รูปภาพประกอบด้วย เครื่องหมาย

คำอธิบายที่สร้างโดยอัตโนมัติ

รายงาน

เรื่อง คาเฟ่รีฟิล (Café Refill)

จัดทำโดย

กลุ่ม จีจี๊อย่ามาเนี๊ยน

1.นางสาว รตา อุณหะ 65070195

2.นาย วงศ์วิวัธน์ เนียมอ่อน 65070200

3.นางสาว วรดา สาระคนธ์ 65070203

4.นางสาว สาธิตา ติวะวงศ์ 65070235

5.นางสาว สิริทัต จงศิริ 65070237

6.นาย สุภัศชัย โพธิชัย 65070242

7.นางสาว อรวรา หงษ์เผือก 65070252 อันยองฮาเซโ

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

เสนอ

ผศ.ดร. พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์

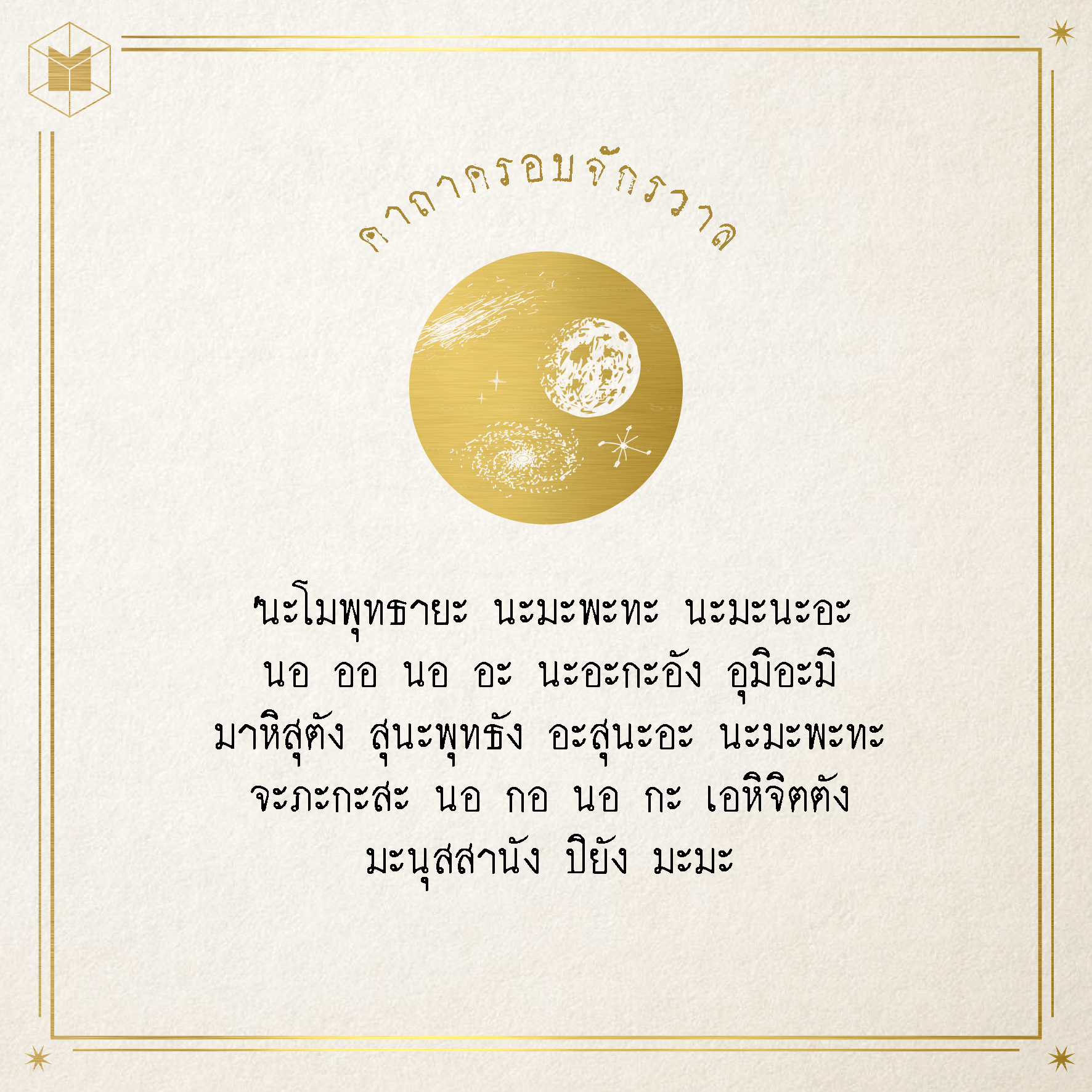
อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 14026412 Service Business Management

ของสำนักวิชาศึกษาทั่วไป

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Web: [Café Re](https://supaschaiph.github.io/cafe-refill/)fill



**คำเตือน: สำรองข้อมูลไว้ด้วยกันหาย**

**คำเตือน: สำรองข้อมูลไว้ด้วยกันหาย**

**คำเตือน: สำรองข้อมูลไว้ด้วยกันหาย**

**คำเตือน: สำรองข้อมูลไว้ด้วยกันหาย**

**คำเตือน: สำรองข้อมูลไว้ด้วยกันหาย**

**คำเตือน: สำรองข้อมูลไว้ด้วยกันหาย**

คำนำ

รายงานฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาการจัดการธุรกิจบริการ ( Service Business Management ) 14026412 เพื่อศึกษาลักษณะ ประเภทของธุรกิจ กระบวนการปฏิบัติงานบริการ กลยุทธ์ การจัดการธุรกิจบริการ การออกแบบและการพัฒนาระบบการบริการ การจัดการดำเนินการบริการ การจัดการผลิตภาพ คุณภาพการบริการ และการจัดการเทคโนโลยีในธุรกิจบริการ โดยศึกษาจากธุรกิจบริการที่ผู้จัดทำคิดขึ้นมา

สารบัญ

[ธุรกิจของเราคือ? 6](#_Toc131329470)

[รายละเอียดธุรกิจ 7](#_Toc131329471)

[กลยุทธ์ของธุรกิจ café refill 9](#_Toc131329472)

[เผยแพร่คอนเทนต์ที่สร้างความบันเทิง 9](#_Toc131329473)

[เจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่ม 9](#_Toc131329474)

[การตกแต่งร้าน 14](#_Toc131329475)

[การเลือกรูปแบบในการตกแต่งร้าน 14](#_Toc131329476)

[ขนาดพื้นที่ร้าน 15](#_Toc131329477)

[แบบผังร้านคร่าวๆ 15](#_Toc131329478)

[การเลือกใช้สีในการตกแต่งร้าน 16](#_Toc131329479)

[การตกแต่งภายในของร้าน 17](#_Toc131329480)

[การติดตั้งหลอดไฟ 18](#_Toc131329481)

[สำหรับส่วนทั่วไป 18](#_Toc131329482)

[สำหรับส่วนCoworking Space 19](#_Toc131329483)

[การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ 19](#_Toc131329484)

[การเลือกเฟอร์นิเจอร์ 19](#_Toc131329485)

[การออกแบบโลโก้ 20](#_Toc131329486)

[สรุปค่าใช้จ่ายในการตกแต่งร้าน 22](#_Toc131329487)

[การตลาด 25](#_Toc131329488)

[การจัดกลุ่มลูกค้า 25](#_Toc131329489)

[ช่องทางการรับข่าวสาร 26](#_Toc131329490)

[ทำไมลูกค้าต้องซื้อร้านเรา 27](#_Toc131329491)

[ความสัมพันธ์กับลูกค้า 30](#_Toc131329492)

[ทำเลที่ตั้ง Café refill 32](#_Toc131329493)

[พันธมิตรหลัก 34](#_Toc131329494)

[ส่วนผสมทางการตลาด ( 7P ) 35](#_Toc131329495)

[Business Model Canvas 36](#_Toc131329496)

[การเงิน 37](#_Toc131329497)

[บรรณานุกรม 43](#_Toc131329498)

# ธุรกิจของเราคือ?

* **จุดเริ่มต้นของธุรกิจ**

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ธุรกิจคาเฟ่เป็นธุรกิจที่เฟื่องฟูเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเดินทางไปที่ใดย่อมต้องเจอร้านคาเฟ่ แม้จะมีกลุ่มคนจำนวนมากสนใจอยากเปิดคาเฟ่ แต่ก็ใช่ว่าทุกร้านจะไปได้สวย บางร้านถึงกับต้องปิดตัวลงภายในไม่กี่เดือนหลังเปิดทำการ เพราะบางพื้นที่มีคนน้อยจึงทำให้ลูกค้ามาใช้บริการน้อย และพฤติกรรมที่ผู้บริโภคเปลี่ยนไป ส่งผลให้ร้านคาเฟ่ที่ไม่สามารถปรับตัวได้ต้องยุติการดำเนินธุรกิจไป เพราะฉะนั้นการเริ่มต้นธุรกิจร้านคาเฟ่ใหม่นั้นต้องมีการวางแผนธุรกิจและการตลาดให้เป็นอย่างดี เพราะมีการแข่งขันสูงและร้านคาเฟ่เปิดใหม่เพิ่มขึ้นอย่างมากมาย ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกมากยิ่งขึ้น แผนธุรกิจร้านคาเฟ่จึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพื่อให้ธุรกิจของร้านมีจุดแข็งหรือจุดเด่นที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และได้รับความนิยมในกลุ่มลูกค้า จึงเป็นที่มาที่จะทำการเปิดธุรกิจคาเฟ่ที่มีความแตกต่างจากเจ้าอื่น

Café Refill เป็นธุรกิจสินค้าและบริการ สินค้าขายเกี่ยวกับเครื่องดื่มและขนม ซึ่งเครื่องดื่มก็มีหลากหลายชนิดให้เลือกอย่างกาแฟ นอกเหนือจากกาแฟแล้วนั้นก็ยังมีเครื่องดื่มต่างๆ อีกมากมาย และมีอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคกำลังนิยมรับประทานคือขนม เนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนอาจจะชื่นชอบรับประทานประเภทของหวานด้วย ซึ่งเป็นการนำเข้าจากร้านอื่นที่ทางร้านเราร่วมมือกัน ก็เป็นการเพิ่มในส่วนอาหารที่ให้ผู้บริโภคได้เป็นตัวเลือกอีกอย่างหนึ่งในการสั่งซื้อ ลูกค้าบางส่วนอาจจะชื่นชอบบรรยากาศของร้านคาเฟ่ของเรา และในส่วนบริการคือให้สถานที่แก่ลูกค้ามาใช้บริการ เรียกว่า Co-Working Space เป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดให้ลูกค้าสามารถมานั่งทำงาน มีโต๊ะเก้าอี้ และ Wi-Fi ฟรีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เรียกได้ว่าตอบโจทย์สไตล์ของคนยุคใหม่ที่ชอบความสะดวกสบาย แถมยังอิสระได้เป็นอย่างดี แถมภายในร้านคาเฟ่ยังบริการห้องน้ำฟรีอีกด้วย

* **Value Proposition จุดเด่นของสินค้าหรือบริการขององค์กร**

จุดเด่นของร้านคือ การรีฟิลน้ำทุกเมนู ที่เป็นจุดแข็งของร้านเพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ของร้านคาเฟ่ที่ไม่เหมือนกับร้านอื่น ซึ่งผู้ประกอบการร้านคาเฟ่มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภคหันมาดื่มกาแฟมากขึ้น โดยมีการปรับกลยุทธ์และเปลี่ยนแปลง ลักษณะสินค้าและบริการ ให้มีความสำคัญกับลูกค้ามาก เนื่องจากกระแสความนิยมดื่มกาแฟเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงาน ที่มีความนิยมดื่มมากขึ้น ทำให้ร้านคาเฟ่แต่ละร้านที่แข่งขันกัน มีการนำเสนอจุดขายหรือจุดเด่นที่สร้างความแตกต่าง ให้เหนือคู่แข่งขันเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้มากที่สุด ซึ่งคาเฟ่รีฟิลของเราอาจจะทำให้ดึงดูดลูกค้าได้มาก เพราะเมื่อคิดความคุ้มค่ากับสินค้าในราคาที่ต้องจ่ายไปแล้วนั้นลูกค้าสามารถรีฟิลน้ำได้เรื่อยๆ เท่าที่ต้องการ และนั่งทำงานได้ตลอดทั้งวันไปกับบรรยากาศผ่อนคลายภายในร้าน

หากลูกค้าเป็นวัยรุ่นหรือวัยทำงานก็จะตอบโจทย์ในส่วนบริการที่เป็น Co-Working Space ด้วย เพราะได้มานั่งทำงานหรือประชุมกัน และซื้อเครื่องดื่มรีฟิลจากทางร้านเราอีกด้วย ซึ่งตอบโจทย์ด้านพื้นที่สาธารณะให้แก่กับลูกค้ายุคใหม่่ ด้วยกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจคาเฟ่รีฟิลนั้นคือ วัยรุ่นและวัยทำงาน นักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท สำหรับไลฟ์สไตล์การทำงานที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์ในปัจจุบัน ทำให้กลุ่มคนทำงานต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย โดยเฉพาะสถานที่ในการทำงาน ที่หลายๆ ธุรกิจหันมาใช้ Co-Working Space เป็นพื้นที่ในการทำงานมากขึ้น ด้วยรูปแบบที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนยุคใหม่ มีความยืดหยุ่นในเวลาทำงาน ทำให้บรรยากาศในการทำงานไม่ตึงเครียดจนเกินไป รวมถึงมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน พร้อมบริการที่มีให้เลือกใช้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นโต๊ะทำงาน เก้าอี้ปลั๊กไฟ Wi-Fi ฟรีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พื้นที่ทำงานโดยเฉพาะ หรือมุมพักผ่อน และแน่นอนมีความปลอดภัยในการใช้บริการ สิ่งที่ทำให้ Co-Working Space ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากคงจะหนีไม่พ้นบรรยากาศการทำงานที่มีความยืดหยุ่น รวมถึงการตกแต่งที่ให้บรรยากาศแตกต่างจากออฟฟิศแบบเดิมๆ และมีเหตุผลหลักที่ได้รับความนิยม มีดังนี้ สามารถประหยัดงบประมาณได้ เพราะสามารถเลือกระยะเวลาในการใช้บริการได้โดยไม่มีข้อผูกมัดใดๆ แต่การเช่าพื้นที่สำนักงานหรือย่านสำคัญนั้น อัตราการค่าเช่าจะมีราคาสูง ซึ่งอาจจะต้องใช้เงินจำนวนมากในการเช่าออฟฟิศ และต้องมีข้อผูกมัดต่างๆ อีกด้วย ต่อมาบรรยากาศในการทำงานมีความผ่อนคลาย และมีอิสระในการทำงานสูง ซึ่งทำให้การทำงานเป็นไปด้วยความราบรื่น แต่ก็ไม่มีความกดดันเกินไปจนทำให้เกิดความเครียดได้

