

บทสรุปผู้บริหาร

ผู้จัดทำจบการศึกษาปริญญาตรีจาก วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล สาขาวิชา ขับร้องดนตรีคลาสสิก จึงมองเห็นถึง Painpoint ในอุตสาหกรรมนี้ ได้แก่ การรับชมการแสดงดนตรีคลาสสิกในไทยกลายเป็นแนวดนตรีเฉพาะกลุ่มที่หาฟังได้ยาก มักต้องจองล่วงหน้านานถึง 1 – 3 เดือนขึ้นไปในการเข้าฟังแต่ละครั้ง รวมถึงการแสดงส่วนใหญ่มักจัดในเวลากลางคืน และภาพจำที่คนส่วนใหญ่มองว่าการไปรับชมดนตรีคลาสสิกต้องแต่งกายในชุดทางการหรือชุดราตรีเท่านั้นจึงจะเหมาะสม รวมทั้งค่าตัวในการเข้าชมมีราคาที่สูงมาก และเรื่อง Barrier Language ที่เป็นส่วนหนึ่งในการเลือกเข้าชม เนื่องจากผู้ฟังไม่สามารถที่จะเข้าใจภาษาที่ใช้ในการร้อง ซึ่งก็จะไม่รู้สึกรับรู้ถึงบทเพลงเท่าที่ควร

ในขณะที่วิถีชีวิตของคนเมืองส่วนใหญ่ในปัจจุบันใช้ชีวิตเร่งรีบและเกิดความเครียด ความกดดันจากการทำงาน และเรื่องต่าง ๆ ผู้จัดทำจึงเห็นถึงความสำคัญของการนำดนตรีมาใช้ช่วยบำบัดความเครียดจากการใช้ชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งดนตรีคลาสสิก ซึ่งจากงานวิจัยของมหาวิทยาลัย San Diego พบว่า การฟังดนตรีคลาสสิกไม่ว่าจะเป็น Bach, Beethoven หรือ Brahms ช่วยผ่อนคลายความเครียด และบรรเทาอาการเจ็บปวดและอาการซึมเศร้าได้ นำมาซึ่งแนวความคิดที่จะจัดทำ Live Music ที่คนเข้าถึงดนตรีคลาสสิกได้ง่ายมากขึ้น รวมถึงช่วยบำบัดความเครียดและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่คนในสังคม ในรูปแบบคาเฟ่

การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นเพื่อพัฒนาแผนธุรกิจคาเฟ่แสดงดนตรีสดสไตล์คลาสสิกฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อทราบถึงพฤติกรรมในการเสพดนตรีของชาวต่างชาติ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อด้านดีและด้านไม่ดี ของการก่อตั้ง Live Opera คาเฟ่แบบใหม่ที่จะแก้ไขทุก Painpoint เพื่อที่จะตอบโจทย์ของกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุดนั้น และเพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจการเปิดธุรกิจ Cafe live Opera ในรูปแบบที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้า และเพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการที่จะก่อตั้งธุรกิจนี้ โดยผู้ศึกษามุ่งเน้นในเรื่องปัจจัยและพฤติกรรมใบบ้างของชาวต่างชาติที่ผลต่อการเข้าชมดนตรีคลาสสิกในไทย ซึ่งกลุ่มลูกค้าของ Light Soprano Café จะเป็น ชาวต่างชาติ อายุระหว่าง 35-60 ปี โดยจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป ผู้ซึ่งพักอาศัยอย่างถาวรในกรุงเทพมหานคร เป็นหลัก และคนไทย ที่ทำงานอาชีพอิสระ ไม่ใช่พนักงานออฟฟิศ และต้องการหาแรงบันดาลใจในการทำงานอย่างเช่น Creative, Director, Composer, Architect, Designer, Graphic designer และเดินทางโดยรถไฟฟ้ามหานครเป็นหลัก (Secondary Target)

โดยผู้จัดทำเลือกศึกษากลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ (Primary Target) ในด้านปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการเข้าฟังดนตรีคลาสสิกที่กล่าวไปข้างต้น ว่ามีส่วน ส่งผลให้คนเมืองเลือกที่จะเดินทางไปชมดนตรีสดคลาสสิก รวมทั้งในเรื่องของ ระยะเวลา/สถานที่ เป็นปัจจัยในการเลือกเข้าฟังหรือไม่ เพื่อที่จะนำมาวางกลยุทธ์ทางธุรกิจและคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุนได้ และพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินก่อตั้งธุรกิจต่อไป

