

Coffee Shop

ธุรกิจร้านกาแฟสด

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อัตราการขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นไปอย่างต่อเนื่อง กระทั่งมีผู้สนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟสดยังเปิดกว้างอยู่ แต่อย่างไรก็ตาม การทำธุรกิจใดๆ ต่างมีความเสี่ยงทั้งสิ้น ธุรกิจร้านกาแฟก็เช่นกัน แม้จะเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอยู่ ตรายใดที่กาแฟยังสร้างสุนทรีย์ให้กับผู้ที่รักการดื่มได้ แต่การทำธุรกิจตามกระแส ผู้ประกอบการอาจไม่ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ ผู้ที่สนใจจะเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้จึงควรศึกษาข้อมูลบางส่วนไว้ ดังนี้

1. สักยภาพของผู้ประกอบการ

- ☉ ผู้ประกอบการที่สนใจจะลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ ควรมีความพร้อมในเรื่องของเงินลงทุนอยู่บ้างพอสมควร
- ☉ ผู้ประกอบการต้องมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากหัวใจสำคัญของการทำร้านกาแฟอยู่ที่การเลือกทำเลที่ตั้ง หากขาดทำเลที่ตั้งที่ดีแล้ว โอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจด้านนี้นับว่ายากลำบากอยู่พอสมควร
- ☉ ผู้ประกอบการควรมีความรู้ในศาสตร์ของกาแฟอยู่บ้าง เพราะการผลิตเครื่องดื่มกาแฟถือเป็นงานศิลปะอย่างหนึ่งที่ต้องอาศัยความละเอียดอ่อน ความเข้าใจในส่วนนี้จะช่วยในเรื่องการขาย การบริการ และการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น

2. การติดต่อหน่วยงานราชการ

☉ กรมทะเบียนการค้า

- การจัดตั้งธุรกิจ/รูปแบบธุรกิจ

รายละเอียดการจัดตั้ง / การขออนุญาต ศึกษาเพิ่มเติมได้ที่

<http://www.ismed.or.th/knowledge/alpha/body1/body1.htm> หรือที่

กรมทะเบียนการค้า <http://www.thairegistration.com/>

☉ กรมสรรพากร

- การเสียภาษีเงินได้ และภาษีมูลค่าเพิ่ม

รายละเอียดการจดทะเบียน / ชำระภาษี ศึกษาเพิ่มเติมได้ที่

<http://www.ismed.or.th/knowledge/alpha/body1/body1.htm>

หรือที่ กรมสรรพากร <http://www.rd.go.th>

หน่วยงานราชการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้



หน่วยงานกรุงเทพมหานคร

- การขออนุญาตใช้สถานที่เพื่อการขาย ทำ ประกอบปรุง สะสมอาหาร หรือน้ำแข็งในสถานที่เอกชน
ติดต่อฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขต
รายละเอียดเพิ่มเติมศึกษาได้ที่ http://www.bma.go.th/html/body_ser_envelop4.html
- การขอใช้สถานที่ประกอบกิจการค้า 125 ประเภท
ติดต่อฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขต
รายละเอียดเพิ่มเติมศึกษาได้ที่ http://www.bma.go.th/html/body_ser_envelop5.html
- การยื่นขอติดตั้งป้ายและชำระภาษีป้าย
ติดต่อที่ฝ่ายรายได้ สำนักงานเขต
รายละเอียดเพิ่มเติมศึกษาได้ที่ http://www.bma.go.th/html/body_page422.html



กรมสรรพสามิต

- หากสุตรกาแปมีการผสมแอลกอฮอล์อยู่ด้วย ผู้ประกอบการจะต้องติดต่อกับกรมสรรพสามิต เพื่อยื่นจดทะเบียนสรรพสามิตก่อนผลิตสินค้า และยื่นชำระภาษีสรรพสามิตต่อไป
- สถานที่ยื่นแบบรายการ และชำระภาษี
- | | |
|-------------|---|
| กรุงเทพ | ยื่นที่กรมสรรพสามิต |
| จังหวัดอื่น | ยื่นที่สำนักงานสรรพสามิตอำเภอ กิ่งอำเภอหรือสำนักงาน |

สรรพสามิตจังหวัด

ถ้าร้านมีหลายสาขา ยื่นคำร้องต่ออธิบดีโดยขอยื่นแบบรายการ
ภาษีรวม ณ กรมสรรพสามิตหรือสำนักงานสรรพสามิตแห่งใดแห่งหนึ่ง
รายละเอียดเพิ่มเติมศึกษาได้ที่ <http://www.exd.mof.go.th/tax/tax0104.html>



กรมการค้าต่างประเทศ

- ถ้าวัตถุดิบในการผลิตเป็นกาแฟจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการจะต้องยื่นชำระภาษีการนำเข้า
กาแฟกับกรมการค้าต่างประเทศ เพื่อขอหนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิชำระภาษีก่อน
การนำเข้า
ผู้ประกอบการศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมหรือติดต่อได้ที่
กองการค้าสินค้าข้อตกลง กรมการค้าต่างประเทศ ชั้น 13
44/100 ถนนสนามบินน้ำ- นนทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทร. 02-547-4734-7

http://www.dft.moc.go.th/document/commodity_trade/service/import/coffeei.htm

สำนักบริหารการนำเข้าและส่งออก กรมการค้าต่างประเทศ ชั้น 3 และ 4

44/100 ถนนสนามบินน้ำ-นนทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง

จังหวัดนนทบุรี 11000 โทร.0-2 547-4753-6, 0-2547-4837-9

โทรสาร 0-2547-4757

☉ สำนักงานอาหารและยา

- ตรวจสอบหลักเกณฑ์การพิจารณาคำขอโฆษณาอาหาร กับ สำนักงานอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข [http://www.fda.moph.go.th/fda-](http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/food/Advert_Food/Advert_Food.pdf)

[net/html/product/food/Advert_Food/Advert_Food.pdf](http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/food/Advert_Food/Advert_Food.pdf)

- ตรวจสอบประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 197) พ.ศ.2543 เรื่องกาแฟ

http://www.thaifoodmanufacturer.com/function/0_Law&Regulations/notification/no197.html

3. การตลาด

☉ ภาพรวมธุรกิจร้านกาแฟ

ในช่วงระยะเวลา 3-4 ปี ที่ผ่านมานี้ ธุรกิจร้านกาแฟ มีอัตราการเติบโตรวดเร็วอย่างเห็นได้ชัด สาเหตุหลัก ๆ อาจสืบเนื่องมาจากธุรกิจร้านกาแฟรายใหญ่ ๆ จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ เช่น ชูชู กิ สตาร์บัคส์ สภาพดังกล่าวสร้างความคึกคักและตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจร้านกาแฟเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกัน กระแสความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากเดิม คนไทยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปกันเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบัน คนไทยได้หันมานิยมเข้าร้านกาแฟสดคั่วบด ที่มีการตกแต่งร้านให้หรูหราทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับการดื่มกาแฟมากขึ้น

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยในปี พ.ศ. 2543 โดยศูนย์วิจัยกลีกรไทยพบว่า คนไทยยังมีอัตราการดื่มกาแฟต่อคนต่ำมาก เฉลี่ย 200 แก้ว/คน/ปี เมื่อเทียบกับคนในแถบเอเชีย เช่น ชาวญี่ปุ่น ดื่มกาแฟเฉลี่ย 500 แก้ว/คน/ปี ในขณะที่ชาวอเมริกาดื่มกาแฟเฉลี่ย 700 แก้ว/คน/ปี ดังนั้น การดื่มกาแฟของคนไทยในอนาคตจึงยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เหตุนี้ ทำให้นักลงทุนจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ สภาพการแข่งขันในตลาดโดยรวมจึงดูเหมือนจะรุนแรง แต่เนื่องจากร้านกาแฟส่วนใหญ่ที่มีในปัจจุบัน มักเน้นการขายสินค้าและบริการเสริมอื่นๆ เช่น ขนมเค้ก ลูกก๊ี้ แชนด์วิช บางแห่งมีบริการอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้าด้วย เมื่อแต่ละร้านมีจุดขายที่เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคแตกต่างกันไป ประกอบกับคอกาแฟในตลาดยังมีหลายกลุ่ม การแข่งขันในตลาดจึงยังไม่รุนแรง หรือชัดเจน

เท่าใดนัก แต่อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในอนาคตมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างมาตรฐานให้กับสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ส่วนแบ่งทางการตลาด

ส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบันยังไม่ชัดเจนนัก เนื่องจากผู้ประกอบการในตลาดมีอยู่หลายกลุ่ม ทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการดำเนินธุรกิจก็มีรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามคุณภาพและราคาสินค้า อย่างไรก็ตาม ธุรกิจร้านอาหารอาจพอแบ่งคร่าว ๆ ได้ ดังนี้