เปรียบเทียบอย่างธุรกิจคาเฟ่รายใหญ่ เช่น Starbucks และ Café Amazon มีเครื่องดื่มที่ราคาสูง อาจส่งผลให้ลูกค้าซื้อเครื่องดื่มแล้วรู้สึกไม่คุ้มและแพง และนี่เป็นจุดแข็งของ Café Refill ที่ร้านคู่แข่งไม่มี ส่งผลให้ลูกค้าอาจมาเลือกใช้บริการร้านเรามากกว่าร้านคู่แข่ง เพราะความแปลกใหม่และความคุ้มในการซื้อ

**ปัจจัยที่เป็นตัวบ่งบอกความเป็นธุรกิจ**

**วิเคราะห์ Pain Point**

**-ไม่มีๆๆๆๆๆ**

**-ทำงานใน co-working เวลาซื้อน้ำราคาต่อแก้วนั้นสูง จึงต้องทำเป็นรีฟิลถึงลูดค้าจะมองว่าคุ้ม**

**-**

**-**

# รายละเอียดธุรกิจ

ชื่อร้าน : Café Refill

สถานที่ตั้ง : ใกล้สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วันเวลาเปิด-ปิดร้าน : เปิดทุกวันเวลา 08.00 – 23.00 น.

1. แผนการบริหารจัดการองค์กร

1.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ Café Refill

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ ใกล้สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจขายเครื่องดื่มและให้บริการ co-working space

รูปแบบความเป็นเจ้าของ ห้างหุ้นส่วนสามัญ

จำนวนผู้ร่วมลงทุน

1. รตา อุณหะ

2. วงศ์วิวัธน์ เนียมอ่อน

3. วรดา สาระคนธ์

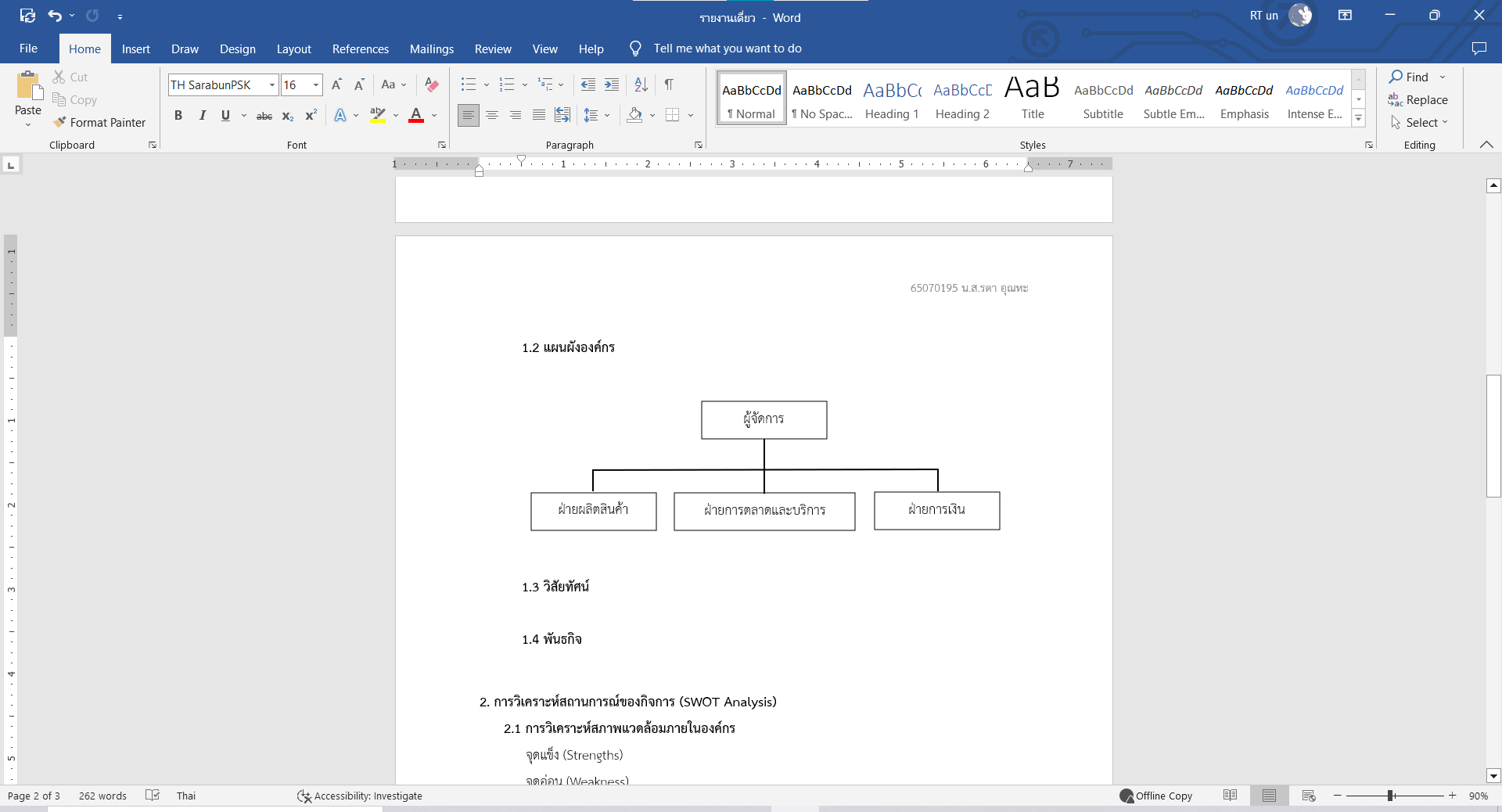
4. สาธิตา ติวะวงศ์

5. สิริทัต จงศิริ

6. สุภัศชัย โพธิชัย

7. อรวรา หงษ์เผือก

1.2 แผนผังองค์กร



1.3 วิสัยทัศน์

1.4 พันธกิจ

# กลยุทธ์ของธุรกิจ café refill

การ promote ร้านให้ผู้คนรับรู้

* กลยุทธ์ทางออนไลน์

เผยแพร่คอนเทนต์ที่ awareness ถึงแบรนด์

ช่วยทำให้ผู้ใช้งานมีโอกาสที่เห็นเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับธุรกิจได้เพิ่มมากขึ้น สร้างเนื้อหาที่สื่อถึงความเป็นธุรกิจของเราในแง่มุมต่างๆ และเผยแพร่เป็นประจำ เพื่อจะช่วยสร้าง Awareness ให้กับแบรนด์ เผยแพร่เนื้อหาที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่องซึ่งเน้นที่ธุรกิจของตัวเอง ยกตัวอย่าง การที่ผู้ก่อตั้งมาอธิบายถึงเส้นทางในการเริ่มต้นธุรกิจ  อธิบายวิธีการทำงาน และแชร์ตัวอย่างการออกรสออกชาติน้ำ

