

การวางแผนธุรกิจร้านกาแฟ กรณีร้านกาแฟ M
ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา
Coffee Shop Business Plane : A Study of an M Coffee
Shop in Muang Nakhon Ratchasima District,
Nakhon Ratchasima Province

มนัญชยา มีนีสัย (Mananchaya Meenisai)¹
บุษกรณ์ ลิ้เจียะวะระ (Bussagorn Leejoeiwara)²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวางแผนลงทุนธุรกิจร้านกาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน จากนั้นนำไปกำหนดแผนภาพแบบจำลองธุรกิจ โดยทำการแจกแบบสอบถามกลุ่มประชากรเป้าหมายคือ ประชากรที่เคยใช้บริการร้านกาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 ชุด ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตลาด มีความเป็นไปได้ เนื่องจากมีความสนใจในการเข้าใช้บริการ ถึงร้อยละ 95 และเมื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค พบว่าในด้านปัจจัยภายในพบว่ามีจุดแข็งมากกว่าจุดอ่อน และในด้านของปัจจัยภายนอกมีโอกาสมากกว่าอุปสรรค ทำให้มีความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจ ด้านการจัดการ มีความเป็นไปได้ เนื่องจากโครงการมีพนักงานทั้งหมด 7 คน ผ่านการคัดเลือก มีผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม ด้านเทคนิค มีความเป็นไปได้ เนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่ติดกับถนนเส้นหลัก มีที่จอดรถอย่างกว้างขวาง และด้านการเงิน มีความเป็นไปได้ เนื่องจากใช้งบประมาณเงินทุน 1,800,000 บาท

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

²อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

email : bussle@kku.ac.th

ความเป็นไปได้ของโครงการในระยะเวลา 5 ปี อัตราผลตอบแทนการลงทุนภายใน (IRR) เท่ากับ 44.01 % มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นบวกที่ 1,943,621 บาท และโครงการมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 2 ปี แสดงถึงความเหมาะสมในการลงทุนของโครงการนี้

คำสำคัญ : การวางแผนธุรกิจ ความเป็นไปได้ การลงทุน ธุรกิจร้านกาแฟ

Abstract

This paper aims to develop a business plan for an M Coffee shop in Muang Nakhon Ratchasima district, Nakhon Ratchasima province. The results from the analysis of marketing, management, technical, and financial feasibility were used to develop a Business Model Canvas. Data were collected via a questionnaire answered by 400 consumers who use the services of coffee shops located in the district. In terms of marketing, based on the positive response rate of 95%, it is feasible to open a coffee shop. The evidence of the SWOT analysis shows that the strengths outweigh the weaknesses with higher opportunities than threats. The management of the coffee shop is also feasible with one owner and seven employees. The employees would receive fair wages and benefits. The technical results also showed that the opening of the coffee shop is feasible since its location has potential, being close to the university with sufficient parking spaces. Regarding financial feasibility, the project requires a total investment of 1,800,000 baht based on five years of operation with a 44.01% internal rate of return (IRR). The net present value (NPV) is 1,943,621 baht, and the payback period is two years. Based on the framework set out to assess feasibility in four core areas, it can be concluded that the establishment of an M Coffee shop is marginally feasible.

Keywords: Business plan, Feasibility study, Investments, Coffee shop

บทนำ

ในปัจจุบันเครื่องดื่มกาแฟสดที่ให้บริการในร้านกาแฟได้รับความนิยมอย่างมากในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ดังเห็นได้จากจำนวนของร้านกาแฟที่เปิดให้บริการอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมนั้น ผู้คนนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่แต่ในปัจจุบันหันมานิยมเข้าใช้บริการร้านกาแฟที่มีการตกแต่งที่สวยงาม สะดวกสบาย และมีพื้นที่เพียงพอ