1. ร้านอาหารที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศ

ร้านอาหารเหล่านี้ส่วนใหญ่จับกลุ่มลูกค้าระดับบน ราคาสินค้าโดยเฉลี่ย 65 บาทขึ้นไป ร้านอาหารสตาร์บัคส์อาจถือได้ว่าเป็นผู้นำในตลาดนี้ ด้วยความมีชื่อเสียงและเป็นแบรนด์ดังจากประเทศอเมริกา สตาร์บัคส์เข้ามาในไทยเมื่อปี พ.ศ. 2541 จุดขายของการเป็นร้านอาหารที่คัดสรรคุณภาพวัตถุดิบจากต่างประเทศ ภายในร้านมีสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับจำนวนมาก เพื่อให้ความรู้เรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับกาแฟแก่ลูกค้า สตาร์บัคส์จึงเป็นร้านที่ครองใจผู้บริโภคในตลาดกาแฟระดับบนมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยจำนวนสาขาที่มีประมาณ 25 สาขา (Thailand Restaurant News, 2544) ส่วนร้านอื่นๆ ที่อยู่ในตลาดนี้ ได้แก่ ชูชุกิ โอบองแปง กลอเรีย จีนส์ คอฟฟี่ส์ เป็นต้น

2. ร้านอาหารของนักลงทุนต่างประเทศที่เข้ามาสร้างแบรนด์ในไทย

มีหลายรายเช่นกัน เช่น คอฟฟี่ เวิลด์ คอฟฟี่บีนส์ สำหรับคอฟฟี่เวิลด์เป็นร้านที่ค่อนข้างมีชื่อเสียงในกลุ่มนี้ คอฟฟี่ เวิลด์เปิดตัวในปีพ.ศ. 2540 โดยนักลงทุนชาวอังกฤษ และเปิดสาขาแรกที่มหาวิทยาลัย ABAC มุ่งจับกลุ่มนักศึกษาที่มีรายได้สูง หลังจากนั้น คอฟฟี่เวิลด์ก็ขยายสาขาไปแถวถนนสีลม เน้นจับกลุ่มนักธุรกิจ คนทำงานมากขึ้น ปัจจุบัน คอฟฟี่เวิลด์กำลังขยายสาขาไปในศูนย์การค้า เช่น เซ็นทรัล บีคซี โลตัส รูปแบบการตกแต่งร้านมีความทันสมัย กาแฟที่ใช้ในร้านมีทั้งที่เป็นกาแฟไทยและกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศ ราคากาแฟขายอยู่ที่ 45 – 65 บาท ต่อแก้ว ในปัจจุบัน คอฟฟี่ เวิลด์มีจำนวนสาขาประมาณ 30 สาขา (กันยายน 2545)

3. ร้านอาหารของคนไทยทั้งที่ลงทุนเองและเปิดสาขาในรูปแบบแฟรนไชส์

ร้านอาหารในกลุ่มนี้มีหลายขนาด ตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ ร้านที่โดดเด่นและประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในระบบแฟรนไชส์ ได้แก่ ร้านแบล็คแคนยอน ซึ่งก่อตั้งขึ้นปลายปี 2536 ร้านแบล็คแคนยอนได้ฉีกแนวการทำร้านอาหารให้ต่างไปจากเดิม ด้วยการ

เปิดร้านขายกาแฟควบคู่กับการขายอาหาร ร้านแบล็คแคนยอนมุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลาง ไปจนถึงระดับบน ที่เป็นกลุ่มคนทำงานและกลุ่มครอบครัว ราคาจำหน่ายกาแฟอยู่ที่ 45 – 65 บาท แบล็คแคนยอนชูจุดขายที่ความสดใหม่ของกาแฟ ด้วยการชงกาแฟ 1 ชอง ต่อ 1 แก้ว เมล็ดกาแฟที่ใช้ 70% เป็นพันธุ์ อาราบิก้าของโครงการหลวง และอีก 30% เป็น เมล็ดกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศ ปัจจุบันร้านแบล็คแคนยอนมีจำนวนสาขาประมาณ 76 แห่ง (สัมภาษณ์, มิ.ย. 2545) นอกจากนี้ ร้านแบล็คแคนยอนยังได้ขยายการลงทุนเข้าไปใน ประเทศ สิงคโปร์ และมีแนวโน้มที่จะขยายการลงทุนต่อไปในประเทศมาเลเซีย และ ฟิลิปปินส์ด้วย ร้านกาแฟอื่นๆในกลุ่มนี้ ได้แก่ 94 Coffee, The Coffee Maker, Barista ร้านเหล่านี้จำหน่ายกาแฟที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับกาแฟจากร้านใหญ่ๆ แต่ราคาถูกกว่า สิ่งนี้ถือ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีทางเลือกสำหรับการดื่มกาแฟเพิ่มขึ้น

4. ร้านกาแฟของคนไทยที่เปิดร่วมกับปั้มน้ำมัน

ร้านกาแฟเหล่านี้เน้นจับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทาง ราคากาแฟจะไม่สูงนัก เฉลี่ยประมาณ 30-45 บาทต่อแก้ว กลุ่มนี้เน้นการเป็นร้านสะดวกซื้อที่ขายตัว ไปพร้อมกับ ปั้มน้ำมัน แบรินด์ต่างๆ เช่น บ้านไร่กาแฟร่วมกับปั้มน้ำมัน JET กาแฟบ้านเราร่วมกับปั้มน้ำมัน. ลาวิตาร่วมกับปั้มน้ำมันบางจาก การลงทุนโดยอาศัยแบรนด์ใหญ่ของปั้มน้ำมัน ทำให้แบรนด์เล็กๆ ของร้านกาแฟดังกล่าวขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว สำหรับนักลงทุนกลุ่มนี้ บ้านไร่กาแฟถือว่าเป็น ร้านกาแฟที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ด้วยสาขาในปัจจุบันประมาณ 80 แห่ง (สัมภาษณ์, มิ.ย. 2545) หลังจากเปิดดำเนินการธุรกิจมาตั้งแต่ปี 2540 จุดเด่นของบ้านไร่กาแฟอยู่ที่ การออกแบบร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีบรรยากาศดึงดูดลูกค้าดื่มกาแฟได้เป็นอย่างดี

นอกจากการแบ่งเป็นกลุ่มดังกล่าวแล้ว ในตลาดยังมีธุรกิจร้านกาแฟรายย่อยอีกเป็น จำนวนมาก ส่วนใหญ่ร้านเหล่านี้จะลงทุนในรูปแบบมุมกาแฟ (Corner/Kiosk) หรือรถเข็น (Cart) ที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนัก ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์กาแฟ จะเป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์และวัตถุดิบต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย ดังนั้น ผู้ประกอบการรายใหญ่เหล่านี้ จึงมีบริการให้คำปรึกษา สอนการทำกาแฟให้กับร้านกาแฟ รายย่อยๆ เพื่อเป็นช่องทางจัดจำหน่ายอุปกรณ์กาแฟและเมล็ดกาแฟ ร้านกาแฟรายใหญ่ เหล่านี้ได้แก่ บอนกาแฟ โอโรม่า กาแฟบ้านเรา กาแฟแม่สลอง เป็นต้น

จากภาพรวมตลาดกาแฟสด ผู้ประกอบการเดิมหลายกลุ่มเตรียมพร้อมจะขยายสาขากันเพิ่มขึ้น ส่วนผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ททยอยเข้ามาในตลาดอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การศึกษาวิจัยชี้ว่าคนไทยยังดื่มกาแฟสด ในปริมาณที่น้อยมากต่อคน แต่ไลฟ์สไตล์ของคนไทยก็เริ่มมีแนวโน้มหันมาบริโภคกาแฟสดกันสูงขึ้น เหล่านี้

ชี้ให้เห็นว่า โอกาสการทำธุรกิจร้านกาแฟยังเปิดกว้างอีกมาก เพียงแต่ผู้ประกอบการที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ นอกจากจะต้องมีศักยภาพตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังต้องพิจารณารูปแบบการลงทุนให้เหมาะสมด้วย

ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการมีอยู่หลายทางเลือกด้วยกัน ทั้งในรูปของการซื้อสิทธิแฟรนไชส์จากบริษัทแม่ที่ขายแฟรนไชส์ หรือการเข้าร่วมลงทุนกับบริษัทแบรนด์ใหญ่ๆ การเข้าร่วมลงทุนใน 2 ลักษณะนี้ ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาเงื่อนไขสัญญา แผนการตลาด รวมทั้งประวัติความเป็นมาของบริษัทอย่างรอบคอบ ทางที่ดี ผู้ลงทุนควรศึกษาจากหลายๆ แห่ง และนำมาเปรียบเทียบกันก่อนตัดสินใจเลือกลงทุนกับบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

ส่วนอีกทางเลือกหนึ่งคือ การลงทุนสร้างแบรนด์ใหม่ขึ้นมาเอง ในปัจจุบันนี้ ทางเลือกดังกล่าวอาจไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เพราะการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง การแข่งขันพื้นที่ทำธุรกิจมีสูง โดยเฉพาะตามศูนย์การค้า ถ้าผู้ประกอบการไม่มีสายสัมพันธ์ที่ดีมาก่อนและแบรนด์ไม่แข็งแรง การเปิดตัวธุรกิจจะทำได้ยาก แต่เชื่อว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่ต้องการสร้างแบรนด์ของตัวเองจะไม่มีโอกาสเลย เพียงแต่ในระยะเริ่มแรกนั้น ผู้ประกอบการจะต้องเน้นสร้างแบรนด์ของตนเองให้แข็งแกร่งในตลาดกลุ่มเป้าหมายก่อน เพราะในตลาดผู้บริโภคกาแฟยังสามารถแบ่งเป็นกลุ่มย่อยๆ ได้อีกมาก เช่น กลุ่มวัยรุ่น นักเที่ยวยามค่ำกิน คนทำงานดึก เป็นต้น