## เผยแพร่คอนเทนต์ที่สร้างความบันเทิง

เป้าหมายของแบรนด์คือการเข้าถึงกลุ่ม Gen Z เนื้อหาควรมีบรรยากาศของความบันเทิงเพิ่มมากขึ้น เพราะจากการศึกษาพบว่า 65% ของชาว Gen Z นั้นมักจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง และเมื่อลองพิจารณากลุ่มผู้ใช้ ก็เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี ดังนั้นการสร้างเนื้อหาที่อยู่ภายใต้ความบันเทิงอาจเป็นวิธีที่ดีในการดึงดูดผู้ใช้งาน

## เจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

ใช้กลยุทธ์การเจาะเป้าหมายเฉพาะกลุ่มไป เช่น กลุ่มนักศึกษา หรือกลุ่มพนักงานออฟฟิศ เป็นต้น ซึ่งการเจาะจงเฉพาะกลุ่มแบบนี้จะทำให้เราได้ผู้ติดตามที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของเรามากขึ้น

เผยแพร่เนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ

ถ้าเราอยากจะสร้าง Awareness ของแบรนด์ให้คนรู้จักในวงกว้างแล้วล่ะก็จำเป็นต้องอาศัยระยะเวลาและต้องเผยแพร่เนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ โพสต์สินค้า โพสต์คอนเทนต์บ่อย ๆ ถือเป็นการอัปเดตเพจร้านค้าให้มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ลูกค้าจะได้ไม่เกิดความเข้าใจผิดว่าร้านนี้ปิดไปแล้วหรือยังนะไม่เห็นมีอะไรมาอัปเดตเลยที่สำคัญ ยิ่งโพสต์บ่อย ๆ ทุกวัน ระบบอัลกอริทึมของ Instragram Facebook และ Tiktok จะยิ่งดันโพสต์ดันวิดีโอของร้านค้าให้ขึ้นไปบนหน้าฟีดของลูกค้าได้ง่ายขึ้น

การใส่ Hashtag (แฮชแท็ก)

หรือ # บนโพสต์หรือคอนเทนต์ขายของ จะช่วยดึงดูดผู้คนและกลุ่มลูกค้าให้เข้ามารู้จักเพจร้านค้าของเราได้ง่ายขึ้น เพราะ Hashtag เปรียบเสมือนคำค้นหาหลักที่คนมักใช้เป็น Keyword ในการค้นหาสิ่งที่เขาต้องการ หรือกำลังเป็นที่สนใจในตอนนั้นอยู่ ถ้าเราติด Hashtag เข้าไปด้วย ก็จะทำให้โพสต์หรือคอนเทนต์ของร้านปรากฏไปยังหน้าของผู้ค้นหานั่นเอง

โปรโมทเพจตามเทรนด์

จับกระแสมาทำเป็นคอนเทนต์เพราะกระแสในโลกออนไลน์เป็นอะไรที่มาเร็ว ประเด็นไหนดัง ผู้คนจะให้ความสนใจมากเป็นพิเศษฉะนั้น เพียงแค่จับกระแสในตอนนั้น แล้วนำมาประยุกต์ใช้ในคอนเทนต์ของเรา ไม่ว่าจะเป็นแคปชั่นเด็ดๆ หรือภาพคอนเทนต์ที่ตามกระแสในตอนนั้น แต่จะผ่านการพิจารณาก่อนแล้วด้วยว่าจะไม่ทำให้ใครหรือองค์กรใดได้รับความเสียหาย ถ้าใครเห็นแล้วชอบก็จะถูกแชร์ออกไป เพจร้านของเราก็จะได้รับความสนใจ และมีคนเข้ามาติดตาม

Social media

* instragram

เป็นช่องทางที่เหมาะจะนำเสนอรูปภาพและวิดีโอสั้นๆ เน้นความครีเอทีฟ เหมาะเป็นช่องทางสร้างภาพลักษณ์ให้กับร้าน  เพราะ Instagram นั้นมีจุดเด่นตรงที่การโพสต์รูปภาพ แค่โพสต์ภาพหรือวิดีโอสั้นๆที่เห็นจุดเด่นของร้าน ก็ถือเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาสนใจร้านได้ และTag สถานที่ร้าน เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงการมีอยู่ของร้านมากขึ้น โดยจะมีการโพสต์รูปมุมต่างๆทั้งภายในและภายนอกร้านเพื่อดึงดูดให้คนมา ถ่ายวิดีโอ reel เกี่ยวกับการรีวิวร้านและลงสตอรี่ เนื่องจากคนส่วนใหญ่ปัจจุบันจะนิยมปัดดูสตอรี่และดู reel เป็นจำนวนมากทำให้มีโอกาสเห็นการโปรโมทของร้านมากขึ้น โพสต์รูปภาพเมนูที่อยากโปรโมท โพสต์แจกคูปองส่วนลดแบบจำนวนจำกัดจะได้ให้คนกดติดตามและแจ้งเตือน igaccount ของร้านไว้ โพสต์รูป promotion โพสต์รูปเมนูใหม่ๆ และมีกิจกรรมให้ทำ challenge หรือโพสต์ภาพ ลง igstory โพสต์วิดีโอลง reel ที่มาที่ร้านแล้วให้รีวิวร้าน พร้อมติดแฮชแท็กที่ร้านกำหนดก็จะได้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดเพื่อเป็นการทำให้เกิดการโปรโมทร้าน เกิดการบอกต่อให้มีลูกค้าใหม่ และจะมีการแจ้งข่าวสารต่างๆของทางร้านผ่านทาง igstory ด้วย

