7 แสดงขนม

กิจกรรม work shop

กิจกรรม work shop เป็นบริการที่ทางร้านจัดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับลูกค้า โดยทางร้านจะจัดให้มีการสอนทำขนมไทยโดยเชฟขนมของทางร้าน ซึ่งในกิจกรรม work shop ที่จัดแต่ละครั้งขนมที่ทำจะเปลี่ยนไปทุกครั้งเพื่อให้เกิดความหลากหลายในการเข้า work shop ของลูกค้า การเข้ากิจกรรมการ work shop ลูกค้าต้องสำรองที่นั่งกับทางร้านก่อนถึงจะเข้าร่วมได้ และเมื่อทำกิจกรรมเสร็จเรียบร้อยแล้วลูกค้าสามารถนำขนมที่ตนเองทำกลับบ้านได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

เมนูสินค้า

ALLURE'S MENU

กาแฟ	เครื่องดื่มผสมนม	เครื่องดื่มผลไม้	เครื่องดื่มสมุนไพร
อเมริกาโน่	ช็อคโกแลต	แอปเปิ้ล	น้ำขิง
เอสเพรสโซ่	วานิลลา	สตอเบอร์รี่	น้ำตะไคร้
คาปูชิโน่	ชาเขียว	ส้ม	น้ำใบเตย
ลาเต้	ชาไทย	เสาวรส	น้ำกระเจี๊ยบ
มอคค่า	คาราเมลดริม	กีวี	น้ำอัญชัญ
คาราเมล มัคคิอาโต	นมสด	เบอร์รี่	น้ำมะตูม
		กล้วยหอม	น้ำเก๊กฮวย
		มะนาว	น้ำใบบัวบก
		มะพร้าว	

ภาพที่ 4.8 แสดงเมนูสินค้า

ALLURE'S MENU

ขนมไทย	ขนมไทย	ขนมไทย	ขนมไทย
เสน่ห์จันทร์	จ่ามงกุฎ	ลอดช่องน้ำกะทิ	บัวลอย
ทองเอก	ทองหยิบ	กล้วยบวชชี	ข้าหริ่ม
ทองหยอด	ฝอยทอง	สละลอยแก้ว	กะทอนลอยแก้ว
เมื่อดขนุน	อาลัว	กล้วยเชื่อม	มันเชื่อม
ลูกชุบ	ขนมชั้น	ปากริมไข่เต่า	เต้าส่วน
ขนมน้ำดอกไม้	ขนมหน้านวล	ขนมโคกะทิ	ทับทิมกรอบ
ขนมบ้าบิ่น	ข้าวเหนียวแดง		
ข้าวเหนียวแก้ว			

ภาพที่ 4.9 แสดงเมนูสินค้า

4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา

จากการศึกษาคู่แข่งของร้านกาแฟขนมไทยนั้น พบว่าคู่แข่งส่วนใหญ่มีการกำหนดราคาเครื่องดื่มและขนมอยู่ระหว่าง 30 – 100 บาท ดังนั้นการตั้งราคาของขนมและเครื่องดื่มของทางร้านจะอยู่ในช่วงของราคาดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และราคาดังกล่าวจะทำให้ทางร้านสามารถสร้างกำไรในการขายได้ โดยการกำหนดราคามีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 4.1 แสดงราคาเครื่องดื่ม

สินค้าประเภทเครื่องดื่ม	ราคาเครื่องดื่ม (บาท)		
	ราคาเครื่องดื่มแบบร้อน	ราคาเครื่องดื่มแบบเย็น	ราคาเครื่องดื่มแบบปั่น
เครื่องดื่มประเภทกาแฟ	55	65	70
เครื่องดื่มประเภทผสมนม	55	65	70
เครื่องดื่มประเภทผลไม้	-	-	70
เครื่องดื่มประเภทสมุนไพร	40	45	-

การกำหนดราคาของเครื่องดื่มมาจากการที่เครื่องดื่มแต่ละชนิดมีขนาดของแก้วที่แตกต่างกันไปส่งผลให้ต้นทุนของเครื่องดื่มแต่ละชนิดไม่เท่ากัน ปริมาณของเครื่องดื่มแต่ละชนิดมีดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงปริมาณเครื่องดื่มต่อแก้ว