ทั้งนี้ ก่อนเริ่มทำธุรกิจ ผู้ประกอบการควรเลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม โดยศึกษาว่าบริเวณทำเลที่เลือกนั้น กลุ่มลูกค้ามีพฤติกรรมชอบดื่มกาแฟมากน้อยแค่ไหน และในละแวกนั้นมีคู่แข่งไหม จุดไหนที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกดื่มกาแฟของร้าน หรืออะไรที่ทำให้ธุรกิจแตกต่างไปจากร้านอื่นๆ ผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการเข้ามาลงทุน ควรสร้างความแตกต่างไปจากผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาด ทั้งรูปแบบการตกแต่งร้านและรสชาติของสินค้า สิ่งเหล่านี้ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้รอบคอบก่อนตัดสินใจเปิดธุรกิจร้านกาแฟ



กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ธุรกิจหลักและธุรกิจรอง

กลุ่มเป้าหมาย

ร้านกาแฟในปัจจุบัน มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักๆ ได้แก่ นักธุรกิจ นักศึกษา คนทำงาน และนักท่องเที่ยว

ธุรกิจหลักและธุรกิจเสริม

ร้านกาแฟบางแห่งจะมุ่งไปที่การขายกาแฟเป็นหลัก เช่น ร้านสตาร์บัคส์ ร้านกลอเรีย จีนส์ คอฟฟี่ส์ แต่ร้านกาแฟบางแห่งมีชื่อเสียงในเรื่องขนม ของว่าง เช่น เค้ก คุกกี้ ไอศกรีม สลัด แซนด์วิช ที่นำมาขายเป็นธุรกิจเสริมร่วมกับกาแฟ ตัวอย่างร้านกาแฟเหล่านี้ ได้แก่ โอปอแปง มีชื่อเสียงในเรื่องแซนด์วิช ร้านแบล็คแคนยอนมีชื่อเสียงในเรื่องการขายอาหารร่วมกับกาแฟ เป็นต้น ฉะนั้น ผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนร้านกาแฟ จึงอาจหาสินค้าเสริมเข้ามาขายร่วมกับกาแฟ เพื่อดึงกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น



ส่วนผสมทางการตลาด

ผู้ที่ชื่นชอบการดื่มกาแฟ มักให้ความสำคัญกับรสชาติ ความหอม และบรรยากาศของการดื่มกาแฟ ผู้ประกอบการร้านกาแฟจึงต้องให้ความสำคัญกับด้านต่างๆ ดังนี้

❖ ด้านผลิตภัณฑ์

กาแฟสดแตกต่างจากกาแฟสำเร็จรูป ในเรื่องของรสชาติที่กลมกล่อม และกลิ่นหอมเข้ายวนชวนให้น่าดื่มมากกว่า คอกาแฟส่วนใหญ่มีรสนิยมการดื่มกาแฟที่ต่างกัน บางคนชอบดื่มกาแฟที่มีรสชาติเข้มข้น บางคนชอบดื่มกาแฟที่อ่อนรสเปรี้ยวเล็กน้อย ดังนั้น ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ลงทุนควรใส่ใจเรื่องดังต่อไปนี้

- ผู้ผลิตจะต้องคิดค้น **พัฒนาสูตรเครื่องดื่มกาแฟให้มีหลากหลายรสชาติ** และกลิ่นหอม ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งผลิตภัณฑ์ต้องผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดปลอดภัย สร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคได้
- ในภาวะที่ผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลาย สิ่งสำคัญที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายใหม่ติดตลาดหรือได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค คือการ**พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์**ให้สวยงาม โดดเด่น และแตกต่างไปจากสินค้าที่มีในตลาด เพื่อสร้างบรรยากาศของการดื่มกาแฟให้ได้รสชาติยิ่งขึ้น
- การ**สร้างตราสินค้า (Brand)** ที่แรง และเป็นที่ยอมรับได้ง่าย ตัวอย่างเช่น บ้านไร่กาแฟ นำเอาการเล่นคำสะกดที่ผิดมาใช้ ทำให้คนเกิดความสนใจและจดจำตราสินค้ากันมากขึ้น หรืออย่างสตาร์บัคส์

แบล็กแคนยอน “สวรรค์ของคนรักกาแฟ” แสดงให้เห็นว่าคอกาแฟจะไม่ผิดหวังถ้าเลือกดื่มกาแฟที่ร้านแบล็กแคนยอน

คอฟฟี่เวิลด์ “Where the World Meet” สร้างภาพของสถานที่ดื่มกาแฟ ซึ่งเหมาะต่อการเป็นแหล่งนัดพบ ทั้งเพื่อการสังสรรค์ และเพื่อการติดต่อธุรกิจ

Lavita “รสอิตาเลียนกาแฟไทย” เน้นความเป็นกาแฟไทยแท้ที่ทำให้รสชาติเยี่ยงอิตาเลียน ซึ่งเป็นแหล่งของกาแฟที่มีรสชาติดีเยี่ยมแห่งหนึ่งของโลก

ฉะนั้น ผู้ประกอบการจะต้องผลิตสินค้าให้มีทั้งคุณภาพ ความปลอดภัย รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และตราสินค้าที่ดี สิ่งเหล่านี้จะช่วยผลักดันให้สินค้าประสบความสำเร็จในตลาดได้ง่ายขึ้น

❖ ด้านสถานที่



สถานที่สำหรับประกอบธุรกิจร้านกาแฟมีความสำคัญมาก นอกจากการเลือกทำเลที่ดี การสัญจรสะดวก มีที่จอดรถแล้ว ภายในบริเวณร้านจะต้องจัดแต่งให้สวยงาม ทั้งนี้ เนื่องจากรูปแบบการบริโภคกาแฟของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก จากอดีต ร้านกาแฟมักเป็นร้านขนาดเล็ก หรือรถเข็น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นชาวจีน มาในปัจจุบันคนไทยหัน

มานิยมดื่มกาแฟสดคั่วบดในร้านกาแฟที่มีบรรยากาศและการตกแต่งร้านที่ทันสมัย หรือที่เรียกกันว่าร้านกาแฟพรีเมียม (Premium) รูปแบบของร้านกาแฟในปัจจุบัน จึงถูกจัดตกแต่งให้ดูทันสมัย มีความโดดเด่นในเรื่องความสะอาด สะดวกสบาย และบรรยากาศผ่อนคลาย เหมาะจะเข้าไปนั่งพักผ่อน ทั้งนี้ เพราะลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของร้านกาแฟส่วนใหญ่จะเป็นนักธุรกิจ นักศึกษา วัยรุ่น และนักท่องเที่ยว รูปแบบการจัดแต่งร้านกาแฟพรีเมียม จะคล้ายกับร้านฟาสต์ฟู้ดทั่วไป คือเน้นการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยในร้านให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดย

- 1 การจัดวางอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ภายในร้านให้เป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่ออำนวยความสะดวก ใช้สอย หากพื้นที่ภายในร้านค่อนข้างจำกัด ผู้ลงทุนอาจทำชั้นวางของรอบด้านเพื่อเก็บอุปกรณ์ต่างๆ ให้เป็นระเบียบ นอกจากนี้ ผู้ลงทุนยังต้องจัดการฝึกอบรมพนักงานให้มีระเบียบจนเป็นนิสัย ไม่เช่นนั้นแล้ว การจัดสรรพื้นที่ใช้สอยที่ดี ก็จะกลับมายุ่งเหยิงอีกครั้ง
- 2 การลดขั้นตอนต่างๆ ของหน้าร้านให้สั้นที่สุด ทั้งด้านการผลิต การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า และการชำระเงิน การลดขั้นตอนนี้ นอกจากจะเป็นการจัดสรรพื้นที่ให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานแก่พนักงานแล้ว ยังทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น

ตัวอย่างร้านกาแฟพรีเมียม เช่น ร้านสตาร์บัคส์ ชูชูกิ แบล็คแคนยอน หรือ คอฟฟี่เวิลด์ ภายในร้านเหล่านี้จะมีนิตยสารทั้งในประเทศและต่างประเทศ จัดเตรียมไว้บริการลูกค้าด้วย ฉะนั้น การตกแต่งสถานที่และการสร้างบรรยากาศภายในร้านกาแฟ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องสามารถสนองตอบความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

❖ ช่องทางการจัดจำหน่าย

ร้านค้าแฟสดส่วนใหญ่จะมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มุ่งไปตามย่านธุรกิจ แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ต่างๆ ดังนี้

- ห้างสรรพสินค้า
- ซูเปอร์มาร์เก็ตใหญ่ ๆ
- โกดังสถาบันการศึกษา
- โกดังโรงพยาบาล
- ปั๊มน้ำมัน

❖ ราคา

เครื่องดื่มกาแฟตามร้านค้าแฟสดทั่วไป มีระดับราคาตั้งแต่ 20 บาท ไปจนถึง 100 กว่าบาท ส่วนใหญ่การตั้งราคาพิจารณาจากต้นทุนวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต กาแฟพันธุ์อาราบิก้าจะมีราคาประมาณกิโลกรัมละ 100-120 บาท สูงกว่าพันธุ์โรบัสตาประมาณ 3-4 เท่า ส่วนราคาของกาแฟแก้วเสิร์ฟจะสูงกว่ากาแฟดิบมาก มีตั้งแต่ราคา 300-400 บาท ไปจนถึง 700 บาทขึ้นไป กาแฟจึงมีคุณภาพ รสชาติ และกลิ่นหอมที่แตกต่างกันไป สำหรับกาแฟที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ราคาจะสูงขึ้นไปอีก สาเหตุหลักเพราะผู้นำเข้าต้องเสียภาษีสูงถึง 95 %