* Facebook

เป็นช่องทางที่สามารถเห็นรีวิวและคะแนนได้อย่างชัดเจนเหมาะกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่เน้นการมีส่วนร่วมสามารถอัปเดตข่าวสารหรือโปรโมชั่นได้แบบเรียลไทม์ ไม่ว่าจะเป็นการ โพสต์รูปภาพบรรยากาศของร้าน โพสต์เมนูใหม่ๆ พูดคุยกับลูกค้า หรือการเล่นเกมลุ้นรางวัล จากทางร้าน โพสต์สินค้าหรือฝากร้านในกลุ่ม Facebook ของกลุ่มเป้าหมายของร้าน เพราะตามกลุ่ม Facebook เป็นศูนย์รวมของคนที่มีความชอบ ความต้องการคล้าย ๆ กัน วิธีนี้จะเป็นวิธีเรียกลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของเราจริง ๆ ให้เข้ามากดติดตามเพจได้อย่างง่าย

นอกจากโพสต์โปรโมทเกี่ยวกับร้านแล้ว บนเพจของเราจะโพสต์เรื่องอื่น ๆ เข้ามาเสริมบ้างประปราย เพื่อให้เพจของเราดูไม่น่าเบื่อเกินไปและดูน่าสนใจมากขึ้น เช่น แชร์โพสต์หรือคอนเทนต์ที่มีประโยชน์ให้กับลูกค้า หรือข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มลูกค้าของเรา รวมไปถึงเรื่องราวที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในตอนนั้น วิธีนี้จะเป็นการช่วยโปรโมทเพจ Facebook ให้ดูมีความน่าสนใจ และมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้น

การโพสต์ภาพ วิดีโอ และกิจกรรมก็จะสอดคล้องไปกับที่ทำใน instragram

* Google My Business

สร้างโปรไฟล์บน Google My Business ฟีเจอร์จาก Google การสร้างโปรไฟล์ผ่าน Google My Business จะช่วยทำให้ร้านค้าหรือธุรกิจในท้องถิ่นหรือพื้นที่นั้นๆ ปรากฎในการค้นหาของผู้ใช้ Google Search และ Google Maps ร้านอาจปรากฏอยู่ในการค้นหาผ่านโปรไฟล์ที่สร้างไว้ได้ และอาจอยู่ในระดับต้นๆ ด้วยการตั้งค่าโปรไฟล์ที่เหมาะสม รวมถึงการอัปเดทหน้าโปรไฟล์อย่างสม่ำเสมอ ลูกค้าที่ไม่รู้จักจะพึ่งพาโปรไฟล์นี้ในการพิจารณาร้าน สามารถอัปเดทข่าวสาร โปรโมชันได้ มีคะแนนให้ลูกค้ารีวิวได้ ถ้าร้านมีระบบจอง สามารถเพิ่มปุ่มให้ผู้ค้นหาสามารถจองโต๊ะผ่านหน้าโปรไฟล์ได้

หน้าตาของ Google My Business

Graphical user interface, application, website

Description automatically generatedChart

Description automatically generated

* Tiktok

เผยแพร่คอนเทนต์ที่เป็นวิดีโอเป็นส่วนใหญ่เนื้อหาจะสอดคล้องกับ instragram และ facebook แต่จะมีการเน้นไปที่ความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ สร้างคอนเทนต์ที่สามารถให้ผู้คนมาทำตามได้และติดแฮชแท็กเพื่อให้ร้านและธุรกิจเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ทั้งนี้จะมีการติดตาม วัดผล รวมถึงวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่ได้อยู่เสมอ เพื่อจะได้ปรับเปลี่ยนรูปเนื้อหาที่เหมาะสมกับธุรกิจและผู้ติดตามให้มากที่สุด

* Line

สาเหตุที่เลือกทาง Line เนื่องจากเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่คนนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยจุดเด่นของการมี Line Official ในการโปรโมทเครื่องดื่ม คือ เราสามารถส่งข้อความอัตโนมัติต่อผู้ติดตามได้อย่างทันที เพื่ออัพเดตข้อมูลสินค้าหรือกิจกรรมต่างๆ โดยผู้ที่สนใจจริงๆ ก็จะสามารถรู้ข่างสารของเครื่องดื่มได้ก่อนใครเหมาะกับสินค้าที่มีการอัพเดตผลิตภัณฑ์บ่อย

การติดตาม feedback ของลูกค้า

* ทำ form โดยที่ฟอร์มจะถามความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านอยากให้ปรับปรุงอะไรและคะแนนเต็มสิบจะให้เท่าไหร่โดยให้ยืนยันเป็นเบอร์โทร 1 เบอร์ต่อการรีวิวเพื่อรับชั่วโมง refill เพิ่ม 1 ชั่วโมง โดยนำมายื่นที่จุด refill ให้พนักงานดู ส่วนของ form จะทำให้เป็นคิวอาร์โค้ดแล้วให้ลูกค้าสแกนเพื่อตอบแบบสอบถาม
* ให้ทีมการตลาดออนไลน์คอยเช็คแฮชแท็กและสิ่งที่คนพูดถึงร้านใน internet ตามช่องทางต่างๆเกี่ยวกับร้านของเราว่าผู้คนมีความคิดเห็นยังไง เพื่อนำข้อคิดเห็นมาปรับปรุงแก้ไขหรือทำให้ดีขึ้น และคอยตอบกลับข้อสงสัยที่พบเจอ

การติดต่อระหว่างลูกค้าเพื่อภาพลักษณ์ธุรกิจ

* ช่องทางติดต่อตาม social media หรือจะโทรจากเบอร์โทรของทางร้านที่จะพิมพ์ไว้ใน social media ด้วยเช่นกัน ต้องให้ลูกค้าติดต่อได้ง่าย และเร็วที่สุดเพื่อแก้ปัญหา รับผิดชอบและขออภัยลูกค้าได้ทันท่วงที

ทำยังไงให้ร้านอยู่รอดในตลาด

* มีการสะสมแต้มการ refill เพื่อให้ลูกค้าต้องกลับมาใช้บริการซ้ำเพื่อรับสิทธิพิเศษ
* มี Promotion ตามเทศกาล และแต่ง theme ร้านให้เป็นไปตามเทศกาลนั้น
* ทีมการตลาด ทีมกลยุทธ์ต้องคอยมองการ์ณและคาดการ์ณอยู่เสมอว่าสถานการณ์บ้านเมือง ข่าวสาร โรคระบาด ต่างๆเป็นยังไงจะส่งผลต่อธุรกิจมากน้อยแค่ไหน ต้องปรับตัวยังไงเพื่อให้ร้านยังอยู่รอด เช่นวิกฤตจากโรคระบาดโควิด ที่ทำให้ผู้คนต้องรักษาระยะห่างอาศัยอยู่ที่พักอาศัย work from home สถานการ์ณนี้ทำให้ขาดลูกค้าที่จะมาร้านอย่างแน่นอน ทีมการตลาดและกลยุทธ์ อาจลงความเห็นให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจจากการดูเครื่องมือและวัตถุดิบที่มี ในช่วงเวลานี้สามารถปรับตัวเองเป็นร้านน้ำทำส่งหรือเดลิเวอรี่ตามพื้นที่ใกล้เคียง ปรับการใช้พนักงานที่มีมาทำงานรูปแบบอื่น เพราะพนักงานส่วนใหญ่มีศักยภาพมากกว่างานที่ทำอยู่แล้ว เช่น พนักงานทำความสะอาดที่ขับขี่รถมอเตอร์ไซค์หรือรถยนต์ได้ ให้ใช้ยานพาหนะส่งน้ำให้ลูกค้า พร้อมจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขาย หรือจะใช้สถานที่โดยเปิดให้เช่าสถานที่