หากพิจารณาจังหวัดนครราชสีมา นับเป็นจังหวัดที่มีการเติบโตของธุรกิจต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยความร่วมมือของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการสร้างรายได้ในอนาคตของจังหวัด ก่อให้เกิดการจ้างงาน การขยายตัวทางการค้า ซึ่งประชากรในจังหวัดนครราชสีมาเป็นประชากรที่มีกำลังซื้ออย่างมาก พิจารณาได้จากข้อมูลจำนวนของธุรกิจที่จดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าภายในจังหวัด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562-2564 ที่มีอัตราการธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังตารางที่ 1

ถึงแม้ในปัจจุบันจะมีธุรกิจร้านกาแฟอย่างแพร่หลายในทั่วทั้งประเทศ และรวมไปถึงจังหวัดนครราชสีมา แต่ก็ยังมีร้านกาแฟหลายร้านที่เปิดกิจการได้ไม่นานนักต้องปิดตัวลง การลงทุนสร้างแบรนด์ร้านกาแฟขึ้นมาใหม่ อาจทำให้ผู้ประกอบการมีความเสี่ยงสูง เพราะการแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟนั้นค่อนข้างรุนแรง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าผู้ที่มีความสนใจธุรกิจร้านกาแฟจะไม่มีโอกาสประสบความสำเร็จเลย แต่ในระยะแรกของการจะเริ่มทำธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีความจำเป็นในการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการลงทุนในธุรกิจเพื่อลดความเสี่ยงการลงทุนในโครงการนั้นๆ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาเล็งเห็นโอกาสของกลุ่มธุรกิจร้านกาแฟที่มีการขยายตัวมากขึ้นตามสถิติข้างต้นที่ได้กล่าวมา จึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจร้านกาแฟ กรณี่ร้านกาแฟ M ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการทำธุรกิจเพื่อสร้างกำไรและลดความเสี่ยงจากการลงทุนธุรกิจ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการวางแผนธุรกิจร้านกาแฟในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาการวางแผนลงทุนธุรกิจร้านกาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยจะประกอบไปด้วยการศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้าน และทำการกำหนดแบบจำลองธุรกิจ ได้แก่

1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

1.1 ข้อมูลทั่วไป

1.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ทั้งในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา อำเภออื่นๆ ในจังหวัดนครราชสีมา รวมไปถึงจังหวัดใกล้เคียงที่เคยใช้บริการร้านกาแฟในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่ชัดได้ จึงใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ตามทฤษฎีของ Yamane Taro โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384.16 คน เพื่อสะดวกต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลการศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ ผู้ศึกษาจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าจำนวน 400 คน

1.1.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบวิธีการเลือกแบบสะดวก (Convenience Selection) โดยทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) นำไปเก็บข้อมูลจากประชากรที่เคยใช้บริการร้านกาแฟต่างๆในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

1.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามที่ใช้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ (Reliability Coefficient) สัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบัค (Cronbach's Coefficient Alpha) โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ค่าแอลฟา 0.963 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ จึงนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการคำนวณและประมวลผล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ร่วมกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTEL Analysis) การวิเคราะห์การเลือกกลุ่มเป้าหมาย (STP Marketing) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Five Forces Model) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) และการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคเป็นการศึกษากระบวนการด้านการจัดการเพื่อกำหนดรูปแบบในการดำเนินการ กำหนดโครงสร้างองค์กรให้ชัดเจน ลดความทับซ้อนของหน้าที่การทำงาน รวมถึงการระบุคุณสมบัติเฉพาะเพื่อจัดสรรคนเข้าทำงาน อำนาจการและควบคุมการทำงานเพื่อให้ทุกคนในองค์กรปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อมรรวรรณ รัชกุล, 2562)

3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

กำหนดลักษณะอาคารโครงสร้าง รูปแบบของโครงสร้างอาคาร และการกำหนดพื้นที่ภายในอาคารสถานที่ พร้อมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูล และศึกษาเกี่ยวกับเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่จำเป็นในการทำร้านกาแฟ (อุดม สายะพันธุ์, 2553)

4. การศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการเงิน โดยนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ทางด้านการตลาด และด้านเทคนิคมาประกอบเพื่อให้การประเมินโครงการเป็นไปได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีการจัดทำการเงินต่างๆ เช่น การจัดทำงบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการวางแผนโดยการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนให้เกณฑ์ในการตัดสินใจโดยใช้เครื่องมือต่างๆ ดังนี้

4.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือ การหาผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการกับเงินจ่ายสุทธิลงทุนเริ่มแรก กิจกรรมจะตอบรับโครงการในการลงทุน หาก NPV ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าศูนย์ คือ ตอบรับโครงการลงทุนเมื่อ $NPV > 0$ หรือมีค่าเป็นบวก (Brigham and Houston, 2014)

$$NPV = \sum_{i=0}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t} - C$$

โดยที่ CF_t คือ ผลของกระแสเงินสดสุทธิรายปี

i คือ ต้นทุนที่ใช้ในการลงทุน

C คือ เงินทุนที่จ่ายครั้งแรกในการลงทุน

การพิจารณา $NPV < 0$ ไม่ควรทำการลงทุนโครงการนั้น

$NPV > 0$ ควรพิจารณาการลงทุนโครงการนั้น

4.2 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เป็นระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปีรวมกันเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรกของโครงการ หรือระยะเวลาที่ผลตอบแทนจากการดำเนินโครงการเท่ากับเงินลงทุนในโครงการ ซึ่งกิจกรรมจะตอบรับโครงการลงทุน เมื่อระยะเวลาคืนทุนมีการคำนวณที่มีค่าน้อยกว่าอายุโครงการ หรือน้อยกว่าระยะเวลาคืนทุนที่กิจการต้องการ กล่าวคือ ยิ่งตัวเลขน้อยยิ่งดี สามารถคำนวณได้ดังนี้

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) = จำนวนปีก่อนคืนทุน + $\frac{\text{เงินส่วนที่ยังไม่คืน}}{\text{กระแสเงินสดในปีคืนทุน}}$

ระยะเวลาคืนทุนที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจลงทุนจะต้องมีเวลาที่น้อยที่สุด

4.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)

สุภาพดา สิริกฤตดา (2552) ได้กล่าวว่า อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) คือ การประเมินผลตอบแทนของโครงการว่ามีอัตราผลตอบแทนเท่าไรเป็นการสุ่มอัตราคิดลดโดยกำหนดให้ NPV มีค่าเท่ากับ 0 คือการพิจารณามูลค่าของเงินตามกาลเวลาโดยทำให้ค่าเงินสุทธิมีค่าเท่ากับเงินก้อนแรก

$$0 = \sum_{i=0}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t}$$

โดยที่ IRR คือ อัตราผลตอบแทนภายใน

CF_t คือ กระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดหวัง ณ ช่วงเวลา t

n คือ ช่วงอายุของโครงการที่ลงทุน

4.4 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity analysis)

คือ การวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อพิจารณาโครงการที่ไม่เป็นไปตามแผนการเงินที่ประเมินไว้ ซึ่งผู้ประกอบการจะดูผลตอบแทนของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะใด ส่งผลกระทบอย่างไรต่อโครงการ เช่น การเปลี่ยนแปลงของระยะเวลาคืนทุน การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ การเปลี่ยนแปลงของค่าอัตราผลตอบแทน โดยทำการวิเคราะห์ระหว่างผลตอบแทนหรือรายได้ต้นทุน (ไพบลูย์ ผจวงวงศ์, 2552)

5. กำหนดแผนภาพแบบจำลองธุรกิจ

การกำหนดแผนภาพแบบจำลองธุรกิจ ใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน เพื่อระบุแผนภาพแบบจำลองของธุรกิจ ได้ดังนี้