ดังนั้น ราคาเครื่องดื่มที่ผลิตขึ้นจึงแตกต่างกันไปตามต้นทุนวัตถุดิบที่นำมาใช้ บวกกับค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินงาน โดยการกำหนดราคา ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับคุณภาพ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

❖ การส่งเสริมการขาย

ธุรกิจร้านกาแฟอาจใช้วิธีการส่งเสริมการขาย ดังต่อไปนี้

- ส่วนใหญ่ธุรกิจร้านกาแฟจะเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นพับ หรือ Direct Mail เพราะสื่อเหล่านี้นำเสนอให้เห็นภาพลักษณ์ของสินค้าที่ดี ชื่อสินค้า และตราสินค้า เพื่อให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้เร็วด้วยต้นทุนที่ต่ำ ขณะที่การส่งเสริมการขายด้วยรูปแบบการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์นั้นน้อยมาก เนื่องจากใช้ต้นทุนสูง
- การประชาสัมพันธ์ที่ดีอีกวิธี คือการสร้างมาตรฐานของร้านให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค จนนำไปบอกกล่าวกันแบบปากต่อปาก วิธีนี้ได้ผลดีมากสำหรับธุรกิจร้านกาแฟ
- ผู้ประกอบการอาจส่งเสริมการขายด้วยรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดโปรโมชั่นแลกชื่อของที่ระลึก หรือในช่วงเทศกาลสำคัญ ๆ ก็อาจจะนำกาแฟบางรายการมาลดราคา เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาดื่มกาแฟกันมากขึ้น หรือผู้ประกอบการอาจจัดกิจกรรมร่วมสนุกเพื่อดึงผู้บริโภคเข้าร้านบ่อยครั้งมากขึ้น

ตัวอย่างเช่น กิจกรรม Cupping Session ที่ร้านกลอเรีย จีน คอฟฟี่ส์ กิจกรรมดังกล่าวเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้ทดสอบรสชาติของกาแฟแต่ละชนิดว่ามีคุณสมบัติอย่างไร และถือเป็นการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคไปในตัวด้วย

4. การผลิต

กาแฟเป็นพืชที่เจริญเติบโตได้ดีในเขตร้อนชื้นแถบแอฟริกา หลังจากนั้นกาแฟได้แพร่หลายเข้ามาในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ราวศตวรรษที่ 17 และ 18 สำหรับประเทศไทยนั้นถือว่าเป็นแหล่งผลิตกาแฟที่มีศักยภาพสูงแห่งหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจากประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเวียดนาม เมล็ดกาแฟที่ผลิตได้ในประเทศไทยและมีความสำคัญในเชิงพาณิชย์ มี 2 พันธุ์ คือ พันธุ์อาราบิก้า กับพันธุ์โรบัสต้า

☛ ลักษณะทั่วไป

- พันธุ์อาราบิก้า เจริญเติบโตได้ดีในพื้นที่สูง ๆ ประมาณ 800 ถึง 1,500 เมตร จากระดับน้ำทะเล แหล่งเพาะปลูกที่สำคัญจึงอยู่ทางแถบจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง กาแฟพันธุ์อาราบิก้าปลูกเลี้ยงและดูแลรักษายาก แต่จะให้เมล็ดกาแฟที่มีรสชาติดี และมีกลิ่นหอมมาก



- พันธุ์โรบัสต้า เจริญเติบโตได้ดีในที่ราบต่ำ แหล่งเพาะปลูกที่สำคัญจึงอยู่ทางจังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย ตั้งแต่จังหวัดชุมพรลงไป กาแฟพันธุ์โรบัสต้าปลูกง่าย มีความต้านทานต่อโรคสูง ให้ผลผลิตมากกว่าพันธุ์อาราบิก้า แต่เมล็ดกาแฟพันธุ์โรบัสต้า จะมีคุณภาพต่ำและไม่ค่อยหอม ราคาจึงถูกกว่าพันธุ์อาราบิก้ามาก ผลผลิตของกาแฟพันธุ์โรบัสต้าส่วนใหญ่จะถูกนำมาทำเป็นกาแฟสำเร็จรูป

★ รายละเอียดทั่ว ๆ ไป สถานการณ์ ปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งข้อมูลการเพาะปลูก ผู้สนใจสามารถศึกษา รายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ เว็บไซต์ กรมวิชาการเกษตร สารสนเทศพืชสวน กาแฟ

http://www.itdoa.com/crop_itda/menu/menu_h5.htm

http://www.doa.go.th/home/publication/pub/scientific_1-4/scientific_1/coffee/coffee1.html

☛ ขั้นตอนการผลิตเครื่องดื่มกาแฟสด

กาแฟที่นิยมบริโภคกันในท้องถิ่นนั้น ได้มาจากเมล็ดของผลกาแฟ ซึ่งมีขนาดเล็กสีเขียวผลเชอร์รี่
ขั้นตอนการทำเครื่องคั่วกาแฟนั้นเริ่มจาก

1. นำผลกาแฟสีเขียวที่ได้มาแกะเอาเปลือกออก ซึ่งทำได้ 2 วิธี

- Dry Process นำผลกาแฟสดมาตากแดดนานประมาณ 2-3 สัปดาห์
กระทั่งแห้ง แล้วแกะเอาเปลือกออก

- Wet Process นำผลกาแฟสดมาทำให้แห้ง โดยการอบที่อุณหภูมิ 70-80
องศาฟาเรนไฮต์นาน 3 วัน นำมาล้างน้ำ ทำให้แห้ง แล้วแกะเอาเปลือกออก



ผู้ประกอบการสามารถศึกษาขั้นตอนการนำเมล็ดกาแฟสดมาใช้ผลิตเครื่องคั่วกาแฟได้ที่

เว็บไซต์ Thanksgiving Coffee Co http://www.thanksgivingcoffee.com/gallery_1_2_29.html

2. นำเมล็ดกาแฟดิบ (สีเขียวอมเทา) ที่ได้มาคั่ว การคั่วกาแฟจะใช้อุณหภูมิราว 180-240 องศาเซลเซียส

เวลาประมาณ 10-20 นาที อุณหภูมิและระยะเวลาที่คั่วเมล็ดกาแฟจะสัมพันธ์กับรสชาติกาแฟที่คั่วออกมาด้วย
โดยทั่วไป ประเภทของกาแฟคั่ว แบ่งกว้าง ๆ ได้เป็น

- กาแฟคั่วอ่อน (Light roast) ได้แก่ Cinnamon Roast

- กาแฟคั่วปานกลาง (Medium roast) ได้แก่ Vienna Roast, City Roast

- กาแฟคั่วเข้ม (Dark roast) ได้แก่ French Roast, Italian Roast, Espresso Roast

การคั่วอ่อนจะให้เมล็ดกาแฟมีสีน้ำตาลอ่อนและมีรสชาติเปรี้ยว การคั่วเข้ม

ความขมจะเพิ่มขึ้น กาแฟคั่วเข้มจะมีสีน้ำตาลเข้มเกือบดำ และมีน้ำมันซึม

ออกมาเคลือบเมล็ดจนมันวาวแต่ไม่เยิ้ม กาแฟคั่วเข้มนิยมนำไปทำเครื่องคั่ว Espresso การคั่วกาแฟนานจนไหม้

จะทำให้กาแฟสูญเสียคุณค่าไป ฉะนั้น ผู้คั่วกาแฟจึงต้องมีทักษะความชำนาญและประสบการณ์อยู่พอสมควร

เพื่อให้เมล็ดกาแฟคั่วมีเอกลักษณ์เฉพาะและมีรสชาติตามที่ต้องการ



★ ผู้ที่สนใจเรื่องกาแฟคั่วและเครื่องคั่วเมล็ดกาแฟ สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ กรมวิชาการเกษตร

หรือ นิตยสารอาหาร ปีที่ 32 ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม 2545, กาแฟคั่ว (Roasted Coffee)

พัชนี สุวรรณวิศาลกิจ ศูนย์วิจัยและฝึกอบรมที่สูง คณะเกษตรศาสตร์ ม.เชียงใหม่

3. การผสมกาแฟ (Blend) คือ การนำกาแฟพันธุ์ต่างๆ มาผสมกันตามสูตรเฉพาะของผู้ค้าแต่ละราย

เพื่อให้ได้กาแฟรสชาติต่างกันไป พันธุ์ที่มักใช้โดยทั่วไปมีอยู่ 2 พันธุ์ คือ พันธุ์อาราบิก้าและพันธุ์โรบัสต้า พันธุ์

อาราบิก้าจะมีกลิ่นหอมแต่รสชาติไม่เข้มข้น ส่วนพันธุ์โรบัสต้ามีรสชาติเข้มข้น แต่ความหอมจะด้อยกว่าพันธุ์อา