# ตัวอักษรมันไม่เหมือนกันปุ

# การตกแต่งร้าน

## การเลือกรูปแบบในการตกแต่งร้าน

การตกแต่งร้านจะถูกตกแต่งในรูปแบบโมเดิลซึ่งรูปแบบโมเดิร์นเป็นการก่อสร้างที่ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า โดยจะลดการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่มีความจำเป็นสำหรับการก่อสร้าง และเพื่อเป็นการลดความฟุ่มเฟือยจึงได้มีการนำรูปทรงของเรขาคณิตมาเป็นแบบของโครงสร้าง โดยการตกแต่งรูปแบบโมเดิร์นยังเน้นที่ความเรียบง่าย ไม่นิยมการตกแต่งที่มากเกินความพอดี โดยให้ความสำคัญกับการเลือกใช้พื้นผิวที่มีความเป็นธรรมชาติ อีกทั้งแต่ละพื้นที่ต้องมีประโยชน์ในการใช้สอย



สาเหตุในการเลือกรูปแบบโมเดิลเป็นผลเนื่องจากทางร้านต้องการให้ร้านสามารถรับประทานเครื่องดื่มและสามารถทำงานภายใน Co-working Space ได้ดังนั้นทางร้านจึงต้องการให้ร้านมอบความรู้สึกที่เรียบสงบร่มรื่น ซึ่งเหมาะแก่การนับจิบเครื่องดื่มต่างๆและทำงานไปด้วยโดยไม่รู้สึกว่ามีสิ่งเร้าใดๆรอบตัวมารบกวนในการทำงาน

อีกทั้งการตกแต่งร้านในรูปแบบโมเดิลจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการตกแต่งร้านไปได้ด้วยเพราะรูปแบบโมเดิลจะช่วยลดการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่มีความจำเป็นสำหรับการก่อสร้าง โดยค่าใช้จ่ายในการสร้างสิ่งปลูกสร้างรูปแบบโมเดิลจะมีค่าใช้จ่าย เริ่มต้นประมาณ 1.9 ล้าน (พื้นที่ปิดตารางเมตรละ 10,000 บาท และพื้นที่เปิดโล่ง ตารางเมตรละ 5,000 บาท)

## ขนาดพื้นที่ร้าน

จะตั้งพื้นร้านในรูบแบบ Stand Alone เพื่อให้ร้านสามารถดำเนินการต่างๆตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งขึ้นไว้ ณ เบื้องต้น เช่น การมีพื้นที่สำหรับการขายและการทำเครื่องดื่ม การมีพื้นสำหรับนั่งรับประทานเครื่องดื่มหรือสินค้าภายใน การมีพื้นที่เพื่อการทำงาน การประชุมงาน(Coworking Space) ดังนั้นจากสิ่งที่เป็นความต้องการของร้าน ร้านจึงเหมาะที่จะเปิดในรูปแบบ Stand Alone โดยรูปแบบ Stand Alone จะมีการใช้ขนาดพื้นที่อยู่ที่ประมาณ 80 ตารางเมตรเป็นต้นไป

## ภาพแบบผังร้านคร่าวๆ

|  |  |
| --- | --- |
| สัญลักษณ์ | ความหมาย |
|  | โต๊ะยาว |
|  | โต๊ะ |
|  | ชุดครัว |
|  | เคาน์เตอร์ |
|  | ต้นไม้ |
|  | Coworking Space |
|  | ห้องน้ำ |
|  | กันสาด |

## การเลือกใช้สีในการตกแต่งร้าน

การเลือกใช้สีมีความสำคัญต่อการถ่ายทอดบรรยากาศและความรู้สึกต่อผู้ใช้บริการ ดังนั้นในการเลือกใช้สีจึงควรถูกเลือก ตามหลักจิตวิทยาของสี โดยหลักจิตวิทยาของสีนั้นมี

นักวิจัย Andrew Elliot และ Markus Maier ได้ตั้งข้อสังเกตว่า “เมื่อพิจารณาจากการมองเห็นสี จิตวิทยาสีกับความรู้สึกอาจมีความสัมพันธ์กัน”



จิตวิทยาของสีในการออกแบบโลโก้

ด้วยหลักการดังกล่าวสีที่ถูกเน้นในการตกแต่งร้านจะใช้สีเทา และสีขาวเป็นหลักเพื่อให้บรรยากาศในร้านถูกถ่ายทอดได้เหมาแก่การทำงานและนั่งรับประทานเครื่องดื่ม

ค่าใช้จ่ายในการซื้อสีที่จะนำมาตกแต่งร้านจะอยู่ที่ประมาณ 598บาท ต่อ3.5ลิตร

## การตกแต่งภายในของร้าน

กระเบื้องที่เลือกใช้เพื่อให้เข้าสไตล์การแต่งร้านที่มีไว้การเลือกกระเบื้องจึงจะเลือกกระเบื้องแบบเรียบและสีกระเบื้องที่จะเลือกใช้คือสีเทา ซึ่งเป็น1ในสีจะเน้นใช้ในการตกแต่งร้านอีกทั้งสีเทายังไม่ทำความสะอาดยากเท่าสีเทาอีกด้วย โดยกระเบื้องที่มีคุณลักษณะตรงกับข้อมูลคือ กระเบื้องพื้น MONET BY SCG รุ่น โมเอน่า ขนาด 16 x 16 นิ้ว (กล่อง 6 แผ่น) สีเทา ซึ่ง 1 จะปูได้1ตารางเมตร

เต้ารับ ส่วนใหญ่จะถูกติดตั้งบนพื้นบริเวณใกล้ๆกับโต๊ะเพื่อสะดวกกับผู่ใช้บริการที่ต้องการทำงานดั้งควรมีเต้าต่อ1โต๊ะปกติ ส่วน coworking จะมี4เต้าต่อห้อง และ 5 เต้าบริเวณเคาน์เตอร์และโต๊ยาว และเพือให้กับการตกแต่งจึงจะเลือกเต้าที่มีสีใกล้เคียงกับพื้นที่สุด จากที่ได้พิจารณามากแล้วเต้าที่เหมาะสมกับที่กล่าวข้างต้นคือ PANASONIC ชุดเต้ารับคู่ 3 ขา PANASONIC BSR1392MB สีดำ

## การติดตั้งหลอดไฟ

|  |  |
| --- | --- |
| ไฟส่องสว่างมาตรฐานสำหรับประเภทของสถานจะแสดงในตาราง | N - ระดับของแสงสว่างของสถาน ใน 1 ตารางเมตร |
| ห้องเรียน ห้องสมุด (เหมาะกับพื้นที่ทั่วไปของร้านเนื่องจากในกลุ่มเป้าหมายมีนักเรียน นักศึกษา) | 300 |
| ห้องเรียนห้องเรียนห้องเรียน(เหมาะกับพื้นที่Coworking Spaceของร้านเนื่องจากในกลุ่มเป้าหมายมีนักเรียน นักศึกษา) | 500 |