5.1 ผลที่ได้จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด จะทำให้สามารถระบุกลุ่มเป้าหมาย (Customer Segments) คุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Proposition) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ทรัพยากรที่สำคัญ (Key Resources) กิจกรรมที่สำคัญ (Key Activities) และหุ้นส่วนทางธุรกิจที่สำคัญ (Key Partnership)

5.2 ผลที่ได้จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคจะสามารถระบุโครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

5.3 ผลที่ได้จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินสามารถระบุกระแสรายรับ (Revenue Streams) (Osterwalder & Pigneur, 2010)

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

จากผลการตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิงร้อยละ 60.8 และเพศชายร้อยละ 39.2 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 64 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนถึงร้อยละ 39.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 26.8 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟ ความถี่ในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะเข้าใช้บริการกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุดถึงครั้งละ 81-160 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.8 ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามสะดวกเข้าใช้บริการ คือ 12.01-15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 44.3 โดยผู้คนส่วนใหญ่ชื่นชอบการตกแต่งร้านแบบทันสมัย (Modern) คิดเป็นร้อยละ 37.8 ประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ เครื่องดื่มประเภทกาแฟ เช่น อเมริกาโน่ ลาเต้ คาปูชิโน่ มอคค่า เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 54.8 ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด คือ คุณภาพดีและรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 83.5 สิ่งที่มียุทธพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ คือ เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 82.8 และเมื่อมีการเปิดธุรกิจร้านกาแฟใหม่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีผู้อยากจะเข้าใช้บริการมากถึงร้อยละ 95 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟมากที่สุดในแต่ละด้านมีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ รสชาติกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ มีความอร่อย (ค่าเฉลี่ยที่ 4.70) ด้านราคา คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ยที่ 4.67) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สถานที่ตั้งของ

ร้านมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยที่ 4.61) ด้านการส่งเสริมการขาย คือ มีการลดราคา (ค่าเฉลี่ยที่ 4.59) ด้านบุคลากร คือ พนักงานแต่งตัวสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ยที่ 4.65) ด้านกระบวนการ คือ มีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง (ค่าเฉลี่ยที่ 4.68) และด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ยที่ 4.68)

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) ผลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป พบว่า ปัจจัยด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อ ในทางลบ ปัจจัยด้านด้านเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและลบ ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อทางบวก ปัจจัยด้านเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อในทางบวก ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบ และปัจจัยด้านกฎหมาย ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านค้าแฟแฟในทางบวก

ผลการศึกษาการแบ่งส่วนทางการตลาด (STP Marketing) จากการ ศึกษาพบว่า ธุรกิจร้านค้าแฟแฟ ได้กำหนดขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย คือ เพศชายและ เพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 26 ปี ถึง 35 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป โดยต้องเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ภายในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีพฤติกรรมและวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ต้องการความรวดเร็วและชื่นชอบความสะดวกสบาย ในส่วนการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์คู่แข่ง และวางตำแหน่งทางการตลาดว่ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านค้าแฟแฟให้ความสำคัญ กับคุณภาพของสินค้าและรสชาติเป็นอย่างมากอีกทั้งยังมีราคาที่เป็นอีกปัจจัย ในการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านค้าแฟแฟ

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน (Competitive Environment) ผลการสรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Five Forces Model) ที่มีผลต่อธุรกิจร้านค้าแฟแฟ สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ได้แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับสูง และระดับต่ำ ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผลกระทบระดับสูงได้แก่ การคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าหรือการบริการทดแทน อำนาจการต่อรองของลูกค้า และการแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรม และผลกระทบระดับต่ำได้แก่ อำนาจต่อรองจากลูกค้า

ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) คือ จุดแข็งของธุรกิจร้านกาแฟ ได้แก่ ผู้ประกอบการมีความชอบและพร้อมที่จะพัฒนาเครื่องดื่มให้มีรสชาติที่ดีเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งอย่างมากของธุรกิจ โดยอ้างอิงจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้บอกว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล และทำเลที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ในย่านชุมชน สะดวกต่อการเดินทางนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กล่าวคือ สินค้าและบริการจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นสำคัญ และสินค้าสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความชอบของผู้บริโภค จุดอ่อนของธุรกิจร้านกาแฟ ได้แก่ ธุรกิจยังไม่เป็นที่รู้จัก เนื่องจากเพิ่งเข้าสู่ตลาด ขาดประสบการณ์ในการทำธุรกิจ อาจทำให้เกิดปัญหาต่างๆ และขาดอำนาจการต่อรองจากผู้ผลิตวัตถุดิบเนื่องจากปริมาณในการสั่งซื้อวัตถุดิบค่อนข้างน้อย โอกาสของธุรกิจร้านกาแฟ คือ เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายของผู้บริโภค สังคมในปัจจุบันมีการแข่งขันกับเวลามากขึ้น อีกทั้งผู้คนยังนิยมความสะดวกสบายทำให้ผู้บริโภคนิยมหันมาซื้อกาแฟจากร้านมากกว่าจะทำเองที่บ้าน บริเวณทำเลที่ตั้งยังไม่มีคู่แข่งมากนัก และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีค่าใช้จ่ายที่น้อย และอุปสรรคของธุรกิจร้านกาแฟ คือ จำนวนผู้ประกอบการมีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ การเข้าสู่ตลาดสามารถทำได้ง่าย และมีสินค้าทดแทนให้เลือกหลากหลาย เช่น กาแฟสำเร็จรูปแบบซองที่บ้าน หรือกาแฟสำเร็จรูปตามร้านสะดวกซื้อ

2. ผลการศึกษาคำถามเป็นไปได้อย่างไรด้านการจัดการ

ผลจากการศึกษาคำถามเป็นไปได้อย่างไรด้านการจัดการ มีความเป็นไปได้อย่างไรในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากโครงสร้างองค์กรมีพนักงานจำนวน 7 คน แบ่งเป็นผู้จัดการ 1 คน พนักงานฝ่ายผลิตจำนวน 2 คน ได้แก่ บาร์ิสต้า 1 คน และผู้ช่วยบาร์ิสต้า 1 คน พนักงาน

ฝ่ายบริการมีจำนวน 3 คน โดยทำหน้าที่เป็นพนักงานเสิร์ฟทั้งหมด และพนักงานฝ่ายการเงิน 1 คน โดยเงินเดือนได้จัดสรรตามความเหมาะสมของความรู้และความสามารถในการดำเนินงาน และสำหรับพนักงานที่ทำงานครบปี จะได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ในทุกๆ ปี ซึ่งมีความเหมาะสมกับโครงการ

3. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

ผลจากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค มีความเป็นไปได้ในการวางแผนลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจาก ร้านกาแฟจะตั้งอยู่ในโครงการ City link Condo มีพื้นที่ 50 ตารางเมตร โดยจะแบ่งเป็นทั้งโซนในร้านและนอกร้าน ทำให้ผู้บริโภคมีพื้นที่ในการใช้บริการกว้างขวาง และพื้นที่ดังกล่าว อยู่ติดกับร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร และคอนโดที่อยู่อาศัย ทำให้มีผู้คนสัญจรไปมาตลอดเวลาและมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำอยู่ทั้งทางเข้าและทางออกของโครงการทั้งในเวลากลางวันและกลางคืน

4. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

4.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

ในการวางแผนลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,800,000 บาท โดยศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในระยะเวลา 5 ปี พบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 2 ปี และ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นบวกที่ 1,943,621 บาท และมีอัตราผลตอบแทนการลงทุนภายใน (IRR) เท่ากับ 44.01% แสดงถึงความเหมาะสมในการลงทุนของโครงการนี้

4.2 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)

