

แผนธุรกิจร้าน Coconut Coffee

Business Plan for Coconut Coffee



แผนธุรกิจร้าน Coconut Coffee

Business Plan for Coconut Coffee



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2563  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจร้าน Coconut Coffee  
Business Plan for Coconut Coffee

ผู้วิจัย ภัทราทิพย์ แสนตระกูล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล

ผู้เชี่ยวชาญ

อาจารย์ อาทรร พร้อมพัฒนภาค

ภัทราทิพย์ แสนตระกูล. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ,  
กรกฎาคม 2564, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจร้านกาแฟมะพร้าว (61 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล

## บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจร้าน Coconut Coffee มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการ  
จัดตั้งธุรกิจร้าน Coconut Coffee ในจังหวัดสมุทรสาคร และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ดำเนินไปอย่าง  
ต่อเนื่อง เป็นแนวทางในการตัดสินใจก่อนการดำเนินโครงการ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ  
สภาพแวดล้อมธุรกิจ โมเดลในการดำเนินงานธุรกิจ แผนกลยุทธ์ การผลิต การตลาด การจัดการ  
องค์กร การดำเนินงาน การเงินและการลงทุน

จากผลการวิเคราะห์พบว่า จุดแข็งของธุรกิจ คือ กาแฟมะพร้าวน้ำหอม รวมไปถึงการใช้  
วัตถุดิบทดแทนที่ดีต่อสุขภาพและเน้นคุณภาพของกาแฟและรสชาติที่ดี จุดอ่อน คือ เมนูเครื่องดื่ม  
และเบเกอรี่หลากแบบได้ง่าย ขณะที่โอกาส คือ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ  
ธุรกิจ SMEs อย่างต่อเนื่อง และสถาบันการเงินให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs และอุปสรรค  
คือ สินค้าทดแทนมีจำนวนมาก การวิเคราะห์การแข่งขันพบว่า มีการแข่งขันในตลาดที่สูง คู่แข่ง  
จำนวนมากทั้งคู่แข่งเดิมและคู่แข่งรายใหม่ แต่โอกาสทางการตลาดในการจัดทำธุรกิจร้านกาแฟสดก็  
ยังมีอีกมากเช่นเดียวกัน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมด้านการพัฒนาเครื่องดื่มและ  
สินค้าในร้าน การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์สินค้าทางสื่อออนไลน์เพิ่มมาก  
ขึ้น เพื่อสร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้า กระตุ้นยอดขาย และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มผู้บริโภค  
มากขึ้น รวมไปถึงการใส่ใจในคุณภาพของสินค้าและบริการ ที่เน้นเครื่องดื่มและสินค้าที่มี  
ประโยชน์ต่อสุขภาพ และการตกแต่งร้านให้เข้ากับบรรยากาศ รวมไปถึงราคาของสินค้าที่ไม่สูงมากนัก  
และรสชาติอร่อย

เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของการลงทุนเพื่อจัดทำธุรกิจพบว่า ใช้งบลงทุน 2,500,000  
บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เท่ากับ 737,614.29 บาท มีอัตราผลตอบแทน  
ภายใน (IRR) อยู่ที่ 40.92% ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 5 เดือน

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, ร้านกาแฟ, กาแฟมะพร้าวน้ำหอม, แผนทางการเงินและการลงทุน

Santrakoon, P. Master of Management in Entrepreneurship, July 2020,  
Graduate School Bangkok University.

Business Plan for Coconut Coffee. (61 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Suchart Tripopsakul, Ph.D.

## ABSTRACT

The objective of Coconut Coffee business plan was to be the guideline to successfully establish Coconut Coffee shop in Samutsakorn province and decision making before run the business. This business plan was conducted by analyzing information about the business environment business operation models, strategic planning, manufacturing, marketing, organizational management, operations, finance and investment.

The result show that the strength of this business was aromatic coconut coffee, Including the use of substitutes that were healthy and emphasizing the quality of coffee and good taste. The weakness was the beverage and bakery menus was easy to imitate, while the opportunity was the government has continuously promoted and supported SMEs and financial institutions supported SMEs, and the obstacle was there were many substitute products.

The competitive analysis found that even though it was high competition in the market, has many competitors, both existing and new competitors, there still has many market opportunities in fresh brew coffee business. The entrepreneur had to prepare to improve its drinks and products, sale promotions, increase online media public relation to create brand awareness, boost sales and create greater satisfaction for consumers including paying attention to the quality of products and services focusing on healthy beverages and products and decorate the shop with nature friendly style, the price of products should not very high and good taste.

While considering the feasibility of investing for business, it was found that the investment budget was 2,500,000 baht, the net present value was 737,614.29 baht, the internal rate of return (IRR) was 40.92%, the payback period was 1 year 5 months.

*Keywords: business plan, coffee shop, coconut water coffee, financial and investment plan*



## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจค้นคว้าอิสระด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เนื่องมาจากความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ชี้แนะแนวทางต่างๆ และดร.กัณณพนต์ โล่ห์เพชรรัตน์ ที่ช่วยตรวจสอบแผนธุรกิจฉบับนี้ จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ สำหรับความรู้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน

ท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่สนับสนุนในการทำแผนธุรกิจนี้ และขอขอบคุณ ความปรารถนาดีจากเพื่อนร่วมชั้นทุกท่านตลอดระยะเวลาการศึกษาในหลักสูตรนี้

ภัทราทิพย์ แสนตระกูล



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ประเภทของธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	4
1.4 รูปแบบของธุรกิจ	4
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด	8
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	14
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ (SWOT Analysis)	21
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	23
3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค	28
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Segmentation)	30
4.2 การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Targeting Marketing)	31
4.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์/บริการ (Positioning)	31
4.4 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	32
4.5 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด	38
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร	39
5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน	39
5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	40
5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร	42



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจ	43
6.2 ขั้นตอนการจัดตั้งร้าน	43
6.3 รูปแบบและระยะเวลาในการให้บริการ	44
บทที่ 7 แผนการเงิน	
7.1 วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการเงิน	45
7.2 เป้าหมายทางการเงิน	45
7.3 การประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน	45
7.4 ประมาณการค่าใช้จ่าย	50
7.5 ประมาณการงบการเงิน	52
7.6 ประเมินโครงการลงทุน	56
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
8.1 การประเมินและการควบคุมผล	57
8.2 แผนฉุกเฉิน	57
8.3 แผนในอนาคต	59
บรรณานุกรม	60
ประวัติผู้เขียน	61

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง	36
ตารางที่ 5.1: แสดงจำนวนบุคลากรและอัตราค่าจ้างรายเดือน	40
ตารางที่ 5.2: ประเมินผลการปฏิบัติงาน	41
ตารางที่ 7.1: แสดงรายละเอียดในการลงทุนของร้าน Coconut Coffee	46
ตารางที่ 7.2: งบประมาณการลงทุนธุรกิจ Coconut Coffee	46
ตารางที่ 7.3: แสดงงบค่าความเสื่อมและตัดจ่ายที่ใช้ในการลงทุนธุรกิจของร้าน Coconut Coffee	47
ตารางที่ 7.4: แสดงการประมาณการยอดขาย ปีที่ 1 ของร้าน Coconut Coffee	48
ตารางที่ 7.5: แสดงการประมาณการยอดขาย ปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 ของร้าน Coconut Coffee	49
ตารางที่ 7.6: แสดงการสรุปยอดรวมขายของร้าน Coconut Coffee	49
ตารางที่ 7.7: แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายของร้าน Coconut Coffee	50
ตารางที่ 7.8: แสดงนโยบายคิดต้นทุนของร้าน Coconut Coffee	51
ตารางที่ 7.9: แสดงการคำนวณจุดต้นทุนต่อปีของร้าน Coconut Coffee	52
ตารางที่ 7.10: แสดงงบกำไรขาดทุนของร้าน Coconut Coffee	53
ตารางที่ 7.11: แสดงงบกำไรสะสม งบประมาณจากสถานการณ์ปกติของร้าน Coconut Coffee	53
ตารางที่ 7.12: แสดงงบกระแสเงินสด งบประมาณจากสถานการณ์ปกติของร้าน Coconut Coffee	54
ตารางที่ 7.13: แสดงกระแสเงินสดรับตลอดโครงการของร้าน Coconut Coffee	56

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : แสดงภาพตัวอย่างการตกแต่งร้านกาแฟในสวนมะพร้าว	2
ภาพที่ 1.2 : แสดงภาพตัวอย่างการตกแต่งร้านกาแฟ Zone Indoor	3
ภาพที่ 1.3 : แสดงภาพตัวอย่างการตกแต่งภายในร้านกาแฟ	4
ภาพที่ 1.4 : แสดงภาพตัวอย่างกาแฟมะพร้าวน้ำหอม	5
ภาพที่ 1.5 : แสดงภาพตัวอย่างกาแฟผสมน้ำมันมะพร้าว	6
ภาพที่ 1.6 : แสดงภาพตัวอย่างชาเขียวมะพร้าวน้ำหอม	6
ภาพที่ 1.7 : แสดงภาพตัวอย่างมะพร้าวน้ำหอมบัตเตอร์	7
ภาพที่ 2.1 : PESTEL Analysis	8
ภาพที่ 2.2 : Five Forces Model	12
ภาพที่ 2.3 : แสดงภาพร้านบ้านสวนพาฝัน	14
ภาพที่ 2.4 : แสดงภาพร้าน Dee Gunn Café	16
ภาพที่ 2.5 : แสดงภาพร้าน Pause The Time	17
ภาพที่ 2.6 : แสดงภาพร้าน Coco Duck Café	18
ภาพที่ 2.7 : แสดงภาพร้านบ้านไทยคาเฟ่ (Baan Thai Cafe)	19
ภาพที่ 3.1 : SWOT Analysis	21
ภาพที่ 4.1 : Product's Positioning Map	31
ภาพที่ 4.2 : แสดงภาพตัวอย่างกาแฟมะพร้าวน้ำหอม	33
ภาพที่ 4.3 : แสดงภาพตัวอย่างชาเขียวน้ำมันมะพร้าวน้ำหอม	33
ภาพที่ 4.4 : แสดงภาพตัวอย่างมาการองมะพร้าวน้ำหอม	34
ภาพที่ 4.5 : แสดงภาพตัวอย่างมะพร้าวน้ำหอมบัตเตอร์	34
ภาพที่ 4.6 : แสดงภาพตัวอย่างขนมเค้กชิฟฟอนมะพร้าวน้ำหอม	35
ภาพที่ 4.7 : แสดงภาพตัวอย่างพายมะพร้าวน้ำหอม	35
ภาพที่ 4.8 : แสดงภาพตัวอย่างเมอแรงก์มะพร้าวน้ำหอม	35
ภาพที่ 4.9 : แสดงภาพตัวอย่างคุกกี้มะพร้าวน้ำหอม	36
ภาพที่ 5.1 : โครงสร้างองค์กรและผังการบริหารร้าน Coconut Coffee	39

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ประเภทของธุรกิจ

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ทำจากเมล็ดกาแฟคั่วก่อนที่จะนำมาบดและชงดื่ม ในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคคนไทย ซึ่งสามารถเห็นได้จากผลิตภัณฑ์กาแฟในท้องตลาดไม่ว่าจะเป็นกาแฟแบบกาแฟสดบดคั่ว กาแฟแบบซอง และกาแฟกระป๋อง ที่มีหลากหลายยี่ห้อ ตั้งแต่ราคา 10 กว่าบาทจนถึงราคาแก้วละ 100 บาท อีกทั้งการที่ผู้คนมักมีแก้วกาแฟถืออยู่ในมือไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาใดก็ตาม สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการดื่มกาแฟของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่มีหลากหลายมากมายยิ่งขึ้น ไม่ได้จำกัดเพียงแค่การเป็นเครื่องดื่มช่วงเช้าเพื่อคลายความง่วงเหมือนในอดีตเท่านั้น ซึ่งมีทั้งร้านกาแฟแบบโบราณ ร้านกาแฟสดขนาดเล็กและขนาดใหญ่ รวมไปถึงร้านกาแฟพรีเมียมทั้งในและต่างประเทศ ที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจกาแฟในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง อัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยโดยเฉลี่ยประมาณ 1.2 กิโลกรัมต่อคนต่อปี (300 แก้วต่อคนต่อปี) ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับหลายประเทศที่นิยมดื่มกาแฟ เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น ฯลฯ ซึ่งคนในยุโรปมีอัตราการบริโภคอยู่ที่ประมาณ 4-5 กิโลกรัมต่อคนต่อปี (ประมาณ 600 แก้วต่อคนต่อปี) ขณะที่คนญี่ปุ่นมีการบริโภคกาแฟอยู่ที่ประมาณ 3 กิโลกรัมต่อคนต่อปี (ประมาณ 400 แก้วต่อคนต่อปี) ทำให้แนวโน้มการเติบโตของตลาดกาแฟในประเทศไทยยังมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมาก และอาจจะมีตัวเลขถึงปีละ 10% คนไทยส่วนใหญ่นิยมบริโภคกาแฟสดเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ วัยทำงาน เนื่องจากมีกลิ่นหอม มีรสชาติที่เข้มข้นมากกว่า และได้สัมผัสของกาแฟได้ดีกว่า ซึ่งเรามักจะพบเห็นร้านกาแฟกระจายตัวอยู่ทั่วทุกมุมของเมือง ทั้งในสถานบริการน้ำมัน ห้างสรรพสินค้า ร้านกาแฟรูปแบบ Stand alone ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน เพราะมีคู่แข่งทั้งรายเก่าและรายใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก (แนวโน้มธุรกิจกาแฟเมืองไทย, 2563)

ปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคกาแฟของคนไทยที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเครื่องดื่มประเภทกาแฟ ส่งผลให้มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เนื่องมาจากค่านิยมการใช้ชีวิตสโลว์ไลฟ์ ถ่ายรูปอาหาร เครื่องดื่มสวยๆ แล้วโพสต์ลงโซเชียล เป็นเหตุให้แต่ละร้านมีการแข่งขันกัน ซึ่งในแต่ละร้านจะต้องแสดงให้เห็นถึงคุณค่าที่จะได้รับ ผ่านการสร้างเอกลักษณ์ในสินค้าและบริการจากทางร้าน โดยการสังเกตและติดตามเทรนด์รวมทั้งแนวโน้มของตลาด เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

จากข้อมูลข้างต้นทำให้มองเห็นโอกาสในการจัดทำธุรกิจร้านกาแฟสดที่มีการเติบโตได้อีกตามสถิติที่ได้กล่าวมา ถึงแม้จะมีการแข่งขันในตลาดที่สูง แต่โอกาสทางการตลาดก็ยังมีอีกมาก

เช่นเดียวกัน เพราะพฤติกรรมการบริโภคกาแฟของคนไทยที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเครื่องดื่มประเภทกาแฟ ส่งผลให้มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เนื่องจากค่านิยมการใช้ชีวิตสโลว์ไลฟ์ ถ่ายรูปอาหาร เครื่องดื่มสวยๆ แล้วโพสต์ลงโซเชียล เป็นเหตุให้แต่ละร้านมีการแข่งขันกัน จึงจำเป็นต้องสร้างเอกลักษณ์ในสินค้าและบริการให้แตกต่างและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างและขยายฐานของผู้บริโภคให้ได้มากขึ้น ดังนั้นผู้จัดทำจึงสนใจทำแผนธุรกิจร้านกาแฟที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ ตอบโจทย์ทั้งผู้ที่นิยมรสชาติของกาแฟสดและผู้ที่ชื่นชอบความเป็นธรรมชาติ ซึ่งจะ เป็นจุดเกื้อหนุนที่ทำให้ธุรกิจมีโอกาสเติบโตและขยายตัวได้เช่นกัน

## 1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจร้าน Coconut Coffee เป็นกาแฟที่มีโลเคชั่นตั้งอยู่กลางสวนมะพร้าว เริ่มจากการที่เจ้าของธุรกิจมีความฝันที่อยากจะ “เปิดร้านกาแฟสด” เป็นของตนเอง เพราะด้วยปัจจัยหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นความชอบในการทำงานอิสระ และที่บ้านทำธุรกิจสวนมะพร้าวส่งให้พ่อค้าแม่ค้าที่รับซื้อ แต่ก็ยังมีมะพร้าวเหลือจากการจำหน่าย จึงอยากจะทำมาสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว โดยการเปิดร้านกาแฟสดในสวนและนำมะพร้าวที่มีนั้นเป็นส่วนประกอบในการทำกาแฟและเบเกอรี่

ภาพที่ 1.1 : แสดงภาพตัวอย่างการตกแต่งร้านในสวนมะพร้าว 1



แรงบันดาลใจในการสร้างร้านกาแฟในสวนมะพร้าวเขียวขจีบนพื้นที่กว้างขวางกว่า 5 ไร่ ในอำเภอบ้านแพ้ว แห่งนี้มาจากความฝันที่อยากจะทำสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเมื่อเดินเข้าไปจะพบกับสวนมะพร้าวขนาดใหญ่สุดร่มรื่น ใน Zone Outdoor จะมีแพไม้ไผ่แข็งแรงให้ความรู้สึกเย็น



สบาย มุ่งด้วยหลังคาจากเข้ากับธรรมชาติรอบข้าง แม้จะไร้เครื่องปรับอากาศ แต่ก็ไม่ร้อนอบอ้าว ห้องร่อนน้ำเป็นสีฟ้าใสช่วยเพิ่มความเย็นสดชื่น นั่งดื่มด่ำบรรยากาศดี ๆ และทานเบเกอรี่ ที่เสิร์ฟมาพร้อมกับเครื่องดื่มจากวัตถุดิบท้องถิ่นขึ้นชื่อแห่งอำเภอบ้านแพ้ว อย่าง “มะพร้าว น้ำหอม” ซึ่งสถานที่เหมาะกับการพูดคุยกับเพื่อน ๆ ในวันสบาย ๆ สำหรับผู้ที่ชื่นชอบการถ่ายรูป ก็จะมีมุมสวยๆ ไม่ว่าจะ เป็นมุมหาดทราย หรือร่อนน้ำสีฟ้า ซึ่งที่นั่งของทางร้านก็จะเป็นเหมือนกับศาลากลางน้ำให้คุณได้นั่งพักผ่อนท่ามกลางร่อนน้ำสีฟ้านี้อีกด้วย

ภาพที่ 1.2 : แสดงภาพตัวอย่างการตกแต่งร้านกาแฟ Zone Indoor



ส่วน Zone Indoor ตัวร้านตกแต่งล้อมรอบด้วยกระจกใส ให้ความรู้สึกเป็นอิสระ ร่มรื่น สบายตา ที่เหมาะจะนั่งชิลล์ หรือจะชวนเพื่อนๆ มาปลดปล่อยความเครียด ในบรรยากาศห้องแอร์ที่เย็นสบาย

ภาพที่ 1.3 : แสดงภาพตัวอย่างการตกแต่งภายในร้านกาแฟ



### 1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

1.3.1 เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดตั้งธุรกิจร้าน Coconut Coffee ในจังหวัดสมุทรสาคร

1.3.2 เพื่อให้มีแผนธุรกิจในการจัดตั้งธุรกิจร้าน Coconut Coffee และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

### 1.4 รูปแบบของธุรกิจ

1.4.1 ผลผลิตภัณฑ์ของร้าน Coconut Coffee จะมีเครื่องตีและเบเกอร์ โดยมีส่วนประกอบจากมะพร้าว ที่เป็นเอกลักษณ์ขึ้นชื่อของบ้านแพ้วและมีรสชาติเป็นของทางร้านเอง และยังมีเครื่องอื่น ๆ อีกมากมายให้ลูกค้าได้เลือกทั้งชา กาแฟ ที่มีทั้งแบบร้อน แบบเย็น และแบบปั่น ตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งจุดเด่นของทางร้านคือกาแฟน้ำมันมะพร้าว เป็นเมนู Signature หลักของร้าน โดยในส่วนของกาแฟน้ำมันมะพร้าวเลือกที่จะใช้น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น ทานได้ง่ายและยังมีประโยชน์ต่อสุขภาพที่ช่วยบำรุงเส้นผม ลดน้ำหนัก และไขมันอุดตันได้ อีกด้วย โดยจะเน้นการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีความสด สะอาด ถูกสุขลักษณะ ซึ่งจะถูการคัดสรรมาอย่างดีเพื่อคุณภาพของเครื่องตีในร้าน และเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้ที่รักสุขภาพ