### สำหรับส่วนทั่วไป

ขนาดของห้อง 60 m2  
ต้องการแสงสว่างภายในห้อง 21600 ลูเมน (lm)  
แสงของหลอดหนึ่ง 3600 ลูเมน (lm)  
กำลังติดตั้ง  
หลอดไฟ led 6 หลอด บน 36 วัตต์ = 216 วัตต์

### สำหรับส่วนCoworking Space

รูปภาพประกอบด้วย แผนภูมิ

คำอธิบายที่สร้างโดยอัตโนมัติขนาดของห้อง 30 m2  
ต้องการแสงสว่างภายในห้อง 15000 ลูเมน (lm)  
แสงของหลอดหนึ่ง 3000 ลูเมน (lm)  
กำลังติดตั้ง  
หลอดไฟ led 5 หลอด บน 30 วัตต์ = 150 วัตต์

## การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ

เนื่องจากประเทศไทย ตั้งอยู่ในเขตร้อนใกล้เส้นศูนย์สูตร ทำให้ ภูมิอากาศร้อน ทำให้การมีเครื่องปรับอากาศภายในร้านเป็นเรื่องที่สำคัญที่จะช่วยให้ผู้ใช้บริการอยากใช้ เครื่องปรับอากาศที่ได้พิจารณา คือ MITSUBISHI ELECTRIC แอร์ติดผนัง GT Series (9554 BTU, Inverter) รุ่น MSY-GT09VF ที่มีคุณสมบัติ

* มีคอมเพรสเซอร์แบบ Inverter ช่วยปรับความเร็วการทำงานของเครื่องได้ตามความต้องการ ทำให้ประหยัดพลังงานได้มากขึ้น เปรียบเทียบกับแอร์ที่ไม่ใช่ Inverter จะประหยัดได้ถึง 30-50%
* มี PM2.5 Filter แผ่นฟอกอากาศด้วยประจุไฟฟ้า ช่วยกรองฝุ่นละอองขนาดเล็กที่เป็นสาเหตุของโรคหลายชนิด ซึ่งเหมาะกับสถานะการณ์ปัจจุบันทำให้ไม่จำเป็นต้องซื้อเครื่องฟอกอากาศเพิ่มอีก
* มี SEER rating เป็น 10 ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพของการใช้พลังงานของแอร์ เทียบกับแอร์ที่ไม่ใช่ Inverter จะมี SEER rating เพียงแค่ 6-8
* อีกทั้ง MITSUBISHI ELECTRIC เป็นแบรนด์ที่เก่าแก่ทำให้มีความน่าเชื่อถือ

### การคำนวณจำนวณแอร์ที่ต้องติดตั้ง

BTU ที่เหมาะสมกับพื้นที่ของห้อง พื้นที่ 100 ตร.ม.จะต้องการแอร์ที่มี BTU ประมาณ 34,000 BTU/hour เพื่อให้เย็นได้อย่างเพียงพอโดยจะใช้สูตรดังนี้

* หาร BTU ของแอร์ด้วย BTU ของห้อง เพื่อหาจำนวนแอร์ที่ต้องการ เช่น 9554 / 2500 = 3.82
* สรุปได้ว่าหากต้องการให้มีความเย็นอย่างเพียงพอจะติดตั้งแอร์ทั้งหมด4ตัว

## การเลือกเฟอร์นิเจอร์

### ส่วนภายใน

ในการเลือกเฟอร์นิเจอร์จะถูกแบ่งออกเป็นส่วนดังนี้

* ส่วนสำหรับนั่งทานเครื่องดื่ม

ในส่วนนี้จะมีหน้าที่สำหรับทำเครื่องดื่มและไว้สำหรับรับประทานเมนูต่างๆภายในร้าน การใช้ส่วนนี้แสดงว่าจะเน้นการรับประทานมากกว่าการนั่งทำงานมากกว่าดังนั้นส่วนนี้จะเลือกเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถทำความสะอาดได้ง่ายและต้องมีเฟอร์นิเจอร์สำหรับการเครื่องดื่มเมนู โดยมีเฟอร์นิเจอร์ดังนี้

* กระเบื้อง ราคา 178บาท
* ชุดครัว ราคา 18,100บาท
* เคาน์เตอร์ขายกาแฟ+เบเกอรี่ ราคา 58,500บาท
* โต๊ะและเก้าอี้ ราคาชุดละ 2,790 บาท x 20 ชุด
* โต๊ะบาร์ยาว 2.2 ม. พร้อมเก้าอี้ 4 ตัว ราคา 20,900 บาท x 2ชุด
* ต้นไม้ประดับร้านต้นละ 62บาท x 10 ต้น
* ส่วนCoworking Space

ในส่วนนี้จะเน้นการทำงานซึ่งต้องใช้เวลานั่งที่ยาวนานดังนั้นจะใช้เฟอร์นิเจอร์ที่นั่งสบายและต้องได้รับแสงสว่างที่เพียงพอต้องมีบรรยากาศที่เหมาะสำหรับการทำงาน/การคุยงาน

* โต๊ประชุมขนาด 360x120 cm ราดา 17,890 x 3 ชุด
* เก้าอี้นั่งทำงานเพื่อสุขภาพพร้อมพนักรองคอ 3,300บาท x 30 ตัว
* พรมลูกฟูก สีเทาปนขาว กว้าง 1 เมตร ยาว 30 เมตร ขนาด 500 กรัม หนาประมาณ 4-5 มม. ราคา 3,200 บาท x 30 ผืน
* ผนังเบาสมาร์ทบอร์ด 6มม. 120 x 240 กันเสียงลดเสียง ราคา 215 บาท x 25แผ่น

### ส่วนภายนอก

ในส่วนภายนอกเพื่อกันแสงแดดเข้ามาในร้านจะทำการติดตั้งกันสาด ราคาอยู่ที่ 3,000-7,000 บาทต่อตารางเมตร

## การออกแบบโลโก้

โลโก้มีความหมายต่อธุรกิจอย่างไม่ต้องสงสัย โลโก้ที่ดีจะช่วยสร้างเครดิตให้กับกิจการหรือองค์กรธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งถ้าขายสินค้าคุณภาพ โลโก้นั้นต้องสะท้อนสิ่งนี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจุดประสงค์หลักของการออกแบบโลโก้

จากการจุดประสงค์หลักของการออกแบบจึงต้องการที่จะออกแบบโลโก้ตามรายละเอียดดังนี้ “โลโก้ร้าน café refill โดยมีแก้วกาแฟที่กำลังเติมกาแฟจากเหยือกกาแฟที่ถูกชงอยู่ และ มีชื่อร้านอยู่ใต้แก้วกาแฟเป็นตัวอักษรสไตล์Serif มีกรอบวงกลมรอบรอบโลโก้ ในรูปแบบโมเดิล”