อัตราผลตอบแทนจากโครงการ คำนวณค่าร้อยละของผลตอบแทนได้จากการใช้โปรแกรม Microsoft Office Excel ซึ่งได้ผลตอบแทนโครงการเท่ากับร้อยละ 44.01% ซึ่งสูงกว่าต้นทุนของเงินลงทุน ดังนั้นจึงทำให้โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

4.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)

โดยมีสมมติฐานของโครงการนี้ คือ ต้องมีระยะเวลาคืนทุนภายในระยะเวลา 5 ปี

สามารถคำนวณระยะเวลาคืนทุนได้ดังสูตรคำนวณต่อไปนี้
 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) = จำนวนปีก่อนคืนทุน + $\frac{\text{เงินส่วนที่ยังไม่คืน}}{\text{กระแสเงินสดในปีคืนทุน}}$
 แทนค่าในสูตร

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = 2 + \frac{49,196.47}{999,057.46} = 2.049$$

โครงการนี้สามารถคืนทุนภายในระยะเวลา 2 ปี ซึ่งสมมุติฐานที่ตั้งไว้จึงทำให้โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากโครงการสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้

4.4 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis)

สำหรับการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้ทราบถึงขีดความสามารถที่จะวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หรือข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นกับการประกอบกิจการ ดังนี้

1) กรณีที่รายได้มีการเปลี่ยนแปลง เมื่อรายได้ลดลง ร้อยละ 5 ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลง อัตราผลตอบแทนภายในลดลง และใช้ระยะเวลาในการคืนทุนมากยิ่งขึ้น

2) กรณีที่รายได้มีการเปลี่ยนแปลง เมื่อรายได้ลดลง 10% ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบ อัตราผลตอบแทนภายในลดลง และใช้ระยะเวลาในการคืนทุนมากยิ่งขึ้น

5. กำหนดแผนภาพแบบจำลองธุรกิจ

การกำหนดแสดงแผนภาพแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) สามารถทำได้โดยการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

5.1 กลุ่มเป้าหมาย (Customer Segments)

จากการวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามพบว่า กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านกาแฟ คือ เพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท ชอบการดื่มกาแฟเป็นประจำ ต้องการความสะดวกสบาย และต้องการหาสถานที่ผ่อนคลายหรือพบปะสังสรรค์

5.2 คุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Proposition)

ร้านกาแฟที่ใช้แต่วัตถุดิบที่ดี เพื่อรสชาติและคุณภาพของกาแฟที่ดี- มีที่จอดรถและห้องน้ำที่เพียงพอ มีพื้นที่กว้างขวาง เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels)

จากการวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามพบว่า กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านกาแฟต้องการสถานที่ที่ปลอดภัยและเดินทางสะดวก ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายจะจำหน่ายสินค้าผ่านทางหน้าร้านและแอปพลิเคชัน เช่น Grab Food, Food Panda, Line Man

5.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

ธุรกิจมีช่องทางออนไลน์ในการติดต่อกับลูกค้า เช่น Facebook Fan page, Line และ Instagram เพื่อรองรับลูกค้าที่ไม่สะดวกเดินทางมาที่ร้าน

5.5 กระแสรายรับ (Revenue Streams)

จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนด้านการเงิน พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,943,621 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 44.01 % ระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 2 ปี

5.6 ทรัพยากรที่สำคัญ (Key Resources)

ทรัพยากรที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจร้านกาแฟประสบความสำเร็จ คือ เงินลงทุน บุคลากร วัตถุดิบ เมล็ดกาแฟ นมต่างๆ และอุปกรณ์การทำกาแฟ

5.7 กิจกรรมที่สำคัญ (Key Activities)

กิจกรรมสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จคือการรับสมัครบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่ตรงต่อตำแหน่งและหน้าที่งาน การติดต่อ Supplier ต่างๆ ทำการโปรโมตร้านโดยการส่งเสริมการตลาดแบบออนไลน์ ซึ่งผลจากการศึกษาแบบสอบถาม พบว่าอิทธิพลต่อการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมาก โดยเฉพาะ Facebook