ราบิก้ามาก ร้านกาแฟบางแห่งจะเบลนด์ด้วยการคลุกกาแฟ 2 พันธุ์นี้เข้าด้วยกัน อัตราส่วนที่ใช้จะเป็นสูตร

เฉพาะของแต่ละร้านไป

4. การทดสอบการคั่ว (Cup Test) เป็นการทดสอบคุณภาพในห้องปฏิบัติการ โดยใช้เมล็ดกาแฟดิบเพียงเล็กน้อย ประมาณ 100 – 200 กรัม มาคั่ว เพื่อดูว่าเมล็ดกาแฟคั่วให้รสชาติอย่างไร

5. การบด (Grinder) เป็นการนำกาแฟคั่วมาบดให้ละเอียด ความละเอียดของกาแฟจะเป็นตัวกำหนดรสชาติกาแฟที่สำคัญอย่างหนึ่ง การบดกาแฟให้มีความละเอียดมากน้อยเท่าใดนั้น ก็ต้องเลือกให้เหมาะสมกับวิธีการชงด้วย ดังนี้

การชงแบบหยด

(Drip)

การหยดน้ำร้อนผ่านกาแฟบดในกระดวยกรอง วิธีนี้เห็นได้จากเครื่องต้มกาแฟที่มีขายอยู่ทั่วไป การชงกาแฟรูปแบบนี้ไม่สามารถดึงรสชาติกาแฟออกมาได้ดีนัก เป็นเพราะอุณหภูมิของน้ำและกระดวยกรอง และยังทำให้รสชาติของกาแฟเสียไปได้ง่าย การชงแบบนี้ หากเครื่องชง Drip Brewer ชงเสร็จก่อน 4 นาที แสดงว่ากาแฟถูกบดหยาบเกินไป แต่ถ้าเครื่องชงใช้เวลามากกว่า 6 นาที แสดงว่ากาแฟถูกบดละเอียดเกินไป

การชงแบบเอสเปรสโซ

(Espresso)

การชงวิธีนี้ต้องใช้เครื่องชงเอสเปรสโซ ซึ่งใช้หลักการทำงานของระบบแรงดันไอน้ำ อัดน้ำร้อนผ่านกาแฟบด การชงแบบเอสเปรสโซจะช่วยดึงรสชาติและกลิ่นของกาแฟได้อย่างมีประสิทธิภาพ การชงแต่ละครั้งควรชงในปริมาณน้อย คือ 1 1/2 ออนซ์ กาแฟที่นำมาชงโดยวิธีนี้ต้องบดละเอียดมาก ๆ หากเครื่องชงเสร็จก่อน 25 วินาที แสดงว่ากาแฟถูกบดหยาบเกินไป และถ้าเครื่องชงใช้เวลามากกว่า 30 วินาที แสดงว่ากาแฟถูกบดละเอียดเกินไป

การชงแบบเฟรนช์เพรส

(French Press)

การชงวิธีนี้จะทำให้ได้รสชาติและกลิ่นหอมของกาแฟที่ดีที่สุด โดยผ่านอุปกรณ์สำหรับการชงกาแฟที่เรียกว่า Plunger pot กาแฟบดที่เหมาะสมกับการชงวิธีนี้ ต้องเป็นกาแฟบดหยาบมากๆ

สิ่งสำคัญในการบดกาแฟ คือ ผู้ผลิตต้องไม่บดกาแฟในปริมาณมากเกินไปสำหรับการใช้แต่ละครั้ง เพราะทันทีที่กาแฟถูกบด กลิ่นหอมของกาแฟจะเริ่มถูกทำลายลงทันที และเมื่อกาแฟถูกอากาศเป็นเวลานาน ๆ จะทำให้ความสดของกาแฟลดลง

6. การชง (Brewing) การชงกาแฟที่ดี จะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

- กาแฟ ต้องเลือกกาแฟที่ดี มีคุณภาพ ผ่านกระบวนการคั่ว บด และเก็บรักษาที่ถูกต้องวิธี
- น้ำ ใช้น้ำที่ใสสะอาดผ่านการกรองแล้ว เพราะน้ำที่มีรสหรือกลิ่นจะทำให้รสชาติของกาแฟผิดเพี้ยนไป อุณหภูมิของน้ำที่เหมาะสมต่อการชงกาแฟมากที่สุดอยู่ที่ประมาณ 94 –98 องศาเซลเซียส
- อุปกรณ์ เครื่องชงและกาแฟบดต้องมีความสัมพันธ์กันดังที่กล่าวมาแล้ว กาแฟที่บดละเอียดจนเกินไป จะใช้เวลาชงมากกว่าปกติ และทำให้กาแฟมีรสชาติขม ส่วนกาแฟที่บดหยาบเกินไป จะใช้เวลาชง

น้อยกว่าปกติ ทำให้กาแฟที่ได้มีรสชาติเฉื่อยๆ ทั้งนี้เพราะน้ำที่ใช้ชงกาแฟมีโอกาสดูดซับและสัมผัสกาแฟต่างกัน รสชาติกาแฟที่ได้จึงต่างกันด้วย โดยทั่วไปแล้ว สูตรการชงกาแฟที่ดีจะใช้ปริมาณกาแฟ 2 ช้อนโต๊ะ ต่อน้ำ 6 ออนซ์ และก่อนรินกาแฟลงถ้วย ผู้ชงควรอุ่นถ้วยกาแฟเสียก่อน เพื่อเก็บความร้อนของกาแฟให้นานยิ่งขึ้น

★ รายละเอียดเรื่องเมล็ดกาแฟคั่วเครื่องบด เครื่องชงกาแฟ และการกรรรมวิธีชงกาแฟ ผู้ประกอบการสามารถหาเพิ่มเติมได้จากบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ดังนี้

บ.กาแฟบ้านเรา จำกัด http://coffeefresh.velocall.com	Tel. 0-2801-7428 กด 1
บ.กาแฟแม่สลอง จำกัด http://www.maesalongcoffee.com/	Tel. 0-5321-1825
บ.บอนกาแฟ (ประเทศไทย) จำกัด http://www.boncafe.co.th/	Tel. 0-2693-2570
บ.เคทู จำกัด http://www.k2.co.th	Tel. 0-2513-7525
Ultimate Beverage Product Co.,Ltd. (94 Coffee)	Tel. 0-25306730
บ.เดอะคอฟฟี่เมคเกอร์ จำกัด	Tel. 0-2573-5080
มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระบรมราชูปถัมภ์ โครงการพัฒนาคอกอง http://www.doitung.org/features/thai/coffee/index.htm	

☕ สูตรเครื่องดื่มกาแฟ

ร้านกาแฟส่วนใหญ่จะมีสูตรการชงกาแฟเฉพาะของตัวเอง รายการเครื่องดื่มกาแฟในแต่ละร้านจึงมีชื่อเรียกที่ต่างกันออกไป แต่สูตรที่เป็นสากลและรู้จักกันโดยทั่ว ๆ ไป ได้แก่

เอสเปรสโซ่ (Espresso)	การนำกาแฟอาราบิก้าชนิดคั่วเข้มแบบ อิตาลีเย็นโรสต์ หรือ เอสเปรสโซโรสต์ มาบดชงด้วยน้ำร้อนปริมาณ 1-1 1/2 ออนซ์ ต่อครั้ง ไม่ควรชงกาแฟเอสเปรสโซ่ครั้งละมากกว่า 2 ออนซ์ เพราะทำให้รสชาติกาแฟด้อยลง
คาปูชิโน (Cappuccino)	เอสเปรสโซผสมกับนมร้อน (150-170 องศาเซลเซียส) และปิดด้วยฟองนม (Foamed milk) ในปริมาณ 6 ออนซ์ ที่อุ่นร้อนไว้ก่อน ถ้าเป็นคาปูชิโนเย็นจะใช้วิปครีมแทนฟองนม
ริสเตรตโต (Ristretto)	เอสเปรสโซที่ชงด้วยน้ำน้อยกว่าปกติครั้งหนึ่ง จะได้เอสเปรสโซชนิดเข้มข้น
มอคค่า (Mocca)	การเติมน้ำเชื่อมช็อคโกแลตแท้หรือมอคค่าที่กั้นแก้ว ตามด้วยเอสเปรสโซ 1 ออนซ์ นมร้อน และปิดทับด้วยวิปครีม โรยหน้าด้วยช็อคโกแลตเกล็ดหรือผง
แลฟฟี ลาเต้	เอสเปรสโซ 1 ออนซ์ ผสมนมร้อนจนเต็มถ้วย ปิดทับหน้าด้วยนมตีฟอง

(Caffee Latte) หรือ (Foamed milk) 1/4 นิ้ว อาจโรยเกล็ดช็อคโกแลต
แคฟี โอ เลต์

(Caffee Au Lait)



☕ การเก็บรักษากาแฟเพื่อลดความสูญเสีย

การเก็บรักษากาแฟที่ดีจะทำให้กาแฟคงสภาพความสดใหม่ได้นาน ทั้งรสชาติและกลิ่นหอม ปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการเก็บรักษากาแฟ ได้แก่ อุณหภูมิ แสง อากาศ ความชื้น สำหรับข้อควรปฏิบัติในการเก็บรักษากาแฟ คือ

- เก็บกาแฟไว้ในภาชนะที่ปิดสนิท
- เก็บกาแฟไว้ในที่เย็น อย่าให้กาแฟโดนความร้อนหรือแสงแดด เพราะกลิ่นหอมของกาแฟอาจจางหายไปอย่างรวดเร็ว