สินค้าประเภทเครื่องดื่ม	ปริมาณของเครื่องดื่ม (ออนซ์)		
	เครื่องดื่มแบบร้อน	เครื่องดื่มแบบเย็น	เครื่องดื่มแบบปั่น
เครื่องดื่มประเภทกาแฟ	8	16	16
เครื่องดื่มประเภทผสมนม	8	16	16
เครื่องดื่มประเภทผลไม้	-	16	16
เครื่องดื่มประเภทสมุนไพร	16	16	16

ตารางที่ 4.3 แสดงราคาขนมไทย

สินค้าประเภทขนม	ราคาขนมต่อ 1 ชุด (บาท)
ขนมไทยประเภทแห้ง (4-7 ชิ้นต่อชุด)	40 -80
ขนมไทยประเภทน้ำต่อถ้วย	50 - 80

ราคาการเข้า work shop

ในการร่วมกิจกรรม work shop การทำขนมไทยกับทางร้าน ลูกค้าจะต้องเสียค่าอุปกรณ์ในการทำขนมโดยราคาจะอยู่ที่ 200 – 300 บาท ซึ่งราคาดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงไปตามชนิดของขนมไทยที่ทำว่าต้องมีการใช้วัตถุดิบที่มีราคาสูงหรือต่ำเพียงใด และเมื่อลูกค้าทำขนมเสร็จแล้วสามารถนำขนมกลับบ้านได้

4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ในการซื้อสินค้าทั้งเครื่องดื่มและขนมของลูกค้าจะสามารถซื้อได้จากช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือบริเวณหน้าร้านที่มีลักษณะเป็นบ้านเดี่ยวสองชั้นและมีสนามหญ้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกนั่ง ซึ่งตั้งอยู่ที่พหลโยธินซอย 7 ซึ่งอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้ามหานคร และซอยดังกล่าวมีทางลัดออกไปยังถนนใหญ่ได้ทั้งถนนพหลโยธิน ถนนพระรามหก และทางด่วน นอกจากนี้บริเวณซอยอารีย์ยังเป็นที่ตั้งของสถานที่ทำงานของบริษัทหลายบริษัท เช่น ธนาคารกสิกรไทย ธนาคาร SME ธนาคาร Exim บริษัท เอไอเอส กระทรวงการคลัง เป็นต้น สำหรับลูกค้าที่ต้องการจะเข้าร่วมกิจกรรม work shop สามารถสำรองที่นั่งผ่านทางโทรศัพท์ได้และชำระเงินในภายหลังก่อนวันเข้าร่วมกิจกรรม

4.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมทำให้มีคนสนใจที่จะทำธุรกิจประเภทนี้เป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันที่สูง การจะทำให้ร้านกาแฟสามารถอยู่รอดได้จึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อทำให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการกับทางร้าน โดยทางร้านกาแฟขนมไทยมีการส่งเสริมการตลาดดังนี้

○ การส่งเสริมการขายในช่วงแรกของการเปิดร้านด้วยการเสิร์ฟขนมไทยของทางร้านให้กับลูกค้าที่ซื้อเครื่องดื่มกับทางร้านเพื่อเป็นการให้ลูกค้าได้ทดลองชิมสินค้าที่เป็นจุดเด่นของทางร้าน

- จัดทำบัตรสมาชิกของร้าน หากลูกค้าเป็นสมาชิกของร้านจะสามารถได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่มากกว่าลูกค้าที่ไม่ได้เป็นสมาชิก เช่น การได้รับเซตเครื่องคั้มและขนมฟรี 1 เซต ในเดือนที่เป็นเดือนเกิดของลูกค้าเอง และในบัตรสมาชิกสามารถสะสมแต้มเพื่อแลกเครื่องคั้มฟรีได้ หรือนำแต้มมาแลกเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าของทางร้านได้ การทำบัตรสมาชิกจะทำให้ทางร้านสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิด brand loyalty ได้ ซึ่งจะเป็นผลดีกับทางร้าน
- การจัดโปรโมชั่นของขนมตามฤดูกาลในราคาพิเศษเช่น ฤดูมะม่วง ก็จัดให้มีข้าวเหนียวมะม่วงขายและอาจเพิ่มเมนูเครื่องคั้มที่มีส่วนผสมของมะม่วงลงไปในช่วงนั้นด้วย
- จัดทำสื่อในการประชาสัมพันธ์ร้านให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับทราบโดยการทำสื่อจะเน้นการทำสื่อผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น การทำเฟชบุ๊กของทางร้าน สร้าง Line Group สำหรับลูกค้าที่เป็นเพื่อนในกลุ่มเพื่อแจกโปรโมชั่นพิเศษต่าง ๆ เช่น การลดราคาสำหรับลูกค้าที่อยู่ใน Line Group หรือกดไลค์เฟชบุ๊กของทางร้านเท่านั้น
- การจัดโปรโมชั่นกับเว็บไซต์ที่ขายดีลส่วนลดร้านอาหารต่าง ๆ เช่น ensogo เป็นต้น เพื่อให้ร้านคาเฟ่ขนมไทยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
- การซื้อโฆษณาผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อให้มีการรีวิวร้านคาเฟ่ขนมไทยและจ้าง Blogger ที่มีชื่อเสียงในการรีวิวร้านอาหาร

