

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟ Coffee & Tea

Business Demand and Operation of coffee shop “ Coffee & Tea ”

ร.ต.อ. ณัฐภัทร ตั้งคณากุล

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟ Coffee&Tea ถนนสวนผัก เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการและพฤติกรรมของตลาด 2) ยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี 3) การดำเนินธุรกิจ และ 4) การวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นเวลา 5 ปี กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคกาแฟในเขตกรุงเทพมหานคร ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย การเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือจากแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกาแฟที่อยู่ในเขตพื้นที่ที่ต้องการดำเนินงานของธุรกิจ และการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องของการดำเนินงานของธุรกิจจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

ผลการวิจัยด้านความต้องการและพฤติกรรมของตลาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบดื่มกาแฟคาปูชิโน และชานมมากที่สุด ดื่ม 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มักซื้อกาแฟจากร้านที่ใกล้สถานที่ทำงาน รูปแบบการซื้อจะซื้อกลับบ้าน ส่วนใหญ่จะซื้อในช่วงเช้า จำนวนคนในแต่ละครั้งที่ไปร้านกาแฟ 1-2 คน โอกาสที่ไปร้านกาแฟนั่งเล่นผ่อนคลาย เหตุผลที่ดื่มคือ อยากรู้อายุและเคยชิน เครื่องดื่มที่อยากให้มีเพิ่มนอกเหนือจากกาแฟและชา คือ เครื่องดื่มประเภทโกโก้ / ช็อคโกแลต ราคาที่ยินดีจ่ายในการซื้อเครื่องดื่มแต่ละครั้ง 45 บาทต่อแก้ว ชอบรูปแบบการตกแต่งร้านสไตล์โมเดิร์น รูปแบบการจัดโต๊ะนั่งเป็นแบบโซฟา การตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในด้านสถานที่ ตัดสินใจจากบรรยากาศภายในร้าน ข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่รับจาก สื่อทางอินเทอร์เน็ต (Facebook Youtube ฯลฯ) และการส่งเสริมการตลาดของผู้บริโภคชอบส่วนลดราคา ด้านยอดขายได้ทำการพยากรณ์ยอดขายในปีแรกไว้ที่ประมาณ 517,550 บาท และมีอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายในปีถัดไป 10% 15% 20% และ 25% ตามลำดับ โดยงบประมาณที่ใช้ในการลงทุนคือ 500,000 บาท ในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจจะลงทุนในการสร้างร้านกาแฟ และการซื้อวัตถุดิบ รวมถึงเงินทุนสำรอง จุดคุ้มทุนอยู่ที่ประมาณ 1 ปี 7 เดือน ด้านการปฏิบัติงานจะแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนของการผลิตเครื่องดื่ม การจัดซื้อวัตถุดิบ และส่วนของร้านขายกาแฟ ภายในร้านจะมีเจ้าของร้าน และมีพนักงานขาย 1 คน ในการผลิตเครื่องดื่มและบริการขายให้กับลูกค้า ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ในช่วงแรกจะใช้กลยุทธ์ราคา โดยจัดโปรโมชั่นลดราคาเครื่องดื่มในช่วงเช้าเพื่อดึงดูดลูกค้า ส่วนกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็วเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ผสมผสานตั้งแต่เริ่มเปิดร้าน เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการมากที่สุด

คำสำคัญ : ความต้องการดำเนินงาน ยอดขาย และการจัดการกลยุทธ์

Abstract

Business demand and operation of coffee shop “ Coffee & Tea ” Suanphak Rd., Taling Chan, Bangkok. The objective of research is study as following: 1) Demand and behavior of marketing 2) Sales forecast and sales trend of 5 years 3) Business operation and 4) Planning and strategic management for 5 years. The sample group is study that is coffee consumer in Bangkok area. The information was collected that consist of collected questionnaire from sample group by using as an important tool, interviewing of coffee shop entrepreneur in area that need to business operation and the study of concerned information of business operation from various information sources.

Research result of Demand and marketing behavior of consumer that is most consumer like to drink the best of cappuccino coffee and milk tea by twice to third time per week. They buy those coffee from a shop close to the workplace by buying pattern to go home and buying in the morning time. The number of person of each time go to coffee shop approximately one to two persons that the opportunity to go to relax, and reason of drinking is that need to drink and habit. Drink that want to be added apart from coffee and tea is cocoa or chocolate by the price the buyer is willing to pay for drink of each time 45 bath per glass. Consumer are satisfied coffee shop that decorate modern style and table seat of sofa. The decision of choosing coffee shop is the inside of place and facilities condition of shop and the most information that get from social media (Facebook, YouTube etc.). Marketing promotion for consumer like discount price and in term of sales, sale forecast for the first year is estimated at 517,550 baht. Therefore, the increase of rate of sales forecast for next year is 10%, 15%, 20% and 25%, respectively, by the budget for investment that is 500,000 baht. In first of business operation is invested with the construction of coffee shop, buying of material including reserve fund that the breakeven point is approximately 1 year and 7 months. Operation is divided into two parts that are part of produced drinking and buying materials, and in terms of coffee shop, there are owner of coffee shop and one of sale. The production of drinking and sale service to customer and strategic management in the first time will use strategic of price by discount promotion for drinking to attract customer for buy in the morning time. The strategic is necessary to make the difference and quickly respond that is the combination of strategic since coffee shop is opened to provide consumer that have be satisfied the best coffee shop and service.

Keywords : demand of operation, sales and strategic management

1. บทนำ

เนื่องจากปัจจุบันจำนวนประชากรไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น ยิ่งในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร และตัวเมืองตามจังหวัดต่างๆ การจะเริ่มต้นทำธุรกิจให้ดำรงอยู่ได้นั้น เจ้าของธุรกิจจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นในธุรกิจนั้นๆ ก่อน ว่าปัจจัยใดมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจที่น่าสนใจอย่างมากคือสินค้าเพื่อการบริโภค ซึ่งครั้งนี้จะทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ เนื่องจากพฤติกรรมของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ดื่มกาแฟสำเร็จรูป หันมานิยมเข้าร้านกาแฟคั่วบดที่มีการตกแต่งร้านทันสมัย สะดวกสบาย ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟเป็นที่ต้องการ เนื่องจากผู้บริโภคปัจจุบันใช้ชีวิตนอกบ้านมากขึ้น คนเริ่มทำงานนอกบ้านมากขึ้น รวมทั้งปริมาณการเดินทางในแต่ละวันที่สูงขึ้น ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟเป็นที่ต้องการในตลาด