เมนูกาแฟ ทางร้านจะมีกาแฟที่เป็นชิคเนเจอร์ คือ กาแฟมะพร้าว น้ำหอม โดยเลือกเมล็ดกาแฟพันธุ์อราบิก้า จากดอยตุง จังหวัดเชียงราย มาใช้และก่อนที่เราจะเลือกแหล่งที่ซื้อทางร้านจะ

ศึกษาและเดินทางไปเรียนรู้รสชาติของกาแฟแต่ละชนิดเพื่อให้ได้รสชาติที่ดีที่สุด รวมทั้งขั้นตอนการผลิตเมล็ดกาแฟ ตั้งแต่การเก็บ การบ่ม การคั่ว การบด และการชงกาแฟ และกลายเป็นชิกเนเจอร์ของทางร้าน Coconut Coffee ดังนี้

1) กาแฟมะพร้าวน้ำหอม (เมนูชิกเนเจอร์ในร้าน) กาแฟสดคั่วตุ้งสุดเข้มข้น กับน้ำมะพร้าว น้ำหอมแท้ จากแหล่งมะพร้าว น้ำหอม

ภาพที่ 1.4 : แสดงภาพตัวอย่างกาแฟมะพร้าว น้ำหอม



2) กาแฟน้ำมันมะพร้าว คือ การนำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นมาผสมกับกาแฟดำจะให้รสชาติเหมือนกาแฟสดคั่วบดทั่วไป ซึ่งจะไม่มีรสชาติขม และสามารถทานได้ง่าย ๆ



ภาพที่ 1.5 : แสดงภาพตัวอย่างกาแฟผสมน้ำมันมะพร้าว



3) ชาเขียวมะพร้าวน้ำหอม ชาเขียวชั้นดีถึง 3 สายพันธุ์เป็นสูตรลับประจำร้านที่ ผสานนมและน้ำกะทิหอมกรุ่น ให้รสหวานพอดี

ภาพที่ 1.6 : แสดงภาพตัวอย่างชาเขียวมะพร้าวน้ำหอม



4) มะพร้าวน้ำหอมบัตเตอร์ เค้กมะพร้าวสไตล์โฮมเมดแสนอร่อย เนื้อเค้กฟองน้ำ นุ่มๆ กลิ่นใบเตยหอมกรุ่น สลับชั้นกับครีมสดหอมมัน ที่ยังได้สัมผัสสัมผัสสนุกๆ ของมะพร้าวขูด

ภาพที่ 1.7 : แสดงภาพตัวอย่างมะพร้าวน้ำหอมบัตเตอร์



1.4.2 บริการของร้าน Coconut Coffee มีการบริการดีเน้นการจัดตกแต่งร้านไปแนว  
ธรรมชาติที่อยู่ภายในสวนมะพร้าว มีจุดบริการในรูแบบ Indoor-Outdoor จัดตกแต่งมุมถ่ายรูปชิค  
ๆ สำหรับให้ลูกค้าไว้เช็คอิน สามารถเข้ามาพักผ่อน คลายเครียด ลามารถนั่งทำงานหรืออ่านหนังสือ  
ในบรรยากาศที่สงบและร่มรื่น

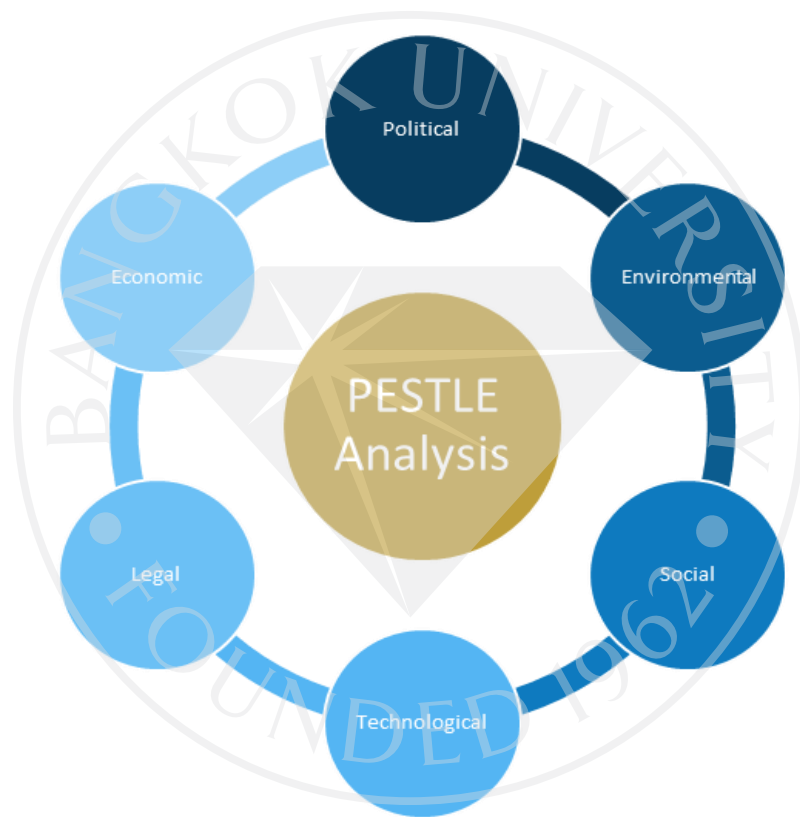
## บทที่ 2

### การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

#### 2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด

##### 2.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)

ภาพที่ 2.1 : PESTEL Analysis



#### 1) ปัจจัยด้านการเมือง (Political Factors)

สถานการณ์ทางการเมืองที่มีความขัดแย้งที่ไม่ได้รับการแก้ไข เช่นปัญหาความชอบธรรมทางการเมืองและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ของรัฐบาลในปัจจุบัน ได้ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของประเทศไทย ทำให้เกิดการประท้วงหาความชอบธรรมของนักเรียน นักศึกษา และประชาชนที่เห็นด้วย อีกทั้งจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ตั้งแต่ต้นปี 2563 นั้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องปิดกิจการลง ผู้คนตกงาน ทำให้เกิดการว่างงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทางรัฐบาลยังมองเห็นถึงปัญหาของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 จึงมีความ

พยายามที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจและการใช้จ่าย โดยการออกมาตรการจ่ายเงินเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ในโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการเราไม่ทิ้งกัน โครงการคนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น

ในปัจจุบัน มีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งกำหนดสิทธิพิเศษให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิทธิประโยชน์ด้านภาษี โดยกำหนดแผนยุทธศาสตร์และแผนการปฏิบัติการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย เช่น แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) มีเป้าหมายในการส่งเสริมมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ภายในปี พ.ศ. 2564 การให้ความสำคัญกับการพัฒนา SMEs ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อสามารถสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด ให้กับประเทศ และการพัฒนา SMEs ในระดับฐานรากให้เข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายรายได้ของไทย และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม (Inclusive Growth) ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายประเดิม ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเฉพาะกลุ่ม และยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนากลไก เพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างเป็นระบบ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564))

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การเมืองในปัจจุบันของประเทศไทยยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจในด้านลบ เนื่องจากสถานการณ์ยังไม่มีความแน่นอน ทั้งในทางการบริหารประเทศ การกำหนดกฎเกณฑ์ ข้อปฏิบัติต่าง ๆ แต่เมื่อพิจารณาโดยรวมทางการเมืองจากนโยบายของรัฐบาล ยังพบว่า รัฐบาลให้ความสำคัญกับธุรกิจ SMEs อีกทั้งยังคงช่วยเหลือสนับสนุนจึงเป็นผลดีต่อธุรกิจในการลงทุน

## 2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจร้านค้าแพ้อย่างยิ่ง และปัจจัยด้านเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่อการใช้บริการของประชาชน ซึ่งคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมกาแฟมีแนวโน้มเติบโตถึงปีละ 10% และผู้บริโภคนิยมหันมาดื่มกาแฟสดมากขึ้น แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มาอย่างต่อเนื่องนั้น ทำให้รัฐบาลมีนโยบายปิดประเทศเพื่อป้องกันการระบาดของโรค ส่งผลกระทบต่อสถานะเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัวอย่างมาก ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศหยุดชะงัก ผู้ประกอบกิจการหลายแห่งต้องระงับการดำเนินกิจการชั่วคราวหรือเลิกกิจการ ส่งผลให้ผู้คนตกงานและลดการใช้จ่ายเงินอย่างมีนัยสำคัญ

### 3) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

การดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบันต่างเร่งรีบและไม่ค่อยมีเวลาให้กับตัวเองและครอบครัวมากนัก เนื่องจากการทำงาน การเรียน หรือความไม่สะดวกต่างๆ แต่ยังมีร้านกาแฟในบรรยากาศดี ๆ ที่สามารถให้ความผ่อนคลาย พบปะ สังสรรค์ พุดคุย และใช้เวลาาร่วมกันกับครอบครัว และเพื่อนในช่วงเวลาพักหรือในวันหยุดได้ ซึ่งผู้บริโภคในปัจจุบันจะคำนึงถึงความแปลกใหม่ของสถานที่และรูปแบบของอาหารที่สร้างสรรค์ การตกแต่งร้านที่แตกต่างออกไปจากเดิม เพราะกระแส Social Media ที่ชอบการถ่ายภาพสถานที่และแชร์ภาพของอาหารลง Social Media จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจร้านกาแฟสด เนื่องจากร้าน Coconut Coffee มีการตอบโต้สำหรับกลุ่มลูกค้าทุกช่วงวัยและความต้องการในการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ต้องการนำเสนอสิ่งแปลกต่างออกไปจากเดิมได้

### 4) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technology Factors)

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การสื่อสารข้อมูล ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นสิ่งที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างมาก จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน ที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล เหตุการณ์ เรื่องราว และภาพต่าง ๆ ทั้งนี้จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีผู้ประกอบการสามารถนำระบบสารสนเทศมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ ทั้งการทำ Online Marketing โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, IG, Twitter, YouTube ฯลฯ เป็นตัวช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับร้าน ตำแหน่งที่ตั้งร้าน เวลาเปิด-ปิดร้าน และช่องทางการติดต่อต่าง ๆ รวมทั้งการอัพเดทโปรโมชั่นหรือแนะนำเมนูใหม่ประจำร้านที่สามารถทำได้ทันที เพื่อให้ร้าน Coconut Coffee เป็นที่รู้จักได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วมากขึ้น สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด และยังใช้งบในการโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อยกว่าผ่านช่องทางออฟไลน์อีกด้วย

การติดตั้ง Wi-Fi ให้บริการสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการหรือทำงานในร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้นั่งนานขึ้นและส่งผลให้มียอดขายเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ อาจยังมีการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการออกแบบและการผลิต เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ อย่างเช่น อุปกรณ์เครื่องชงกาแฟที่ทันสมัยขึ้น ระบบการสั่งรายการอัตโนมัติ ฯลฯ ซึ่งจะช่วยเสริมเอกลักษณ์ด้านหนึ่งของร้านกาแฟได้เป็นอย่างดี

### 5) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Factors)

การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช่วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ที่นำมาตกแต่งทั้งภายในและภายนอกร้าน ที่ทำมาจากวัสดุที่ย่อยสลายได้โดยธรรมชาติ อาทิ แก้วร้อน (Bio PBS) ที่เป็นแก้วกระดาษเคลือบพลาสติกชีวภาพย่อยสลายได้ 100% แก้วเย็น (Bio PLA) ที่ทำจากพืช หลอด (Bio PBS + PLA) รวมถึงการใช้ถุงกระดาษแทนถุงพลาสติกสำหรับใส่เบเกอรี่ เพื่อลดปริมาณขยะพลาสติกของร้าน และการสนับสนุนให้



ลูกค้านำแก้วส่วนตัวมาซื้อเครื่องดื่มที่ร้านจะให้ส่วนลด 5 บาท/แก้ว อีกทั้งการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานให้มีความร่มรื่น ด้วยการปลูกต้นไม้ ดอกไม้ให้สวยงามและน่าสนใจ การออกแบบพื้นที่ในการจัดทำเครื่องดื่มให้กว้างขวางและสะดวกต่อการใช้งาน มีอุปกรณ์ต่างๆและเครื่องชงกาแฟที่ทันสมัย รวมไปถึงการวางระบบระบายอากาศ การดูดกลิ่น หรือระบบน้ำไฟต่างๆ ให้ถูกต้องเพื่อความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อให้พนักงานในร้านเกิดความสุขในการทำงาน จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

## 6) สภาพแวดล้อมด้านกฎหมาย (Legal Factors)

การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นอุตสาหกรรมที่มีกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันกฎหมายที่สำคัญและอาจส่งผลกระทบต่อประกอบธุรกิจร้าน Coconut Coffee ดังนี้

1. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย (Product Liability Law) โดยบริษัทฯ จะมีความเสี่ยงหากผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากสินค้าและบริการของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จะต้องรับผิดชอบไม่ว่าจะเป็นการชดเชยค่าเสียหาย หรือการได้รับคำสั่งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเรียกคืนสินค้าจากผู้บริโภค รวมทั้งคำสั่งให้หยุดขายสินค้านั้นได้

2. ประกาศใช้กฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งเพิ่มเติมโดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินคดีแบบกลุ่ม (Action Class) ที่ได้ออกประกาศเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2558 โดยให้ผู้เสียหายสามารถรวมกลุ่มกันและส่งตัวแทนเพียงคนเดียวเพื่อเป็นโจทก์ในการดำเนินคดี โดยศาลจะดำเนินการพิจารณาเป็นคดีเดียวแต่จะมีผลผูกพันกับผู้เสียหายทุกราย จึงเป็นการอำนวยความสะดวกต่อคดีผู้บริโภคให้สามารถกระทำได้สะดวก กฎหมายดังกล่าวอาจมีความเสี่ยงต่อบริษัทฯ ในการถูกฟ้องร้องหากมีความเสียหายต่อผู้บริโภคเกิดขึ้น อันเป็นผลมาจากสินค้าของบริษัทฯ และอาจจะส่งผลกระทบต่อทางธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจได้

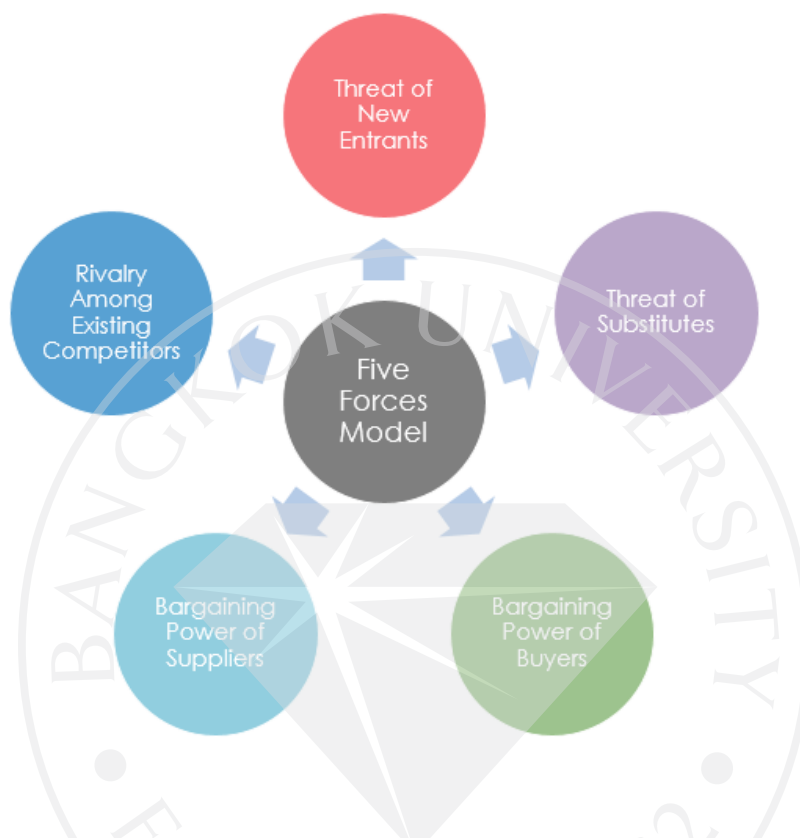
อย่างไรก็ตาม ทางผู้จัดทำได้ตระหนักถึงความเสี่ยงข้างต้นเป็นอย่างดี จึงให้ความสำคัญต่อการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นการคัดสรรวัตถุดิบที่ได้มาตรฐานจากผู้ผลิต ขั้นตอนการผลิต การจัดทำเครื่องดื่มต่าง ๆ การให้บริการในร้านอาหารที่ได้มาตรฐานและถูกสุขลักษณะ โดยทางร้านมีทีมงานในการตรวจสอบดูแลคุณภาพของสินค้าและการผลิตในทุกขั้นตอน ประกอบกับการทำประกันความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกที่ครอบคลุมหากมีกรณีดังกล่าวเกิดขึ้น

2.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยกดดันต่อธุรกิจหรือการประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรม (Porter's Five Forces)

การวิเคราะห์ความน่าสนใจของธุรกิจเพื่อใช้ในการเตรียมความพร้อมในด้านของสินค้า

และบริการ โดยการใช้เครื่องมือ Five-Forces Model เข้ามาช่วยในการประเมินความเสี่ยงของธุรกิจ

ภาพที่ 2.2 : Five Forces Model



### 1) ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)

จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟสดมีอัตราการเติบโตขึ้นและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มาก ทำให้มีจำนวนคู่แข่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีร้านในลักษณะเดียวกันและตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ก็จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายเดิมต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เพราะการเพิ่มขึ้นของจำนวนคู่แข่งธุรกิจร้านกาแฟสดจะเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภค จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านกาแฟสดต้องสร้างความแตกต่างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะให้กับสินค้าและบริการให้มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง โดยมุ่งเน้นในด้านประสิทธิภาพในการให้บริการ เพิ่มความหลากหลายของสินค้า การพัฒนาสูตรกาแฟให้มีมาตรฐาน และคุณภาพมากขึ้น จัดการตกแต่งร้านให้สวยงาม แปลกใหม่ และมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้เกิดความมั่นใจในศักยภาพการดำเนินงานของร้านตนเอง สอดคล้องกับ มัลลิกา ต้นสอน (2544: 55) ได้กล่าวว่า ธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมควรพยายามสร้างอุปสรรคที่จะมีต่อการ ตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุนรายใหม่ ถ้าอุตสาหกรรมมีสิ่งกีดขวางคู่แข่ง

รายใหม่ก็จะเข้ามาใน อุตสาหกรรมได้ยาก แต่ถ้าซึ่งการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ทำได้ง่าย และคล่องตัวจะทำให้เกิดสภาพการณ์แข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

## 2) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)

สินค้าที่สามารถเข้ามาทดแทนของธุรกิจร้านกาแฟสดนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นร้านสะดวกซื้อที่จำหน่ายกาแฟสำเร็จในรูปแบบกระป๋อง ซึ่งสินค้าทดแทนนี้เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทางอ้อม ซึ่งอาจทำให้จำนวนลูกค้าลดลง ยอดขายของธุรกิจลดลง และมีผลต่อการกำหนดราคาหรือกำไรจากสินค้าและบริการ สอดคล้องกับ พิบูล ทีปะपाल (2551 : 42) ได้กล่าวถึงข้อจำกัดจากสินค้าทดแทนว่า ยิ่งถ้ามีผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้แทนในธุรกิจนั้นได้ ศักยภาพการทำการกำไรของธุรกิจนั้นก็ลดลง เพราะสินค้าทดแทนจะเป็นตัวจำกัดโอกาสในการกำหนดราคา และถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะไม่เป็นกังวลต่อปัจจัยในด้านนี้มากนักเนื่องจากมั่นใจในคุณภาพของกาแฟสด แต่ก็ไม่ควรไว้วางใจเพราะในปัจจุบันผู้ผลิตสินค้าทดแทนนั้นก็ได้มีการวางกลยุทธ์ในการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าทำให้สินค้าทดแทนเหล่านั้นกลายเป็นตัวเลือกชั้นดี