บทที่ 5 แผนการเงิน

5.1 สมมติฐานทางการเงิน

ร้าน Allure จัดทำแผนการเงิน โดยมีการตั้งสมมติฐานดังนี้

- 5.1.1 มีการเติบโตของปริมาณการขายปีละ 10%
- 5.1.2 มีการใช้กำลังการผลิต 40% ของกำลังการผลิตทั้งหมดในปีแรก
- 5.1.3 ค่าน้ำประปาปรับสูงขึ้นปีละ 5% และค่าไฟฟ้าปรับสูงขึ้นปีละ 5%
- 5.1.4 เงินเดือนของพนักงานเพิ่มขึ้นปีละ 5%

5.2 ต้นทุนสินค้า/บริการ

5.2.1 ต้นทุนวัตถุดิบ

5.2.1.1 กลุ่มเครื่องดื่มร้อน

ตารางที่ 5.1 แสดงต้นทุนวัตถุดิบเครื่องดื่มร้อน

วัตถุดิบ	ราคา (บาท/แก้ว)
วัตถุดิบหลัก (กาแฟ, ชา)	5.00
น้ำเชื่อม	0.25
นมสด	2.00
แก้ว	2.50
ค่าไฟฟ้า	3.00
รวม	12.75

5.2.1.2 กลุ่มเครื่องดื่มเย็น

ตารางที่ 5.2 แสดงต้นทุนวัตถุดิบเครื่องคั้มเย็น

วัตถุดิบ	ราคา (บาท/แก้ว)
วัตถุดิบหลัก (กาแฟ , ชา)	5.00
น้ำเชื่อม	0.50
นมสด	2.00
น้ำแข็ง	1.00
แก้ว	2.50
ค่าไฟฟ้า	3.00
รวม	14.00

5.2.1.3 กลุ่มเครื่องคั้มปั่น

ตารางที่ 5.3 แสดงต้นทุนเครื่องคั้มปั่น

วัตถุดิบ	ราคา (บาท/แก้ว)
วัตถุดิบหลัก (กาแฟ , ชา , ผลไม้)	8.00
น้ำเชื่อม	0.75
นมสด	2.00
น้ำแข็ง	1.50
แก้ว	2.50
ค่าไฟฟ้า	3.50
รวม	18.25

5.2.1.4 กลุ่มขนมแห้ง

ตารางที่ 5.4 แสดงต้นทุนขนมแห้ง

วัตถุดิบ	ราคา (บาท/แก้ว)
ขนม	25.00
ช้อน	2.00
จาน	2.00
รวม	24.00

5.2.1.5 กลุ่มขนมน้ำ

ตารางที่ 5.5 แสดงต้นทุนขนมน้ำ

วัตถุดิบ	ราคา (บาท/แก้ว)
ขนม	18.00
ช้อน	2.00
จาน	2.00
รวม	22.00

5.2.1.6 การจัด Workshop

ตารางที่ 5.6 แสดงต้นทุนการจัด Workshop

วัตถุดิบ	ราคา (บาท/คน)
วัตถุดิบทำขนม	60.00
อุปกรณ์ทำขนม	30.00
ค่าแรงผู้สอน	50.00
ค่าน้ำ	15.00
ค่าไฟ	15.00
ภาชนะสำหรับใส่ขนม	170.00