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่มีประวัติความเป็นมาอย่างช้านาน เป็นเครื่องดื่มที่น้อยคนจะปฏิเสธ มีรสชาติเฉพาะตัว มีความหอมและเข้มข้นในตัว และมีความหลากหลายในส่วนผสม ทำให้กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่คนทุกเพศ ทุกวัยนิยมบริโภค โดยเฉพาะในปัจจุบันกาแฟมีความนิยมบริโภคเพื่อสุขภาพมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของการดื่มกาแฟย่อมแสดงถึงการเจริญเติบโตในธุรกิจ อีกทั้งรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้ประชาชนดื่มกาแฟและยังสนับสนุนธุรกิจ SME ร้านกาแฟให้กับผู้ประกอบการขนาดย่อมที่สนใจเปิดร้านกาแฟอีกด้วย

ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า(กุมภาพันธ์ 2560) ระบุว่า ช่วง 5 ปีตั้งแต่ปี 2555-2559 ตลาดกาแฟคั่วบดและสำเร็จรูปขยายตัว 7.3% โดยปี 2559 มูลค่าตลาดประมาณ 3.9 หมื่นล้านบาท ปี 2560 คาดว่ามูลค่าตลาดจะสูงขึ้นเป็น 4 หมื่นล้านบาท ตามแนวโน้มเศรษฐกิจ การบริโภค การลงทุนที่ปรับตัวดีขึ้น

นอกจากนี้การบริโภคกาแฟของคนไทยโดยเฉลี่ยยังอยู่ในระดับต่ำจึงทำให้มีช่องว่างทางตลาดให้ขยายเพิ่มขึ้นต่อไปได้ ประกอบกับการบริโภคของภาคเอกชนเพิ่มขึ้นจึงคาดว่าปี 2560 ธุรกิจขายส่ง กาแฟ ชา โกโก้ จะยังคงเติบโตต่อไปได้ รวมทั้งสามารถแข่งขันกับร้านกาแฟแบรนด์ต่างประเทศได้ เนื่องจากจุดแข็งของกาแฟไทยในเรื่องของรสชาติ เทคนิคการคั่ว รวมทั้งราคา ซึ่งจะเป็นปัจจัยบวกให้ธุรกิจขายส่งกาแฟ ชา โกโก้ เติบโตอย่างต่อเนื่อง ในอนาคต คาดว่าธุรกิจร้านขายกาแฟจะมีการเติบโตและขยายตัวสูงและจะเป็นตัวเร่งให้ธุรกิจขายส่งกาแฟ ชา โกโก้ เติบโตตามไปด้วย โดยการขยายตัวธุรกิจร้านขายกาแฟน่าจะตอบสนองต่อพฤติกรรมคนรุ่นใหม่ที่นิยมบริโภคกาแฟผ่านร้านกาแฟ ที่มีการตกแต่งที่ทันสมัย และตั้งอยู่ในย่านการค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ประกอบการคนเดียวหรือขนาดเล็กที่น่าจะเห็นการสร้างแบรนด์ของร้านกาแฟให้เป็นที่รู้จักและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน แนวโน้มธุรกิจ

จากความนิยมของผู้บริโภคในการดื่มกาแฟที่เพิ่มขึ้น ทำให้มีผู้สนใจเปิดร้านกาแฟเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเล็งเห็นถึงโอกาสในการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นในอนาคต ซึ่งไม่ยากต่อการลงทุนเป็นเจ้าของเพราะใช้เงินลงทุนไม่สูงนักสำหรับผู้ที่จะเริ่มธุรกิจ ทำให้ตลาดกาแฟมีสภาพการแข่งขันที่มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้ลงทุนจึงต้องศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟ เพื่อทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน เพื่อให้ผู้ลงทุนสามารถวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ร้านกาแฟ Coffee & Tea เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการทำการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการที่จะประกอบกิจการร้านกาแฟ สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้

2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด
- 2) เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี

- 3) เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจ
- 4) เพื่อศึกษาวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ

3. วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการวิจัยศึกษาคำครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.1 การเก็บตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมาย

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครซึ่งมีทั้งสิ้นจำนวน 5.67 ล้านคน

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคกาแฟในเขตกรุงเทพมหานครโดยมีรูปแบบวิจัยเชิงสำรวจ และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม ที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นวิธีวิจัยเชิงสำรวจเป็นลักษณะแบบคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ โดยผู้วิจัยมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกดื่มกาแฟ และส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ

3.1.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ วิธีการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านกาแฟ เพื่อสร้างแบบสอบถามให้มีเนื้อหาครอบคลุมและตรงกับเรื่องที่ต้องศึกษา หลังจากนั้นตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเนื้อหาแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปตรวจสอบคุณภาพโดยท่านอาจารย์ที่ปรึกษา และทำการปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาบางส่วนตามคำแนะนำของอาจารย์ เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมและสมบูรณ์ที่สุด

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติบรรยายเชิงพรรณนา(Descriptive Statistic) สำหรับบรรยายลักษณะทางข้อมูล ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวัดเชิงกลุ่มของข้อมูลที่เราได้ทำการสำรวจ ได้แก่ ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกดื่มกาแฟ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ

3.2 การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่ทำวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคหลายๆ อย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลจริงมากที่สุด ผู้วิจัยจึงใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และค้นคว้าข้อมูลทางเอกสาร เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ในลักษณะพบปะโดยส่วนตัวกับเจ้าของกิจการร้านกาแฟ คือ คุณพัชณี ยิบประดิษฐ์ เจ้าของร้าน Coffee by joy สถานที่ตั้งอยู่ย่านดลิ่งชัน

2) ข้อมูลทางด้านเอกสาร ผู้วิจัยทำการค้นคว้าจากบทความ วารสารวิชาการ และข้อมูลทาง Internet เกี่ยวกับข้อมูลบทสัมภาษณ์เจ้าของร้านกาแฟ โดยรับชมวิดีโอการสัมภาษณ์เจ้าของร้านกาแฟ Eat drink Coffee & tea จาก https://www.youtube.com/watch?v=2_ggqeb4Q2M ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินธุรกิจการบริหารร้านกาแฟ

3.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลวิธีการเชิงคุณภาพ โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบบรรยายและพรรณนา เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคสนามได้เพียงพอต่อการศึกษิตตามวัตถุประสงค์แล้ว จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้น โดยนำมาจัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบตามเค้าโครงเรื่อง แล้วสรุปออกมา เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และหาข้อมูลเพิ่มเติม