## 3) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟได้รับความนิยมนจากผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจในการต่อรองที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้ซื้อที่มีตัวเลือกในการใช้บริการที่มาก ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟจึงต้องพยายามสร้างข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการพัฒนากาแฟสดให้มีรสชาติเข้มข้นมีสูตรเป็นเอกลักษณ์เฉพาะร้าน ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคาที่ขาย ซึ่งไม่ควรสูงหรือต่ำมากเกินไป สอดคล้องกับปกรณ ปรียากร (2552: 105) ได้กล่าวถึง อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อหรือ อาจต่อรองในเรื่องของราคา ปริมาณหรือคุณภาพก็ได้ ในการลดอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อทำได้โดยการทำให้ตราสินค้าเข้าไปอยู่ในใจลูกค้าจนเกิดเป็น Positioning คือการทำให้ ธุรกิจร้านกาแฟมีอำนาจเหนือกว่าลูกค้าหรือมีอำนาจการต่อรองกับลูกค้าสูง

## 4) อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

ด้านผู้ขายวัตถุดิบที่ใช้สำหรับทำกาแฟสดและเบเกอรี่ต่าง ๆ ภายในร้านกาแฟสด ถือเป็นอีกปัจจัยที่มีส่วนสำคัญ เพราะผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดจะต้องเลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน และซื้อในราคาที่เหมาะสมกัน เพื่อเพิ่มคุณค่าและภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ และยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจร้าน Coconut Coffee อีกด้วย ซึ่งในปัจจุบันผู้ขายกาแฟและวัตถุดิบต่างๆ ในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองที่สูงกว่า ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายวัตถุดิบ เพราะต้องซื้อวัตถุดิบกันเป็นประจำ เพื่อให้เกิดการเจรจาซื้อ-ขายวัตถุดิบที่ดีและง่ายขึ้น ซึ่งการสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่มากเพื่อลดต้นทุนในการสั่งซื้อวัตถุดิบลง



## 5) การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Existing Competitors)

ในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการคาเฟ่เป็นสถานที่ในการพบปะ สังสรรค์ และพักผ่อน จึงทำให้ธุรกิจคาเฟ่ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถเข้าออกได้ง่าย จึงได้รับความสนใจทั้งจากผู้ประกอบการรายเล็กและรายใหญ่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ธุรกิจร้านกาแฟในปัจจุบันต้องปรับตัวให้ตรงกับความต้องการและทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของลูกค้าด้วยเช่นเดียวกัน การให้บริการแบบ Take away เป็นอีกกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ Coconut Coffee ต้องปรับตัว ก็คือการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคมมากขึ้น โดยที่ลูกค้าสามารถดูรายละเอียดสินค้าได้จากที่บ้าน แล้วกดซื้อได้เลยโดยไม่ต้องมาที่ร้านด้วยตัวเอง ซึ่งจากกลยุทธ์นี้จะทำให้ร้านเพิ่มยอดขายเข้ามาได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถทำควบคู่ไปกับการขายหน้าร้านปกติ เพื่อรักษารฐานลูกค้าทั้งกลุ่มที่พร้อมจะมาใช้บริการหน้าร้าน และกลุ่มที่สะดวกใช้บริการแบบออนไลน์ เพื่อยอดขายแบบระยะยาวนั่นเอง

## 2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง

คู่แข่งทางตรงของธุรกิจร้านกาแฟ Coconut Coffee เป็นคู่แข่งที่เน้นกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบรสชาติของกาแฟ รวมทั้งกลุ่มที่เป็นสังคมปัจจุบันที่มีร้านกาแฟเพื่อพักผ่อน นั่งเล่น พบปะพูดคุยกับเพื่อน ๆ และยังถ่ายรูปอาหาร และมุมต่าง ๆ ในร้าน เพื่อลง Social ส่วนคู่แข่งทางอ้อมของร้านเราที่มีรูปแบบการให้บริการที่ใกล้เคียง มีดังนี้

### 2.2.1 คู่แข่งขันทางตรง

#### 1) บ้านสวนพาฝัน

ภาพที่ 2.3 : แสดงภาพร้านบ้านสวนพาฝัน



ที่มา: บ้านสวนพาฝัน. (2562). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/pafunbanphaeo/posts/349195002584803/>

บ้านสวนพาฝัน เป็นคาเฟ่ที่ซ่อนตัวอยู่ในสวนมะพร้าวของอำเภอบ้านแพ้ว บรรยากาศร่มรื่น เยียบสงบ มีมุขสวยๆให้ถ่ายรูปเยอะมาก มีการจัดโซนที่นั่งได้อย่างน่ารัก เหมาะจะมานั่งชิลๆ ตีมต่ำกับบรรยากาศสามารถขับรถมาจอดที่หน้าร้านได้เลย หรือจะจอดรถไว้ที่วัดหนองสองห้อง แล้วนั่งเรือเข้าคาเฟ่ก็ได้เช่นกัน

อาหารรสชาติอร่อย แบบสไตล์บ้านๆ ให้อารมณ์เหมือนมาทานข้าวที่บ้านเพื่อน วัตถุดิบส่วนใหญ่จะใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเป็นหลัก อาหารทุกเมนูเสิร์ฟให้ในปริมาณที่เยอะ และคุ้มค่าน่าจะเทียบกับราคา เมนูอาหารมีทั้งคาวหวานและเครื่องดื่มให้ได้เลือกทานกันได้ตลอดทั้งวัน เมนูแนะนำ ได้แก่ พิซซ่าหน้าต่างๆ โรตีสีขาวหวาน ไอศกรีมรสเฉพาะของทางร้าน และเมนูของหวานไม่ว่าจะเป็นเค้กมะพร้าว ชีสเค้ก และเค้กรสชาติต่างๆ อีกมากมาย ส่วนใครที่ชอบทานกาแฟแนะนำเลยกับกาแฟมะพร้าว สูตรเด็ดหอมหวานมันเข้มข้นอร่อยมาก หรือใครอยากจิ้มเครื่องดื่มเพรชๆ ก็ต้องชามะนาว ที่ไม่หวานจนเกินไปทานแล้วสดชื่น

มาที่นี่นอกจากจะได้สัมผัสกับอาหารและบรรยากาศแล้ว ยังมีมุมถ่ายรูปสวยๆ ให้คุณได้เดินเล่นเก็บภาพบรรยากาศกันรอบๆ ร้านอีกด้วย เป็นบรรยากาศในสวนที่ชวนให้นึกถึงบรรยากาศในวัยเด็ก วิถีชีวิตริมคลองที่ยังคงไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา เป็นบรรยากาศที่มีเสน่ห์มากจริงๆ  
ที่ตั้ง : หนองสองห้อง 70 หมู่ 8 บ้านแพ้ว, สมุทรสาคร เบอร์ติดต่อ 088-962-4914  
เปิดบริการ : เวลา 10:00 - 19:00 น. (ปิดวันจันทร์)

#### จุดแข็ง

1. เปิดมานานเป็นที่นิยมของผู้บริโภค
2. มีเมนูให้เลือกเยอะ ทั้งเครื่องดื่มต่างๆ อาหารคาว และขนมเค้ก
3. วัตถุดิบมีคุณภาพ
4. บรรยากาศของร้านร่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อน

#### จุดอ่อน

1. แคมลงวันในสวนเยอะมาก
2. อาหารรอนานพอสมควร
3. ราคาแพงเมื่อเทียบกับร้านอื่นๆ

## 2) ร้าน Dee Gunn Café

ภาพที่ 2.4 : แสดงภาพร้าน Dee Gunn Café



ที่มา : ร้านดีกันคาเฟ่. (2564). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/DeeGunnCafe/>

คาเฟ่น่ารักใกล้วัดท่าไม้และวัดท่ากระเป๋อ เป็นคาเฟ่ที่เกิดจากความชอบท่องเที่ยวและอยากทำตามความฝันของเจ้าของร้าน ส่วนของชื่อที่ตั้งว่าดีกันนั้น เกิดจากในช่วงที่เริ่มต้นทำคาเฟ่แห่งนี้ เจ้าของร้านกับแฟนทะเลาะกันบ่อยๆ มีการร้องอนกันในระหว่างสร้างคาเฟ่จึงได้ไอเดียนำมาตั้งเป็นชื่อร้านสุดน่ารัก โชนที่นั่งภายในร้านมีให้เลือกนั่งทั้งโซนอินดอร์ในห้องแอร์และโซนเอาท์ดอร์นั่งริมน้ำ ทั้งยังมีเรือให้พายเล่น มีสะพานข้ามร่องสวน ให้อาหารปลาได้และมุมถ่ายรูปมากมาย เมนูเด็ดๆ ที่ใครมาเยือนที่นี่ต้องสั่งข้าวผัดน้ำพริกปลาหู จีบคู่มากับกุหลาบอัญชันโชดา สายของหวานต้องลองชีสพาย ดีกันทานเข้าไปแล้วละลายในปากเลย เรียกได้ว่ามาเที่ยวที่นี่ได้ครบทุกอารมณ์จริงๆ

**ที่ตั้ง :** 76/6 หมู่.1 ต.ท่าไม้ อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร เบอร์ติดต่อ 090-970-3512

**เปิดบริการ :** เปิดบริการทุกวันเวลา 09.00-19.00 น.

### จุดแข็ง

1. เปิดมานานเป็นที่นิยมของผู้บริโภค
2. มีพื้นที่หลายโซนให้เลือกนั่ง
3. มีเมนูอาหารและเครื่องดื่มให้เลือกหลากหลาย
4. บรรยากาศของร้านร่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อน
5. มีมุมสวยๆไว้ให้ลูกค้าได้ถ่ายภาพเยอะ

### จุดอ่อน

1. รสชาติของอาหารยังไม่ถูกปากของลูกค้า

### 3) พอส เตอะ ไทม์ (Pause The Time)

ภาพที่ 2.5 : แสดงภาพร้าน Pause The Time



ที่มา : ร้าน *Pause The Time*. (2564). สืบค้นจาก [https://www.facebook.com/pausethe\\_timestore/](https://www.facebook.com/pausethe_timestore/)

คาเฟ่ในบรรยากาศสุดชิลล์ ที่บ้านแพ้วสมุทรสาคร มาพร้อมโซนที่นั่งอินดอร์ในห้องแอร์ โซนเทอร์ริสริมสระน้ำและโซนซุ้มริมน้ำเหมาะกับการมานั่งพักผ่อนชิลล์ๆ ในวันหยุด ที่นั่งเพิลิตเพิลินจนไม่อยากลุกไปไหนเลยทีเดียว อาหารที่ร้านเป็นสไตล์ฟิวชั่น และอาหารไทย เมนูเด็ดแนะนำของที่นี่คือ สตีกหมู สปาเก็ตตี้ผัดซีเมาทะเล ต้มโคลบัวกุ้งสด ต้มคอกหมูย่าง สำหรับสายหวานต้องสตรว์เบอร์รี่โทสต์ จับคู่มากับชาเขียวโกโก้เข้มข้น อิ่มแล้วก็สามารถพายเรือเล่นในสระน้ำได้อีกด้วย

**ที่ตั้ง :** 154 หมู่.9 ต.บ้านแพ้ว อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร เบอร์ติดต่อ 092 335 3722

**เปิดบริการ :** วันอังคาร-อาทิตย์ เวลา 11.00-19.00 น. (ร้านหยุดวันจันทร์)

#### จุดแข็ง

1. เปิดมานานเป็นที่นิยมของผู้บริโภค
2. บรรยากาศดี ท่ามกลางธรรมชาติที่ร่มรื่น
3. มีรายการอาหารสไตล์ฟิวชั่น และอาหารไทยให้เลือกมากมาย

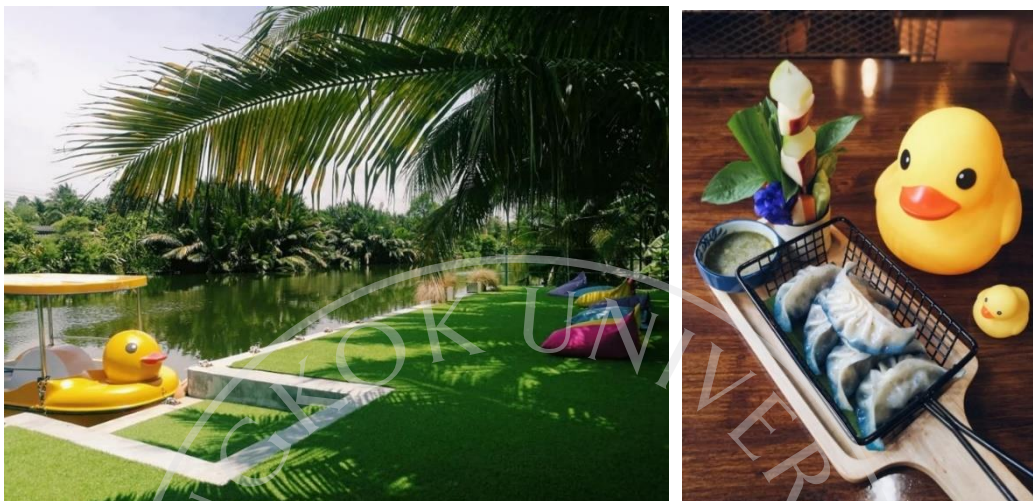
#### จุดอ่อน

1. ที่นั่งใน Indoor ค่อนข้างแคบ และ
2. แอร์ที่ใช้ใน Indoor เล็กทำให้ความเย็นไม่ทั่วถึง
3. ที่จอดรถมีไม่เยอะแต่เดินไม่ไกล



#### 4) โคโค ดีค คาเฟ่ (Coco Duck Café)

ภาพที่ 2.6 : แสดงภาพร้าน Coco Duck Café



ที่มา: ร้าน *Coco Duck Café*. (2564). สืบค้นจาก <https://www.painaidii.com>

คาเฟ่สไตล์โฮมมีได้ฟิวเหมือนกินข้าวอยู่ที่บ้าน พร้อมวิวคลองท่าแล้ง ที่มีโซนให้เลือกนั่งทั้ง โซนอินดอร์ในห้องแอร์ และเอาท์ดอร์ใต้ถุนเรือนไทย ทั้งยังมีพื้นที่ให้นั่งเล่นริมน้ำท่าแล้ง พร้อมเรือ เป็ดขนาดใหญ่นั่งได้ 4-5 คนให้สับเล่นในลำธารอีกด้วย อาหารของที่นี่เป็นฝีมือของคุณแม่ของเจ้าของร้านเอง เมื่อบริการเสร็จของที่นี่ที่มาแล้วไม่สั่งไม่ได้คือ ยำส้มโอ ที่ใช้ส้มโอออแกนิกจากสวนฝั่งที่มีรสหวาน อมเปรี้ยวคลุกเคล้ากับน้ำยำแล้วได้รสชาติเผ็ดเปรี้ยวหวานลงตัว และนอกจากนั้นยังมีไก่ทอดซอสส้ม สูตรเฉพาะหาทานที่ไหนไม่ได้ต้องมาชิมที่ โคโค ดีค คาเฟ่ เท่านั้น

**ที่ตั้ง :** 21/2 หมู่.6 ต.หลักสาม อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร เบอร์ติดต่อ 063-396-4694

**เปิดบริการ :** วันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

เวลา 10.00-18.00 น. (ครัวปิด แต่สามารถนั่งต่อได้)

##### จุดแข็ง

1. บรรยากาศของร้านที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อน มีความเป็นธรรมชาติ
2. อาหารที่มีคุณภาพเน้นวัตถุดิบออแกนิกและความสดใหม่

##### จุดอ่อน

1. รออาหารที่สั่งนาน
2. มีที่จอดรถในการบริการลูกค้าน้อย

## 5) บ้านไทยคาเฟ่ (Baan Thai Cafe)

ภาพที่ 2.7 : แสดงภาพร้านบ้านไทยคาเฟ่ (Baan Thai Cafe)



ที่มา : บ้านไทยคาเฟ่ (Baan Thai Cafe). (2564). สืบค้นจาก <https://www.tripgether.com>

บ้านไทยคาเฟ่ มาพร้อมกับคอนเซ็ปต์ We grow organic and coffee brew ฟาร์มสุขแม่ พ่อที่ส่งต่อถึงลูก อีกหนึ่งคาเฟ่เล็กๆ ที่อยากให้ลองไปสักครั้งหนึ่ง เป็นความมินิมอลกับธรรมชาติที่ลงตัว จนไม่อยากให้พลาด ที่นี่เป็นฟาร์มเล็กๆ ที่ปลูกผักออแกนิกของแม่พ่อ ส่งต่อถึงรุ่นลูกที่ยังคงสานต่อการปลูกผักรักษาคุณภาพ และต้องการส่งต่อสุขภาพที่ดีให้ทุกคนด้วยนั่นเองค่ะ เหมาะสมกับการเป็นคาเฟ่ของสายเฮลตี้มากๆ นั่งกินสลัดสวยๆ กินของหวานเบาๆ กับกาแฟรสชาติดีมากๆ

นอกจากกาแฟแล้วที่นี่ยังมีเครื่องดื่ม Signature อย่าง Strawberry blacktea เพื่อเพิ่มความสดชื่น ตัดเลี่ยนของหวานได้เป็นอย่างดี และอีกหลายเมนูของหวานที่ทางร้านเลือกและคัดสรรแต่วัตถุดิบดีๆ มาเพื่อบริการความสุขของลูกค้าทุกคน ไม่ว่าจะสายเฮลตี้ สายสวีทตี้ ก็สามารถเอ่ยจอย บ้านไทยคาเฟ่ได้ บรรยากาศความมินิมอลเป็นโจทย์ที่ตอบได้ทุกคำถามของคาเฟ่แห่งนี้ ไม่ว่าจะคุณจะได้สัมผัสแค่ไหน ห้ามพลาดที่จะแวะมาที่นี่เด็ดขาด!