5.2.2 ต้นทุนแรงงาน

ตารางที่ 5.7 แสดงต้นทุนแรงงาน

เงินเดือน บาท/ เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
20000	ผู้จัดการร้าน	1	1	1	1	1
15000	พนักงานขาย	2	2	2	3	3
18000	พนักงานซงเครื่องดื่ม	2	2	2	2	2
18000	เชฟทำขนม	2	2	2	2	2
	ค่าแรงในการขายและบริหาร	1,464,000	1,537,200	1,610,400	1,890,600	1,972,800

5.2.3 ค่าโสหุ้ยในการผลิต

ตารางที่ 5.8 แสดงค่าโสหุ้ยในการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าไฟฟ้า	144,000	151,200	158,760	166,698	175,033
ค่าอินเทอร์เน็ต	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
ค่าน้ำประปา	6,500	6,825	7,166	7,525	7,901
รวม	153,000	160,525	168,426	176,723	185,434

5.2.4 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ตารางที่ 5.9 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Google Adwords	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
Facebook Advertisement	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750
Promotion	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Blogger	30,000	15,000	10,000	10,000	10,000
Website	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
รวม	112,750	97,750	92,750	92,750	92,750

5.2.5 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 5.10 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าธรรมเนียมจัดตั้งบริษัท	1,000,000				
ค่าทำบัญชี	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าเบ็ดเตล็ด	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวม	1,050,000	50,000	50,000	50,000	50,000

5.2.6 เงินลงทุนในโครงการ

ตารางที่ 5.11 แสดงเงินลงทุนในโครงการ

รายการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	210,000	210,000	-
สิ่งปลูกสร้าง	2,922,800	1,000,000	1,922,800
เครื่องจักรอุปกรณ์	250,000	-	250,000
ยานพาหนะ	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	20,000	20,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	252,000	252,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	500,000	500,000	-
รวม	4,154,800	2,000,000	2,172,800

5.3 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 5.12 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	9,929,280	14,893,920	16,135,080	17,376,240	18,617,400
ต้นทุนขาย					
- วัสดุุดิบ	3,685,877	4,054,464	4,459,911	4,905,902	5,396,492
- แรงงานในการผลิต	-	-	-	-	-
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	342,280	342,280	342,280	342,280	342,280
- ค่าเสียหายในการผลิต	153,000	160,525	168,426	176,723	185,434
รวมต้นทุนขาย	4,181,157	4,557,269	4,970,617	5,424,905	5,924,206
กำไรขั้นต้น	5,748,123	10,336,651	11,164,463	11,951,335	12,693,194
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	1,464,000	1,537,200	1,610,400	1,890,600	1,972,800
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	54,400	54,400	54,400	54,400	54,400
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	112,750	97,750	92,750	92,750	92,750
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	1,050,000	50,000	50,000	50,000	50,000

ตารางที่ 5.12 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	2,681,150	1,739,350	1,807,550	2,087,750	2,169,950
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	3,066,973	8,597,301	9,356,913	9,863,585	10,523,244
ดอกเบี้ยจ่าย	217,280	173,824	130,368	86,912	43,456
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	2,849,693	8,423,477	9,226,545	9,776,673	10,479,788
ภาษีเงินได้		1,684,695	1,845,309	1,955,335	2,095,958
กำไรสุทธิ	2,849,693	6,738,781	7,381,236	7,821,339	8,383,830

5.4 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 5.13 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	3,002,020	9,671,892	16,981,132	24,727,079	33,031,784
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	174,215	189,886	207,109	226,038	246,842
- สต็อกวัตถุดิบ	153,578	168,936	185,830	204,413	224,854
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,329,813	10,030,714	17,374,070	25,157,529	33,503,479
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	210,000	210,000	210,000	210,000	210,000
- สิ่งปลูกสร้าง	2,922,800	2,922,800	2,922,800	2,922,800	2,922,800
- เครื่องจักรอุปกรณ์	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	252,000	252,000	252,000	252,000	252,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	3,654,800	3,654,800	3,654,800	3,654,800	3,654,800