- ไม่ควรเก็บกาแฟไว้ในตู้เย็น เพราะกาแฟจะดูดซับเอากลิ่นอาหารต่าง ๆ ในตู้เย็นเข้าไปด้วย นอกจากนี้ การหยิบภาชนะที่บรรจุกาแฟเข้าออกจากตู้เย็นบ่อยครั้ง กาแฟอาจเกิดความชื้นขึ้นได้

- ควรบดเมล็ดกาแฟในปริมาณที่เหมาะสมต่อการบริโภค ร้านไม่ควรบดกาแฟทิ้งไว้ล่วงหน้านานเกิน 1 เดือน

☕ แหล่งที่สามารถให้ความรู้ด้านการผลิต



E-Magazine

http://emag.ratchaburi.com/articles/article_coffe_2001082201_1.html



Moka Coffee

<http://www.mokacoffee.com/home.html>



บริษัทกาแฟบ้านเรา จำกัด

<http://www.coffeefresh.velocall.com/>



บริษัทบอนกาแฟ (ประเทศไทย) จำกัด

<http://www.boncafe.co.th/>



บริษัทแบล็คแคนยอน (ประเทศไทย) จำกัด

<http://blackcanyoncoffee.com>

5. การบริหาร

ร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่จะต้องพัฒนาสินค้าและรักษามาตรฐานการบริการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นธุรกิจร้านกาแฟจึงต้องมีระบบการบริหารจัดการที่ดีทั้งในด้านบุคลากร ระบบการขายและการบริการ ระบบคลังสินค้า การตลาดที่มีประสิทธิภาพ ไม่เช่นนั้นแล้ว ย่อมส่งผลให้ต้นทุนของธุรกิจสูงขึ้นตามไปด้วยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้ ส่วนใหญ่จะนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ IT เข้ามาใช้ควบคุมดูแลส่วนงานต่างๆ ดังนี้

☛ การขายและการบริการ

ระบบไอทีจะช่วยสนับสนุนการขายหน้าร้าน ให้ยุ่งเกี่ยวกับระบบบัญชีน้อยที่สุดโดยระบบการชำระเงิน ณ.จุดขาย หรือที่เรียกว่า Point Of Sale (POS) ช่วยให้การขายเป็นไปด้วยความรวดเร็ว และสะดวกต่อลูกค้า ระบบสนับสนุนนี้จะเก็บรายละเอียดข้อมูลการซื้อทั้งหมด ทั้งข้อมูลประเภทกาแฟที่ขายดีที่สุด ช่วงเวลาที่มีการซื้อขายมากที่สุด และยอดขายที่ได้ในแต่ละวัน

☛ การบริหารระบบคลังสินค้า

เมื่อเก็บข้อมูล ณ.จุดขายแล้ว ระบบ IT จะส่งข้อมูลมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ Server ที่อยู่หลังร้าน เพื่อใช้จัดการระบบคลังสินค้า ระบบสนับสนุนนี้จะบอกได้ทันทีว่า ณ.เวลานั้น มีสินค้าคงคลังเหลืออยู่เท่าใด และต้องเตรียมสินค้าในสต็อกเท่าใด ให้พอกับความต้องการของลูกค้า ในส่วนนี้ ผู้ลงทุนสามารถนำไปคำนวณระยะเวลาตั้งซื้อ และระยะเวลาขนส่งวัตถุดิบได้แม่นยำขึ้น เพื่อให้กาแฟมีคุณภาพสดใหม่อยู่เสมอ การบริหารระบบคลังสินค้าจะช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายและความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นได้

☛ การตลาด

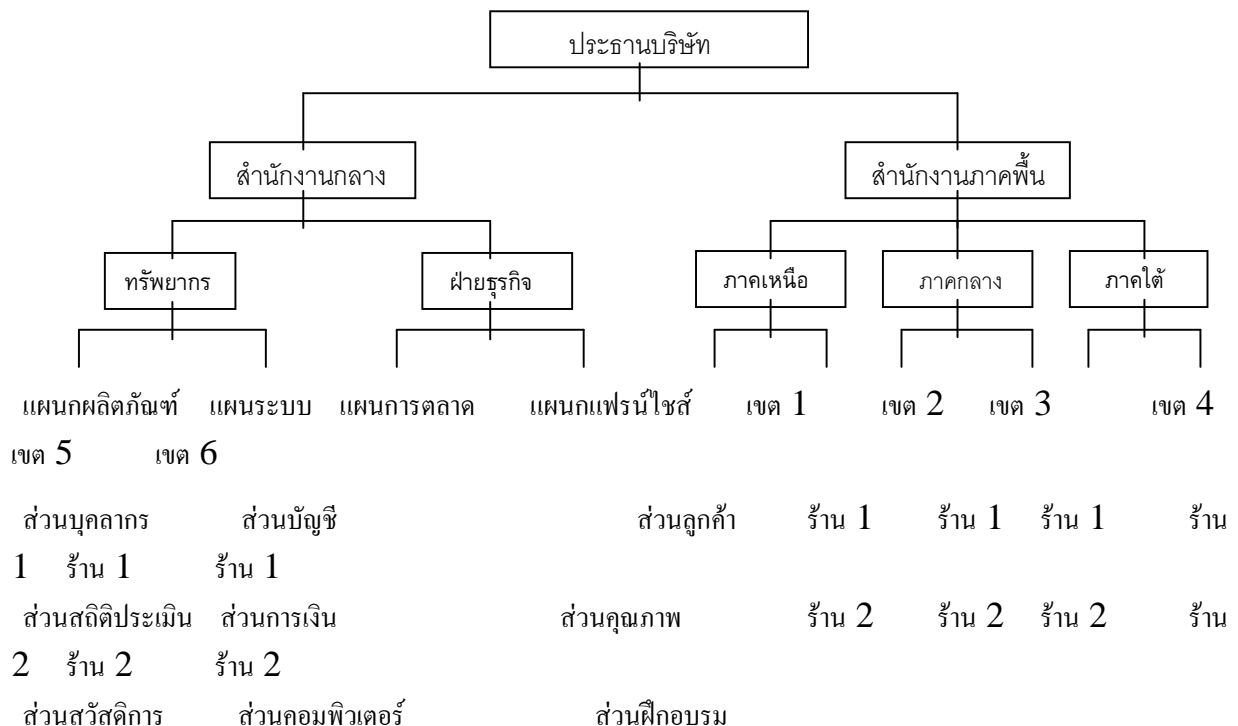
ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากระบบสนับสนุน จะถูกนำมาใช้ในการวางแผนการตลาด การจัดทำแผนส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อรักษาลูกค้าไว้

สำหรับร้านกาแฟขนาดเล็ก ที่ไม่ได้นำระบบ IT เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการร้าน ก็สามารถนำเอาหลักการบริหารดังกล่าวไปปรับใช้ เพียงแต่ผู้ลงทุนจะต้องคอยควบคุม ตรวจสอบให้รัดกุม การบริหารจัดการจึงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากการบริหารงานในส่วนต่างๆ ดังกล่าวแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจนี้ยังต้องให้ความสำคัญกับการบริหารบุคลากร ทั้งเรื่องการฝึกอบรม เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องกาแฟแก่พนักงาน กระทั่งพนักงานสามารถตอบคำถามของลูกค้าและให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าได้ รวมไปถึงการให้สวัสดิการ การให้ผลตอบแทนที่ยุติธรรมต่อพนักงาน และการให้โอกาสพนักงานทุกคนปฏิบัติงานอย่างเท่าเทียมกัน

รูปแบบโครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรจะขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ ร้านกาแฟขนาดเล็กอาจมีผู้จัดการร้านเพียงคนเดียว หรือมีพนักงานช่วยร้าน 1-2 คน โครงสร้างองค์กรจึงไม่ค่อยมีความซับซ้อน แต่ร้านกาแฟขนาดใหญ่ที่มีจำนวนสาขาหลายแห่งนั้น รูปแบบโครงสร้างองค์กรจะมีความซับซ้อนสูงขึ้น ดังนี้



หมายเหตุ ข้อมูลฝั่งองค์กรจาก บ้านไร่กาแฟ

6. การลงทุน

ธุรกิจร้านกาแฟมีลักษณะการลงทุนใน 3 รูปแบบหลักๆ ดังนี้

■ ร้าน (Stand-Alone)

เป็นอาคารอิสระหรือห้องเช่าที่มีพื้นที่ประมาณ 50 ตร.ม. ขึ้นไป ร้าน Stand-Alone อาจตั้งอยู่ตามย่านชุมชน ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน หรือพลาซ่าใหญ่ๆ

■ คอร์เนอร์ (Corner/Kiosk)

ร้านกาแฟขนาดกลาง ใช้พื้นที่ประมาณ 6 ตร.ม. ขึ้นไป ลักษณะเป็นมุมกาแฟภายในอาคาร ศูนย์การค้า หรือพลาซ่า ร้านกาแฟประเภทนี้อาจจัดให้มีที่นั่งจำนวนเล็กน้อย

■ รถเข็น (Cart)

ร้านกาแฟขนาดเล็ก ใช้พื้นที่ประมาณ 3 ตร.ม. สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก หากทำเลที่ตั้งได้ง่าย ทำให้เข้าถึงตลาดได้ทุกระดับ