**ที่ตั้ง :** 157 หมู่ 2 บ้านไทยฟาร์ม ต.ยกกระบัตร อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร เบอร์ติดต่อ 0901389342

**เปิดบริการ :** ทุกวันเวลา 09.00-20.00 น.

### จุดแข็ง

1. ร้านกาแฟสไตล์บ้านสวน ตกแต่งโทนสีขาวล้อมรอบด้วยกระจกใส แต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์สีขาว และที่นั่งนอกร้านกลางน้ำไว้บริการให้ลูกค้า
2. วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร ปลอดภัย และมีความสดใหม่ตลอด
3. เป็นคาเฟ่ของสายเฮลตี้ เพราะมีฟาร์มปลูกผักออแกนิก สำหรับผู้ที่รักสุขภาพ

4. มีพื้นที่ไว้คอยบริการลูกค้ากว้างขวาง มีมุมให้ถ่ายรูปเยอะ
5. อาหารและเครื่องดื่มภายในร้านราคาไม่แพง
6. มีไวไฟให้ลูกค้าใช้

#### **จุดอ่อน**

1. มีเมนูอาหารและเครื่องดื่มให้เลือกน้อย
2. เครื่องดื่มรอนานมาก

### **2.2.2 คู่แข่งขันทางอ้อม**

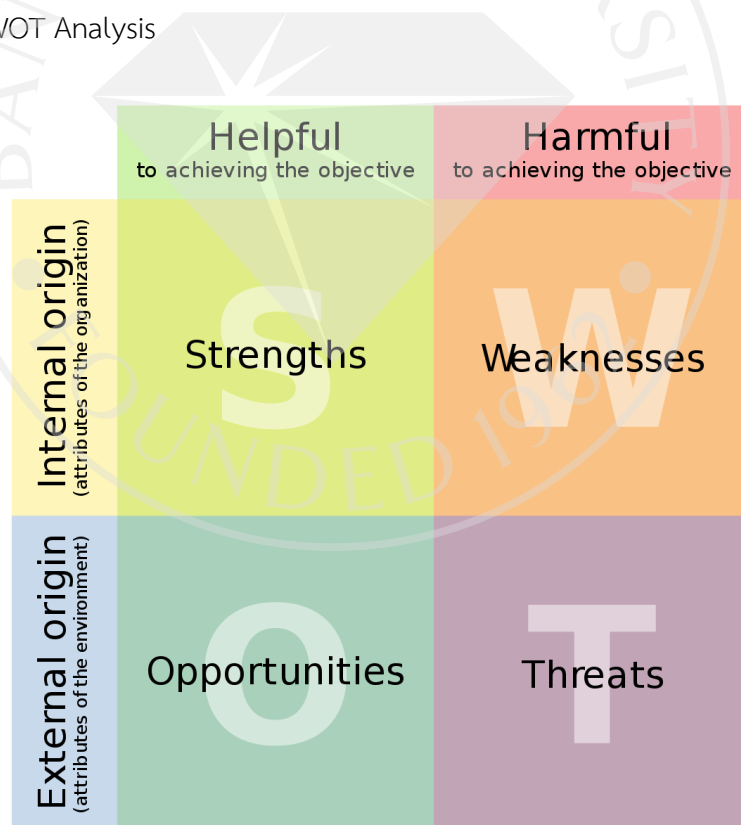
สำหรับคู่แข่งทางอ้อมของธุรกิจร้าน Coconut Coffee นี้คือธุรกิจร้านอาหาร หรือธุรกิจอื่นๆ ที่มีบริการการขายเครื่องดื่มกาแฟ ชา เบเกอรี่ ฯลฯ ภายในร้าน มีหน้าร้านที่ตั้งอยู่ในพื้นที่บ้านแพ้ว โดยคู่แข่งในกลุ่มนี้มีจุดแข็งเรื่อง เน้นเมนูอาหารที่รับประทานง่าย เป็นที่คุ้นเคยของผู้บริโภค ราคาไม่แพง จุดอ่อน คือ ร้านอาหารประเภท Café นี้ มีจำนวนมากอยู่แล้ว และอาหารไม่มีความแตกต่าง การจัดตกแต่งร้านแบบเรียบๆ ซึ่งผู้บริโภคสามารถหารับประทานร้านอื่นแทนได้ อาทิเช่น ร้าน Big Teddy Cafe ที่ตั้งอยู่บริเวณหนองสองห้อง บ้านแพ้ว สมุทรสาคร เป็นร้านที่มีบริการครบครันด้วยเมนูมีทั้งอาหารคาวหวาน แต่อาหารคาวจะเป็นเมนูอาหารง่ายๆ เป็นต้น

### บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

จากการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมและการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจร้านกาแฟสด ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจประเภทนี้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเราสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ มาปรับใช้ให้เหมาะสมเพื่อเป็นการสร้างกลยุทธ์ของกิจการหรือการจัดการกับสภาพแวดล้อมภายใน เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งในส่วนนี้จึงใช้ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ถึงสภาพขององค์กรในปัจจุบัน โดยจะมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ (SWOT Analysis)

ภาพที่ : 3.1 SWOT Analysis





### 3.1.1 จุดแข็ง (Strength)

1. ร้าน Coconut Coffee มีกาแฟสดสูตรพิเศษเป็นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ที่ใช้มะพร้าว น้ำหอมสดจากในสวนเพิ่มความหวานละมุน ผสานความหอมกรุ่นของกาแฟจากดอยสูง
2. การเลือกเมล็ดกาแฟพันธุ์อราบิก้า จากดอยสูงที่เป็นวัตถุดิบหลัก ด้วยการคัดสรรมาเป็นพิเศษ และผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน
3. มีมะพร้าว น้ำหอมที่มีคุณภาพ และสดใหม่เป็นส่วนประกอบหลักของเครื่องดื่มกาแฟสด และเบเกอรี่ จากในสวนที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อ
4. รูปแบบและบรรยากาศของร้านมีความเป็นเอกลักษณ์ ทามกลางความเป็นธรรมชาติของสวนมะพร้าวขนาดใหญ่ ให้ความรู้สึกร่มรื่นและเย็นสบาย มีแพไม้ไผ่แข็งแรง มุงด้วยหลังคาจากเข้ากับธรรมชาติรอบข้าง แม้จะไร้เครื่องปรับอากาศ แต่ก็ไม่ร้อนอบอ้าว ห้องร้องน้ำเป็นสีฟ้าใสช่วยเพิ่มความเย็นสดชื่น นั่งดื่มตำบรยากาศดี ๆ และทานเบเกอรี่ ที่เสิร์ฟมาพร้อมกับกาแฟหรือเครื่องดื่มต่าง ๆ
5. ขยายในปริมาณที่เหมาะสมกับราคาของผู้บริโภค

### 3.1.2 จุดอ่อน (Weakness)

1. ชื่อแบรนด์ของร้าน ยังไม่เป็นที่รู้จักและยังไม่มีเครือข่ายความสัมพันธ์กับลูกค้า เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด จึงมีการทำ Online Marketing โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เป็นตัวช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับร้าน รวมทั้งการอัปเดตโปรโมชัน เพื่อให้ร้าน Coconut Coffee เป็นที่รู้จักได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วมากขึ้น
2. กิจการมีขนาดเล็กและเพิ่งเข้าสู่ตลาด ข้อจำกัดทางด้านเงินทุนทำให้ไม่สามารถปรับตัวตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงได้ในทันที
3. ขั้นตอนการผลิตกาแฟสดและเครื่องดื่มต่าง ๆ ต้องทำทีละแก้ว ทำให้เกิดความล่าช้า เสียโอกาสในการขาย ใช้เวลาประมาณ 3 นาทีต่อแก้ว ซึ่งในกรณีที่มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นจึงต้องเพิ่มจำนวนพนักงานเพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

### 3.1.3 โอกาส (Opportunity)

1. พฤติกรรมในการดื่มกาแฟของผู้บริโภคมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปที่จะดื่มกาแฟสดมากขึ้น
2. ในปัจจุบันผู้บริโภคคาดหวังรูปแบบของร้านคาเฟ่ ที่แปลกตา สร้างสรรค์ และแตกต่างออกไปจากเดิม ไม่เพียงแต่เป็นสถานที่สำหรับซื้อกาแฟสด แต่ยังเป็นสถานที่สำหรับพบปะสังสรรค์ของคนในครอบครัว หรือเพื่อนๆ ซึ่งเป็นทั้งสถานที่สำหรับใช้พักผ่อน ผ่อนคลายในวันหยุดจากชีวิตที่เร่งรีบในทุก ๆ วัน และยังเป็นสถานที่ถ่ายภาพสวยๆของผู้บริโภคในยุคโซเชียลอีกด้วย
3. มีแหล่งเพาะปลูกกาแฟพันธุ์อราบิก้าที่มีคุณภาพในประเทศไทย

4. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อย่างต่อเนื่องทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี อีกทั้งสถาบันทางการเงินยังให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสในการจัดหาแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินต่าง ๆ

### 3.1.4 อุปสรรค (Threat)

1. กาแฟสดเป็นเครื่องดื่มเฉพาะกลุ่ม และบริโภคเฉพาะเวลา
2. คุณสมบัติของกาแฟที่สามารถช่วยให้ไม่ง่วง สามารถทดแทนด้วยเครื่องดื่มอื่นได้
3. ต้นทุนในการเปลี่ยนไปบริโภคร้านอื่นต่ำ (Switching Cost) ซึ่งทำให้มีโอกาสเสียลูกค้าได้ง่าย รวมถึงการแข่งขันในตลาดสูงขึ้น ผู้ประกอบการหลาย ๆ รายอยากที่จะนำเสนอสินค้าที่แตกต่างออกมาเพิ่มขึ้น
4. คู่แข่งขันมีจำนวนมากทั้งผู้ประกอบการรายใหม่และผู้ประกอบการรายเดิม เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก ไม่จำเป็นต้องอาศัยความชำนาญและประสบการณ์ก็สามารถทำธุรกิจร้านกาแฟสดได้เช่นเดียวกัน
5. กาแฟบรรจุกระป๋องแบบสำเร็จรูปมีจำหน่ายทั่วไปในร้านสะดวกซื้อ

## 3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

### 3.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

“Coconut Coffee” เป็นผู้จำหน่ายเครื่องดื่มกาแฟสดและเบเกอรี่มะพร้าว น้ำหอมที่ดีและมีคุณภาพที่สุด

### 3.2.2 พันธกิจ (Mission)

1. มุ่งเน้นที่วัตถุดิบหลักในการทำกาแฟสด เครื่องดื่มต่าง ๆ และ เบเกอรี่ที่มีคุณภาพ สดใหม่ สะอาด และรสชาติที่อร่อย
2. ร้านกาแฟสดมะพร้าว น้ำหอมที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยการประยุกต์มะพร้าว น้ำหอม วัตถุดิบที่ขึ้นชื่อของบ้านแพ้ว มาเป็นส่วนประกอบของกาแฟและเบเกอรี่เข้าด้วยกันได้อย่างลงตัว
3. สร้างตราสินค้าร้านกาแฟสดของคนไทย
4. ให้บริการด้วยความรวดเร็วและจริงใจสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า
5. ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดี โดยการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า ลดการทิ้งเศษอาหารโดยไม่จำเป็น และการใช้วัสดุต่าง ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

### 3.2.3 เป้าหมาย (Goal)

#### 1. เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

- (1) ทำให้ร้าน Coconut Coffee เป็นคาเฟ่ เป็นที่มีชื่อเสียงรู้จักของนักท่องเที่ยวในบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
- (2) มีโปรโมชั่นที่สามารถดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (3) สินค้า และการบริการที่ได้มาตรฐานตรงตามที่กำหนด
- (4) ต้องการยอดขายกาแฟสดและเครื่องดื่มในร้าน Coconut Coffee ในแต่ละวันอย่างน้อย 150 แก้วต่อวัน

#### 2. เป้าหมายระยะกลางภายใน 3-5 ปี

- (1) ขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มเติมนอกเหนือจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อเพิ่มฐานลูกค้า ยอดขาย และทำให้ร้าน Coconut Coffee เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
- (2) สามารถคืนเงินทุนได้ตามกำหนด
- (3) มียอดขายเพิ่มสูงขึ้นจากเดิม 20%

#### 3. เป้าหมายระยะยาว 5 ปีขึ้นไป

- (1) รักษามาตรฐานของสินค้า รวมทั้งคุณภาพ ความสะอาด และบริการด้วยความจริงใจต่อลูกค้า
- (2) ลูกค้าเดิมยังคงกลับมาใช้บริการร้าน Coconut Coffee ซ้ำ ๆ
- (3) มียอดขายสินค้าคงที่และเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

### 3.2.4 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ (Business Goals)

1. สร้างธุรกิจร้าน Coconut Coffee ให้เป็นที่รู้จัก
2. บริหารจัดการร้าน Coconut Coffee เพื่อให้มียอดขายและผลกำไรสูงสุด
3. สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพมากขึ้น
4. มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ไม่เกิน 3 ปี

### 3.2.5 แนวทางกลยุทธ์ขององค์กร

#### 1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate strategy)

เป็นตัวกำหนดทิศทางโดยรวมขององค์กร และบทบาทของแต่ละหน่วยธุรกิจทางกลยุทธ์ที่ถูกกำหนดขึ้นโดยผู้บริหารระดับสูง ซึ่งอาจเป็นผู้อำนวยการหรือคณะกรรมการ เพื่อจะควบคุมผลประโยชน์และการดำเนินงานขององค์กร เป็นกลยุทธ์ระดับที่กว้างที่สุดของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ผู้บริหารระดับสูงจะมีหน้าที่ตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทางการทำงานขององค์กรเป็นกล

ยุทธ์ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์หลัก ภาพรวมขององค์การ หรือเป็นกลยุทธ์ในระดับนโยบาย (Policy-Level Strategy) ที่ตอบสนองแผนงานขององค์การที่เป็นหน่วยราชการ

- 1) การกำหนดตลาดหรือธุรกิจที่ควรจะดำเนินการ
- 2) การกำหนดแนวทางของธุรกิจว่าลักษณะใดที่ควรจะไปดำเนินการ หรือต้องการที่จะดำเนินการ
- 3) ตัดสินใจในด้านการจัดสรรทรัพยากรต่างๆให้กับธุรกิจ
- 4) การสร้างและพัฒนาบุคลากรในองค์การให้มีความสามารถในการแข่งขัน
- 5) การพัฒนาองค์การให้มีความสามารถในการแข่งขัน

อย่างไรก็ตามสำหรับกลยุทธ์ของกิจการร้าน Coconut Coffee คือ ต้องการให้สินค้าและบริการของร้านเป็นที่รู้จักและติดตลาดทั้งจังหวัดและทั่วประเทศ ภายในระยะเวลา 3 ปี ซึ่งถือได้ว่าเป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างกระชับ เราจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการสร้างชื่อเสียงให้กับกิจการได้อย่างรวดเร็ว โดยจะโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก เพื่อให้ง่ายต่อการทำการตลาด สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก เพิ่มยอดขาย และวางกลยุทธ์ให้ตรงเป้าหมายมากที่สุด ทั้งนี้จะเริ่มจากการทำการตลาด การหาข้อมูลของคู่แข่งว่าคู่แข่งทางการตลาดมีสินค้าแบบไหนบ้าง มีการทำโฆษณาผ่านทางไหนอย่างไรบ้างและนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับเปลี่ยนวางแผนกับสินค้าและบริการของกิจการให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง นอกจากนี้จะเน้นให้ความสำคัญกับการหาแหล่งวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพอย่างดี สะอาด และสดใหม่อยู่เสมอ รวมทั้งการฝึกอบรมการบริการให้พนักงานทุกคนให้มีคุณภาพและความรับผิดชอบต่องานที่รับผิดชอบ อีกทั้งการให้บริการแบบ Take away เป็นอีกกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ร้าน Coconut Coffee ต้องการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น โดยจะมีการอัพเดทโปรโมชั่นช่วงเทศกาลหรือแนะนำเมนูใหม่ๆประจำร้าน ที่ลูกค้าสามารถดูรายละเอียดสินค้าได้จากที่บ้าน แล้วกดซื้อได้เลยโดยไม่ต้องมาที่ร้านด้วยตัวเอง ซึ่งกลยุทธ์นี้ก็ทำให้ร้าน Coconut Coffee เพิ่มยอดขายเข้ามาได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถทำควบคู่ไปกับการขายหน้าร้านปกติ เพื่อรักษารฐานลูกค้าทั้งกลุ่มที่พร้อมจะมาใช้บริการหน้าร้าน และกลุ่มที่สะดวกใช้บริการแบบออนไลน์ เพื่อยอดขายแบบระยะยาวนั่นเอง

## 2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business strategy)

หลังจากที่ได้กำหนดทิศทางกลยุทธ์ระดับองค์การแล้วมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องหาวิธีการเพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและการดำรงอยู่ได้ขององค์การอย่างยั่งยืน เพื่อให้องค์การสามารถบรรลุผลในเป้าหมาย รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ หรือกลยุทธ์แข่งขัน (Business or Competitive strategy) จึงเป็นวิธีที่เหมาะสมและมีความสอดคล้อง เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่กำหนดโดยผู้บริหารระดับกลางเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน หรือเพื่อดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักขององค์การหรือสามารถดำเนินกิจกรรมตามกลยุทธ์ที่องค์การ

กำหนดขึ้น เพื่อใช้ในการดำเนินงานที่มุ่งปรับเปลี่ยนการแข่งขันของสินค้าหรือบริการที่จะใช้ทรัพยากร ให้มีความโดดเด่น เพื่อการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งภายในอุตสาหกรรม (สมยศ นาวีการ, 2544)

กลยุทธ์ระดับธุรกิจได้ถูกศึกษาครั้งแรกโดย Micheal E. Porter โดยนำเสนอแนวคิด การดำเนินงานขององค์กรจะมีทางเลือก 3 ทาง ได้แก่การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการจำกัดขอบเขตของกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจเป็นการตอบคำถามของ หน่วยธุรกิจให้ได้ว่า “จะทำการแข่งขัน โดยสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งทางธุรกิจอย่างไร หรือ ด้วยวิธีการใด” จุดเริ่มต้นของการดำเนินงานด้านกลยุทธ์ระดับธุรกิจคือ การพิจารณาองค์การว่าอยู่ใน ธุรกิจใด เพื่อแบ่ง ส่วนของธุรกิจให้มีความชัดเจน กิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจจะกระทำโดยหน่วยธุรกิจ ทางกลยุทธ์(Strategic Business Unit: SBU) ดังนั้น หน่วยธุรกิจทางกลยุทธ์จึงหมายถึงหน่วยปฏิบัติ ที่รับผิดชอบในการวางแผนสินค้าหรือการให้บริการแต่ละประเภท เพื่อให้การดำเนินงานสามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ เมื่อเปรียบเทียบการแข่งขันกับคู่แข่งโดยทั่วไป การกำหนดกลยุทธ์ในระดับ ธุรกิจนั้นจะต้องพิจารณาปัจจัยที่ สำคัญ 6 ประการ คือ

- 1) คู่แข่งขัน (Competitor) ต้องสามารถระบุได้ว่า ใครคือคู่แข่ง
- 2) ราคาของสินค้าและบริการ (Price) ควรกำหนดไว้เหมือนกันหรือเป็นไปในทิศทาง เดียวกัน
- 3) ลูกค้าเป้าหมาย (Customer) ต้องสามารถระบุได้ว่าใครคือลูกค้า
- 4) คุณภาพของสินค้า (Quality) เป็นการกำหนดความแตกต่างของคุณภาพสินค้าได้
- 5) ความสัมพันธ์กับหน่วยธุรกิจอื่น (Relations) แต่ละหน่วยงานควรมีความสัมพันธ์ กันเพื่อความสอดคล้องในการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร
- 6) การไม่ลงทุนหรือการเลิกดำเนินกิจการ (Divestment or Liquidation) เป็นการ ตัดสินใจจากปัจจัยหรือทรัพยากรที่มีในองค์กร เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จตาม เป้าหมายที่ตั้งไว้ หากสินค้าและบริการของแต่ละหน่วยธุรกิจไม่สามารถดำรงอยู่ได้ควรเลิกลงทุนใน การเลือกใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องมีการประเมินตนเองให้ได้ว่า มีความเข้มแข็งในเรื่องใดและมีความสามารถในการทำกำไรจากกลยุทธ์ใดและการทำกำไรจะ เปลี่ยนแปลงเมื่อใด เพื่อกำหนดขอบเขตธุรกิจ สภาวะการแข่งขัน ตลอดจนการกำหนดขอบเขตของ ตลาด จากนั้นมีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในของธุรกิจและปัจจัยภายนอก รวมทั้งคู่แข่งเพื่อกำหนดกล ยุทธ์ของธุรกิจให้เป็นแนวทางเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการรักษาสถานการณ์แข่งขันไว้ได้

ซึ่งการสร้างการแข่งขันในการแข่งขันเกิดจาก 4 ปัจจัย ดังนี้

- 1) ประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้วยค่าใช้จ่ายของปัจจัยการผลิตสินค้า องค์กรที่มี ประสิทธิภาพสูง จะมีต้นทุนในการผลิตสินค้าที่ต่ำ

- 2) คุณภาพ (Quality) เป็นตัวบ่งชี้ความน่าเชื่อถือของสินค้า
- 3) การก่อให้เกิดสิ่งประดิษฐ์ใหม่ (Innovation) ได้แก่ วิธีการดำเนินงานขององค์กรที่ก่อให้เกิดสินค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอหรือมีกระบวนการผลิต ระบบการบริหารจัดการ และวิธีการใหม่ๆ ที่องค์กรนำมาใช้
- 4) การสนองความต้องการของลูกค้า (Customer responsiveness) คือ การที่เราสามารถขาย สินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