บริการหลักของร้าน โลกโซปราโน คาเฟ่ ประกอบด้วย การแสดงขับร้องดนตรีสดสไตล์คลาสสิก โดยทำการแสดงขับร้องเพลงคลาสสิกตามต้นฉบับ เป็นการร้องตามโน้ตเพลงแบบดั้งเดิม ไม่ผ่านการดัดแปลงและไม่นำเพลงไทยมาร้องสไตล์คลาสสิกหรือนำเพลงคลาสสิกมาแต่งใหม่จนผิดเพี้ยนไปจากเดิมแต่อย่างใด โดย Program แต่ละสัปดาห์ การแสดงดนตรีสดสไตล์คลาสสิกจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามหัวข้อที่ถูกกำหนดขึ้น เช่น สัปดาห์ที่ 1 เพลงที่จะทำการแสดงจะเป็นเพลงจากนักประพันธ์ที่ชื่อว่า Schubert ก็จะมีการกำหนดธีมของการแสดงขึ้น Schubert song (บทเพลงคลาสสิกจากนักประพันธ์ Schubert) และสัปดาห์ที่ 2 จะมีการเปลี่ยนธีมไป เป็น Tenor song (บทเพลงคลาสสิกที่อยู่ใน range เสียง Tenor) และสัปดาห์ที่ 3 จะเป็นการแสดงบทเพลงจากโอเปร่าเรื่องขลุ่ยวิเศษ หรือที่เรียกอีกอย่างว่า The Magic Flute โดยจะมีการคัดบทเพลงที่โด่งดังมาทำการแสดง และเลือกเพียงบางบทเพลงที่น่าสนใจมาทำการแสดงภายในร้านเท่านั้น เป็นต้น เพื่อจับกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบประเภทของเพลงคลาสสิกที่แตกต่างกัน ให้ลูกค้าได้มีตัวเลือกในการเลือกชมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม โดยอาหารที่จะมีบริการในร้าน Light Soprano Café จะเป็นเมนูอาหารจาก 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศอังกฤษ อิตาลี เยอรมัน และฝรั่งเศส เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อร้องของเพลงคลาสสิกที่มีภาษาหลักมาจาก 4 ภาษานี้ เป็นเมนูที่ผ่านการคัดสรรเพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ชื่นชอบในศิลปะการดนตรีเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงมีการจัดแสดงภาพ ตามผนังร้านเพื่อจัดจำหน่ายเป็นการใช้พื้นที่ภายในร้านให้เกิดผลประโยชน์มากที่สุดทางการค้า

ด้านการทำการตลาด การสื่อสารผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการขายผู้จัดทำมีแผน โปรโมทธุรกิจ จะมีการ Live สดการแสดงขับร้องดนตรีคลาสสิกจากทางร้าน ในช่วงที่นักร้องของทางร้านร้องเพลงที่โด่งดัง โดยจะทำการคัดเลือกแค่บางช่วงบางตอนเท่านั้น โดยเป็นการไลฟ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Youtube, Facebook เพื่อเป็นการเพิ่มฐานลูกค้า คนที่ไม่เคยฟังเพลงคลาสสิก หรือคนที่ชื่นชอบเพลงคลาสสิก ทุกคนก็จะสามารถฟังการแสดงของทางร้านได้ฟรี ทำให้ลูกค้าใหม่รู้จักเรา เหมือนให้พวกเขาได้ทดลองฟังฟรีก่อนจะมาใช้บริการจริง (Try before buy) โดยมีการแจ้งให้ลูกค้าที่ดูฟรีทางออนไลน์ได้ทราบว่า ทุกคืนจะมี Special Show เกิดขึ้นที่ร้าน โดยหากมีความต้องการที่จะรับชม สามารถซื้อตั๋วเพื่อเข้าชมดนตรีสดสไตล์คลาสสิกพร้อมทั้ง Special Show ได้ที่

ร้านเท่านั้น จะไม่มีการ Live ให้ชม Special Show และมีการโพลีให้ความรู้เกี่ยวกับดนตรีคลาสสิก ในหัวข้อที่หลากหลายหรือเกร็ดความรู้ต่างๆที่น่าสนใจเกี่ยวกับนักประพันธ์เพลงคลาสสิก เช่น ประวัติคร่าวๆของนักประพันธ์ในยุคโรแมนติก, ช่วงบั้นปลายชีวิตของโมซาร์ท, อุปรากรที่โด่งดัง, นักประพันธ์ดนตรีคลาสสิกในแต่ละยุคสมัย, นักประพันธ์ที่เคยถูกเรียกให้ไปรับใช้ในวัง, ชีวิตรักของไฮเดน เป็นต้น