4. ผลการวิจัย

4.1 การจัดการองค์กร ร้านกาแฟ Coffee & Tea ดำเนินธุรกิจร้านกาแฟขนาดกลางโครงสร้างร้าน 20 ตารางเมตร จึงเป็นร้านที่ไม่ใหญ่มาก ดังนั้นโครงสร้างและการทำงานไม่ซับซ้อน จึงไม่จำเป็นที่จะต้องมียพนักงานเยอะหากวิเคราะห์และจำแนกงานที่ต้องรับผิดชอบหลักๆ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ฝ่าย คือ เจ้าของ/ผู้จัดการร้าน 1 คน และพนักงานชาย 1 คน

4.2 การจัดการตลาด การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางร้านจะเป็นกลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท และข้าราชการที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งมีช่วงอายุ 20-40 ปี รายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ที่มีความชื่นชอบในการดื่มกาแฟ รวมทั้งมีวิถีการดำรงชีวิตที่ชอบความสะดวกสบายและทันสมัย

ส่วนประสมทางการตลาด

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความแตกต่างทางด้านรสชาติ เพราะเป็นสูตรที่ทางร้านคิดขึ้นมาเอง และทางร้านยังเลือกใช้วัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน เน้นคุณภาพเป็นหลัก

สัญลักษณ์ของทางร้าน Coffee & Tea มีลักษณะเป็นรูปต้นไม้ผสมกับแก้วกาแฟและชื่อร้าน รูปต้นไม้ใหญ่สีเขียวสร้างถึงบรรยากาศที่ร่มรื่น การได้พักผ่อนและผ่อนคลาย ความเป็นมิตรเป็นกันเอง ประกอบกับรูปแก้วกาแฟแสดงถึงความสดใหม่ รสชาติอร่อย โดยมีตัวอักษรคำว่า Coffee & Tea เพื่อสร้างความจดจำในการเรียกชื่อร้านแก่ผู้บริโภค

2) ด้านราคา มีการกำหนดราคาที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับร้านอื่นที่อยู่ในประเภทเดียวกันและใกล้เคียงกับทำเลที่ตั้งร้าน โดยใช้การตั้งราคามาตรฐาน ไม่หลากหลาย ทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อได้ไม่ยากนัก

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายและให้บริการของร้าน Coffee & Tea จะอยู่ในรูปของการให้บริการหน้าร้าน โดยที่ตั้งอยู่ที่ถนนสวนผัก(พื้นที่ของตนเอง) เปิดให้บริการตั้งแต่ 7 โมงเช้า มีสถานที่จอดรถของร้าน สถานที่ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ศูนย์ราชการ(ศาลดลิ่งชัน) อีกทั้งเป็นทางผ่านของคนที่จะต้องเดินทางขับรถไปทำงาน ทำให้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดี 4) ด้านส่งเสริมการตลาด เนื่องจากร้าน Coffee & Tea เป็นร้านกาแฟที่กำลังจะเริ่มดำเนินการ อีกทั้งยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้น วัตถุประสงค์หลักสำหรับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และมีการบอกต่อไปยังผู้บริโภคอื่นๆ ทางร้านจึงมี ช่องทางการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

ด้านการโฆษณา ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Facebook เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากมีจำนวนผู้ใช้เป็นอันดับหนึ่งของสื่อทางออนไลน์ทางร้านจึงเห็นช่องทางการส่งเสริมการขายในการนำเสนอสินค้า จึงมีการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลผ่านทาง Facebook เพื่อเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว อีกทั้งข้อดีของ facebook คือ ไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ และสามารถอัปเดตได้ตลอดเวลา

ด้านการส่งเสริมการขาย

1. จัดทำบัตรสะสมแต้มเมื่อซื้อเครื่องดื่ม 10 แก้ว แคมฟรี 1 แก้ว

2. การลดราคาสินค้า กรณีที่ลูกค้ามาทานเครื่องดื่มที่ร้าน กดไลค์ กดแชร์ เพจ Facebook ทางร้าน ให้ส่วนลด 5% เพื่อเป็นการโฆษณาทางร้านให้คนเห็นได้รวดเร็วขึ้น

3. เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่าง และดึงดูดลูกค้า ทางร้านจะมีการปรับเปลี่ยนและเพิ่มเมนูใหม่ๆ ตามเทศกาลต่างๆ

4.3 การจัดการการเงิน

1) แหล่งที่มาของเงินทุน มีการกำหนดโครงสร้างเงินทุนโดยใช้เงินลงทุนส่วนตัวของเจ้าของเอง 100% เป็นจำนวน 500,000 บาท

2) ประมาณการลงทุนก่อสร้าง รายละเอียดการประมาณการลงทุนสร้างร้าน ตกแต่งร้าน และอุปกรณ์เครื่องใช้ ในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจจะมีรายการสินทรัพย์และก่อสร้างโดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น 415,000 บาท

3) ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบเริ่มแรก จะมีรายการซื้อเมล็ดกาแฟ นม น้ำเชื่อม เป็นต้น ประมาณการใช้งบลงทุนทั้งสิ้น 20,000 บาท

4) ประมาณการค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ค่าสาธารณูปโภค และเงินทุนสำรองหมุนเวียน ประมาณการใช้งบลงทุนทั้งสิ้น 65,000 บาท

4.4 การจัดการดำเนินงาน

การวางแผนการดำเนินงานในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ Coffee & Tea เป็นสิ่งสำคัญมากในการประกอบธุรกิจ หากมีการวางแผนที่ดีตั้งแต่เริ่มธุรกิจก็สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างราบรื่น ซึ่งทางร้านจะวางแผนการดำเนินงานตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิตที่เน้นคุณภาพเป็นหลัก โดยการคัดเลือกเมล็ดกาแฟ วัตถุดิบที่เกี่ยวข้องทั้งหมด การตรวจสอบคุณภาพ และการเก็บรักษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.4.1 การคัดเลือกผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดกาแฟ มีคุณสมบัติดังนี้

1. ผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจะต้องมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมานาน มีความน่าเชื่อถือเป็นที่รู้จักในตลาด มีแหล่งขายชัดเจน

2. เมล็ดกาแฟ รวมถึงวัตถุดิบอื่นๆ จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ

3. คุณภาพของเมล็ดกาแฟจะต้องมีความสม่ำเสมอในรสชาติ

4. คัดเลือกผู้ผลิตที่ผลิตเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพและรสชาติเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมากที่สุดมากกว่า 2 แห่ง เพื่อรองรับการขาดแคลนวัตถุดิบ