ตารางที่ 5.13 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	396,680	793,360	1,190,040	1,586,720	1,983,400
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,258,120	2,861,440	2,464,760	2,068,080	1,671,400
รวมสินทรัพย์	6,587,933	12,892,154	19,838,830	27,225,609	35,174,879
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาว	1,738,240	1,303,680	869,120	434,560	-
รวมหนี้สิน	1,738,240	1,303,680	869,120	434,560	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
- กำไรสะสม	2,849,693	9,588,474	16,969,710	24,791,049	33,174,879
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,849,693	11,588,474	18,969,710	26,791,049	35,174,879
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	6,587,933	12,892,154	19,838,830	27,225,609	35,174,879

5.5 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 5.14 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	2,000,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	2,172,800	-	-	-	-
- ยอดขาย	9,929,280	14,893,920	16,135,080	17,376,240	18,617,400
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	14,102,080	14,893,920	16,135,080	17,376,240	18,617,400
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	3,654,800	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	3,838,877	4,214,989	4,628,337	5,082,625	5,581,926

ตารางที่ 5.14 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	2,626,750	1,684,950	1,753,150	2,033,350	2,115,550
- ดอกเบี้ยจ่าย	217,280	173,824	130,368	86,912	43,456
- ภาษีเงินได้	-	1,684,695	1,845,309	1,955,335	2,095,958
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	174,215	15,671	17,223	18,929	20,804
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	153,578	15,358	16,894	18,583	20,441
- ชำระคืนเงินกู้	434,560	434,560	434,560	434,560	434,560
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	11,100,060	8,224,048	8,825,841	9,630,293	10,312,695
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	3,002,020	9,671,892	16,981,132	24,727,079
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	3,002,020	6,669,872	7,309,239	7,745,947	8,304,705
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	3,002,020	9,671,892	16,981,132	24,727,079	33,031,784

5.5.1 กระแสเงินสดสุทธิ

ตารางที่ 5.15 แสดงกระแสเงินสดสุทธิ

กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	2,849,693	6,738,781	7,381,236	7,821,339	8,383,830
- ค่าเสื่อมราคา	396,680	396,680	396,680	396,680	396,680
กระแสเงินสดสุทธิ	3,246,373	7,135,461	7,777,916	8,218,019	8,780,510

5.6 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis)

ตารางที่ 5.16 แสดงอัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. วัดความสามารถในการทำกำไร					
- อัตรากำไรขั้นต้น	57.89%	69.40%	69.19%	68.78%	68.18%
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	30.89%	57.72%	57.99%	56.76%	56.52%
- อัตรากำไรสุทธิ	28.70%	45.25%	45.75%	45.01%	45.03%

ตารางที่ 5.16 แสดงอัตราส่วนทางการเงิน (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม	43.26%	52.27%	37.21%	28.73%	23.83%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	58.76%	58.15%	38.91%	29.19%	23.83%
2. วัดประสิทธิภาพการจัดการเงินทุน					
หมุนเวียน					
- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	1.51	1.16	0.81	0.64	0.53
- ระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงคลัง (วัน)	28.62	28.74	28.85	28.96	29.06
3. วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง					
- อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.26	0.10	0.04	0.02	-
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.36	0.11	0.05	0.02	-
- อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	14.12	49.46	71.77	113.49	242.16

5.7 การคำนวณมูลค่าสุทธิและผลตอบแทนของการลงทุน

การคำนวณมูลค่าของร้าน Allure จะใช้วิธีการคำนวณจากกระแสเงินสดของร้านที่ได้จากการประมาณการดังนี้

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) คือ 121.17%

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) คือ 19,638,373 บาท

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) คือ 1 ปี 5 เดือน

บทที่ 6

แผนบริหารความเสี่ยง

เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับแผนการดำเนินงานในสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้โดยมีแผนรองรับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นดังต่อไปนี้

6.1 ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย

เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้ อันมาจากการที่ลูกค้ายังไม่รู้จักร้านมากเท่าที่ควรทำให้จำนวนคนเข้าร้านน้อยหรือการที่สินค้าไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทางร้านจะต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มีการขยายวงกว้างมากขึ้นและจำเป็นต้องทำการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาเพื่อเป็นการทำให้ลูกค้าสามารถจดจำร้านได้และเป็นการสร้าง brand awareness นอกจากนี้จะทำโปรโมชั่นในการส่งเสริมการขายเพิ่มเติมเพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองสินค้าของร้านชนิดต่างๆ เพื่อให้ยอดขายของร้านเพิ่มขึ้น นอกจากนี้การที่สินค้ายังไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทางร้านจะใช้วิธีการให้บริการแบบเป็นมิตรเหมือนคนในครอบครัวและจะคอยถามลูกค้าว่าสินค้าต่างๆ เป็นอย่างไรบ้าง ลูกค้ามีความเห็นอย่างไรกับสินค้านั้นๆ ต้องการให้ทางมีการปรับปรุงอย่างไรบ้าง เพื่อให้สินค้าทุกชนิดของร้านตอบสนองและตรงกับความต้องการของลูกค้าเพื่อจะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการร้านอีกครั้ง