เงินลงทุนและต้นทุนค่าใช้จ่ายของการทำร้านกาแฟจะแตกต่างกันไปตามขนาดและรูปแบบของการลงทุนดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ดังนี้



รูปแบบร้าน (Stand-Alone)

☕ โครงสร้างการลงทุน

ร้านกาแฟในรูปแบบ Stand Alone จะใช้เงินลงทุนเริ่มแรกประมาณ 800,000 ถึง 1,500,000 บาท ซึ่งโครงสร้างต้นทุนของร้านกาแฟรูปแบบนี้ ส่วนใหญ่จะอยู่ในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน คือ

1. ลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ประมาณ 90% ได้แก่
 - ค่าก่อสร้าง ออกแบบและตกแต่งสถานที่
 - ค่าวางระบบต่างๆ (ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ระบบเก็บเงิน)
 - ค่าอุปกรณ์
2. เงินทุนหมุนเวียนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเริ่มต้น ประมาณ 10 % ได้แก่
 - ค่าวัตถุดิบสินค้า
 - ค่าบรรจุภัณฑ์
 - ค่าจ้างพนักงาน
 - ค่าเช่าพื้นที่
 - ค่าน้ำ ค่าไฟ

- ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

*โครงสร้างการลงทุนข้างต้น ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 4 ราย ช่วงเดือนกรกฎาคม 2545

การลงทุนดังกล่าวเป็นเพียงตัวอย่าง ให้ผู้ประกอบการที่สนใจได้เห็นรูปแบบการลงทุนของร้านกาแฟแบบ Stand Alone คร่าวๆ หากผู้ประกอบการบางรายมีความพร้อมด้านสินทรัพย์ถาวรบางรายการ หรือคาดว่าจะสามารถสร้างรายได้เข้ามาได้ทันกับค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น ผู้ประกอบการก็สามารถปรับลดสัดส่วนของสินทรัพย์ถาวรหรือเงินทุนหมุนเวียนที่จะนำมาเป็นค่าใช้จ่ายเริ่มต้นลงได้ ฉะนั้น สัดส่วนโครงสร้างการลงทุนจึงขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในธุรกิจของผู้ประกอบการเองด้วย

วิธีการคำนวณรูปแบบการลงทุนร้านกาแฟ Stand Alone

กรณีร้านกาแฟในห้างสรรพสินค้า ใช้ขนาดพื้นที่ประมาณ 60 ตารางเมตร สัญญาเช่า 10 ปี ผู้ประกอบการใช้เงินลงทุนเริ่มแรกประมาณ 1.42 ล้านบาท แบ่งเป็นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 1.27 ล้านบาท เป็นเงินทุนหมุนเวียนเพื่อค่าใช้จ่ายเริ่มต้น ประมาณ 1.48 แสนบาทต่อเดือน และหากผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายกาแฟได้ประมาณ 150 แก้วต่อวัน ในราคาเฉลี่ย 55 บาท โดยมีรายละเอียดที่จะต้องกำหนดขึ้น เพื่อการคำนวณดังนี้

- (1) ยอดขายกาแฟที่คาดว่าจะจำหน่ายได้ในแต่ละวัน 150 แก้ว คิดเป็นจำนวน 54,750 แก้ว/ปี
- (2) การก่อสร้างและตกแต่งอาคารให้มีอายุใช้งาน 10 ปี คิดค่าเสื่อมอัตรากงที่
- (3) อุปกรณ์ ให้มีอายุใช้งาน 5 ปี คิดค่าเสื่อมอัตรากงที่
- (4) ค่าวางระบบต่างๆ ตัดเป็นค่าใช้จ่ายในระยะเวลา 5 ปี

งบประมาณการลงทุน

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าก่อสร้าง ออกแบบและตกแต่งสถานที่	800,000
ค่าระบบไฟฟ้า	50,000
ค่าระบบประปา	15,000
ค่าระบบโทรศัพท์	5,000
ค่าระบบเก็บเงิน	50,000
รวมเงินลงทุน	920,000
อุปกรณ์	

เครื่องชงกาแฟ	200,000
เครื่องบดกาแฟ	30,000
เครื่องปั่น	40,000
เครื่องใช้ไฟฟ้า	20,000
อุปกรณ์เครื่องครัวต่างๆ	20,000
อุปกรณ์เครื่องเสียง	20,000
เครื่องเก็บเงิน	20,000
รวมค่าอุปกรณ์	350,000
รวมเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	1,270,000
เงินทุนหมุนเวียน	147,500
รวมเงินลงทุนทั้งสิ้น	1,417,500

ประมาณการค่าใช้จ่ายต่อเดือน

◆ ต้นทุนสินค้า

รายการ	จำนวนเงิน(บาท/แก้ว)
กาแฟ	5.0
น้ำ น้ำแข็ง	0.5
นม (นมข้นหวาน นมข้นจืด นมสด)	5.0
ผงวนิลา ผงช็อกโกแลต	2.0
น้ำตาล	0.5
น้ำตาลซอง	0.5
ครีมซอง	1.0
อื่นๆ	<u>0.5</u>
รวมค่าวัตถุดิบ	<u>15</u>
บรรจุภัณฑ์	
แก้ว	1.6
ฝา	0.7
ไม้คน	0.2
หลอด	0.1

ทิชชู	0.2
อื่นๆ	<u>0.2</u>
รวมค่าบรรจุภัณฑ์	<u>3.0</u>
รวมต้นทุนกาแฟต่อหน่วย	<u><u>18.00</u></u>
รวมต้นทุนสินค้าต่อเดือน (150 x 18 x 30)	= 81,000 บาท/เดือน

◆ ค่าจ้างพนักงาน (บาท/เดือน)

หัวหน้าร้าน 1 คน	12,000
พนักงานร้าน 1 คน	7,000
พนักงานดูแลความสะอาด 1 คน	<u>5,500</u>
รวมค่าจ้างพนักงาน	<u><u>24,500</u></u>

◆ ค่าเช่าพื้นที่ (บาท/เดือน) 30,000

◆ ค่าน้ำ ค่าไฟ (บาท/เดือน) 7,000

◆ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (บาท/เดือน) 5,000

(ได้แก่ ค่าขนส่ง ค่าการตลาด ค่าส่งเสริมการขาย)

รวมประมาณการค่าใช้จ่ายต่อเดือน (บาท) 147,500

สรุปต้นทุนของโครงการ

หน่วย : บาท

รายการ	เงินลงทุน ปีที่ 0	การดำเนินงาน ปีที่ 1
จำนวนกาแฟที่จำหน่าย (แก้ว/ปี)		54,750
ต้นทุนคงที่		
1. ค่าก่อสร้าง ออกแบบตกแต่งสถานที่	800,000	
2. ค่าเสื่อมราคาอาคาร (800,000/ 10ปี)		80,000
3. ค่าวางระบบไฟฟ้า	50,000	
4. ค่าวางระบบประปา	15,000	
5. ค่าวางระบบโทรศัพท์	5,000	

6. ค่าวางระบบเก็บเงิน	50,000	
7. ค่าวางระบบตัดจ่าย (120,000 / 5ปี)		24,000
8. ค่าอุปกรณ์	350,000	
8. ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ (350,000 /5ปี)		70,000
ต้นทุนผันแปร		
9. ค่าวัสดุคิบและบรรจุภัณฑ์		972,000
10. ค่าจ้างพนักงาน		294,000
11. ค่าเช่าพื้นที่		360,000
12. ค่าน้ำ ค่าไฟ		84,000
13. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		60,000
รวมต้นทุน	1,270,000	1,944,000

ต้นทุนเฉลี่ยต่อแก้ว

$$\begin{aligned}
 \text{ต้นทุนเฉลี่ย} &= \frac{\text{ต้นทุนรวมปีที่ 1}}{\text{จำนวนขาย}} \\
 &= \frac{1,944,000}{54750} \\
 &= 35.51 \text{ บาท/แก้ว}
 \end{aligned}$$

การกำหนดราคาขาย

ราคาขายของกาแฟแต่ละถ้วย จะถูกกำหนดขึ้นจากต้นทุนบวกด้วยกำไรที่ผู้ประกอบการต้องการ แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว การตั้งราคาของผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงราคาขายของผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกันที่มีในตลาดด้วย เช่น กรณีของร้านกาแฟตัวอย่างที่กำหนดไว้นี้ จับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับบน ซึ่งราคาจำหน่ายกาแฟในตลาดระดับนี้ อยู่ที่ประมาณ 45-65 บาท วิธีการกำหนดราคา สามารถคำนวณได้ดังนี้

ต้นทุนรวมปีที่ 1	1,957,500 บาท
ปริมาณยอดขายกาแฟ (หน่วย/ปี)	54,750 บาท
ต้นทุนราคาแก้วละ	35.51 บาท
ต้องการกำไร 55%	19.53 บาท
ราคาขายแก้วละ	55.04 บาท

คิดเป็นราคาขายแก้วละ

55.00 บาท

รายได้

รายได้ของธุรกิจเกิดจาก ยอดขาย x ราคาสินค้า = 54750×55

3,011,250 บาท

งบกำไรขาดทุน

รายการ

จำนวนเงิน (บาท/ปี)