สำหรับธุรกิจร้าน Coconut Coffee จึงเลือกใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มาพัฒนาแนวคิดของร้าน Coconut Coffee ให้มีความแตกต่างจากธุรกิจในตลาดเดียวกัน โดยทั้งในด้านของรสชาติการแปศदन้ำมันมะพร้าว น้ำหอมแท้ ที่มีความเข้มข้นของกาแฟพันธุ์ราบิก้า จากดอยตุง และความหวานหอมกลมกล่อมจากน้ำมันมะพร้าว น้ำหอม ซึ่งรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะจากทางร้าน และยังมีสินค้าอื่น ๆ ที่ส่วนมีประกอบหลักของมะพร้าว น้ำหอมจากในสวน ทั้งสดใหม่และมีคุณภาพแตกต่างคู่แข่ง อีกทั้งยังมีความแตกต่างในด้านของสถานที่ตั้งร้าน Coconut Coffee ภายในสวนมะพร้าวเขียวขจีบนพื้นที่กว่า 5 ไร่ ซึ่งบริเวณร้านนั้นจะกว้างขวางจึงมีระบบรองรับการจ่ายเงินของลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกการบริการ โดยให้ลูกค้าสั่งเครื่องดื่มและอาหารแล้วจ่ายเงินก่อนให้ลูกค้ารับประทานอาหารที่สั่ง ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกที่นั่งได้ตามที่ชอบ ทั้งใน Zone Outdoor จะมีแพไม้ไผ่แข็งแรงให้ความรู้สึกเย็นสบาย มุงด้วยหลังคาจากเข้ากับธรรมชาติรอบข้าง ไม่ร้อนอบอ้าว และยังห้องร่อนน้ำเป็นสีฟ้าใสช่วยเพิ่มความเย็นสดชื่นอีกด้วย ส่วน Zone Indoor ตัวร้านตกแต่งล้อมรอบด้วยกระจกใส ให้ความรู้สึกเป็นอิสระ ร่มรื่นสบายตา ที่เหมาะจะนั่งชิลล์ หรือจะชวนเพื่อน ๆ มาปลดปล่อยความเครียด ในบรรยากาศห้องแอร์ที่เย็นสบาย พร้อมกับมุมถ่ายรูปสวย ๆ เสมือนได้มาเที่ยวมาพักผ่อนอีกด้วย ซึ่งจากความแตกต่างนี้จะสามารถสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ในรูปแบบที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้

### 3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional strategy)

กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้กำหนดวิธีการในการสนับสนุนกลยุทธ์ในระดับธุรกิจ โดยเป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานย่อย ๆ ภายในองค์กร การกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาหรือกำหนดวิธีการทำงานของหน่วยงานย่อยเหล่านี้ ก็เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ในระดับธุรกิจที่กำหนดขึ้นเป็นวิธีการหรือรูปแบบที่องค์กรนำไปใช้ โดยมุ่งเน้นที่การใช้ทรัพยากรขององค์กรที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุดในทุกกิจกรรมของหน่วยต่าง ๆ ภายในองค์กรต้องก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างสูงสุด อาจกล่าวได้ว่าการกำหนดกลยุทธ์ในระดับนี้เป็นการกำหนดกลยุทธ์ในระดับหน่วยงาน เช่น การตลาด การเงิน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิจัยและการพัฒนา เป็นต้น ซึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากแต่ละหน่วยงานต่างก็เป็นองค์ประกอบของกระบวนการสร้างคุณค่าเพิ่มของธุรกิจ เพราะต่างก็มุ่งบรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ



โดยส่วนรวม การกำหนดกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการจะเป็นการกำหนดกลยุทธ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการกำหนดกลยุทธ์ในระดับองค์การและระดับธุรกิจการกำหนดกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการจะแตกต่างจากกลยุทธ์ทั้ง 2 ระดับ ดังนี้ (เกริกยศ ชลายุชเดช 2546 ; อนิวัช แก้วจำนง 2551 ; วิจิต อุ่ออัน 2548 ; ญัฐพันธ์ เขจรนนท์, 2552)

- 1) การกำหนดกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการเป็นการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้ระยะเวลาสั้นน้อยกว่าการกำหนดที่กลยุทธ์ในระดับองค์การ
- 2) การกำหนดกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการจะมีลักษณะและมีการกำหนดทิศทางทางปฏิบัติงานที่เฉพาะเจาะจงและเน้นในการปฏิบัติที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากกว่าการกำหนดกลยุทธ์ในระดับองค์การ

กลยุทธ์ระดับหน้าที่สำหรับธุรกิจร้าน Coconut Coffee จะเป็นการรับผิดชอบงานในแต่ละฝ่าย เช่น ฝ่ายการเงิน จะรับผิดชอบโดยผู้จัดการร้านในเรื่องของรายรับ-รายจ่ายทั้งหมด และก่อนที่จะอนุมัติรายจ่ายทุกรายการต้องขึ้นตรงกับผู้จัดการร้านโดยตรงก่อนจะสามารถทำเรื่องการเบิกจ่ายได้ ส่วนในด้านของพนักงานเสิร์ฟนั้นจะมีการฝึกอบรมการให้บริการแก่พนักงานทุก ๆ เดือน โดยสร้างทัศนคติเชิงบวกในการบริการให้แก่พนักงาน เพื่อสามารถสร้างความประทับใจสูงสุดแก่ลูกค้า และส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของผลผลิตสินค้าและบริการที่เป็นเลิศ เพื่อเกิดความรู้สึที่ดีในการบริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ทางด้านฝ่ายผลิตจะมีการอบรมการทำกาแฟสดตามสูตรเฉพาะของทางร้านและเบเกอรี่ โดยยึดหลักการมุ่งมั่นพัฒนาและผลผลิตสินค้าที่มีมาตรฐาน ทั้งด้านคุณภาพ คุณค่าทางโภชนาการ และความปลอดภัย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสิ่งที่ดีที่สุด นอกจากนี้พนักงานทุกคนจะต้องมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในหน้าที่ของตนเอง โดยภายใต้การบริหารจัดการของผู้จัดการร้าน เพื่อจะพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการในร้าน Coconut Coffee ให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป

### 3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

#### 3.3.1 งานวิจัยหรือบทความที่เกี่ยวข้องกับตลาดของธุรกิจร้านกาแฟ

ตลาดกาแฟในประเทศไทย โดยเฉพาะกาแฟสดยังมีแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยหลักมาจากอัตราการบริโภคกาแฟสดของคนไทยที่ยังต่ำ เมื่อเทียบกับหลายประเทศคือ มีอัตราการบริโภคโดยเฉลี่ยประมาณ 1.2 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ต่ำกว่าคนในยุโรปที่ตัวเลขอัตราการบริโภคอยู่ที่ประมาณ 4-5 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ขณะที่คนในประเทศญี่ปุ่นมีการบริโภคกาแฟอยู่ที่ประมาณ 3 กิโลกรัมต่อคนต่อปี จากตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นว่าตลาดกาแฟสดยังมีโอกาสที่จะเติบโตได้มาก และตลาดการบริโภคกาแฟในไทยจะมีตัวเลขสูงขึ้นทุกๆ ปี ในปี 2562 ที่ผ่านมามีการประเมินมูลค่าธุรกิจร้านกาแฟที่อาจสูงถึง 2.58 หมื่นล้านบาท (ข้อมูลจากศูนย์วิจัยวิจัย เพื่ออุตสาหกรรมอาหาร) ทำให้นักลงทุนต่างหัน

มาสนใจธุรกิจนี้มากขึ้น ส่งผลให้แบรนด์กาแฟทั้งจากโลคอลแบรนด์ และต่างประเทศ เข้ามาในตลาด จึงมีร้านกาแฟ หรือคาเฟ่กระจายตัวอยู่ทั่ว ทั้งในสถานบริการน้ำมัน ห้างสรรพสินค้า ร้านกาแฟ รูปแบบ Stand alone หรือกระทั่งร้านกาแฟรถเข็น (แนวโน้มธุรกิจกาแฟเมืองไทย, 2563)

### 3.3.2 อธิบายข้อมูล ผลวิจัย หรือกรณีศึกษาที่นำมาใช้สนับสนุนการทำโครงการธุรกิจ

ภาพรวมของธุรกิจประเภทร้านกาแฟ ในปัจจุบันผู้บริโภคนิยมเข้าร้านกาแฟสดที่มีการตกแต่งร้านอย่างหรูหรา ทันสมัย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์เพื่อการผ่อนคลาย ที่เรียกได้ว่าร้านกาแฟพรีเมียม (Premium) กันมากขึ้น โดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ให้ข้อมูลว่า ร้านกาแฟพรีเมียม เป็นอีกธุรกิจที่น่าสนใจ จากกระแสความนิยมดื่มกาแฟมากขึ้นของคนไทยและการกระตุ้นตลาดของผู้ประกอบการ โดยการระดมกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความหลากหลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวหันมาดื่มกาแฟกันมากขึ้น อีกทั้งศูนย์วิจัยกสิกรไทยเห็นว่ากาแฟยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจเนื่องจากอัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ คือ น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัมต่อคนต่อปีหรือคิดเป็นเพียง 130-150 ถ้วยต่อคนต่อปี โดยคาดว่า มีคนไทยที่บริโภคกาแฟเพียงร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมดเท่านั้น ดังนั้น ธุรกิจกาแฟยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549)

### 3.3.3 สรุปผลการศึกษาหรืองานวิจัย ที่นำมาสู่การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ธุรกิจร้านกาแฟสดกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภค มีตั้งแต่ร้านกาแฟเล็กๆ ในย่านชุมชน ไปจนถึงร้านกาแฟใหญ่ที่ขายภาพลักษณ์และความสุนทรีย์ในการดื่มเป็นหลัก ปัจจัยสำคัญที่ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟและซื้อสินค้าภายในร้าน คือมีความพึงพอใจในเรื่องกรรมวิธีในการชงกาแฟให้ได้มาตรฐาน มีเครื่องดื่มอื่นๆ ให้เลือกมากมาย มีเครื่องดื่มกาแฟควบคู่ทั้งร้อนและเย็นหลายแบบเป็นจุดขาย มีอาหารว่างไว้รับประทานคู่กับกาแฟ เช่น ขนมปัง ขนมเค้ก คุกกี้ หรือแซนวิช ไว้บริการด้วย เน้นการตกแต่งร้านดูทันสมัย มีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใคร ซึ่งผู้จัดทำได้กำหนดกลยุทธ์ที่ทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักในตลาด โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook Instagram Website เป็นต้น ด้วยการสร้างโปรไฟล์ร้าน Coconut Coffee ใส่ข้อมูลที่สำคัญของร้านไว้ให้ครบถ้วนและถูกต้อง ทั้งในเรื่องของชื่อร้าน สถานที่ตั้ง ช่วงเวลาเปิด-ปิด เบอร์ติดต่อ รวมทั้งการนำเสนอภาพถ่ายสินค้าและบรรยากาศที่ร่มรื่นในร้าน เพราะลูกค้าใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับ Social Media ซึ่งในการศึกษากำหนดให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือกลุ่มลูกค้าที่เป็นพนักงานออฟฟิศ นักเรียน นักศึกษา นักธุรกิจ นักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไปทั้งเพศชายและหญิงที่นิยมดื่มกาแฟสดกันมากขึ้น



## บทที่ 4

### แผนการตลาด

แผนการตลาดของร้าน Coconut Coffee ได้ใช้ STP เป็นเครื่องมือวิเคราะห์การตลาดที่ประกอบด้วย Segmentation Targeting และ Positioning หรือ การแบ่งส่วนตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมาย การจัดตำแหน่งสินค้า โดยหน้าที่ของ STP คือการกำหนดเป้าหมาย จัดทิศทาง และวางแผนกลยุทธ์สำหรับการสร้าง 'จุดขาย' ของสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลักมากที่สุด

#### 4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Segmentation)

เกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนทางการตลาดด้วยหลักภูมิศาสตร์ (Geographic) หลักประชากรศาสตร์ (Demographic) และพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral) ดังนี้

##### 4.1.1 หลักภูมิศาสตร์ (Geographic)

ผู้ที่อาศัย ทำงาน ศึกษา หรือเดินทาง อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดใกล้เคียง

##### 4.1.2 หลักประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้มีการแบ่งตาม

- 1) อายุ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป
- 2) อาชีพ นักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท และอื่น ๆ
- 3) รายได้ อยู่ในระดับปานกลาง ถึงสูง โดยประมาณรายได้ตั้งแต่ 18,000 บาทเป็น

ต้นไป

4.1.3 หลักพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral) สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม โดยแบ่งจากพฤติกรรมของลูกค้า ดังนี้

- 1) Working User กลุ่มคนที่ต้องการหาสถานที่ทำงานใหม่ๆ โดยการเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์หรือแรงบันดาลใจใหม่ ๆ และต้องการบรรยากาศที่ผ่อนคลายในการทำงาน โดยเลือกใช้บริการร้าน Coconut Coffee เป็นสถานที่ทำงาน ทั้งนี้จะใช้เวลาในร้านประมาณ 3-4 ชั่วโมง
- 2) Relaxing User กลุ่มคนที่ต้องการสถานที่ในการพักผ่อน และใช้สถานที่ในการพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน หรือมุขสงบเป็นส่วนตัวไว้สำหรับพักผ่อน หรือทำกิจกรรมส่วนตัว รวมถึงไปดื่มกาแฟสูตรพิเศษจากทางร้าน และเบเกอรี่ที่ไม่เหมือนร้านอื่น โดยกลุ่มนี้จะใช้เวลาในร้านประมาณ 1-2 ชั่วโมง

## 4.2 การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Targeting Marketing)

ผู้จัดทำใช้หลักการ Targeting Strategy ในการเลือก Segments แบบ Multi-Segment Targeting โดยทำการเลือกกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ซึ่งสามารถแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) และกลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) ดังนี้

### 4.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

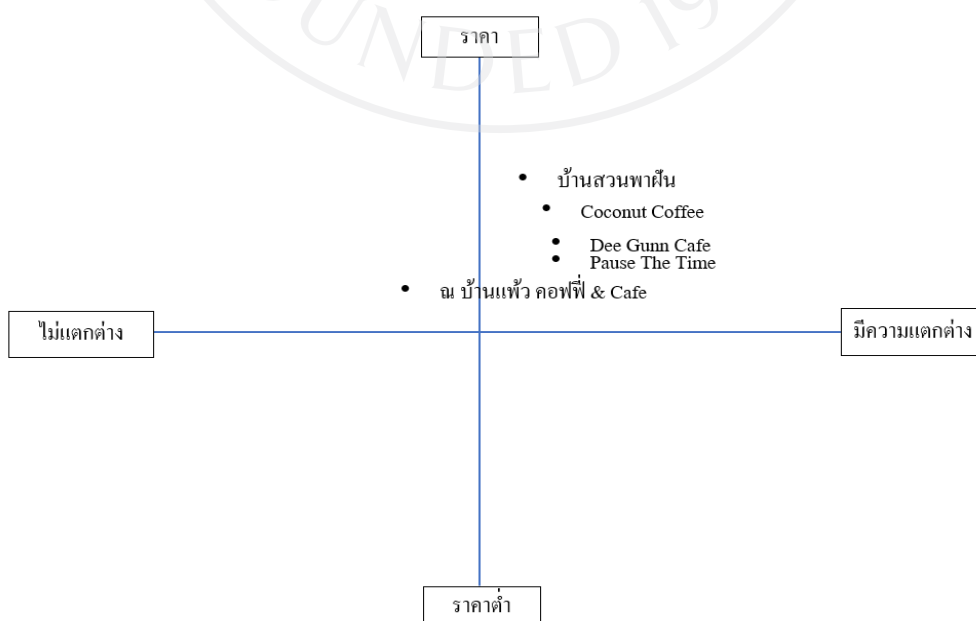
กลุ่ม Relaxing User กลุ่มคนที่ต้องการสถานที่ในการพักผ่อน และใช้สถานที่ในการพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ซึ่งกลุ่มนี้จะใช้เวลาในร้านน้อยกว่ากลุ่มคนที่ไปทำงาน คือ 1-2 ชั่วโมง แต่มีค่าใช้จ่ายต่อชั่วโมงสูงกว่า โดยพื้นที่สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ แต่ละโต๊ะจะต้องไม่ติดกันจนทำให้ลูกค้ารู้สึกอึดอัด โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอต่อจำนวนคนที่มาพบปะกัน สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการคนเดียว จะมีมุมสงบเป็นส่วนตัวไว้สำหรับพักผ่อน หรือทำกิจกรรมส่วนตัวได้ การเลือกใช้สถานที่ที่จะเลือกใช้สถานที่ที่เป็นธรรมชาติ ที่มีความร่มรื่น และมีที่ไว้สำหรับจอดรถ

### 4.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

กลุ่ม Working User เป็นกลุ่มคนที่ต้องการใช้สถานที่เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศในการทำงานคนกลุ่มนี้ต้องการบรรยากาศในร้านที่โล่ง โปร่ง สบาย ไม่แออัด คนไม่พลุกพล่าน เพื่อจะได้มีสมาธิในการทำงาน ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการการพักผ่อนไปด้วย การเลือกใช้สถานที่ที่เป็นธรรมชาติ ที่มีความร่มรื่น และมีที่ไว้สำหรับจอดรถเช่นกัน

## 4.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์/บริการ (Positioning)

ภาพที่ 4.1 : Product's Positioning Map



จากภาพข้างต้นแสดงการวางตำแหน่งร้านกาแฟต่าง ๆ ที่มีทำเลที่ตั้งใกล้เคียงกัน โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดจำนวน 4 แบรินด์ดังนี้ บ้านสวนพาฝัน, Dee Gunn Cafe, Pause The Time และ ณ บ้านแพ้ว คอฟฟี่ & Cafe โดยใช้การวิเคราะห์จากสองปัจจัยคือ ปัจจัยด้านความแตกต่างในหลากหลายสไตล์รวมทั้งรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และปัจจัยด้านคุณภาพเบเกอรี่และเครื่องดื่มที่เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง

#### 4.4 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

ร้าน Coconut Coffee ได้กำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดโดยใช้เครื่องมือ 4Ps ในการวางแผนการตลาดโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่ Product, Price, Place และ Promotion กำหนดแต่ละส่วนให้มีความสอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกัน

##### 4.4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ทางร้าน Coconut Coffee ได้สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยการใช้มะพร้าว น้ำหอมสดๆจากในสวนนำมาเป็นส่วนผสมในการทำกาแฟ เครื่องดื่ม และเบเกอรี่ อีกทั้งยังมีสูตรกาแฟที่เป็นสูตรเฉพาะของทางร้านและรสชาติที่โดดเด่นแปลกใหม่และดีต่อสุขภาพ ซึ่งจะเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานอย่างดี เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสิ่งที่ดี และใช้วัตถุดิบที่มีแคลอรีน้อย

สินค้าในร้าน Coconut Coffee แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ เครื่องดื่ม และเบเกอรี่ ซึ่งแต่ละเมนูจะมีความเป็นเอกลักษณ์ของบ้านแพ้ว คือใช้มะพร้าว น้ำหอมเป็นส่วนผสม มีการคัดสรรวัตถุดิบที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ สดใหม่ สะอาดอยู่เสมอ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) รายการเครื่องดื่ม Coconut Coffee เช่น กาแฟมะพร้าว น้ำหอม (เมนูชิคเนเจอร์ของทางร้าน) และยังมีเมนูอื่น ๆ อย่างชาเขียวมะพร้าว น้ำหอม โดย Coconut Coffee จะใช้ชาเขียวชั้นดีถึง 3 สายพันธุ์มาผสมกัน เพื่อให้ได้รสชาติและมีกลิ่นหอมตามสูตรของร้าน

ภาพที่ 4.2 : แสดงภาพตัวอย่างกาแฟมะพร้าวน้ำหอม



ภาพที่ 4.3 : แสดงภาพตัวอย่างชาเขียวน้ำมะพร้าวหอม



2) รายการของเบเกอรี่ Coconut Coffee เช่น มะพร้าวน้ำหอมบัตเตอร์ คือขนมเค้กมะพร้าวสไลด์โฮมเมด ที่มีความสดใหม่ เนื้อเค้กฟองนุ่มๆ กลิ่นใบเตยหอมกรุ่น สลับชั้นกับครีมสดหอมมัน ที่ยังได้รสสัมผัสสนุกๆ ของมะพร้าวขูด ซึ่งขนมเค้กสามารถรับประทานคู่กับกาแฟได้อย่างลงตัว นอกจากนี้ ยังมีขนมอื่น ๆ ที่ เช่น มาการองมะพร้าวน้ำหอม พายมะพร้าวน้ำหอม เค้ก

ชีฟฟอนมะพร้าวน้ำหอม เมอแรงก์มะพร้าวน้ำหอม พุดดิ้งมะพร้าวน้ำหอม และคุกกี้มะพร้าวน้ำหอม สำหรับทานเล่น หรือจะทานคู่กับกาแฟเพื่อเป็นอีกทางเลือกให้กับลูกค้าอีกด้วย

ภาพที่ 4.4 : แสดงภาพตัวอย่างมาการองมะพร้าวน้ำหอม



ภาพที่ 4.5 : แสดงภาพตัวอย่างมะพร้าวน้ำหอมบัตเตอร์





ภาพที่ 4.6 : แสดงภาพตัวอย่างขนมเค้กชิฟอนมะพร้าวน้ำหอม



ภาพที่ 4.7 : แสดงภาพตัวอย่างพายมะพร้าวน้ำหอม



ภาพที่ 4.8 : แสดงภาพตัวอย่างเมอแรงค์มะพร้าวน้ำหอม





ภาพที่ 4.9 : แสดงภาพตัวอย่างคุกกี้มะพร้าวหน้าหอม



#### 4.4.2 การกำหนดราคา (Price)

การตั้งราคาของทางร้าน Coconut Coffee ทางผู้จัดทำได้คำนึงถึง 3 ปัจจัย ที่จะนำมาพิจารณาประกอบการตั้งราคา คือ ผู้บริโภค คู่แข่ง และต้นทุน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้บริโภค เป็นการตั้งราคาที่ผู้บริโภครู้สึกว่าจะเหมาะสมและคุ้มค่าเมื่อเทียบกับสินค้าและบริการที่จะได้รับ รวมถึงเป็นราคาที่คุณบริโภค สามารถเข้าถึงได้
2. คู่แข่ง เนื่องจากปัจจุบันมีร้านกาแฟเป็นจำนวนมาก รวมถึงมีสินค้าทดแทน เป็นจำนวนมากเช่นกัน ดังนั้น ผู้จัดทำจึงได้เปรียบเทียบราคากับคู่แข่งทางตรง คือร้านบ้านสวนพาฝัน, Dee Gunn Cafe, Pause the Time และ ณ บ้านแพ้ว คอฟฟี่ & Cafe โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1 : แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง

รายการอาหาร	บ้านสวนพาฝัน	Dee Gunn Cafe	Pause The Time	ณ บ้านแพ้ว คอฟฟี่
เบเกอรี่และของหวาน	149 – 229 บาท	100 – 250 บาท	65 – 125 บาท	50 – 60 บาท
เครื่องดื่มประเภทกาแฟ	50 – 85 บาท	60 – 80 บาท	50 – 60 บาท	40 – 55 บาท
เครื่องดื่มประเภทอื่น	35 – 139 บาท	60 – 90 บาท	50 – 75 บาท	40 – 50 บาท

เมื่อพิจารณาราคาจากคู่แข่ง จึงคำนึงว่าราคาของเบเกอรี่และเครื่องดื่มของร้าน Coconut Coffee จะสูงกว่าคู่แข่งบางร้าน เพราะเบเกอรี่และกาแฟต่าง ๆ จะใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดี

3. ต้นทุน ราคาเครื่องดื่มและเบเกอรี่ต้องเป็นราคาที่สูงกว่าต้นทุน เพื่อให้ยังมีกำไรจากการดำเนินงานอยู่ Coconut Coffee จึงใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ Price Quality Strategy โดยใช้วิธี Mark Up จากต้นทุนของสินค้าแต่ละประเภท

การตั้งราคาของทางร้าน Coconut Coffee จะเลือกใช้การตั้งราคาบวกจากต้นทุนและ Price Quality Strategy เนื่องจากเครื่องดื่มและเบเกอรี่จากร้าน Coconut Coffee มีการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ดังนั้นเครื่องดื่ม และเบเกอรี่ทุกงานของที่ร้านจึงเป็นสินค้าที่มีคุณภาพจริง โดยจะมีการตั้งราคาบวกจากต้นทุน (Cost-Plus Pricing) ซึ่งตั้งราคาไว้ที่ต้นทุนเฉลี่ย 30% ต่อเมนูจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยทำงานมีรายได้ในระดับปานกลางถึงสูง เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ ดังนั้นทางร้านจึงกำหนดราคาเบเกอรี่โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 65-229 บาท/ชิ้น เครื่องดื่มประเภทกาแฟราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 50-90 บาท/แก้ว และเครื่องดื่มประเภทอื่น ๆ ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 35-120 บาท/แก้ว

**4.4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)** ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการของร้าน Coconut Coffee นั้นจะอยู่ในรูปแบบของการให้บริการหน้าร้าน โดยที่ตั้งอยู่ที่ บ้านเลขที่ 2 หมู่ 2 ต.บ้านแพ้ว อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่สวนมะพร้าว ที่มีบรรยากาศร่มรื่น เหมาะสำหรับการผ่อนคลายหลังจากการทำงาน มีความเป็นส่วนตัว และมีการแต่งร้านให้มีความเป็นธรรมชาติ มีมุมสวยๆสำหรับถ่ายภาพ เป็นปัจจัยที่สนับสนุนต่อการเดินทางมายังร้าน นอกจากนี้ยังมีบริการจอดรถที่กว้างขวาง และหากลูกค้าไม่สะดวกมาที่ร้านยังบริการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านทาง Grab, Food panda อีกด้วย

**4.4.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เนื่องจากร้าน Coconut Coffee เป็นร้านกาแฟที่กำลังจะเริ่มดำเนินกิจการ ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์หลักทางด้านการส่งเสริมการตลาดจึงต้องสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) รวมถึงสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ถึงตราของสินค้า (Brand Image) ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ตลาด พบว่า สื่อออนไลน์เป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายที่สุด ดังนั้นจึงเลือกเน้นการทำการส่งเสริมการตลาดโดยผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ โดยสิ่งที่ Coconut Coffee ต้องการจะนำเสนอ เพื่อให้ลูกค้าทดลองเข้ามาใช้บริการจนเกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำ ๆ

ทางร้าน Coconut Coffee จะมีบัตรสะสมแต้ม โดยการสะสมแต้มผ่านทาง Line ของทางร้าน โดยให้ลูกค้าสแกนคิวอาร์โค้ดเป็นสมาชิกจากทางร้านและทำการสะสมแต้ม ซึ่งจะนับการสะสมแต้มนี้จากจำนวนการสั่งซื้อสินค้าในร้าน 100 บาทเท่ากับ 1 แต้ม สะสมครบ 10 แต้ม รับเครื่องดื่มฟรี 1 แก้ว และมีการจัดโฆษณาผ่านเว็บไซต์และสื่อออนไลน์อื่น ๆ เช่น Like Facebook เพื่อที่จะให้ข้อมูลผู้บริโภคที่สนใจเข้ามาใช้บริการ พูดคุย และสามารถสอบถามข้อสงสัยต่าง ๆ จากทางร้าน Coconut Coffee อีกทั้งยังมีการส่งเสริมการขายอื่นๆ เช่น การแจกคูปองส่วนลด เพื่อให้

เกิดการตัดสินใจในการเข้ามาใช้บริการ และเกิดความสนใจที่จะเข้ามาลองใช้บริการ โดยการแจก  
 คุกกี้ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น คุกกี้ส่วนลดหลังใบแสดงใบเสร็จ คุกกี้ส่วนลดจากการกด Like และ  
 Share บน Facebook หรือ Instagram เป็นต้น

ดังนั้น Coconut Coffee จึงต้องการทำการตลาดโดยการบอกเล่าเรื่องราวของที่มา  
 ของการเปิดกิจการร้านกาแฟ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าและคุณภาพของเบเกอรี่และเครื่องดื่มของ  
 ร้าน ซึ่งจะเป็นไปทิศทางเดียวกันกับ Brand Image คือ การมุ่งเน้นในเรื่องของการชูเอกลักษณ์ของ  
 บ้านแพ้ว ผ่านเมนูที่มีส่วนผสมจากมะพร้าวในสวนของที่ร้าน ท่ามกลางบรรยากาศที่สบาย เป็นกันเอง  
 ทำให้ลูกค้าผ่อนคลายเหมือนได้รับการพักผ่อน

#### 4.5 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

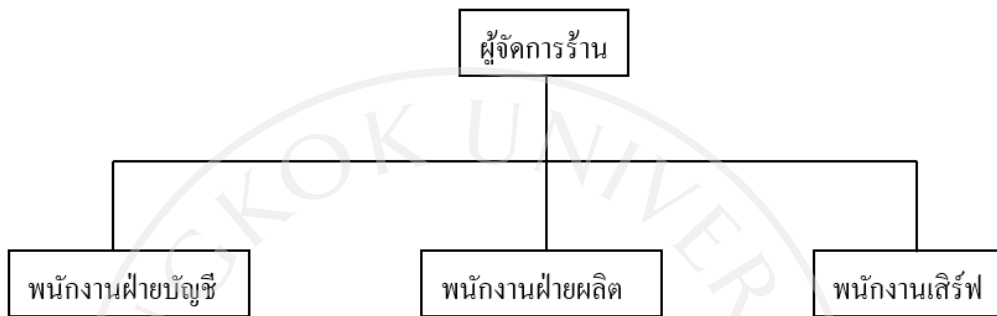
ทางร้าน Coconut Coffee วางแผนการดำเนินการจัดการโปรโมทโฆษณาช่องทางออนไลน์  
 ออฟฟิตเชียลของหน้าร้าน ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram)  
 และทวิตเตอร์ (Twitter) เพื่อสนับสนุนการสร้างการรับรู้และแนะนำผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นใน  
 ตลาด ช่วงเปิดร้านจะทำการจัดโปรโมชันให้กับลูกค้าดังนี้ แจกเครื่องดื่มฟรี 1 แก้ว เมื่อลูกค้าได้  
 เช็กอินที่ร้าน Coconut Coffee ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram)  
 เพื่อเป็นการโปรโมทร้านให้เป็นที่รู้จัก และเป็นการโปรโมทร้านเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้เกิด  
 ความสนใจและเพิ่มแรงจูงใจในการมาใช้บริการ และรู้จักจุดเด่นของทางร้าน Coconut Coffee ที่  
 ต่างจากร้านอื่น ทั้งด้านสถานที่รสชาติของเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ และการตกแต่งร้านไว้สำหรับ  
 ลูกค้าที่ชอบถ่ายภาพลงโซเชียลมีเดีย การบริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาซื้อ  
 ซ้ำ เมื่อมีฐานลูกค้าแล้วจะทำการเพิ่มรายการสินค้าในการจัดจำหน่ายหน้าร้าน เพื่อเพิ่มความ  
 หลากหลายในเมนูให้ลูกค้าได้เลือกซื้อเครื่องดื่มและเบเกอรี่ในร้าน และจัดทำกิจกรรมทางการตลาด  
 เพื่อเพิ่มความสนใจให้แก่ลูกค้าด้วย โปรโมชัน ซื้อ 10 แก้ว แถมฟรี 1 แก้ว  
 อีกทั้งยังมีป้ายโปรโมทร้านเพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนในชุมชนและผู้คนที่สัญจรผ่านไปมาได้เห็นและรู้จัก  
 ร้านมากขึ้น พร้อมทั้งทำป้ายบอกทางมาร้านให้กับลูกค้า

## บทที่ 5

### แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

#### 5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร

ภาพที่ 5.1 : โครงสร้างองค์กรและผังการบริหารร้าน Coconut Coffee



จากภาพข้างต้นแสดงภาพโครงสร้างองค์กรและผังการบริหารร้าน Coconut Coffee โดยมีผู้จัดการร้านเป็นผู้มอบหมายงานให้กับพนักงานฝ่ายบัญชี พนักงานฝ่ายการผลิต และพนักงานเสิร์ฟ ซึ่งผู้จัดการร้านเป็นผู้มอบหมายงานให้กับฝ่ายต่าง ๆ พนักงานฝ่ายบัญชีจะมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลบัญชีรายรับรายจ่ายของร้านทั้งหมด ฝ่ายการผลิตจะมีหน้าที่ทำกาแฟ เครื่องดื่มต่าง ๆ และเบเกอรี่ในร้าน พนักงานเสิร์ฟจะมีหน้าที่ต้อนรับ รับผิดชอบต่อเสิร์ฟเครื่องดื่มและเบเกอรี่ ตลอดจนให้บริการลูกค้า และทำความสะอาด

#### 5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบงาน

##### คุณสมบัติและหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากร

##### 1. ตำแหน่ง ผู้จัดการร้าน

คุณสมบัติ จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มีความสามารถในการบริหารจัดการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีใจรักในงานบริการ

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีหน้าที่ดูแลและควบคุมการดำเนินงาน วางแผนจัดการร้าน รวมไปถึงการตลาด การเงิน และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

##### 3. ตำแหน่ง พนักงานฝ่ายผลิต

คุณสมบัติ จบหลักสูตรการอบรมการทำกาแฟ และเบเกอรี่ มีประสบการณ์ในการทำงาน โดยไม่จำกัดวุฒิการศึกษา อายุไม่เกิน 40 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีใจรักงานบริการ

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีหน้าที่ทำกาแฟ เครื่องดื่มตามเมนู และเบเกอรี่

#### 4. ตำแหน่ง พนักงานเสิร์ฟ

คุณสมบัติ วุฒิการศึกษาขั้นต่ำ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวส. ไม่จำกัดเพศ อายุไม่เกิน 35 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีใจรักงานบริการ

หน้าที่ความรับผิดชอบ ต้อนรับและให้บริการลูกค้า รวมทั้งทำความสะอาดร้าน

ตารางที่ 5.1 : แสดงจำนวนบุคลากรและอัตราค่าจ้างรายเดือน

ตำแหน่ง	ลักษณะงาน	จำนวน (คน)	เงินเดือน	รวม เงินเดือน
ผู้จัดการร้าน	มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลและควบคุมการดำเนินงาน วางแผนการจัดการร้าน รวมไปถึงการตลาด การประชาสัมพันธ์ และแคชเชียร์	1	30,000	30,000
พนักงานฝ่ายผลิต	มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำกาแฟ เครื่องดื่มต่าง ๆ และทำเบเกอรี่	2	10,000	20,000
พนักงานเสิร์ฟ	มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ต้อนรับและให้บริการลูกค้า และทำความสะอาดร้าน (รายวัน วันละ 350 บาท + เบี้ยขยัน)	3	10,000	30,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน		6	-	80,000

### 5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

ร้าน Coconut Coffee จะคัดเลือกและสรรหาพนักงานโดยเน้นบุคลากรในพื้นที่หรือบุคลากรที่สามารถเดินทางมาทำงานได้อย่างสะดวก พิจารณาบุคลากรที่มีความรับผิดชอบ มีใจรักในงานการให้บริการ และสามารถจัดการปัญหาต่าง ๆ เฉพาะหน้าได้ พร้อมทั้งจะเรียนรู้งาน รับฟังบุคคลที่พึงจบใหม่และบุคคลที่มีประสบการณ์ บริษัทมีค่าตอบแทนและสวัสดิการให้กับพนักงานทุกคนตั้งนี้ ค่าทำงานล่วงเวลา (OT) การเพิ่มเงินเดือนให้พนักงาน 500-1,000 บาท/ต่อปี สิทธิวันลาภักและลาป่วย รวมทั้งโบนัสประจำปี เพื่อเป็นการจูงใจในการทำงานของพนักงานในร้าน ซึ่งโบนัสจะขึ้นอยู่กับ

ผลประกอบการของร้าน การปฏิบัติงานโดยผู้จัดการร้านหรือเจ้าของร้านจะเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานรายปีและอนุมัติเห็นสมควร ด้วย KPIs ดังนี้

ตารางที่ 5.2 : ประเมินผลการปฏิบัติงาน

รายละเอียด	ระดับการประเมินผลการปฏิบัติงาน				
	5	4	3	2	1
1. ความรับผิดชอบหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย					
2. ความตรงต่อเวลาและการลาหยุด					
3. ความละเอียดรอบคอบในการทำงาน					
4. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานและลูกค้า					
5. การประสานงาน					
<b>สรุปผลรวมการประเมิน</b>					

จากตารางข้างต้นแสดงรายละเอียดและระดับในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานในร้านแต่ละบุคคล โดยระดับการประเมินคือ

- 5 เท่ากับ ดีมาก
- 4 เท่ากับ ดี
- 3 เท่ากับ พอใช้
- 2 เท่ากับ ควรปรับปรุง
- 1 เท่ากับ ใช้ไม่ได้

สรุปผลการประเมินมี 3 ระดับ โดยผลรวมเท่ากับ 30 - 25 คะแนนได้รับโบนัส ผลรวม 25 - 20 คะแนนถือว่าผ่านเกณฑ์มีโอกาสรับโบนัส และผลรวมต่ำกว่า 20 คะแนนถือว่าไม่ผ่านเกณฑ์ในการรับโบนัสรายปีและเรียกพบเพื่ออบรม ส่วนการระเบียบวินัยและการลงโทษที่มีการประเมินผลรายเดือนมีการกำหนดว่าหากพนักงานมาสายเกิน 30 นาที จำนวนมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน หักเงิน 3% ของเงินเดือนเดือนนั้น และหากพนักงานลาหยุดโดยไม่แจ้งล่วงหน้า จะทำการปรับเงินจำนวน 500 บาทต่อวัน โดยหักจากเงินเดือนเดือนนั้น



#### 5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร

ทางผู้จัดการร้าน Coconut Coffee จัดการฝึกอบรมและให้แจกแจงรายละเอียดการทำงานในร้านให้กับพนักงานใหม่ในวันแรกของการเริ่มงาน โดยรับการฝึกอบรม ให้ความรู้การปฏิบัติงาน และหน้าที่ลักษณะของงานที่จะต้องทำมีอะไรบ้างและมีวิธีการทำอย่างไร และมีการฝึกสอนให้พนักงานได้มีการทดลองงาน เช่น พนักงานฝ่ายผลิต ให้ทดลองทำกาแฟ และเครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ แต่ละเมนู โดยเป็นสูตรเฉพาะของทางร้าน เรียนรู้ปริมาณการใส่ส่วนผสมต่าง ๆ ให้แม่นยำ เพื่อให้รสชาติคงที่ และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความรู้ความเข้าใจ และไม่เกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน



## บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

การดำเนินงาน สำหรับจัดตั้งธุรกิจร้าน Coconut Coffee เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้นร้าน Coconut Coffee จึงได้วางแผนด้านการดำเนินงานดังนี้

### 6.1 การจัดตั้งธุรกิจ

ร้าน Coconut Coffee จัดตั้งธุรกิจประเภทธุรกิจเจ้าของคนเดียว บริหารงานทุกด้านด้วยการตัดสินใจคนเดียว และเงินทุนทั้งหมดจะเป็นเงินทุนในส่วนของเจ้าของธุรกิจที่ใช้ในการก่อตั้งและดำเนินธุรกิจ ขั้นตอนในการจัดตั้ง เริ่มจากไปขอใบอนุญาตจำหน่าย จดทะเบียนพาณิชย์เพื่อทำการจัดตั้งร้าน Coconut Coffee ขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษีของนิติบุคคลที่สำนักงานภาษีสรรพากร หลังจากนั้นจดทะเบียนใบประกันสังคม และภาษีโรงเรือนที่ดินกิจการร้านค้า

### 6.2 ขั้นตอนการจัดตั้งร้าน

6.2.1 ดูงบประมาณ สรรวจว่าจะใช้งบประมาณในการเปิดร้านเท่าไร ร้านรูปแบบไหน และควรมีเงินสำรองไว้สำหรับหมุนเวียนในธุรกิจ โดยเงินลงทุนในการทำธุรกิจร้าน Coconut Coffee จะใช้เงินทุนในส่วนของเจ้าของธุรกิจที่ใช้ในการก่อตั้งและการดำเนินธุรกิจทั้งหมด

6.2.2 หาทำเลที่เหมาะสม โดยดูกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก หากเป็นพื้นที่เช่าก็ต้องพิจารณาค่าเช่า และอัตราความเสี่ยงในระยะยาวว่าจะคุ้มค่าในการลงทุนแค่ไหน ซึ่งทางร้าน Coconut Coffee จะใช้สถานที่ในการจัดตั้งร้านในสวนมะพร้าว ซึ่งเป็นพื้นที่ของเจ้าของร้าน จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่

6.2.3 ตั้งชื่อร้าน ร้านกาแฟมีมากทุกชอกชอย การตั้งชื่อจึงสำคัญที่มีจุดเด่นและต้องมีโลโก้ร้าน Coconut Coffee ติดอยู่บนแก้วที่ใส่เครื่องดื่มและกาแฟ หรือถุงบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ร้านอีกช่องทางด้วย

6.2.4 ออกแบบตกแต่งร้าน ต้องออกแบบให้มีบรรยากาศผ่อนคลาย ที่เน้นไปทางธรรมชาติ มีความเป็นส่วนตัว สัมกับเป็นร้านกาแฟในสวน

6.2.5 คัดเลือกรายการเมนูที่จะขาย ร้าน Coconut Coffee ของผู้จัดทำจะมีเมนูกาแฟสูตรเฉพาะจากทางร้าน เครื่องดื่มต่าง ๆ เป็นตัวเลือกให้ลูกค้า เช่น เบเกอรี่ และเครื่องดื่มต่างๆ โดยเลือกเมนูที่น่าสนใจ และไม่ใส่เมนูเยอะเกินไป

6.2.6 หาซื้ออุปกรณ์ภายในร้าน หากเป็นการลงทุนแบบแฟรนไชส์เราจะหมดกังวลเรื่องนี้ เพราะแฟรนไชส์จะจัดอุปกรณ์พร้อมเปิดร้านให้เรา แต่ถ้าลงทุนเองเราต้องสำรวจว่าร้านเราต้องใช้ อุปกรณ์อะไร และเริ่มสำรวจราคา เพื่อให้การซื้อนั้นได้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพในราคาไม่แพง โดยทาง ผู้จัดทำร้าน Coconut Coffee จะเน้นสินค้าที่ทำจากธรรมชาติ และทำลายสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

6.2.7 เรียนรู้เทคนิคการชงกาแฟและเครื่องดื่ม ศาสตร์ของการชงกาแฟเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ เพื่อให้ได้รสชาติของกาแฟที่ดี ปัจจุบันมีคอร์สที่สอนชงกาแฟหลายที่ โดยทางผู้จัดทำร้าน Coconut Coffee ได้เลือกเรียนเพื่อความรู้ที่มากขึ้นก่อนเปิดร้าน

6.2.8 หาพนักงานและฝึกพนักงานให้ชำนาญ ควรหาพนักงานที่รับผิดชอบและถ่ายทอด วิธีการจัดทำกาแฟและการผลิตเบเกอรี่ให้พนักงานได้ทำงานชำนาญ และไม่เกิดข้อผิดพลาดในการทำ ให้ลูกค้า

6.2.9 เตรียมชุดพนักงาน จัดซื้ออุปกรณ์ เครื่องใช้ทั้งหมดตามรายการที่ได้เตรียมไว้ ก่อนที่จะ ได้เปิดร้าน เพื่อความเป็นเอกลักษณ์และมีจุดขาย โดยมีฟอร์มของพนักงานและเป็นชุดที่ใส่สำหรับการ ขายกาแฟโดยเฉพาะ

6.2.10 เตรียมแผนการเปิดร้าน ผู้จัดทำร้าน Coconut Coffee ได้คำนวณจุดคุ้มทุน วาง แผนการขาย ก่อนจะกำหนดวันเปิดร้าน โดยจะต้องวางแผนการขายให้ดี ตั้งเป้าหมายในการเปิดร้าน เพื่อเป็นการสะสมและเรียนรู้เพิ่มประสบการณ์ อีกทั้งยังมีการประเมินยอดขายเป็นระยะ ๆ ด้วย

### 6.3 รูปแบบและระยะเวลาในการให้บริการ

ร้าน Coconut Coffee เป็นการให้บริการจำหน่ายกาแฟ เครื่องดื่มอื่นๆ และเบเกอรี่ โดยจะ มีการให้บริการอาหารตามเมนูที่จัดเตรียมไว้ ซึ่งจะเน้นเบเกอรี่และเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของบ้าน แพร้ว โดยจะเปิดให้บริการตั้งช่วงเวลา 10.00 ถึง 20.00 น. โดยครัวจะปิดบริการ 19.30 น. และ เปิด ทำการทำการทุกวัน

## บทที่ 7 แผนการเงิน

การจัดทำแผนกลยุทธ์การเงินถือเป็นส่วนสำคัญในแผนธุรกิจ เนื่องจากแผนการเงินจะมีความสอดคล้องกับเป้าหมายของกิจการ โดยแผนการเงินนี้มีการจัดทำตั้งแต่การประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยใช้ข้อมูลจากแผนการตลาดและแผนปฏิบัติการทั้งหมดของร้านโดยมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการเงิน มีดังนี้

### 7.1 วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการเงิน

ในการจัดทำแผนกลยุทธ์การเงินนั้นมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำ 4 ประการ ได้แก่

- 1) เพื่อให้สามารถจัดด้านการเงินที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดและกลยุทธ์ทางการปฏิบัติการของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- 2) เพื่อบริหารจัดการด้านการเงินและงบประมาณให้มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ คำนึงค่ากับการลงทุนและเกิดความมั่นคงกับการดำเนินธุรกิจ
- 3) เพื่อนำข้อมูลทางการเงินไปประเมินผลในการดำเนินกิจการ และนำไปปรับปรุงและพัฒนากิจการอย่างต่อเนื่อง
- 4) เพื่อให้สามารถควบคุมเงินทุนหมุนเวียนของธุรกิจให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมในการดำเนินกิจการ

### 7.2 เป้าหมายทางการเงิน

- 1) สามารถจัดสรรเงินทุนที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 2) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ (Internal Return Rate: IRR) สูงกว่าต้นทุนทางการเงินของกิจการ
- 3) มีมูลค่าผลตอบแทนปัจจุบันสุทธิ(Net Present Value: NPV) เป็นบวก
- 4) มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PP) ภายใน 3 ปี

### 7.3 การประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน

- 1) แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างเงินทุน และต้นทุนทางการเงิน  
แหล่งที่มาของเงินลงทุนมาจากส่วนของเจ้าของ 100% โดยเป็นการลงทุนจำนวน 2,50,000 บาท ซึ่งเป็นส่วนของเจ้าของ 100% การลงทุนเริ่มแรก จะเป็นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรและการตกแต่งร้านรวมทั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยมีการลงทุนดังนี้

ตารางที่ 7.1 : แสดงรายละเอียดในการลงทุนของร้าน Coconut Coffee

ลำดับ	รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
1	ค่าก่อสร้างอาคาร งานระบบไฟฟ้า และเครื่องปรับอากาศ	1,200,000
2	ค่าอุปกรณ์ขงเครื่องตีและของใช้ต่าง ๆ ในร้าน	450,000
3	ค่าตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์	305,000
4	ค่าอุปกรณ์สำนักงาน เช่น เครื่องคิดเลข สมุด ปากกา เป็นต้น	35,000
5	เงินทุนหมุนเวียน	95,000
6	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	415,000
<b>รวมจำนวนเงินลงทุน</b>		<b>2,500,000</b>

เนื่องจากการลงทุนในธุรกิจดังกล่าว ใช้จำนวนเงินไม่มาก ดังนั้น แหล่งที่มาของเงินทุนจะมาจากเงินของเจ้าของกิจการทั้งหมด (100%) โดยไม่มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงิน

ตารางที่ 7.2 : งบประมาณการลงทุนธุรกิจ Coconut Coffee

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้เจ้าของ	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>			
ค่าก่อสร้างอาคาร งานระบบไฟฟ้า	1,200,000	1,200,000	-
ค่าอุปกรณ์ขงเครื่องตีและของใช้ในร้าน	450,000	450,000	-
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน เช่น เครื่องคิดเงิน	35,000	35,000	-
ค่าตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์	305,000	305,000	-
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>1,990,000</b>	<b>1,990,000</b>	<b>-</b>
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน</b>			
เงินเดือนพนักงาน	80,000	80,000	-
ค่าโฆษณา หรือค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	50,000	50,000	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.2 (ต่อ) : งบประมาณการลงทุนธุรกิจ Coconut Coffee

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้เจ้าของ	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าสาธารณูปโภค	60,000	60,000	-
ค่าอินเทอร์เน็ต	3,000	3,000	-
ค่าวัสดุดิบ	222,000	222,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	95,000	95,000	-
<b>รวมเงินลงทุนเริ่มต้น</b>	<b>2,500,000</b>	<b>2,50,000</b>	<b>-</b>
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน (%)	100	100	-

ในการเปิดธุรกิจร้านกาแฟใหม่นี้จะประกอบไปด้วย ค่าสร้างอาคาร ค่าอุปกรณ์สำนักงาน ค่าตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์ ค่าอุปกรณ์ขงเครื่องตีและเบเกอรี่ เงินทุนหมุนเวียน รวมเป็นงบประมาณในการลงทุนทั้งสิ้น 2,500,000บาท

ตารางที่ 7.3 : แสดงงบค่าความเสื่อมและตัดจ่ายที่ใช้ในการลงทุนธุรกิจของร้าน Coconut Coffee

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,990,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	398,000	398,000	398,000	398,000	398,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	398,000	796,000	1,194,000	1,592,000	1,990,000
<b>แสดงในงบแสดงฐานะทางการเงิน</b>					
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,990,000	1,990,000	1,990,000	1,990,000	1,990,000
<b>หัก</b> ค่าเสื่อมราคาสะสม	398,000	796,000	1,194,000	1,592,000	1,990,000
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,592,000	1,194,000	796,000	398,000	-

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 7.3 (ต่อ) : แสดงงบค่าความเสื่อมและตัดจ่ายที่ใช้ในการลงทุนธุรกิจของร้าน Coconut Coffee

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	80,000				
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งตัดจ่าย	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
ตัดจ่ายสะสม	16,000	32,000	48,000	64,000	80,000
<b>แสดงในงบแสดงฐานะทางการเงิน</b>					
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
<b>หัก</b> ค่าเสื่อมราคาสะสม	16,000	32,000	48,000	64,000	80,000
<b>ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ</b>	<b>64,000</b>	<b>48,000</b>	<b>32,000</b>	<b>16,000</b>	<b>-</b>

จากข้อมูลในตารางดังกล่าวคือ สินทรัพย์เมื่อใช้ไปเรื่อย ๆ มูลค่าของสินทรัพย์นั้น ๆ จะลดลงด้วย จึงต้องหักค่าใช้จ่ายที่เรียกว่า ค่าเสื่อมราคา ซึ่งได้ประเมินว่า ช่วงเวลาในการทำธุรกิจคิดที่ 5 ปี ในเฟสแรกนั้น ตลอดระยะเวลา 5 ปีนี้ มูลค่าของสินทรัพย์จะลดลงในแต่ละปี เมื่อหักค่าเสื่อมราคาในแต่ละปี จะได้มูลค่าสินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิในแต่ละปี ทั้งนี้ค่าเสื่อมราคาก็เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน โดยค่าเสื่อมราคาเท่ากับมูลค่าสินทรัพย์ถาวร 1,990,000 บาท / จำนวนปีที่ใช้งาน (5) ซึ่งในการใช้งานจริงอาจใช้มากกว่า 5 ปี เท่ากับ ปีละ 398,000 บาท ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานต้องตัดจ่าย 5 ปี เช่นกัน

ตารางที่ 7.4 : แสดงการประมาณการยอดขาย ปีที่ 1 ของร้าน Coconut Coffee

ประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1				
	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4	รวม
จำนวนลูกค้า/วัน	60	70	80	90	300
ราคาเฉลี่ย/คน	130	130	130	130	130
รวมยอดขาย/วัน	7,800	9,100	10,400	11,700	39,000
รวมยอดขาย/เดือน	234,000	273,000	312,000	351,000	1,170,000
<b>รวมยอดขาย/ไตรมาส</b>	<b>702,000</b>	<b>819,000</b>	<b>936,000</b>	<b>1,053,000</b>	<b>3,510,000</b>

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ในแต่ละไตรมาสจะมียอดขายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ คิดเป็น 10% ในแต่ละไตรมาส โดยมียอดรวมอยู่ที่ 3,510,000 บาท

ตารางที่ 7.5 : แสดงการประมาณการยอดขาย ปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 ของร้าน Coconut Coffee

ประมาณการยอดขาย	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนลูกค้า/วัน	140	160	200	250
ราคาสินค้าเฉลี่ย/คน	130	130	130	130
รวมยอดขาย/วัน	18,200	20,800	26,000	32,500
รวมรายได้/เดือน	546,000	624,000	780,000	975,000
รวมยอดขาย/ไตรมาส	1,638,000	1,872,000	2,340,000	2,925,000
รวมยอดขาย/ปี	4,914,000	5,616,000	7,020,000	8,775,000

จากข้อมูลในตารางการประมาณการรายได้พบว่า ในปีที่ 1 มียอดขายรวม 3,510,000 บาท โดยคิดเป็นยอดขายเฉลี่ยต่อปี โดยปีที่ 2, 3, 4 และ 5 มียอดขายเติบโตเพิ่มขึ้นตามลำดับ

ตารางที่ 7.6 : แสดงการสรุปยอดรวมขายของร้าน Coconut Coffee

สรุปยอดรวมขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายต่อปี	3,510,000	4,914,000	5,616,000	7,020,000	8,775,000
นโยบายสินค้าคงเหลือ					
ต้นทุนสินค้า	40% ของยอดขาย				
ระยะเวลาในการซื้อสินค้า	3 วัน				
การคำนวณสินค้าคงเหลือ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายต่อปี	3,510,000	4,914,000	5,616,000	7,020,000	8,775,000
ยอดขายต่อวัน	10,029	14,040	16,046	20,057	25,071
ต้นทุนสินค้า	4,012	5,616	6,418	8,023	10,028
การหมุนเวียน	12,036	16,848	19,254	24,069	30,084
สินค้าคงเหลือ	12,036	16,848	19,254	24,069	30,084

#### 7.4 ประมาณการค่าใช้จ่าย

ผู้จัดทำได้จัดทำประมาณการค่าใช้จ่ายสำหรับการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย ต้นทุนสินค้าขาย, เงินเดือนพนักงาน, ค่าสาธารณูปโภค ประกอบด้วย ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าอินเทอร์เน็ต และค่าโทรศัพท์ รวมถึงค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด สรุปรายละเอียดดังนี้

1. ต้นทุนสินค้าขาย : ผู้จัดทำคาดว่าจะมีต้นทุนสินค้าขาย คิดเป็น 40% ของรายได้รวม
2. เงินเดือนพนักงาน : ผู้จัดทำคาดว่าจะมีการว่าจ้างผู้จัดการร้าน 1 คน 30,000 บาท พนักงานฝ่ายผลิต 2 คน 10,000 บาท และพนักงานบริการลูกค้า และดูแลร้าน 3 คน (วันละ 350 บาท+เบี้ยขยัน) ตามลำดับ โดยกำหนดให้เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี
3. ค่าเสื่อมราคา : กำหนดให้คิดค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจ่าย ประเมินจากการทำธุรกิจในระยะเวลา 5 ปี โดยค่าเสื่อมแต่ละปีคิดจากสินทรัพย์ถาวรรวม จำนวน 1,990,000 บาท ระยะเวลา 5 ปี คิดเป็นค่าเสื่อม 398,000 บาท/ปี สินทรัพย์ถาวร
4. ค่าโฆษณา : ผู้จัดทำคาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าโฆษณา จำนวน 50,000 บาท/ปี โดยกำหนดให้คงที่ตลอดระยะเวลาประมาณการ
5. ค่าสาธารณูปโภค : ผู้จัดทำคาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายส่วนค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าแก๊สหุงต้ม ประมาณ 6,200 บาท/เดือน หรือ 74,400 บาท/ปี ค่าใช้จ่ายดังกล่าวเพิ่ม 5%/ปี ค่าอินเทอร์เน็ต และค่าโทรศัพท์ ประมาณ 5,000 บาท/เดือน หรือ 60,000 บาท/ปี โดยค่าใช้จ่ายดังกล่าวเพิ่ม 3%/ปี
6. ค่ากิจกรรมทางการตลาดหรือส่งเสริมการขาย : ผู้จัดทำคาดว่าจะตั้งงบประมาณสำหรับกิจกรรมทางการตลาด ประมาณ 3% ของรายได้รวม
7. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด : คาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ อีกประมาณ 1% ของรายได้รวม

ตารางที่ 7.7 : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายของร้าน Coconut Coffee

การประมาณการค่าใช้จ่าย					
ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่มขึ้น 3%)	24,000	24,720	25,462	26,225	27,012
ค่าอินเทอร์เน็ต (เพิ่มขึ้น 3%)	36,000	37,080	38,192	39,338	40,518
ค่าไฟฟ้า (เพิ่มขึ้น 5%)	42,000	44,100	46,305	48,620	50,079
ค่าน้ำประปา (เพิ่มขึ้น 5%)	18,000	18,900	19,845	20,837	21,879
ค่าแก๊สหุงต้ม (เพิ่มขึ้น 5%)	14,400	15,120	15,876	16,670	17,504

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.7 (ต่อ) : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายของร้าน Coconut Coffee

การประมาณการค่าใช้จ่าย					
ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเสื่อมราคา	398,000	398,000	398,000	398,000	398,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
ค่าโฆษณา	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	960,000	1,008,000	1,058,400	1,111,320	1,166,886
<b>รวมต้นทุนคงที่</b>	<b>1,558,400</b>	<b>1,611,920</b>	<b>1,668,080</b>	<b>1,727,010</b>	<b>1,787,878</b>
<b>รวมยอดขาย</b>	<b>3,510,000</b>	<b>4,914,000</b>	<b>5,616,000</b>	<b>7,020,000</b>	<b>8,775,000</b>

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจประเภทนี้เป็นที่ลูกค้านิยมเป็นจำนวนมากสามารถมาให้บริการซ้ำได้ในแต่ละสัปดาห์ จึงเป็นเหตุให้มียอดขายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละปี

ตารางที่ 7.8 : แสดงนโยบายคิดต้นทุนของร้าน Coconut Coffee

นโยบายคิดต้นทุน ขาย	40% ของต้นทุนขาย				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	1,404,000	1,965,600	2,246,400	2,808,000	3,510,000
ค่าบรรจุกัญท์ (0.5%)	17,550	24,570	28,080	35,100	43,875
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย (3%)	105,300	147,420	168,480	210,600	263,250
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (1%)	35,100	49,140	56,160	70,200	87,750
<b>รวมต้นทุนผันแปร</b>	<b>1,561,950</b>	<b>2,186,730</b>	<b>2,499,120</b>	<b>3,123,900</b>	<b>3,904,875</b>

ตารางที่ 7.9 : แสดงการคำนวณจุดต้นทุนต่อปีของร้าน Coconut Coffee

การคำนวณ จุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	1,948,050	2,727,270	3,116,880	3,896,100	4,870,125
อัตรากำไร ส่วนเกิน	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,782,857	2,878,429	2,978,714	3,083,946	3,192,639
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	231,905	239,869	248,226	256,996	266,053
จุดคุ้มทุนต่อวัน	7,730	7,996	8,274	8,567	8,868

- กำไรส่วนเกินคือ รายได้รวม หัก ต้นทุนผันแปร เป็นกำไรเบื้องต้นที่ได้รับ
- อัตรากำไรส่วนเกินคือ กำไรส่วนเกินหาร รายได้รวม สัดส่วนของกำไรเบื้องต้นที่ได้รับ คือ 56%
- จุดคุ้มทุนต่อปี ซึ่งจะเห็นได้ว่าความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนกับกำไรที่ได้คุ้มพอที่จะดำเนินธุรกิจต่อหรือไม่ เท่ากับ ต้นทุนคงที่หาร อัตรากำไรส่วนเกิน
- ข้อสมมติของต้นทุนขายมีการเพิ่มขึ้นทุกปี แต่จะไม่คงที่ตลอด 5 ปี เนื่องจากราคาสินค้าขึ้นอยู่กับราคาของวัตถุดิบที่นำมาใช้