5. ระบบกระบวนการจัดส่งมีคุณภาพ

6. ราคามีความเหมาะสม

4.4.2 การวางแผนปริมาณการสั่งซื้อ

แผนการสั่งซื้อทางร้าน Coffee & Tea จะมีการสั่งเมล็ดกาแฟจำนวน 2 ครั้งต่อเดือน โดยสั่งซื้อทุกวันที่ 15 และ 30 ของทุกเดือน เพื่อความสดใหม่ของตัวเมล็ดกาแฟ ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ เช่น น้ำเชื่อม นมข้นหวาน น้ำตาล สามารถสั่งซื้อเก็บเป็นสต็อกสินค้าไว้ได้ เนื่องจากมีระยะเวลาในการเก็บยังไม่หมดอายุ แต่ก็ไม่นานเกินไป

4.4.3 การตรวจสอบคุณภาพสินค้า

เมล็ดกาแฟที่สั่งซื้อ จะมาส่งที่ร้านกาแฟ Coffee & Tea ทางร้านจะมีการตรวจสอบบรรจุภัณฑ์วัน

เดือนปีที่ผลิต และคุณภาพเมล็ดกาแฟทุกครั้งที่มาส่ง เพื่อยืนยันว่าเมล็ดกาแฟมีคุณภาพมาตรฐานโดยกระบวนการตรวจสอบมี ดังนี้

1. ตรวจสอบบรรจุภัณฑ์ ว่าอยู่ในสภาพสมบูรณ์หรือไม่
2. ตรวจสอบวันเดือนปีที่ผลิต
3. ตรวจสอบคุณภาพเมล็ดกาแฟ ว่ามีความสดใหม่หรือไม่

4.4.4 การวางผังและการออกแบบ

สำหรับการออกแบบร้านกาแฟ Coffee & Tea เป็นร้านกาแฟขนาดกลางพื้นที่ 20 ตารางเมตร โดยมีพื้นที่ภายในร้านดังนี้

พื้นที่ให้บริการสำหรับลูกค้า

1. พื้นที่รองรับผู้มาใช้บริการ มีการจัดสถานที่นั่งในลักษณะเป็นบาร์นั่งได้ 4 ที่นั่ง โต๊ะกลมเล็กขนาด 3-4 ที่นั่งจำนวน 3 โต๊ะ และมีชุดโซฟา 2 ชุด รองรับลูกค้าได้ประมาณ 20 ที่นั่ง และในส่วนของโต๊ะบาร์จะมีบริการปลั๊กสามตาติดตั้งไว้บริการลูกค้า

2. โซนห้องน้ำ ห้องน้ำจะเป็นห้องน้ำ 1 ห้อง โดยจะอยู่ด้านหลังของร้าน เพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นระเบียบ รวมถึงสร้างบรรยากาศที่ดีภายในร้าน

พื้นที่ทำงานของพนักงาน

1. เคาน์เตอร์ต้อนรับลูกค้า เป็นพื้นที่ต้อนรับลูกค้า รับรายการ และคิดค่าบริการ
2. พื้นที่ทำกาแฟ เป็นพื้นที่ทำเครื่องดื่มตามที่ลูกค้าสั่ง พื้นที่นี้จะประกอบด้วยเครื่องทำกาแฟ และอุปกรณ์ทำกาแฟที่เกี่ยวข้องทั้งหมด มีซิงค์ล้างอุปกรณ์ ตู้เย็น เป็นต้น

4.4.5 การใช้ทรัพยากร

ด้านบุคลากร เนื่องจากเป็นร้านกาแฟ Coffee & Tea เป็นร้านขนาดกลาง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าจะใช้แค่ 1-2 คน คือเจ้าของร้าน/ผู้จัดการร้าน และพนักงานขาย เนื่องจากพื้นที่ร้านและพื้นที่ในการให้บริการลูกค้าไม่ใหญ่มาก จึงเพียงพอในการดูแลลูกค้า ส่วนในลักษณะงานจะแบ่งตามหน้าที่แต่อาจไม่ชัดเจนมากนัก สามารถปฏิบัติงานแทนกันได้ระหว่างเจ้าของร้านกับพนักงานขาย

4.4.6 การดูแลคุณภาพ

ทางร้านกาแฟ Coffee & Tea จะเริ่มต้นในการดูแลคุณภาพตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิตเครื่องดื่ม คุณภาพการให้บริการ และการดูแลร้าน ดังนี้

วัตถุดิบ เมล็ดกาแฟเป็นวัตถุดิบหลัก การเก็บรักษาจะต้องเก็บในภาชนะที่ปิด หรือถ้าเก็บใส่ถุงจะต้องปิดปากถุงให้แน่น ควรเก็บไว้ในที่แห้ง และเย็น (แต่ไม่ใช่เก็บในตู้เย็น) ไม่ควรมีแสงสว่าง ใช้เสร็จทุกครั้งต้องปิดภาชนะทันทีเพื่อรักษาคุณภาพไว้ให้นานที่สุด ในกรณีที่ปิดเมล็ดกาแฟจะต้องใช้เท่าที่ใช้ครั้งต่อครั้ง เพราะกาแฟที่ปิดแล้วจะสูญเสียกลิ่นและรสชาติได้ไวกว่ากาแฟที่เป็นเมล็ด

กระบวนการผลิต จะต้องมีการควบคุมสัดส่วนการผลิตเครื่องดื่มให้คงที่ และสม่ำเสมอ โดยการใช้แก้ววัดอัตราส่วนวัตถุดิบทุกครั้ง ไม่ใช้การคาดคะเน อาจติดสูตรไว้เพื่อมั่นใจว่าทำถูกต้องแล้วการบริการ เน้นย้ำพนักงานขายให้ดูแลใส่ใจลูกค้าเสมอ ยิ้มแย้ม ไม่เลือกบริการคนใดคนหนึ่ง

รูปลักษณ์ทางกายภาพ (ร้าน) มีการดูแลร้านสม่ำเสมอทั้งภายในและภายนอก ก่อนเปิดร้านจะต้องล้างและเช็ดทำความสะอาดเครื่องทำกาแฟ อุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงกวาดถูภายในร้านทุกครั้ง และในช่วงเทศกาลต่างๆ มีการตกแต่งร้านตามเทศกาลนั้นๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า

4.5 การจัดการเชิงกลยุทธ์

4.5.1 การกำหนดรูปแบบการขยายตัว

การขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟ Coffee & Tea ที่อยากให้เป็น คือ เริ่มจากการเป็นร้านกาแฟที่เป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่ดลิ่งชัน พื้นที่ฝั่งธนบุรี และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เมื่อร้านเป็นที่รู้จักแล้ว จะดำเนินการใช้กลยุทธ์ในการขยายธุรกิจแบบการเจาะตลาด โดยเน้นการจัดโปรโมชั่นให้มากขึ้น เช่น ให้ส่วนลดราคา หรือซื้อ 1 แถม 1 ในกรณีที่ร้านได้กำไรมากพอ เป็นการคืนกำไรให้ลูกค้า