5.8 ห่วงโซ่ทางธุรกิจที่สำคัญ (Key Partnership)

ห่วงโซ่ทางธุรกิจสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ โรงคั่วเมล็ดกาแฟ ร้านวัตถุดิบในการทำกาแฟ โรงงานผลิตแก้วกาแฟ และแอปพลิเคชันสั่งซื้ออาหารออนไลน์

5.9 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ต้นทุนสินค้าร้อยละ 40 และต้องมีการเสียภาษีนิติบุคคลร้อยละ 15 ต่อปี

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาการวางแผนธุรกิจร้านกาแฟ กรณีร้านกาแฟ M ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน นำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้าน และกำหนดแผนภาพแบบจำลองธุรกิจเพื่อวางแผนในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ M ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

1. ความเป็นไปได้ด้านการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิงร้อยละ 60.8 และเพศชายร้อยละ 39.2 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่ามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 64 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนถึงร้อยละ 39.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 26.8 ในด้านของพฤติกรรมพบว่า มีความถี่ในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถามคือ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะเข้าใช้บริการกับเพื่อน หรือเพื่อนร่วมงานมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุดถึงครั้งละ 81-160 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.8 ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามสะดวกเข้าใช้บริการคือ 12.01-15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 44.3 โดยผู้คนส่วนใหญ่ชื่นชอบการตกแต่งร้านแบบทันสมัย (Modern) คิดเป็นร้อยละ 37.8 ประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ เครื่องดื่มประเภทกาแฟ เช่น อเมริกาโน่ ลาเต้ คาปูชิโน่ มอคค่า เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 54.8 ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุดคือ คุณภาพดีและรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 83.5 สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ คือ เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 82.8 และเมื่อมีการเปิดธุรกิจร้านกาแฟใหม่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีผู้อยากจะเข้าใช้บริการมากถึงร้อยละ 95 อีกทั้งเครื่องมือที่ใช้เกี่ยวกับการตลาดครั้งนี้ได้สอดคล้องกับงานของ จิตมาไทเมืองพล (2562)

2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ พบว่า ในการลงทุนธุรกิจร้านค้าแฟแฟ ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษาพิจารณาโครงสร้างองค์กรโดยใช้พนักงานจำนวน 7 คน มีโครงสร้างการบริการที่ไม่ซับซ้อน เพื่อให้เกิดความสะดวกในการสั่งการ ในด้านความเป็นไปได้ด้านการจัดการมีความสอดคล้องกับงานของ จิตาภา ไทเมืองพล (2562)

3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค พบว่าลักษณะของร้านจะตกแต่งแบบทันสมัย ดำเนินทำเลที่ตั้งของร้านมีความเหมาะสม เนื่องจากตั้งอยู่ในโครงการที่ติดกับถนนสายหลักที่ผู้คนนิยมสัญจรไปมา ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิคครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานของ สุรีย์พร วงศ์หาต (2561) ที่ได้เลือกทำเลที่ตั้งติดถนน สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน และการออกแบบร้านมีลักษณะธรรมชาติและทันสมัยตามความต้องการของผู้บริโภค

4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน พบว่าสอดคล้องกับงานของ พัทธิธรา เลิศวุฒิชัยกุล (2560)

5. กำหนดแผนภาพแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) เป็นไปตามข้อมูลตารางที่ 2

ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาสามารถนำผลการศึกษาและแนวทางในการศึกษานี้ไปพัฒนาเป็นการศึกษาแนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านค้าแฟแฟในพื้นที่อื่นๆ หรือนำไปประยุกต์ใช้เป็นการศึกษาแนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). ข้อมูลนิติบุคคลรายจังหวัด. ค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2564, จาก https://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=1459