## 7.5 ประมาณการงบการเงิน

สำหรับสมมติฐานในการจัดทำประมาณการงบการเงินนั้น ผู้จัดทำได้กำหนดให้ร้าน Coconut Coffee รับชำระเงินทั้งหมดเป็นเงินสด ทำให้งบการเงินของบริษัทไม่มีบันทึกรายการลูกหนี้การค้าและเจ้าหนี้การค้า ในขณะที่สินค้าคงคลังนั้น บริษัทกำหนดให้มีการเก็บสินค้าคงคลังเพียงพอสำหรับการจำหน่ายสินค้าในอีก 1 เดือนข้างหน้า ดังนั้น จะสามารถจัดทำประมาณการงบการเงินของบริษัทได้ ดังนี้

ตารางที่ 7.10 : แสดงงบกำไรขาดทุนของร้าน Coconut Coffee

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,510,000	4,914,000	5,616,000	7,020,000	8,775,000
<b>หัก</b> ต้นทุนผันแปร	1,561,950	2,186,730	2,499,120	3,123,900	3,904,875
กำไรส่วนเกิน	1,948,050	2,727,270	3,116,880	3,896,100	4,870,125
<b>หัก</b> ต้นทุนคงที่	1,558,400	1,611,920	1,668,080	1,727,010	1,787,878
กำไรก่อนการดำเนินงาน	389,650	1,115,350	1,448,800	2,169,090	3,082,247
<b>หัก</b> ดอกเบี่ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไร (ขาดทุน) ก่อนหักภาษี	389,650	1,115,350	1,448,800	2,169,090	3,082,247
<b>หัก</b> ภาษี 30%	116,895	334,605	434,640	650,727	924,674
<b>กำไร (ขาดทุน) สุทธิ</b>	<b>272,755</b>	<b>780,745</b>	<b>1,014,160</b>	<b>1,518,363</b>	<b>2,157,573</b>

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ในปีแรกทางกิจการมีกำไร 272,755 บาท ในปีต่อๆ ไปมีกำไร ทางกิจการจึงมีการใช้กลยุทธ์ให้การดึงลูกค้า เพื่อที่จะสร้างกำไรให้มากขึ้นในแต่ละปี

ตารางที่ 7.11 : แสดงงบกำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติของร้าน Coconut Coffee

ยกยอดไปแสดงการเปลี่ยนแปลงฐานะทางการเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	272,755	780,745	1,014,160	1,518,363
<b>บวก</b> กำไรสุทธิ	<b>272,755</b>	<b>780,745</b>	<b>1,014,160</b>	<b>1,518,363</b>	<b>2,157,573</b>
<b>หัก</b> เงินปันผล 5%	13,638	39,037	50,708	75,918	107,879
กำไรสะสมปลายงวด	259,117	741,708	963,452	1,442,445	2,049,694
<b>ยกยอดไปงบกระแสเงินสด</b>	<b>ปีที่ 1</b>	<b>ปีที่ 2</b>	<b>ปีที่ 3</b>	<b>ปีที่ 4</b>	<b>ปีที่ 5</b>
ภาษีเงินได้	116,895	334,605	434,640	650,727	924,674
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	116,895	217,710	100,035	216,087	273,947

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 7.11 (ต่อ) : แสดงงบกำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติของร้าน Coconut Coffee

ยกยอดไปแสดงการเปลี่ยนแปลงฐานะทางการเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ยกยอดไปงบกระแสเงินสด</b>	<b>ปีที่ 1</b>	<b>ปีที่ 2</b>	<b>ปีที่ 3</b>	<b>ปีที่ 4</b>	<b>ปีที่ 5</b>
สินค้าคงเหลือ	12,036	16,848	19,254	24,069	30,084
สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	12,036	4,812	2,406	4,815	6,015
<b>ยกยอดไปงบกระแสเงินสด</b>	<b>ปีที่ 1</b>	<b>ปีที่ 2</b>	<b>ปีที่ 3</b>	<b>ปีที่ 4</b>	<b>ปีที่ 5</b>
เงินปันผล	13,638	39,037	50,708	75,918	107,879
เงินปันผลค้างจ่ายเพิ่มขึ้น	13,638	25,399	11,671	25,210	31,961

กำไรสะสมปลายงวดตลอด 5 ปี มีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น ในปีที่ 1 ได้กำไร 259,117 บาท แต่ปีที่ 2 กลับมีกำไรเพิ่มขึ้น 741,708 บาท หลังจากนั้นกำไรสะสมเพิ่มสูงขึ้น จากปีที่ 1 ปีที่ 3 จำนวน 963,452 บาท ปีที่ 4 จำนวน 1,442,445 บาท และในปีที่ 5 จำนวน 2,049,694 บาท ก็จะมีกำไรเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

ตารางที่ 7.12 : แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติของร้าน Coconut Coffee

กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	272,755	780,745	1,014,160	1,518,363	2,157,573
<b>บวก</b> ค่าเสื่อมราคา	398,000	398,000	398,000	398,000	398,000
<b>บวก</b> ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
<b>บวก</b> ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
<b>บวก</b> ภาษีได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	116,895	217,710	100,035	216,087	273,947

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.12 (ต่อ) : แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติของร้าน Coconut Coffee

กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>บวก</b> เงินปันผลค้างจ่ายเพิ่มขึ้น	13,638	25,399	11,671	25,210	31,961
<b>หัก</b> สิ้นค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	12,036	4,812	2,406	4,815	6,015
<b>เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน</b>	<b>805,252</b>	<b>1,433,042</b>	<b>1,537,460</b>	<b>2,168,845</b>	<b>2,871,466</b>
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน</b>					
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	1,990,000	-	-	-	-
เงินเดือนพนักงาน	960,000	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	50,000	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>	<b>2,955,000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหา</b>					
<b>หัก</b> เงินปันผลจ่าย	13,638	39,037	50,708	75,918	107,879
ทุนหุ้นสามัญ	2,500,000				
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา</b>	<b>2,486,362</b>	<b>39,037</b>	<b>50,708</b>	<b>75,918</b>	<b>107,879</b>
<b>เงินสดสุทธิ</b>	<b>336,614</b>	<b>1,394,005</b>	<b>1,486,752</b>	<b>2,092,927</b>	<b>2,763,587</b>
<b>บวก</b> เงินสดต้นงวด	-	336,614	1,730,619	3,217,371	5,310,298
<b>เงินสดปลายงวด</b>	<b>336,614</b>	<b>1,730,619</b>	<b>3,217,371</b>	<b>5,310,298</b>	<b>8,073,885</b>

จากงบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ 5 ปีของกิจการ พบว่า มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้นเท่าๆ กัน ทุกปี ซึ่งในปีที่ 1 เท่ากับ 336,614 บาท หลังจากนั้นเพิ่มขึ้นจากปีที่ 2 เท่ากับ 1,730,619 บาท ในปีที่ 3 เท่ากับ 3,217,371 บาท ในปีที่ 4 เท่ากับ 5,310,298 บาท และในปีที่ 5 เท่ากับ 8,073,885 บาท การดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้พร้อมทั้งวิเคราะห์กระแสเงินสดในกรณีที่การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้อีกด้วย

## 7.6 ประเมินโครงการลงทุน

การตัดสินใจเลือกลงทุนทางร้านจะพิจารณากระแสเงินสดของโครงการ ซึ่งจะแสดงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการตัดสินใจลงทุน โดยทางร้านจะทำการประเมินการลงทุน ดังนี้

ตารางที่ 7.13 : แสดงกระแสเงินสดรับตลอดโครงการของร้าน Coconut Coffee

ปีที่	กระแสเงินสดรับตลอดโครงการ	กระแสเงินสด
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	-2,500,000
1	กระแสเงินสดรับ	336,614
2	กระแสเงินสดรับ	1,394,005
3	กระแสเงินสดรับ	1,486,752
4	กระแสเงินสดรับ	2,092,927
5	กระแสเงินสดรับ	2,763,587
<b>การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด</b>		<b>30%</b>
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ		8,073,885
<b>หัก</b> มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย		2,500,000
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)		737,614.29
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)		40.92%

หมายเหตุ : ตัวเลขที่ได้คือ การอ้างอิงมาจาก ต้นทุนเริ่มแรก ค่าใช้จ่าย และรายได้ NPV : คำนวณมาจากกระแสเงินสดในแต่ละปีตามตารางข้างต้น ซึ่งกระแสเงินสดมาจากในส่วนของงบกระแสเงินสดสุทธิ (เงินที่เหลือจากการหักค่าใช้จ่ายต่างๆ แล้วในแต่ละปีนำมาคำนวณ ซึ่งถ้าเป็นบวกแสดงว่าเหมาะสมต่อการลงทุน

### 1) การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV)

จากเงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการจำนวน 2,500,000 บาท กิจการสามารถผลดำเนินงานกิจการและสร้างมูลค่าปัจจุบันของโครงการ (NPV) ในระยะเวลา 5 ปีเท่ากับ 737,614.29 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวกซึ่งแสดงถึงความน่าสนใจในการลงทุน เนื่องจากธุรกิจสามารถสร้างกระแสเงินสดรับ มากกว่ากระแสเงินสดจ่าย

## 2) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)

เป็นตัวชี้วัดทางการเงินว่า โครงการดังกล่าว เหมาะจะลงทุน หรือไม่ โดยเทียบกับ % ขั้นต่ำที่เราอยากจะได้รับคือ ต้นทุนรวมทั้งหมดที่เราลงทุนไป ตั้งไว้ 30% ถ้าหาก IRR มากกว่า % ขั้นต่ำที่ตั้งไว้ ก็เหมาะแก่การลงทุน ซึ่งในธุรกิจนี้ IRR สูง เนื่องจาก Margin ในการดำเนินงานค่อนข้างสูงกำไรดี จึงทำให้ IRR สูงเหมาะแก่การลงทุน จะเห็นว่า IRR ของโครงการนี้ได้ = 40.92% นั้นหมายถึงอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับของโครงการที่ค่อนข้างสูง

## 3) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

จากผลการดำเนินงาน พบว่า ธุรกิจมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1 ปี 5 เดือน ซึ่งแสดง ถึงความน่าสนใจในการลงทุน เนื่องจากธุรกิจมีระยะเวลาการคืนทุนที่ต่ำกว่าเป้าหมายที่ผู้ลงทุนวางไว้

จากผลการประเมินโครงการลงทุน พบว่าการลงทุนนี้สามารถสร้างอัตราผลตอบแทน ให้แก่ผู้ลงทุนในอัตราที่น่าพอใจและมีระยะเวลาคืนทุนที่ผู้ลงทุนสามารถยอมรับได้ดังนั้น จึงควรลงทุนในธุรกิจนี้แต่อย่างไรก็ตามกิจการจะต้องทำการวิเคราะห์ปัจจัยอื่นๆ ที่อาจจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้พร้อมทั้งวิเคราะห์กระแสเงินสดในกรณีที่การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้อีกด้วย

## บทที่ 8

### แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟนั้นมีคู่แข่งจำนวนมาก ที่ต้องการเข้าและออกจากการดำเนินธุรกิจนี้ ทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดนั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ชอบและรสนิยมที่ยากต่อการคาดการณ์ได้ โดยเฉพาะจำนวนผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในร้านกาแฟแต่ละวัน บางวันจะมีผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ก็จะส่งผลต่อกำไรและต้นทุน และส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดและเงินเดือนพนักงานในร้านด้วย ซึ่งหากทางร้านไม่สามารถปรับตัวและแก้ไขปัญหานี้ได้ ในที่สุดก็จะส่งผลกระทบต่อสภาพคล่อง ดังนั้นทางร้านจึงต้องมีการควบคุมปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ จึงมีแผนฉุกเฉินไว้ดังนี้

#### 8.1 การประเมินและการควบคุมผล

8.1.1 กลิ่นและรสชาติของเครื่องดื่มที่ทางร้าน Coconut Coffee จะคัดเลือกวัตถุดิบของเมล็ดกาแฟคั่วและชาที่มีคุณภาพดี และวัตถุดิบทุกอย่างต้องผ่านมาตรฐานของหน่วยงานต่าง ๆ

8.1.2 คุณภาพของวัตถุดิบ ทางร้าน Coconut Coffee จะให้ความสำคัญกับการจัดการวัตถุดิบ และการเก็บรักษาคุณภาพของวัตถุดิบ ด้วยการควบคุมดูแลและการจัดการอย่างมีคุณภาพมาตรฐานอยู่เสมอ

8.1.3 การเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า โดยทางร้าน Coconut Coffee ได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่าง ๆ รวมทั้งการปรับตัวให้ทันต่อต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

8.1.4 การบริการและการให้ความสำคัญต่อความรู้สึกของผู้บริโภค โดยทางร้าน Coconut Coffee จะให้การบริการและดูแลลูกค้าให้ได้ตามมาตรฐานที่ทางร้านได้กำหนดไว้

#### 8.2 แผนฉุกเฉิน

ในการจัดทำแผนกลยุทธ์นี้ เป็นการจัดทำตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สภาพสภาวะการแข่งขัน ในธุรกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันตามปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นหากมีการเปลี่ยนแปลงอาจจะส่งผลกระทบต่อแผนการดำเนินงานที่วางไว้ จึงควรมีการกำหนดแผนสำรองเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในวันข้างหน้า เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการดำเนินกิจการต่าง ๆ จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) กรณีที่ผลประกอบการเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ทางร้านจะมีการแก้ไข โดยการวิเคราะห์หาสาเหตุที่ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการดูจากงบต่างๆ เพื่อหาปัญหาในงบประมาณ การประเมินผลการดำเนินงานกิจการตั้งแต่เดือนแรกต่อเนืองทุก ๆ 1 เดือน เพื่อเปรียบเทียบและประเมินผลยอดขายโดยรวม และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มด้วยการขยายฐานลูกค้าในบริเวณใกล้เคียง เช่น การจัดทำ การส่งเสริมการขาย โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดขาย รวมทั้งมีการลดราคาหรือจัดทำสินค้าเป็นชุดเมนู เพื่อจูงใจให้ลูกค้าให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น และนอกจากนี้ทางร้านยังมีทบทวนการตั้งราคาและปริมาณอาหารที่เสิร์ฟอีกครั้ง โดยไม่ทำให้เกิดกระทบต่อตำแหน่งทาง ของสินค้ามากเกินไป

#### 2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้

กรณีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้นั้น อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงด้านราคาของวัตถุดิบ ในภาวะขาดแคลนวัตถุดิบจากฤดูกาล เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรมีจำนวนจำกัด

ทางร้านจำเป็นต้องหาสินค้าทดแทนที่มีต้นทุนต่ำกว่าและไม่ส่งผลกระทบต่อกลิ่นและรส โดยการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ไว้เป็นทางเลือก หรือมีการลดกระบวนการดำเนินงานที่ไม่มีมูลค่าออกไปโดยไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมมากนัก เพื่อที่จะรักษากำไรของร้านให้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

#### 3) กรณีขาดสภาพคล่องทางการเงิน

การขาดสภาพคล่องทางการเงินจากผลจากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ จึงไม่สามารถรักษากำไรได้นั้น ทางร้านต้องจัดหางบกระแสเงินสด โดยการประมาณการไว้ล่วงหน้า และหาแผนสำรองไว้ เช่น จัดหาแหล่งเงินกู้ในระยะสั้น เพื่อเพิ่มสภาพคล่องของกิจการ และสามารถดำเนินงานต่อไปได้ตามปกติ

#### 4) การรับรู้ของแบรนด์ไม่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมาย

ในกรณีที่การรับรู้ของแบรนด์ไม่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ต้องจัดให้มีแนวทางแก้ไข โดยวิเคราะห์ประสิทธิภาพของเครื่องมือทางการตลาด โดยเป็นการพิจารณาว่าเครื่องมือใดสามารถให้ประโยชน์ และเพิ่มเครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้การรับรู้ของแบรนด์เพิ่มมากขึ้น

#### 5) กรณีประเชิฐปัญหาพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

ในกรณีที่ขาดแคลนบาร์ิสต้าถือว่าเป็นปัญหาใหญ่ซึ่งมีผลกระทบต่อการทำงานประจำวัน

ดังนั้นเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบกับทางร้านเราจึงมีการจัดทำข้อมูลสูตรเครื่องดื่มสำรองไว้ให้ลูกค้า เปิดรับสมัครพนักงานแบบ Part time ไว้เพิ่ม และวางแผนจัดระบบพนักงานใหม่ตามความเหมาะสมของแต่ละงาน ในกรณีพนักงานที่มีความสามารถทั่วไปไม่ได้มีความสามารถพิเศษเฉพาะทาง สามารถ



ให้พนักงานส่วนอื่นทำหน้าที่แทนกันได้ อย่างเช่น ผู้จัดการร้านสามารถทำหน้าที่รับลูกค้าและคิดเงินแทนได้

### 8.3 แผนในอนาคต

ภายหลังจากการดำเนินธุรกิจสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทางผู้ดำเนินกิจการมีแผนที่จะพัฒนาธุรกิจ คือ การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่เหมาะกับพฤติกรรมในการกินอาหารและเครื่องดื่มที่เปลี่ยนไปของลูกค้าในยุคนี้ ที่เริ่มหันมาบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพเพิ่มมากกว่าเดิมและดูแลตัวเองมากขึ้น เทรนด์ในด้านของสุขภาพ จึงมาแรงมากๆ เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ทางร้านจึงพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบเพื่อสุขภาพสำหรับทุกเพศทุกวัยมากขึ้นเช่น อาหารไขมันต่ำ ปริมาณน้ำตาลน้อย และมีส่วนผสมของผักและผลไม้ที่ปลอดภัย เพื่อป้องกันหรือช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดโรคต่างๆ เป็นต้น

## บรรณานุกรม

- เกริกยศ ชลาชนเดชะ. (2546). *แนวความคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์ ในการวางแผนกลยุทธ์และการพัฒนาคุณภาพบริการของโรงพยาบาล*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นวรรตน์ สอสูงศักดิ์. (2562). *แผนธุรกิจเจลกั้นแดดรูปแบบแผ่น SUNDAY SHEETS*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิวัฒนา วันที (2560). *แผนธุรกิจร้านกาแฟ ชัมเนี่ย*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- แนวโน้มธุรกิจกาแฟเมืองไทย*. (2563). สืบค้นจาก <http://www.thaismescenter.com>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. (2560). สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=12>
- มัลลิกา ต้นสอน. (2544). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เบอร์เน็ท.
- พิบูล พิณปะปาล. (2551). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: อมรรการพิมพ์.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2552). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ปกรณ์ ปรียากร. (2552). *การวางแผนกลยุทธ์: แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์*. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- วิจิต อ้วน. (2548). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ : ขั้นตอนและวิธีการวิเคราะห์ กรณีศึกษาเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: เซ็นทรัลเอ็กเซล.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). *ธุรกิจกาแฟยังรุ่งต่อเนื่อง ชี้อาชีพฟรีแลนซ์มีแนวโน้มน่าจับตา*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/TH/K-EconAnalysis/Pages/search.aspx>
- อนิวัช แก้วจำนง. (2551). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. สงขลา: นำศิลป์โฆษณา.
- การตลาดในยุค New Normal ของร้านกาแฟ*. (2563). สืบค้นจาก <https://coffeetravelermag.wixsite.com/coffeetraveler/post/กาแฟแก้วนี้“เข้มข้น”ขึ้นเมื่อทุกแบรนด์ร่วมกันหาทางช่วยโลกลดพลาสติก>. (2562). สืบค้นจาก <https://marketeronline.co/archives/113347>
- Warut, B. (2019). *Beauty and personal care market in Thailand*. Retrieved from <https://bit.ly/35wdKcy>.

**ประวัติผู้วิจัย****ชื่อ-นามสกุล**

นางสาวภัทราทิพย์ แสนตระกูล

**อีเมล**

pattrathip.sant@bumail.net

**ประวัติการศึกษา**

ระดับปริญญาตรี

คณะบริหารธุรกิจ สาขา การจัดการ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

ระดับปริญญาโท

คณะการจัดการ สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