4.5.2 รูปแบบในการแข่งขัน

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟมีการแข่งขันที่รุนแรง ทางร้านจึงศึกษาตลาดในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อที่จะกำหนดรูปแบบการแข่งขันที่แตกต่างออกไปจากคู่แข่ง เพื่อแย่งชิงลูกค้าในตลาดเดียวกัน ซึ่งทางร้านมีการใช้รูปแบบการแข่งขัน ดังนี้

การแข่งขันด้านราคา ทางร้านจะขายเครื่องดื่มที่ราคาต่ำกว่าร้านอื่นๆ ในตลาดใกล้เคียง แต่เน้นคุณภาพเป็นหลัก เน้นการขายให้ได้ปริมาณมาก ทั้งนี้ทางร้านไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ที่ได้เปรียบทางการแข่งขันเมื่อเทียบกับร้านอื่นๆ

การแข่งขันโดยการสร้างความแตกต่าง ทางร้านขายเครื่องดื่มที่คิดค้นสูตรขึ้นมาเอง มีเอกลักษณ์เป็นของทางร้าน และเทศกาลต่างๆ ก็จะมีเมนูเครื่องดื่มใหม่ๆ รวมถึงการตกแต่งร้านเป็นสไตล์โมเดิร์น เน้นธรรมชาติ ล้อมรอบไปด้วยต้นไม้ที่ร่มรื่น ภายในร้านมีการจัดโต๊ะหลากหลายแบบมีทั้งโต๊ะบาร์ โต๊ะไม้ และโซฟา มีมุมพักผ่อนส่วนตัว ซึ่งแตกต่างจากร้านกาแฟในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีพื้นที่ร้านน้อย และไม่มีที่จอดรถ

4.5.3 การวางแผนกลยุทธ์

เนื่องจากร้านกาแฟ Coffee & Tea เพิ่งเปิดกิจการ ผู้วิจัยทำการวางแผนกลยุทธ์ไว้

1. กลยุทธ์ราคา โดยการกำหนดราคาเครื่องดื่มต่ำกว่าร้านกาแฟใกล้เคียง 5-10 บาท และในช่วงเริ่มเปิดร้านจะทำโปรโมชั่นลดราคาเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาลิ้มลองรสชาติเครื่องดื่มที่ร้าน ทั้งนี้ทางร้านกำหนดราคาต่ำกว่าคู่แข่งในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีร้านในรูปแบบเดียวกัน เนื่องจากไม่มีค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ และเน้นการขายปริมาณ

2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ทางร้านจะออกแบบโลโก้ที่โดดเด่น สร้างการจดจำให้กับลูกค้า โดยทำโลโก้ติดไว้ที่แก้วกาแฟ เพื่อสร้างความแตกต่างและการรับรู้

3. กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว โดยการตอบสนองความต้องการในการสั่งเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก เพื่อความพึงพอใจให้กับลูกค้า ตั้งแต่การรับออเดอร์ การเสิร์ฟ การรับชำระเงิน ที่ไม่ต้องใช้เวลานาน

5. สรุปผลการศึกษา

5.1 บทสรุป

5.1.1 สรุปผลการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคที่ดื่มกาแฟ/ชา ส่วนใหญ่จะชอบดื่มกาแฟคาปูชิโน และเครื่องดื่มชานมมาก

ที่สุด และอยากให้ม่ีเครื่องตีม่ประภทโกโก้ / ช็อคโกแลต เพิ่มในเมนู ความถึในการตีม่กาแฟ/ชา 2- 3 ครั้งต่อสัปดาห์ เหตุผลที่ตีม่กาแฟ/ชาส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า อยากตีม่และเคยชินในการตีม่ รวมถึงลดอาการง่วง ช่วยให้กระปรี้กระเปร่า ในการทำงาน ด้านราคาผู้บริภคยินดีจ่ายในการซื้อกาแฟ/ชาราคา 45 บาทต่อแก้ว ด้านสถานที่ผู้บริภคจะตัดสินใจ เลือกลงร้านกาแฟที่มีบรรยากาศภายในร้านที่ดี ชอบรูปแบบการตกแต่งร้านสไตล์โมเดิร์น ส่วนใหญ่จะเลือกลงร้านกาแฟที่ใกล้สถานที่ทำงาน ช่วงเวลาในการซื้อจะเป็นช่วงเช้า มักซื้อกาแฟคนเดียว และส่วนใหญ่สั่งซื้อกลับ แต่ถึถึหากนั้ร้าน ส่วนใหญ่จะไปบริภคเพียง 1-2 คน โอกาสที่ไปร้านกาแฟจะเป็นการนั้เล่นผอนคลาย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริภคชอบส่วนลดราคา และส่วนใหญ่จะรับข้อมูลข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ต Facebook Youtube ฯลฯ

5.1.2 สรุปผลศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี

จากการสำรวจความต้องการในการใช้บริการร้านกาแฟของกลุ่มผู้บริภคที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีช่วงอายุ 30-40 ปี การศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน พบว่าม่ี ความต้องการในการตีม่กาแฟ/ชา 2- 3 ครั้งต่อสัปดาห์ และราคาในการซื้อกาแฟ/ชาอยู่ที่ 45 บาทต่อแก้ว จากรายงาน สถิติประชากรและบ้านประจำปี 2561 มีจำนวนประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้งสิ้นจำนวน 5,676,648 คน มี จำนวนกลุ่มคนที่เป็นเพศหญิงที่มีอายุ 30-40 ปี จำนวน 480,520 คน โดยครั้งนั้ผู้วิจัยมีงบลงทุนส่วนตัวอยู่ที่ 500,000 บาท โดยในช่วงเดือนแรกของการดำเนินงานจะมีค่าก่อสร้างร้าน เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์เครื่องใช้ที่เกี่ยวข้อง อยู่ที่ ประมาณ 415,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานค่าวัตถุดิบเริ่มแรก ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ค่าสาธารณูปโภค เงินทุน สำรองหมุนเวียนประมาณ 85,000 บาท ค่าต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนผลิตสินค้าในปีแรกประมาณ 182,850 บาท/ปี ค่าใช้จ่ายในการบริการ ได้แก่ เงินเดือนพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ส่งเสริมการขาย อีกรประมาณ 174,000 บาทต่อปี รวมค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานปีแรกอยู่ที่ประมาณ 356,850 บาท/ปี งบกระแสเงินสดติดลบ 415,000 บาท

สำหรับการประมาณการรายได้และแนวโน้มจากการขายกาแฟและชาตลอด 5 ปี ในปีที่ 1 ประมาณ การขายเครื่องตีม่กาแฟและชา(แก้ว) รวม 12,090 แก้ว/ปี เฉลี่ย 1,007 แก้วต่อเดือน และเฉลี่ย 38 แก้วต่อวัน(ขาย 26 วัน/เดือน) มีเงินสดรับจากการขายทั้งสิ้น 517,550 ในปีที่ 2 ประมาณการยอดขายเครื่องตีม่(แก้ว) เพิ่มขึ้น 10% จากปี แรกจะมีเงินสดรับจากการขายทั้งสิ้น 569,305 บาท ปีที่ 3 ประมาณการยอดขายเครื่องตีม่(แก้ว) เพิ่มขึ้น 15% จากปี 2 จะมีเงินสดรับจากการขายทั้งสิ้น 654,665 บาท ปีที่ 4 ประมาณการยอดขายเครื่องตีม่(แก้ว) เพิ่มขึ้น 20 % จากปี 3 จะมีเงินสดรับจากการขายทั้งสิ้น 785,530 บาท และปีที่ 5 ประมาณการยอดขายเครื่องตีม่(แก้ว) เพิ่มขึ้น 25% จากปี 4 จะมีเงินสดรับจากการขายทั้งสิ้น 981,890 บาท

ประมาณการต้นทุนผลิตสินค้า ประกอบด้วยค่าวัตถุดิบผันแปรในการผลิตกาแฟ เฉลี่ยแก้วละ 15 บาท ค่าต้นทุนผลิตชาเฉลี่ยแก้วละ 10 บาท ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ ค่าใช้จ่าย เบ็ดเตล็ด และต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบด้วย เงินเดือนพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค และค่าส่งเสริมการขาย ซึ่งประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่าย 5 ปี มีดังนี้ ปีที่ 1 จำนวน 356,850 บาท ปีที่ 2 จำนวน 378,335 บาท ปีที่ 3 จำนวน 406,875 บาท ปีที่ 4 จำนวน 449,030 บาท และปีที่ 5 จำนวน 510,780 บาท

ประมาณการงบกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน การลงทุน และจากกิจกรรมจัดหาเงิน มีกระแสเงินสด สุทธิปลายงวดในปีที่ 1 จำนวน 245,700 บาท ปีที่ 2 จำนวน 417,573 บาท ปีที่ 3 จำนวน 640,584 บาท ปีที่ 4 จำนวน 943,425 บาท และปีที่ 5 จำนวน 1,367,424 บาท

จากกระแสเงินสดสุทธิปลายงวดสามารถวิเคราะห์งบการลงทุนส่วนตัวที่ลงทุนไปจำนวน 500,000 บาท สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 7 เดือน ซึ่งถือว่ามึระยะเวลาในการคืนทุนที่เร็ว

5.1.3 สรุปผลศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ

สรุปผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ดังนี้

1. ส่วนของการผลิตเครื่องดื่ม ทางร้านจะมีการสั่งซื้อเมล็ดกาแฟและวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับ การรับรองคุณภาพ โดยทำการสั่งซื้อทุกๆวันที่ 15 และวันที่ 30 ของทุกเดือน เพื่อความสดใหม่ของเมล็ดกาแฟ โดย การผลิตเครื่องดื่มทางร้านจะจ้างพนักงานชาย 1 คน ในการผลิตเครื่องดื่มและบริการขายให้กับลูกค้าได้ โดยคัดเลือก คุณสมบัติจาก เป็นคนรักงานบริการ เรียนรู้ในการผลิตเครื่องดื่มได้ รักความสะอาดและสุจริต จากผลวิจัยพบว่าคนส่วน ใหญ่เป็นพนักงานบริษัท และนิยมซื้อกลับ จึงไม่จำเป็นต้องสร้างร้านกาแฟขนาดใหญ่ และจ้างพนักงาน 1-2 คน ก็ จะเพียงพอในการให้บริการลูกค้าแล้ว

2. ส่วนของการดำเนินงานของร้านกาแฟ จัดตั้งร้านบนพื้นที่ของตนเองโดยไม่ต้องเสียค่าเช่าพื้นที่ ซึ่ง ร้านตั้งอยู่ถนนสวนผัก ย่านตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยเปิดให้บริการตั้งแต่ 7.00 – 18.00 น.หยุดทุกวันอาทิตย์ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ดื่มกาแฟในตอนเช้ามากที่สุด รองลงมาคือไม่มีช่วงเวลาซื้อที่แน่นอน ทางร้านจึงเลือกเวลาในการเปิดร้านตั้งแต่ 7.00 – 18.00 น. ในอนาคตเมื่อร้านกาแฟเป็นที่รู้จักมากขึ้น จะเพิ่มเมนู เบเกอรี่ เค้ก หรืออาจจะมีการทานเล่น เช่น เฟรนฟรายน์ หอมใหญ่ทอด ไก่หนักเก็ต เป็นต้น

5.1.4 สรุปผลการศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี

ในระยะเวลา 5 ปีแรกของการดำเนินธุรกิจจะใช้กลยุทธ์ 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ราคา โดยทางร้านจะใช้ กลยุทธ์นี้ในช่วง 3 เดือนแรก ทำการตัดป้ายโฆษณาร้านแจ้งโปรโมชันเปิดร้านใหม่ ซื้อเครื่องดื่มก่อน 10 โมงเช้า ลดค่า เครื่องดื่ม 10 บาท จากราคาปกติ ซึ่งจากการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบลดราคาลง และ หลังจาก 3 เดือน ทางร้านจะจัดทำโปรโมชันแจกบัตรให้แถมฟรี 1 ซื้อเครื่องดื่ม 10 ฟรี 1

กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง มีการออกแบบโลโก้ร้านเป็นของตนเองและแก้วเครื่องดื่มจะมีโลโก้ เพื่อ สร้างความแตกต่างและความจดจำให้กับลูกค้า เครื่องดื่มเป็นสูตรที่คิดค้นเองของทางร้านไม่เหมือนใคร รวมถึงการ ออกแบบสถานที่นั่งในร้านมีความแตกต่างจากร้านกาแฟในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีทั้งโต๊ะบาร์ ชูโซฟา และโต๊ะไม้ ให้บริการ ลูกค้าเพื่อพักผ่อนในร้านกาแฟที่ให้ความรู้สึกสบายๆ เขียวชอุ่มด้วยต้นไม้รอบๆ ร้าน กลยุทธ์นี้จะใช้ตั้งแต่ปีที่ 1 – 5 โดยเฉพาะสูตรเครื่องดื่มที่จะต้องมีการเพิ่มเมนูใหม่ๆ และรูปลักษณะการผลิตเครื่องดื่มที่ออกมาแตกต่างจากร้านอื่นๆ

กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมาก เพราะเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้า ตั้งแต่การสั่งซื้อเครื่องดื่มจะต้องรีบออเดอร์ให้ถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง การผลิต การบริการเสิร์ฟ การรับชำระ เงิน จะต้องใช้เวลานาน จึงเป็นกลยุทธ์ที่ต้องใช้ตั้งแต่เปิดร้านและทุกๆ เวลาในการให้บริการลูกค้า

5.2 การอภิปราย

5.2.1 ด้านความต้องการและพฤติกรรมของตลาด

1. การศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในแง่ประชากรศาสตร์ พบว่าผู้บริโภคที่ดื่มกาแฟและอาศัย อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง ที่มีอายุ 30-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ผู้วิจัยมีความเห็นสอดคล้องว่า พฤติกรรม ของคนไทยในปัจจุบันโดยเฉพาะคนทำงานนิยมบริโภคกาแฟเป็นประจำ อาจด้วยเพราะความเร่งรีบในการทำงาน จึง

ต้องการบริโภคกาแฟ/ชา เพื่อให้หายง่วงและสดชื่นพร้อมที่จะทำงาน หรือบางคนดื่มกาแฟพร้อมขนมปังแทนการกินอาหารเช้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล อารีประเสริฐกุล (2549) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้หลักต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรยา สุขยอด (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านกาแฟระดับบนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้หลักต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราภรณ์ เทียนธรรมชาติ (2559) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร” พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 33.15 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานในบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 25,856.13 บาทต่อเดือน

2. การศึกษาความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคดื่มกาแฟ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ให้เหตุผลในการดื่มคือ อยากดื่ม/เคยชิน มักจะซื้อร้านที่ใกล้สถานที่ทำงาน ผู้วิจัยมีความเห็นสอดคล้องว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทซึ่งทำงาน 5-6 วันในหนึ่งสัปดาห์ มีความเป็นไปได้ที่คนทำงานจะดื่มกาแฟ 2-3 ครั้งใน 1 สัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรยา สุขยอด (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านกาแฟระดับบนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความถี่ในการเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟต่อสัปดาห์มากกว่า 1 ครั้ง ไม่เกิน 3 ครั้ง และนิยมดื่มคาปูชิโนมากที่สุด เพราะเป็นกาแฟผสมนมที่ดื่มง่ายไม่เข้มข้นเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานดา เสือจำศีล (2555) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ” พบว่า เครื่องดื่มที่นิยมบริโภคมากที่สุด คือ คาปูชิโน ส่วนรูปแบบในการซื้อส่วนใหญ่จะซื้อกลับมากกว่าดื่มที่ร้าน และตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิวัฒน์ รัตนตันหยง (2556) งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟสดในฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร” พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ คือตนเอง โดยมาใช้บริการที่ร้านกาแฟสดในแต่ละครั้งมาคนเดียว ลักษณะการใช้บริการร้านกาแฟสดในฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร คือ ซื้อกลับบ้าน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อกาแฟในช่วงเช้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุ ประภาส (2548) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ” พบว่า ช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลา 06.01-12.00 น. และส่วนใหญ่มาบริโภคกาแฟสดที่ร้าน 1-2 คน/ครั้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราภรณ์ เทียนธรรมชาติ (2559) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมดื่มกาแฟสดเวลา 06.00 – 09.00 น. โดยซื้อจากร้านที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน

3. ข้อมูลการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price) พบว่า ราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายในการซื้อกาแฟต่อแก้วต่อครั้งอยู่ที่ 45 บาทต่อแก้ว ผู้วิจัยมีความเห็นสอดคล้องว่า เป็นราคาที่จับต้องได้สำหรับคนกลุ่มทำงานบริษัท และร้านกาแฟเป็นร้านขนาดกลางที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก อินเทอร์เน็ต ปลั๊กมีพื้นที่ในการนั่งพักผ่อน พบปะ เมื่อเทียบกับราคาแล้วถือว่าคุ้มค่ากับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพรรณ ผิวเหลืองสวัสดิ์ (2553) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง”

พบว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟแต่ละครั้งอยู่ที่ 31-50 บาท

4. ข้อมูลการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (Place) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการตกแต่งร้านสไตล์โมเดิร์น โต๊ะเป็นแบบชุดโซฟา และตัดสินใจเลือกร้านกาแฟที่มีลักษณะบรรยากาศภายในร้านที่ดี ผู้วิจัยมีความเห็นสอดคล้องว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันเลือกร้านกาแฟที่มีลักษณะทันสมัย สามารถถ่ายรูปอัปลงโซเชียล และมีสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งแน่นอนว่าถ้าร้านกาแฟมีสถานที่และตกแต่งร้านที่สะอาด น่าดึงดูด จะเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะเลือกเข้ามาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุประภาส (2548) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี” พบว่า ผู้บริโภคกาแฟส่วนใหญ่ชอบบริโภคกาแฟสดที่ร้านกาแฟสดที่ติดแอร์และตกแต่งร้านอย่างสวยงามเหมาะสำหรับการพักผ่อน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรยา สุขยอด (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านกาแฟระดับบนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ บรรยากาศและการจัดตกแต่งร้านกาแฟ ความสะอาดภายในร้านกาแฟ

5. ข้อมูลการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Facebook Youtube ฯลฯ) ผู้วิจัยมีความเห็นสอดคล้องว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของทุกคน ทำให้ข่าวสารต่างๆ ถ่ายทอดออกไปได้อย่างรวดเร็ว โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต อย่างเช่น Facebook และ Youtube ซึ่งทุกคนที่ใช้สมาร์ตโฟนแทบทุกคนก็ว่าได้จะต้องเล่น Facebook ทำให้ปัจจุบันการส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็นร้านกาแฟ หรือร้านอาหารมีการ Check in และแชร์ผ่านทาง Facebook ซึ่งเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และไม่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานดา เสือจำศีล (2555) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี” พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ เฟซบุ๊ก นิตยสาร และพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการตลาดการได้ส่วนลดจากราคาปกติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพฑูล จิตรพล (2556) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ การให้ส่วนลด

5.2.2 ด้านยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี

จากการศึกษาและสรุปการวางแผนยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี ในเรื่องของการลงทุน เนื่องจาก ร้านกาแฟที่เปิดเป็นร้านขนาดเล็ก ที่ประมาณการงบลงทุนส่วนตัวไว้ที่ 500,000 บาท เป็นค่าดำเนินงานก่อสร้างร้านเฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์เครื่องใช้ที่เกี่ยวข้อง ประมาณ 415,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานค่าวัตถุดิบเริ่มแรก ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ค่าสาธารณูปโภค เงินทุนสำรองหมุนเวียนประมาณ 85,000 บาท ซึ่งหากยอดขายโตตามที่คาดการณ์ไว้จะสามารถคืนทุนได้เร็วภายในไม่เกิน 2 ปี แต่อาจมีความเสี่ยงในเรื่องของเงินทุนหมุนเวียนที่อาจจะต้องสำรองไว้ในระหว่างที่ยังไม่คืนทุน เพราะมีค่าใช้จ่ายคงที่ในเรื่องการจ้างพนักงาน และค่าสาธารณูปโภคต่างๆ

5.2.3 ด้านการดำเนินงานของธุรกิจ

1. ส่วนของการผลิตเครื่องดื่ม จากความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจนั้นจะมีการเริ่มลงทุนโดยการสั่งซื้อเมล็ดกาแฟ และวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องเพื่อมาเตรียมในการผลิต ผู้วิจัยมีความเห็นในเรื่องที่ต้องตระหนักถึงในเรื่องของเมล็ดกาแฟที่อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในคุณภาพที่ลดลง เช่น ช่วงแรกในการเปิดร้านกาแฟอาจยังคาดการณ์

ปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบไม่ได้ หากสั่งซื้อเมล็ดกาแฟมามากเกินไปเกินความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เมล็ดกาแฟเหลือ ซึ่งส่งผลให้คุณภาพของเมล็ดกาแฟแยลง ความเข้มข้นและการสูญเสียกลิ่นกาแฟหายไป และสิ่งสำคัญคือทางร้านเน้นคุณภาพเป็นหลัก ทำให้ต้องทิ้งและทำการสั่งซื้อใหม่ ส่งผลกระทบต่อต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ที่ดำเนินธุรกิจจะต้องมีการวางแผนเพื่อรับความเสี่ยงในเรื่องต้นทุนวัตถุดิบอาจเกิดขึ้นได้

2. ส่วนของการดำเนินงานของร้านกาแฟ ผู้วิจัยมีความเห็นที่จะต้องตระหนักถึงความเสี่ยงในเรื่องการจำหน่ายหน้าร้าน จากความต้องการที่จะเปิดร้านกาแฟในถนนสวนผัก ย่านตลิ่งชัน ในช่วงเริ่มต้นร้านยังไม่เป็นที่รู้จัก และในพื้นที่มีร้านกาแฟที่เปิดมาก่อน รวมถึงทางร้านมีค่าใช้จ่ายคงที่ในการจ้างพนักงาน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ดังนั้นผู้ที่ดำเนินธุรกิจจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ในการจัดการตลาด โดยการกระตุ้นการส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทาง รวมถึงมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงเปิดร้านใหม่ๆ เพื่อเชิญชวนผู้บริโภค หลังจากทีร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำให้กลุ่มลูกค้าและรายได้ทางร้านเพิ่มสูงขึ้นก็จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อปรับแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำไรเพิ่มขึ้น

5.2.4 ดำเนินวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี

การจัดการเชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยเห็นว่าการดำเนินกลยุทธ์ในระยะเวลา 5 ปี จะต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลภายในร้าน จากสถิติยอดขาย ปริมาณการสั่งซื้อต่อวัน รวมถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ และเก็บรวบรวมข้อมูลภายนอกจากผู้บริโภคที่มาใช้บริการที่ร้าน โดยจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจจากลูกค้า หรืออาจจะสอบถามถึงรสชาติเครื่องดื่ม เพื่อนำผลมาวิเคราะห์และวัดผลการดำเนินกลยุทธ์ที่ตั้งไว้ว่าจะต้องปรับเปลี่ยนหรือไม่

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟ Coffee & Tea ถนนสวนผัก เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ฉบับนี้สำเร็จได้เนื่องจากรองศาสตราจารย์สมจิตร ล้วนจำเริญ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้คำปรึกษาและแนะนำในการจัดทำแผนธุรกิจ ตลอดจนขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุน ที่ทำให้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยศึกษาครั้งนี้สำเร็จด้วยดี

บรรณานุกรม

- กานดา เสือจำศีล.(2555).พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคใน จังหวัดปทุมธานี.
การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จารุ ประภาส.(2548).พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดในเขต อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์.
- ชญัญญา ศรีลลิตา.(2551).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ธีรยา สุขยอด.(2552).การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ และพฤติกรรมของ
ผู้ใช้บริการร้านกาแฟระดับบนในกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- นาฏนรา ไตรภาพ.(2553).แผนธุรกิจเรื่อง ร้านกาแฟ "Take a seat, please". การค้นคว้าอิสระ ปริญญาศิลปศาสตร
บัณฑิต. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ปิยะพรรณ ผิวเหลืองสวัสดิ์.(2553).พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง. การค้นคว้า
อิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรพิมล อารีประเสริฐกุล.(2549).ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ร้านบ้านไร่กาแฟในกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.เชียงใหม่:
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชรารัตน์ เทียนธรรมชาติ. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร.
การค้นคว้าอิสระ ปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ไพฑูล จิตรพล. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ธนากร กลสิกรไทย.(2561).ธุรกิจร้านกาแฟบริหารอย่างไรให้รุ่ง. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562, จาก
[https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages
/Coffee-Shop-Management.aspx](https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Coffee-Shop-Management.aspx)
- สำนักบริหารการทะเบียน,กรมการปกครอง. (2561). ระบบสถิติทางการทะเบียน. ค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2562,
จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php
- ศักรินทร์ จันทร์หน่อแก้ว.(2558).สัมภาษณ์เจ้าของร้านกาแฟ Eat Drink.ค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม
2562, จาก https://www.youtube.com/watch?v=2_ggqeb4Q2M
- อริวัฒน์ รัตนตันหยง. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟสดในฝั่งธนบุรี
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร. (2558). ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย. ค้นเมื่อวันที่ 9
พฤษภาคม 2562, จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=78http>