6.2 ราคาวัตถุดิบสูงขึ้นซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

เมื่อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้ามีราคาที่สูงขึ้นทางร้านจะหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ที่มีราคาต่ำกว่าแหล่งวัตถุดิบเดิมแต่คุณภาพของวัตถุดิบอยู่ในระดับเดียวกัน หรือเลือกใช้สินค้าทดแทนอย่างอื่นที่สามารถใช้แทนกันได้และมีคุณภาพอยู่ในระดับที่ดีในขณะที่ราคาของวัตถุดิบดังกล่าวต่ำกว่าวัตถุดิบที่เคยใช้อยู่เพื่อลดต้นทุนในการผลิตและยังทำให้ระดับคุณภาพของสินค้ายังอยู่ที่เดิม

6.3 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

หากร้านเกิดการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ทางร้านจะใช้วิธีการทำประมาณการงบประมาณเงินสดล่วงหน้าเพื่อที่จะได้ทราบถึงประมาณการรายได้ ให้มีการใช้ระบบการตัดบัญชีเพื่อควบคุมต้นทุนสินค้า และให้มีการประเมินผลทางบัญชีอย่างต่อเนื่อง และหากจำเป็นต้องมีการลงทุนเพิ่มเติมจะระดมทุนจากผู้ถือหุ้นของร้านเป็นอันดับแรก

6.4 ความเสี่ยงจากการที่สินค้าของทางร้านขายไม่หมด

ความเสี่ยงที่สินค้าของทางร้านขายไม่หมดจะเกิดขึ้นกับขนมหวานเนื่องจากขนมส่วนใหญ่เมื่อเก็บข้ามวันจะทำให้รสชาติเปลี่ยนไปและอาหารบูดเสียได้ ดังนั้นทางร้านจำเป็นต้องทิ้งสินค้าที่ขายไม่หมดและจะเป็นต้นทุนที่เสียไปของร้าน ดังนั้น การแก้ไขปัญหาดังกล่าวทางร้านจะจัดให้มีการลดราคาของสินค้าในช่วงเวลาหลัง 6 โมงเย็น และจัดโปรโมชั่น happy hour เพิ่มเติมเช่น เมื่อซื้อขนมหวาน 1 ชุด จะได้รับอีก 1 ชุดฟรี เมื่อซื้อสินค้าในช่วงเวลา 18.00 – 21.00 น. ก็จะทำให้ร้านสามารถลดจำนวนสินค้าที่ขายไม่หมดได้

6.5 ความเสี่ยงจากการที่สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

หากเกิดกรณีที่สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในกรณีของเครื่องดื่มทางร้านจะต้องเพิ่มกำลังการผลิตให้มากขึ้น โดยการจ้างพนักงานชั่วคราวเพิ่มขึ้นและแบ่งหน้าที่ให้ชัดเจนในการชงเครื่องดื่มเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าที่มากกว่าการคาดการณ์ของทางร้าน ในกรณีของขนมไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าทางร้านจะจัดหาขนมเพิ่มเติมโดยอาจสั่งขนมจากร้านขนมในปริมาณที่มากขึ้นหรือจัดซื้อขนมจากร้านขนมไทยร้านอื่นในกรณีที่ร้านเดิมไม่สามารถผลิตให้ได้เพียงพอ

บรรณานุกรม

- กาแฟ สรรพคุณและประโยชน์ของกาแฟ 40 ข้อ ! (Coffee) : [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:<http://frynn.com/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%9F/>
- สถาบันอาหาร สรุปสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารของไทย 9 เดือนแรกปี 57 : [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.newsplus.co.th/53734>
- ภาพลักษณ์ขนมไทยในสายตาของเยาวชนไทย : [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/19769/17305