ยอดขาย

3,011,250

ต้นทุนการดำเนินงาน

 ค่าวัสดุคิบ และบรรจุภัณฑ์

972,000

 ค่าจ้างพนักงาน

294,000

 ค่าเช่าพื้นที่

360,000

 ค่าน้ำ ค่าไฟ

84,000

กำไรขั้นต้น

1,301,250

ค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร

60,000

ค่าเสื่อมราคาอาคาร

80,000

ค่าวางระบบตัดจ่าย

24,000

ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์

70,000

กำไรสุทธิก่อนหักภาษี

1,067,250

ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30%

320,175

กำไรสุทธิหลังหักภาษี

747,075

อัตรากำไรต่อยอดขาย

$$\begin{aligned}\text{อัตรากำไรต่อยอดขาย} &= \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี} * 100}{\text{ยอดขาย}} \\ &= \frac{(747,075 * 100)}{3,011,250} \\ &= 24.81\%\end{aligned}$$

ระยะเวลาคืนทุน

ปีที่	เงินลงทุน	ผลตอบแทน	ผลตอบแทนสุทธิ (ผลตอบแทน-เงินลงทุน)
0	-1,270,000	0	-1,270,000
1		921,075	-348,925
2		921,075	572,150

หมายเหตุ ผลตอบแทนเป็นผลรวมของกำไรสุทธิบวกค่าเสื่อมอาคาร ค่าเสื่อมอุปกรณ์ และค่าใช้จ่ายตัดจ่ายรายปี

จากตัวอย่างรูปแบบเงินลงทุน และประมาณการรายได้ และต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ตามข้อกำหนดที่ตั้งไว้ข้างต้น พบว่า ธุรกิจร้านกาแฟตัวอย่างจะได้รับผลตอบแทนคิดเป็นกำไรสุทธิ 747,075 บาท/ปี เมื่อบวกกลับด้วยค่าเสื่อมอาคาร ค่าเสื่อมอุปกรณ์ และ ค่าวางระบบตัดจ่ายแล้ว ผลตอบแทนที่ได้สุทธิเป็นเงิน 921,075 บาท/ปี ในกรณีที่ผลตอบแทนที่ได้เท่ากันทุกปี ธุรกิจตัวอย่างนี้จะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 2 ปี และได้รับกำไรสุทธิในปีที่ 2 เป็นเงิน 572,150 บาท ผู้ประกอบการที่สนใจสามารถ download file excel การลงทุน เพื่อนำไปปรับเปลี่ยนต้นทุนและผลตอบแทนให้เหมาะสมกับรูปแบบการลงทุนของผู้ประกอบการเองต่อไป

[Download file EXCEL การลงทุน](#)



รูปแบบคอร์เนอร์และรถเข็น

ร้านกาแฟในรูปแบบ Corner จะใช้เงินลงทุนเริ่มแรกประมาณ 250,000 ถึง 800,000 บาท ส่วนรูปแบบ Cart ใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 80,000 ถึง 600,000 บาท การลงทุนในรูปแบบคอร์เนอร์และรถเข็น ใช้วิธีการคำนวณเช่นเดียวกับรูปแบบของร้าน เพียงแต่โครงสร้างเงินลงทุนของคอร์เนอร์และรถเข็นจะมีสัดส่วนที่แตกต่างไปจากร้าน Stand Alone ดังนี้

ตัวอย่างเงินลงทุนร้านกาแฟในรูปแบบคอนเนอร์และรถเข็น

รายการ	คอนเนอร์ (บาท)	รถเข็น (บาท)
1. ค่าออกแบบตกแต่ง	250,000	70,000
2. ค่าระบบไฟฟ้า	30,000	-
3. ค่าระบบโทรศัพท์	5,000	-
4. เครื่องชงกาแฟ	200,000	50,000
5. เครื่องบดเมล็ดกาแฟ	30,000	-
6. เครื่องปั่น	40,000	-
7. เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ	10,000	-
8. อุปกรณ์เครื่องครัวต่างๆ	10,000	10,000
9. เครื่องเก็บเงิน	30,000	-

ต้นทุนวัตถุดิบทั้งแบบคอนเนอร์และรถเข็น อาจใช้อัตราเดียวกับการลงทุนแบบร้าน ส่วนต้นทุนการดำเนินงาน และต้นทุนการขายและบริหาร จะแตกต่างกันไปตามความเหมาะสม ผู้ประกอบการต้องประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่าย และยอดขายที่ต้องการขึ้น แล้วนำมาคำนวณ โดยวิธีการดังตัวอย่างข้างต้น

7. เงื่อนไขและข้อจำกัดที่สำคัญ

- ๑ การหาทำเลที่ตั้งจะค่อนข้างยาก เพราะทำเลที่ดีมักถูกผู้ประกอบการรายใหญ่เข้าจับจองแล้ว
- ๑ ผู้ประกอบการรายใหญ่เริ่มหันมาจับกลุ่มลูกค้ารายย่อย ทำให้การแข่งขันสูง นักลงทุนรายย่อยที่จะเข้ามาในตลาดจึงค่อนข้างมีความเสี่ยง เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหญ่มีเงินลงทุนสูงและมีความรู้ในด้านเทคโนโลยีที่ดีกว่า

8. ปัจจัยที่ทำให้การทำธุรกิจร้านกาแฟประสบความสำเร็จ

- ๑ ผู้บริหารร้านที่ดีต้องไม่ละเลยกับการดูแลธุรกิจด้วยตนเอง
- ๑ การมีทำเลที่ตั้งที่ดี และการออกแบบตกแต่งร้านที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- ๑ การผลิตทุกขั้นตอนต้องถูกควบคุมให้สะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค วัตถุดิบและอุปกรณ์การผลิตต้องได้มาตรฐาน
- ๑ มีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

แหล่งข้อมูล

กรณีการ ชินประสิทธิ์ชัย, ผู้จัดการการตลาด บริษัทแบล็คแคนยอน (ประเทศไทย) จำกัด, สัมภาษณ์โดย
ผ่องพรรณ ลาภวรกิจชัย, 1 กค. 2545

จิรศักดิ์ ลิพหาวงศ์, ผู้จัดการทั่วไป Ultimate Beverage Product Co.,Ltd., สัมภาษณ์ โดย ผ่องพรรณ
ลาภวรกิจชัย, 3 กค. 2545.

ดวงกมล รัตนอุบล, กรรมการผู้จัดการ บริษัทเดอะคอฟฟี่เมกเกอร์ จำกัด, สัมภาษณ์โดย ผ่องพรรณ ลาภวรกิจชัย,
2 กค. 2545.

ประวิทย์ จิตนราพงศ์, กรรมการผู้จัดการบริษัท แบล็คแคนยอน (ประเทศไทย) จำกัด, สัมภาษณ์โดย ผ่องพรรณ
ลาภวรกิจชัย, 1 กค. 2545

พชนี สุวรรณวิศาลกิจ. กาแฟแก้ว Roasted Coffee. อาหาร 32 (มกราคม – มีนาคม 2002) : 17- 21.

ร้านกาแฟฟรีเมียม ตลาดใหญ่เปิดง่ายแต่อยู่ยาก. THAILAND RESTAURANTNEWS 2
(16 Nov – 15 Dec 2001) : 4 – 6, 26.

สายชล เพขวาน้อย, ประธานบริหาร บริษัทออกแบบไรรณา (ประเทศไทย) จำกัด, สัมภาษณ์โดย ผ่องพรรณ
ลาภวรกิจชัย 1 กค. 2545

กรมการค้าต่างประเทศ http://www.dft.moc.go.th/document/commodity_trade/service/import/coffeei.htm

กรมวิชาการเกษตร สารสนเทศพืชสวน http://www.itdoa.com/crop_itda/menu/menu_h5.htm

http://www.doa.go.th/home/publication/pub/scientific_1-4/scientific_1/coffee/coffee1.html

บริษัทกาแฟบ้านเรา จำกัด <http://www.coffeefresh.velocall.com/>

บริษัทกาแฟแม่สลอง จำกัด <http://www.maesalongcoffee.com/>

บริษัทสตาร์บัคส์ (ประเทศไทย) จำกัด <http://www.starbucks.com>

บริษัทแบล็คแคนยอน (ประเทศไทย) จำกัด <http://www.blackcanyoncoffee.com/>

บริษัทออกเบบไรรุ่นา (ประเทศไทย) จำกัด <http://www.banriacoffee.com>

ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย <http://www.tfrc.co.th>

Moka Coffee <http://www.mokacoffee.com>

Thai Foods Commercial Networks Co., Ltd

http://www.thaifoodmanufacturer.com/function/0_Law&Regulations/notification/no197.html

E-Magazine http://emag.ratchaburi.com/articles/article_coffe_2001082201_1.html

มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระบรมราชูปถัมภ์ โครงการพัฒนาद्यตุง

<http://www.doitung.org/features/thai/coffee/index.htm>

หมายเหตุ

- ข้อมูลดังกล่าวเป็นเพียงการให้ความรู้เบื้องต้นเท่านั้น
- การเก็บข้อมูลได้ดำเนินการในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ดังนั้น ข้อมูลอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ต่างๆ ที่เข้ามากระทบต่อธุรกิจ

ฉะนั้น สำหรับผู้ที่คิดจะลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ สามารถขอคำปรึกษาเพิ่มเติมได้ที่ ฝ่ายบริการปรึกษา

แนะนำทางธุรกิจของทางสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)

เบอร์โทร. 0-25644000