ในการลงทุน บริษัท ไทท์ โซปราโน คาเฟ่ จะใช้เงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 2,355,000 ล้านบาท เพื่อเช่าร้านและทำการปรับปรุง มีรายได้จากการให้บริการในปีที่ 1 รวม 8,726,400 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นทุกปี คาดการณ์รายได้จากการดำเนินงานในปีที่ 5 ประมาณ 15,271,200 ล้านบาท มีกำไรสุทธิ 2,850,189 ล้านบาท มีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิเท่ากับ 2,893,189 ล้านบาท และสามารถคืนทุนภายในระยะเวลา 2 ปี 3 เดือน มีค่า IRR อยู่ที่ 45.25%

นอกจากนี้ผู้จัดทำวางแผนการเติบโต โดยบริษัทฯ จะขยายธุรกิจโดยการขยายสาขาของทางร้านและกิจกรรมที่ทำให้เกิดบริการใหม่ จะมีการเพิ่มเครื่องดนตรีอื่นเพิ่มเข้ามาทำการแสดงภายในร้านมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ไวโอลิน วิโอลา เชลโล เป็นต้น ในส่วนแผนงานในระยะยาว ผู้จัดทำมีความตั้งใจที่จะขยายสาขาธุรกิจ Light Soprano Café ในพื้นที่ที่มีเห็นศักยภาพ เน้นทำเลเป็นในส่วนของภูมิภาคของประเทศไทย ตามจังหวัดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น เชียงใหม่ พัทยา หัวหิน สมุย ภูเก็ต กระบี่ เป็นต้น

หากธุรกิจ Light Soprano Café เติบโตตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ ผู้จัดทำจึงได้เตรียมแผนระยะยาวตั้งแต่ปีที่ 10 โดยมีความต้องการที่จะขยายกิจการไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และเนื่องจาก Light Soprano Café ใช้ space ในการจัดทำการแสดงดนตรีสดสไตล์คลาสสิกมาโดยตลอด จึงมี know-how ในการจัดห้องที่มี acoustic ที่ดีและเรายังมี space ที่เหมาะสมต่อการรองรับผู้ชมในการแสดงหลากหลายรูปแบบ จึงมีความต้องการที่จะเปิดพื้นที่ให้เช่าสำหรับจัดการแสดง ไม่ว่าจะเป็นการจัด meeting ไปจนถึงการจัด mini concert หรือการจัดละครเวทีขนาดเล็ก-กลาง เพื่อตอบสนองทุกความต้องการ

นอกจากนี้ยังมีการคิดแผนสำรองฉุกเฉิน เช่น หากยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือมี จะมีการทำการตลาดเพิ่มเติมและทำการศึกษาทำความเข้าใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มบริการ การสอนขับร้องดนตรีคลาสสิก ผ่านการจัด Workshop สอนเทคนิคการขับร้องดนตรีคลาสสิกเบื้องต้นเพื่อนำไปแสดงเมื่อออกงานสังคมหรือเพื่อเป็นกิจกรรมผ่อนคลายความเครียดในเวลาว่าง โดยผู้สอนเป็นนักร้องของทางร้านที่จบหลักสูตร Music education โดยเฉพาะ ที่ถ่ายทอดความรู้ เทคนิคการขับร้องดนตรีคลาสสิกได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้หลักสูตรมีทั้งการเรียนออนไลน์และออฟไลน์เพื่อให้เป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้า หรือลูกค้าสามารถเลือกเรียนแบบ

hybrid ได้ตามความเหมาะสมและความต้องการของลูกค้าได้เลย และอีกหนึ่งบริการเสริม ได้แก่ การรับจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ ในช่วงกลางวัน เนื่องจากร้าน Light Soprano Café มีพื้นที่ภายในร้านที่เพียงพอต่อการรองรับคนได้ถึง 200 คน และมีการตกแต่งร้านสไตล์อิตาเลียน มีความสวยงามเหมาะแก่การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ ขนาดเล็ก-ปานกลาง

ผู้จัดทำมีความเชื่อมั่นว่าธุรกิจไลท์ โซปราโน คาเฟ่ จะเป็นธุรกิจที่มีการเติบโต ทั้งศักยภาพของ ตลาดและบริการต่าง ๆ ที่คิดมาตอบโจทย์และสร้างคุณค่าให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เป็นธุรกิจที่ช่วยสร้างงาน รอยยิ้ม สุขและความสำเร็จ และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่คนกรุงต่อไป เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจไลท์ โซปราโน คาเฟ่ที่จะเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน

