



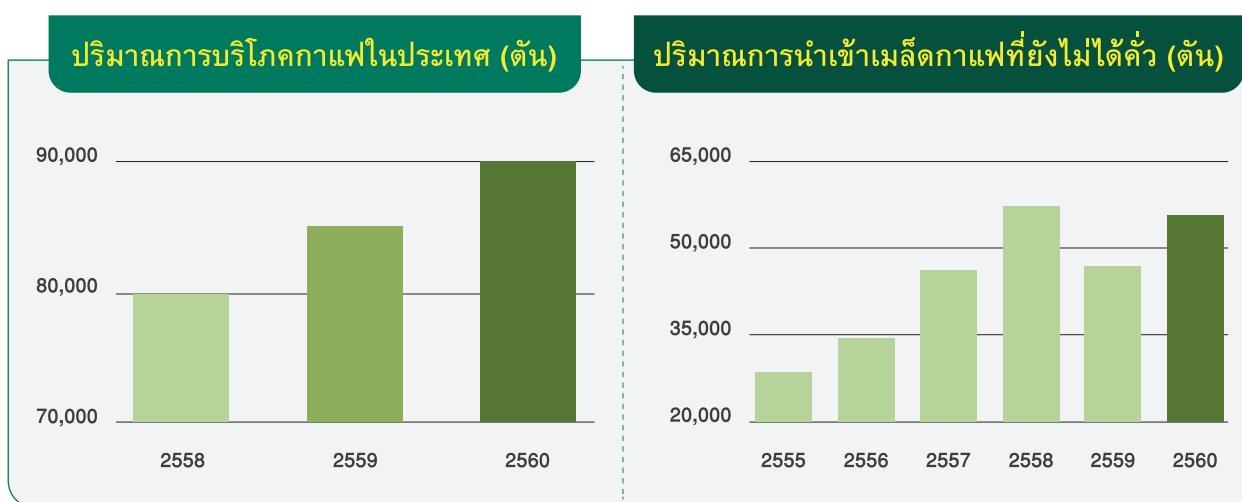
K SME Analysis

ธุรกิจร้านกาแฟ บริหารอย่างไรให้รุ่ง



ธุรกิจร้านกาแฟ บริหารอย่างไรให้รุ่ง

ปัจจุบัน ร้านกาแฟเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการตั้งแต่รายเล็กไปจนถึงรายใหญ่ เห็นได้จากรายงานของ Euromonitor ที่แสดงตัวเลขของตลาดร้านกาแฟในประเทศไทยโดยมีมูลค่าสูงถึง 21,220 ล้านบาท ในปี 2560 หรือขยายตัวกว่าร้อยละ 10 เทียบกับปีที่ผ่านมา นอกเหนือจากนี้ ปริมาณการบริโภคกาแฟในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 5-6 โดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2558-2560 รวมถึงปริมาณเมล็ดกาแฟชนิดที่ยังไม่ได้คั่วที่ถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศในปี 2560 ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ถึงร้อยละ 93 ในระยะเวลาเพียงแค่ 5 ปี โดยตัวเลขเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงปริมาณการบริโภคกาแฟของชาวไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ที่มา : กรมการค้าภายใน รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

นอกเหนือจากปริมาณการบริโภคกาแฟของชาวไทยที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีปัจจัยบางอย่างที่อาจส่งผลให้ตลาดร้านกาแฟขยายตัวขึ้น ได้แก่ รายได้และจำนวนชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้น โดยอาจมีผลให้ผู้บริโภคมีอำนาจการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ในส่วนของผู้ประกอบการก็ได้มีการตอบสนองกับจำนวนอุปสงค์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีการเพิ่มจำนวนสาขา ร้านกาแฟที่จะเปิดตัวจากแผนธุรกิจในหลาย ๆ แพรนไชส์ ซึ่งเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 13 ต่อปี โดยปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการคาดการณ์ในเชิงบวกของผู้ประกอบการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ลงทุนในธุรกิจกาแฟในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าธุรกิจร้านกาแฟจะมีแรงสนับสนุนจากทั้งทางฝั่งอุปสงค์และอุปทาน แต่การลงทุนในธุรกิจชนิดนี้ก็ยังมี ความท้าทายทั้งทางด้านการเงินและทางด้านธุรกิจอยู่ไม่น้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันที่สูงมากในร้านกาแฟกลุ่ม Non-Franchise ทำให้ผู้ประกอบการที่สนใจควรที่จะศึกษาและพิจารณาให้รอบคอบถึงโอกาสและความท้าทายต่าง ๆ เพื่อที่จะวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์ในการจัดการด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของธุรกิจร้านกาแฟที่เปลี่ยนแปลงไป

ทางเลือกที่หลากหลายสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ



รูปแบบของร้านกาแฟที่หลากหลายในปัจจุบันสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. **ร้านกาแฟเคลื่อนที่** โดยอาจจะต่อพ่วงกับมอเตอร์ไซค์หรือรถยนต์บางชนิด และอาจตั้งร้านในบริเวณที่มีกิจกรรมชั่วคราว อาทิ ตามตลาดนัด หรือนิทรรศการต่าง ๆ
2. **ร้านกาแฟประเภทมุกกาแฟ** ที่นิยมตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ มีลักษณะคล้ายกับเคาน์เตอร์บาร์ โดยอาจมีโต๊ะเล็ก ๆ 2-3 โต๊ะรวมถึงเก้าอี้เพื่อให้ลูกค้านั่งชงเครื่องดื่ม
3. **ร้านกาแฟ Stand-alone** มีลักษณะเป็นห้องขนาดพื้นที่ 50 ตร.ม.ขึ้นไป รวมถึงมีที่นั่งและพื้นที่ใช้สอยเป็นของตนเอง โดยอาจจัดตั้งในห้างสรรพสินค้าหรือพื้นที่ภายนอกอาคาร เช่น บ้านพัก อาคารพาณิชย์ เป็นต้น นอกเหนือจากรูปแบบร้านกาแฟที่ได้กล่าวไปแล้ว ธุรกิจร้านกาแฟยังสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ๆ คือ

ร้านกาแฟประเภท Franchise

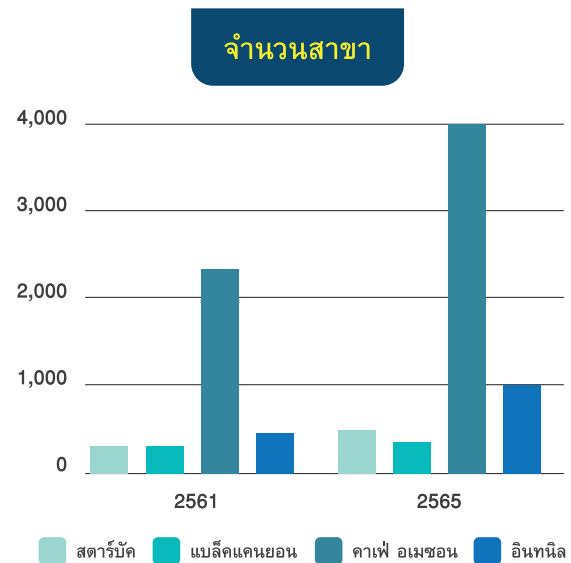
สำหรับรูปแบบของร้านกาแฟประเภทนี้ มีทั้งประเภทที่แตกสาขามาจากต่างประเทศซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการลงทุนจากบริษัทแม่เอง หรือถูกซื้อลิขสิทธิ์โดยนักลงทุนรายใหญ่ในประเทศไทย เช่น Starbucks หรือ Dean & DeLuca เป็นต้น ในขณะที่ Franchise ของประเทศไทยส่วนใหญ่จะเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่สนใจเข้ามาร่วมลงทุนเป็นเจ้าของร้านผ่านระบบ Franchise อาทิ Cafe Amazon, Black Canyon, อินทนิล คอฟฟี่ หรือ กาแฟชาวดอย เป็นต้น

เอกลักษณ์ของร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์คือ การสนับสนุนและควบคุมคุณภาพของสินค้าผ่านระบบ Franchise ซึ่งส่งผลให้สินค้า ตราสัญลักษณ์ รวมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ได้ถูกกำหนดให้เหมือนกันในทุกสาขา รวมถึงรูปแบบของร้านกาแฟประเภท Franchise ส่วนใหญ่จะเป็นร้าน Stand-alone หรือ ร้านประเภทมุกกาแฟ โดยมักจะตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้า แหล่งท่องเที่ยว หรือปั้มน้ำมัน เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าหลักอาจแบ่งได้เป็น กลุ่มผู้ที่มีรายได้สูง เจ้าของกิจการ ชาวต่างชาติ หรือพนักงานบริษัทที่บริโภคกาแฟเป็นประจำ

แนวโน้มของร้านกาแฟประเภท Franchise น่าจะยังมีการขยายตัวในระยะถัดไป เห็นได้จากแผนการขยายสาขาของผู้นำตลาด อาทิ Starbucks ที่เป็นผู้นำตลาดโดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 2.7 ซึ่งคาดการณ์ว่าจะเพิ่มจำนวนสาขาจาก 336 สาขาในปัจจุบัน เป็น 500 สาขาในปี 2565 ตามมาด้วย Cafés Amazon ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 1.7 และยังเป็น Franchise ที่มีจำนวนสาขาที่มากที่สุดในประเทศไทย ซึ่งคาดการณ์ว่าจะเพิ่มจำนวนสาขาจาก 2,300 สาขาในปัจจุบัน เป็น 4,000 สาขาในปี 2565 รวมถึง Black Canyon ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 3 ซึ่งคาดการณ์ว่าจะเปิดสาขาใหม่ในไทยปีละ 12 สาขา ทำให้จำนวนสาขาอาจมีมากถึง 381 สาขาในปี 2565



ที่มา : รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย



ร้านกาแฟประเภทที่ไม่ใช่ Franchise หรือ Non-Franchise

ปัจจุบัน ในส่วนของร้านกาแฟที่ไม่ใช่ Franchise นั้น มีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 94.4 ของธุรกิจร้านกาแฟทั่วประเทศไทยในปี 2561 โดยร้านกาแฟประเภทนี้จะมีหลากหลายของรูปแบบสินค้า บริการ และการตกแต่ง เนื่องจากไม่มีการควบคุมผ่านระบบ Franchise ทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม ร้านกาแฟประเภทนี้มีการแข่งขันที่สูงมากเนื่องจากไม่ได้เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้ามาก่อน ทำให้อาจต้องใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์และสร้างฐานลูกค้า ซึ่งต่างจากร้านกาแฟ Franchise ที่เป็นที่รู้จักและมีฐานลูกค้ารองรับ ประกอบกับการกระจุกตัวของจำนวนร้านกาแฟที่มีมากในหลายพื้นที่ ทำให้ปัจจุบันผู้ประกอบการบางส่วนได้ปรับตัวโดยหันมาเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche) ที่ให้ความสนใจในองค์ประกอบอื่นของร้านกาแฟนอกเหนือจากการบริโภคกาแฟ โดยนำเสนอสินค้าหรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ เช่น ร้านกาแฟสุนัข ร้านกาแฟสัตว์เลี้ยงเลียยคลาน ร้านกาแฟพรีมมิ่ง ร้านกาแฟที่มีธีม นิยาย หรือการ์ตูน เป็นต้น โดยร้านกาแฟชนิดนี้ส่วนใหญ่จะเป็นร้านกาแฟประเภท Stand-alone ที่มีพื้นที่มากกว่า 50 ตร.ม.และมักจะเสนอขายสินค้าหรือบริการที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์หลักประเภทกาแฟ เพื่อชดเชยกับปริมาณการหมุนเวียนของลูกค้าที่ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากลูกค้าในกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ ในร้านกาแฟ เช่น นั่งสนทนา อ่านหนังสือ ถ่ายรูป เป็นต้น

 สรุปตารางสรุปประเภทของร้านกาแฟและกลุ่มเป้าหมาย			
ระดับราคาต่อแก้ว	สูงกว่า 75 บาท	50-75 บาท	ต่ำกว่า 45 บาท
แฟรนไชส์			
ร้านกาแฟ Stand-Alone			
ร้านประเภทมูมกาแฟ			
ร้านกาแฟเคลื่อนที่			
นอนแฟรนไชส์			
ร้านกาแฟ Stand-Alone			
ร้านประเภทมูมกาแฟ			
ร้านกาแฟเคลื่อนที่			
กลุ่มเป้าหมายหลัก	ผู้มีรายได้สูง เจ้าของกิจการ ชาวต่างชาติ หรือ กลุ่มลูกค้าเฉพาะ	พนักงานประจำ	ผู้มีรายได้ชั้นเริ่มต้น หรือนักศึกษา

กล่าวโดยสรุป ในปัจจุบันธุรกิจกาแฟมีประเภทและรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้นกว่าในอดีต ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกลงทุนได้ตามความพร้อมและความเหมาะสมของตน โดยอาจพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ให้ครอบคลุม เช่น ความพร้อมด้านเงินลงทุน ความสามารถและความถนัด รวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่สนใจ ซึ่งธุรกิจกาแฟทั้ง 2 ประเภทนั้นมีจุดเด่นและข้อควรสังเกตที่แตกต่างกัน อาทิ

	จุดแข็ง	จุดที่ควรสังเกต
ร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์	<ul style="list-style-type: none"> เป็นที่รู้จักและยอมรับจากลูกค้า มีการสนับสนุนด้านต่างๆจากบริษัทแม่ มีมาตรฐานของสินค้าและบริการที่สูง 	<ul style="list-style-type: none"> เงินลงทุนและค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง จำเป็นต้องขอความเห็นชอบจากบริษัทแม่ในการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ
ร้านกาแฟประเภทนอนแฟรนไชส์	<ul style="list-style-type: none"> เงินลงทุนที่ต่ำกว่าประเภทแฟรนไชส์ มีความยืดหยุ่นสูงในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> การขาดการสนับสนุนในด้านต่างๆ ต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างฐานลูกค้า การแข่งขันที่รุนแรง

ธุรกิจร้านกาแฟเผชิญกับความท้าทายที่หลากหลาย

ถึงแม้ว่าธุรกิจร้านกาแฟจะมีแนวโน้มขยายตัวจากปริมาณการบริโภคที่สูงขึ้น รวมถึงการเพิ่มจำนวนของร้านกาแฟทั้งประเภท Franchise และ Non-Franchise อย่างไรก็ตาม ธุรกิจร้านกาแฟยังคงมีความท้าทายที่สำคัญบางประการ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ทำการวิเคราะห์และจำแนกตามประเภท ดังนี้

ความท้าทายที่ร้านกาแฟต้องเผชิญ

ความท้าทายด้านการเงิน

- ต้องการเงินทุนล่วงหน้าสูง
- สัดส่วนต้นทุนคงที่สูง
- ระยะเวลาคืนทุนนาน

ความท้าทายด้านธุรกิจ

- การแข่งขันสูง
- ความต้องการลูกค้าเปลี่ยนแปลง



ความท้าทายทางการเงิน

- จากลักษณะของธุรกิจที่ต้องการเงินลงทุนล่วงหน้าที่สูง ซึ่งเงินลงทุนเหล่านี้จำเป็นต้องนำไปใช้ในสินทรัพย์ถาวร อาทิ ค่าก่อสร้างร้าน ค่าตกแต่งสถานที่ อุปกรณ์ต่าง ๆ ในร้าน ประกอบกับค่า Franchise ในธุรกิจร้านกาแฟประเภท Franchise โดยเฉพาะอย่างยิ่งในร้านกาแฟรูปแบบ Stand-alone ที่มีค่าใช้จ่ายในส่วนของการก่อสร้างและตกแต่งที่สูงกว่ารูปแบบอื่น จากการคำนวณเบื้องต้นพบว่าจำนวนเงินลงทุนล่วงหน้าอาจสูงถึง 4 ล้านบาท ต่อการลงทุนในร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในรูปแบบร้าน Stand-alone

เงินลงทุนล่วงหน้า (บาท)

รายการ	แฟรนไชส์				นอนแฟรนไชส์
	แบรนด์ A	แบรนด์ B	แบรนด์ C	แบรนด์ D	
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่	2,300,000	2,500,000	2,000,000	2,500,000	1,200,000
ค่าออกแบบ	60,000	100,000	80,000	100,000	50,000
อุปกรณ์ภายในร้าน	779,000	500,000	1,200,000	450,000	500,000
ค่าประกันแบรนด์	100,000	250,000	200,000	100,000	-
ค่าดำเนินการก่อนเปิดร้าน	80,000	-	-	-	-
ค่าแฟรนไชส์	150,000	800,000	600,000	250,000	-
รวม	3,469,000	4,150,000	4,080,000	3,400,000	

ค่าใช้จ่ายอื่นๆและระยะเวลาของสัญญา					
ค่าร้อยละและการตลาด(ต่อยอดขาย)	6%	5%	8%	6%	-
เครื่องจักรเงินและเก็บข้อมูล	24,000	-	-	27,000	-
ระยะเวลาของสัญญา	6 ปี	10 ปี	6 ปี	6 ปี	-

หมายเหตุ: ค่าใช้จ่ายต่างๆเป็นการคำนวณเบื้องต้นในส่วนของเงินลงทุนล่วงหน้าเท่านั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาในส่วนของเงินทุนหมุนเวียนและค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นส่วนอื่นๆในธุรกิจเพิ่มเติม

- เนื่องจากสัดส่วนของต้นทุนคงที่ที่อาจสูงถึงร้อยละ 60 ของต้นทุนรวม ส่งผลให้จุดคุ้มทุนสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งส่วนประกอบหลักของต้นทุนคงที่ที่สำคัญได้แก่ ค่าเช่าพื้นที่ ค่าจ้างพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าโฆษณา และทำการตลาดต่างๆ
- ระยะเวลาการคืนทุนที่ค่อนข้างนาน เป็นผลมาจากเงินลงทุนล่วงหน้าและสัดส่วนต้นทุนคงที่ที่สูง ทำให้กำไรสุทธิที่ได้อาจมีปริมาณไม่สูงมากนักในช่วงเริ่มต้นของธุรกิจ และมีผลต่อเนื่องไปยังระยะเวลาในการคืนทุนของการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ จากการคำนวณเบื้องต้นพบว่าอาจมีระยะเวลารวมสูงถึง 60 เดือน หรือ 5 ปี

ความท้าทายด้านธุรกิจ

- การแข่งขันที่สูงเนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟไม่มีการกีดกันผู้เล่นหน้าใหม่ ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ รวมถึงการกระจุกตัวกันของร้านกาแฟในหลาย ๆ พื้นที่ที่เป็นที่นิยม ทำให้อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคมีมากจากการที่สามารถเลือกสินค้าและบริการได้อย่างหลากหลาย ประกอบกับการรุกทำตลาดของร้านสะดวกซื้อที่เพิ่มจำนวนมุกาแฟภายในสาขา รวมถึงแบรนด์กาแฟประเภทแคปซูลที่เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และมีบริการจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ อาทิ ออฟฟิศ ทำให้ผู้ลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟอาจเผชิญกับการแข่งขันที่สูงจากทั้งคู่แข่งหลักและคู่แข่งรองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
- ความท้าทายที่เกิดจากพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
 1. ความต้องการสินค้าและบริการที่ให้คุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Value) ทำให้การเสนอสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ประกอบกับการที่ผู้บริโภคมีความรู้ทางด้านกาแฟและรายได้ที่มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น
 2. พฤติกรรมการซื้อกาแฟเป็นช่วงเวลาของกลุ่มลูกค้าที่เป็นพนักงานประจำ ซึ่งมักจะซื้อในช่วงเวลาก่อนการเข้างานและพักเที่ยง ทำให้ช่วงเวลาที่มียอดขายสูงจะเริ่มตั้งแต่ 7.30-9.00 น. และช่วงพักเที่ยงระหว่าง 11.30-13.00 น. โดยมีระยะเวลารวมประมาณ 3 ชั่วโมงต่อวัน ประกอบกับข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาที่ต้องใช้ในขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การรับออเดอร์ไปจนถึงส่งมอบกาแฟที่เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 80 วินาที ทำให้ผู้ประกอบการอาจเสียโอกาสในการขาย หากไม่สามารถบริหารจัดการแรงงานในช่วงเวลาเร่งด่วนได้

ข้อเสนอแนะในการจัดการสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจจะเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ



ธุรกิจกาแฟในอดีตถึงปัจจุบันนั้นถูกผลักดันโดยคลื่นอุตสาหกรรมกาแฟทั้งหมด 3 ลูก เริ่มจากคลื่นลูกแรกของอุตสาหกรรมที่เกิดจากความนิยมของผู้บริโภคต่อกาแฟสำเร็จรูปชนิด Freeze Dried ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ตามมาด้วยคลื่นลูกที่ 2 ที่เกิดจากความนิยมในกาแฟคั่วบดและความต้องการบริโภคกาแฟคุณภาพดี ก่อให้เกิดการเพิ่มจำนวนของร้านกาแฟชนิดคั่วบดในช่วงหลังจากปี พ.ศ. 2520 ในขณะนี้ปัจจุบัน อุตสาหกรรมกาแฟถูกมองว่ามีแรงผลักดันจากคลื่นลูกที่ 3 ที่มาจากกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกาแฟคุณภาพสูง (Specialty Coffee)

โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของสินค้าและบริการในห่วงโซ่ธุรกิจ ตั้งแต่การปลูก การคั่ว การชงกาแฟ รวมถึงบาร์ิสต้าและสถานที่ ส่งผลให้ธุรกิจร้านกาแฟมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟควรวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงกลยุทธ์ในการจัดการด้านต่าง ๆ ของธุรกิจร้านกาแฟ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากเงินลงทุนรวมถึงลดผลกระทบที่อาจเกิดจากความท้าทาย

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวไปในข้างต้น รวมถึงทิศทาง โอกาสและความท้าทายที่เข้ามาเมื่อมีการลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ทำการรวบรวม วิเคราะห์ และยกตัวอย่างข้อเสนอแนะด้านการจัดการดังนี้



5 ข้อเสนอแนะที่ SME ควรรู้

- ควรเตรียมพร้อมเรื่องการเงิน
- บริหารทรัพยากรให้เกิดประโยชน์
- ควบคุมอัตรากำไรส่วนเกินให้ดี
- วิเคราะห์ความต้องการลูกค้าเชิงลึก
- เพิ่มการประชาสัมพันธ์ช่องทางใหม่

การจัดการเงินลงทุน บริหารต้นทุน และรายได้

- ✔ เนื่องจากการลงทุนในธุรกิจชนิดนี้ต้องใช้เงินลงทุนที่สูง และมีระยะเวลาคืนทุนช้า ผู้ประกอบการควรเตรียมความพร้อมทางด้านการเงิน โดยอาจเลือกใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ เช่น เงินสะสมที่ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ในยามปกติและสามารถนำไปลงทุนในระยะยาวได้ หรือพิจารณาใช้เงินสะสมร่วมกับแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อลดต้นทุนทางการเงิน
- ✔ เนื่องจากต้นทุนคงที่ที่อาจสูงถึงร้อยละ 60 ของต้นทุนรวม โดยมีผลมาจากค่าเช่าที่มีราคาสูงในย่านธุรกิจหรือห้างสรรพสินค้า ผู้ประกอบการควรบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อาทิ การเลือกเปิดร้านในพื้นที่ที่อยู่อาศัยของตนเอง หรือหากมีความจำเป็นต้องเช่าพื้นที่ ควรพิจารณาแบ่งส่วนการใช้งานและปล่อยเช่าพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้งานให้กับผู้อื่น
- ✔ เพื่อให้เกิดกำไรสุทธิสูงสุด จากการวิเคราะห์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ผู้ประกอบการควรควบคุมอัตรากำไรส่วนเกินให้มีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 60-70 ผ่านการควบคุมต้นทุนแปรผันและราคาขายในผลิตภัณฑ์หลัก รวมถึงการเพิ่มรายได้ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอัตรากำไรส่วนเกินที่สูง เช่น อาหาร ขนม เครื่องดื่มทางเลือก เมล็ดกาแฟสำเร็จรูป อุปกรณ์การชงกาแฟ เป็นต้น

การจัดการด้านธุรกิจ

- ✔ เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้า ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์ถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเชิงลึก อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงส่วนต่าง ๆ ในห่วงโซ่ธุรกิจกาแฟมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในร้านกาแฟประเภท Non-Franchise ที่อาจเผชิญกับการแข่งขันที่สูง ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องแสดงให้เห็นถึงคุณค่าที่จะได้รับผ่านการสร้างเอกลักษณ์ในสินค้า และบริการในกลุ่มสินค้าที่มีรูปแบบและระดับราคาใกล้เคียงกัน นอกเหนือจากนี้ ผู้ประกอบการควรที่จะสังเกตและติดตามเทรนด์และแนวโน้มของตลาดเพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม
- ✔ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ประกอบการควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายในการขยายฐานลูกค้าหน้าใหม่ รวมถึงดึงดูดลูกค้ากลุ่มเดิมให้เข้ามาใช้บริการอีก เนื่องจากรายได้ที่สำคัญของธุรกิจร้านกาแฟนั้นมาจากลูกค้าประจำที่กลับมาซื้อซ้ำในแต่ละวัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรเสนอโปรโมชั่นต่าง ๆ แทนที่การลดราคา เนื่องจากอาจมีผลกับการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ และอาจนำไปสู่สงครามราคาที่จะก่อให้เกิดผลเสียกับผู้ประกอบการเอง
- ✔ สืบเนื่องจากระยะเวลาการขายที่มีจำกัดในลูกค้าบางกลุ่ม ผู้ประกอบการควรวางแผนการจัดการแรงงานในช่วงเร่งด่วน เช่น ช่วงเวลา ก่อนเช้างานและพักเที่ยงของพนักงานบริษัท ซึ่งอาจปรับให้ Cycle Time ของพนักงานในร้านแต่ละคนมีความใกล้เคียงกัน โดยอาศัยการสลับสับเปลี่ยนหน้าที่บางอย่าง เช่น พนักงานรับออเดอร์ที่มี Cycle Time ต่ำกว่าบาริสต้า อาจต้องเข้ามาช่วยตักน้ำแข็งรวมถึงใส่ท็อปปิ้งต่าง ๆ ในช่วงเวลาเร่งด่วน หรืออาจเตรียมวัตถุดิบพื้นฐานไว้ในแก้วเพื่อลดเวลาในขั้นตอนต่าง ๆ รวมถึงการนำ QR Payment เข้ามาช่วยลด Cycle Time ของการชำระเงินได้อีกด้วย

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จักจบ
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่    