- จิตาภา ไทเมืองพล. (2562). **การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านเบเกอรี่ เพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พัทธธีรา เลิศภูมิชัยกุล. (2560). **การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านนมสด ด้านกระบวนการสุนทรียสาธก กรณีศึกษา: ร้านนมสด Milk Time ในเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ไพบูลย์ ผจงวงศ์. (2552). **หลักการบัญชีขั้นต้น Principle of accounting introductory**. กรุงเทพฯ: เอ ส แอนด์ จี กราฟฟิก.
- สุพาดา สิริกุตตา. (2552). **การเงินธุรกิจ Business finance**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- สุรียพร วงค์สะอาด. (2561). **การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านอาหารและเครื่องดื่มผู้ไทสะอาด บ้านคำชะอี จังหวัดมุกดาหาร**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อมรรรณ รั้งกุล. (2562). **เอกสารประกอบการสอน รายวิชา การบริหารทรัพยากรมนุษย์และพฤติกรรมองค์กร Human Resource Management and Organization Behavior**. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อุดม สายะพันธุ์. (2553). **การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการตลาด**. กรุงเทพฯ: แดเน็กซ์ อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น.
- Brigham, E. & Houston, J. (2014). **Financial Management**. 3rd ed. Singapore: Cengage Learning Asia Pte.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). **Business Model Generation**. Hoboken, New Jersey, USA: John Wiley & Sons.

ตารางที่ 1 ตารางแสดงข้อมูลธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคล จังหวัดนครราชสีมา

ข้อมูลธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคล จังหวัดนครราชสีมา						
ปี พ.ศ.	ธุรกิจจัดตั้งใหม่		ธุรกิจที่เลิกกิจการ		ธุรกิจที่ยังคงอยู่	
	ราย	ล้านบาท	ราย	ล้านบาท	ราย	ล้านบาท
2664	144	200.00	33	144.80	14,166	119,727.94
2563	55	74.20	143	532.72	13,241	115,456.33
2562	56	78.80	116	176	12,540	112,125.18

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2564)

ตารางที่ 2 กำหนดแผนภาพแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas)

- Key Partnership - โรงครัวเมล็ดกาแฟ - ร้านวัตถุดิบกาแฟ - โรงงานผลิตแก้วกาแฟ - แอปพลิเคชันสั่งซื้ออาหารออนไลน์ - Key Activities - รับสมัครบุคลากร - ติดต่อ Supplier - ทำการโหมโรงร้าน - โดยการส่งเสริมการตลาดแบบออนไลน์	- Value Proposition - ร้านกาแฟที่ใช้วัตถุดิบที่ดี - เพื่อรสชาติและคุณภาพของกาแฟที่ดี - มีที่จอดรถและห้องน้ำที่เพียงพอ - พื้นที่กว้างขวาง เพื่องพื่อต่อ - ความต้องการของผู้บริโภค - Channels - หน้าร้าน - แอปพลิเคชัน เช่น Grab Food, Food Panda, Line Man	- Customer Relationships - ธุรกิจมีช่องทางออนไลน์ในการติดต่อกับลูกค้า - เช่น Facebook Fanpage, Line และ Instagram เพื่อรองรับลูกค้าที่ไม่สะดวกเดินทางมาที่ร้าน - Customer Segments - เพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี - รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท - กลุ่มลูกค้าที่ซื้อกาแฟเป็นประจำ - กลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบาย - กลุ่มลูกค้าที่ต้องการหาราสถานที่ผ่อนคลายหรือพบปะสังสรรค์
- Cost Structure - ต้นทุนสินค้าร้อยละ 40 - เสียภาษีนิติบุคคลร้อยละ 15 - Key Resources - เงินลงทุน - บุคลากร - วัตถุดิบ เมล็ดกาแฟ นมต่างๆ - อุปกรณ์การทำกาแฟ	- Revenue Streams - มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,943,621 บาท - อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 44.01% - ระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 2 ปี	