รูปแบบโลโก้ที่สร้างโดยAI

สิ่งที่ต้องการจะให้โลโก้สื่อสารมีดังนี้

* *“มีแก้วกาแฟที่กำลังเติมกาแฟจากเหยือกกาแฟที่ถูกชงอยู่”* คือสื่อสารให้จุดของการที่คาเฟ่สามารถนำมารีฟิวเครื่องดื่มได้
* *“ตัวอักษรสไตล์Serif”* ในงานพิมพ์อักษรละตินนั้น ฟอนต์เซริฟนิยมอย่างแพร่หลายในการใช้เป็นอักษรเนื้อความ (body text) เพราะมักอ่านง่าย ด้วยคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นการใช้ฟอนต์แบบ เซริฟ (Serif)จึงเป็นการสื่อให้เห็นว่าร้านสามารถเข้าถึงได้ง่ายและเป็นมิตร
* *“มีกรอบวงกลมรอบรอบโลโก้”* ตามหลักการจิตวิทยารูปทรงและรูปร่าง ดีไซน์สื่อนัยยะ เพราะการที่วงกลมไม่มีมุมแหลม มันเลยดูอ่อนโยน ไม่ดุดัน จึงเหมาะกับการที่จะสื่อถึงความเป็นมิตรของทางร้าน
* *“ในรูปแบบโมเดิล”* เนื่องจากรูปแบบโมเดิลเน้นความเรียบง่ายเป็นหลักจึงเหมาะแก้การสื่อถึงการที่ร้านสามารถเข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งการใช้รูปแบบโมเดิลจะช่วยให้เกิดการจดจำโลโก้ได้ง่ายขึ้น

ค่าจ้างในการออกแบบโลโก้จะอยู่ที่ประมาณ 3,000บาท (หมายเหตุ อ้างอิงราคาโดยรวมๆจากhttps://fastwork.co/logo-design)

## หน้าเว็บ

การออกแบบเว็บเพื่อใช้เป็นอีกหนึ่งในช่องทางประชาสัมพันธ์ จะใช้สไตล์โมเดิลซึ่งเป็นสไตล์เดี่ยวกับที่ใช้ออกแบบตัวร้านโดยเว็บจะถูกพัฒนาด้วย HTML CSS CSS-Framework ภาษาJavaScript สำหรับค่าใช้จ่ายในช่วงจะใช้บริการต่างต่างที่ใช้ในการทำเว็บฟรีอยู่

## สรุปค่าใช้จ่ายในการตกแต่งร้าน(ข้อมูลสำหรับการเงิน พร้อมลิงค์แหล่งข้อมูล)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ชื่อ รายการ/สินค้า | ราคาต่อหน่วย | จำนวน | ราคา |
| ค่าตกแต่ง พื้นที่ปิด (ต่อตารางเมตร) \*\* | 10,000.00 | 100.00 | 1,000,000.00 |
| [กระเบื้องพื้น MONET BY SCG รุ่น โมเอน่า ขนาด 16 x 16 นิ้ว (กล่อง 6 แผ่น) สีเทา - THAI WATSADU | ไทวัสดุ ครบเรื่องบ้าน ถูกและดี](https://www.thaiwatsadu.com/th/product/%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%99-MONET-BY-SCG-%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99-%E0%B9%82%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%88%E0%B8%B2-%E0%B8%82%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%94-16-x-16-%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B9%89%E0%B8%A7-(%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87-6-%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B9%88%E0%B8%99)-%E0%B8%AA%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B2-60357907?cate=560112) (ต่อกล่อง) | 178.00 | 115.00 | 20,470.00 |
| [โคมไฟแขวนเพดาน LED รุ่น 7575-36W สีดำ 6500K SYIIA |GlobalHouse](https://globalhouse.co.th/product/detail/3918803403782) | 679.00 | 11.00 | 7,469.00 |
| [ชุดเต้ารับคู่ 3 ขา PANASONIC BSR1392MB สีดำ (homepro.co.th)](https://www.homepro.co.th/p/1094596) | 329.00 | 34.00 | 11,186.00 |
| [พรมลูกฟูก สีเทาปนขาว กว้าง 1 เมตร ยาว 30 เมตร ขนาด 500 กรัม หนาประมาณ 4-5 มม. - CARPET19 พรมอัดเรียบ พรมลูกฟูก พรมจัดงาน](https://www.carpet19.com/product/138/%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%A5%E0%B8%B9%E0%B8%81%E0%B8%9F%E0%B8%B9%E0%B8%81-%E0%B8%AA%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%9B%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A7-%E0%B8%81%E0%B8%A7%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87-1-%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B8%A3-%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%A7-30-%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B8%A3-%E0%B8%82%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%94-500-%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%A1-%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%93-4-5-%E0%B8%A1%E0%B8%A1) | 3,200.00 | 30.00 | 96,000.00 |
| [Mitsubishi Electric เครื่องปรับอากาศ (9,554 BTU, Inverter) รุ่น MSY-GT09VF (powerbuy.co.th)](https://www.powerbuy.co.th/th/product/mitsubishi-electric-%E0%B9%81%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C-mitsubishi-electric-msy-gt09vf%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%ADmac2304-264701) | 20,700.00 | 4.00 | 82,800.00 |
| [กระจกใส (ต่อตารางฟุต)](https://krajok.com/low-iron-glass/) | 600.00 | 120.56 | 72,336.00 |
| ค่าตกแต่ง พื้นที่เปิด (ต่อตารางเมตร) \*\* | 5,000.00 | 30.00 | 150,000.00 |
| [กันสาดพับเก็บได้ รุ่นมาตรฐาน หรือ รุ่น CREATIVE PRO (ต่อตารางเมตร)](https://sardsongsanggroup.com/%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B9%87%E0%B8%9A%E0%B9%84%E0%B8%94%E0%B9%89/) | 4,000.00 | 20.00 | 80,000.00 |
| เฟอร์นิเจอร์และต้นไม้ | | | |
| [KNOXHULT คน็อกซ์ฮุลท์ ชุดครัว, ขาว, 182x183x220 ซม. - IKEA](https://www.ikea.com/th/th/p/knoxhult-kitchen-white-s09202428/) | 18,100.00 | 1.00 | 18,100.00 |
| [เคาน์เตอร์ขายกาแฟ+เบเกอ รี่ - ค้นหา (thailandkitchenware.biz)](https://www.thailandkitchenware.biz/th/products/589970-%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B9%8C%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%9F+%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B9%88) | 58,500.00 | 1.00 | 58,500.00 |
| [MELLTORP เมลทอร์ป / TEODORES ทีโอดอเรส ชุดโต๊ะและเก้าอี้ 2 ตัว, ขาว/ขาว, 75x75 ซม. - IKEA](https://www.ikea.com/th/th/p/melltorp-teodores-table-and-2-chairs-white-white-s39246379/) | 2,790.00 | 20.00 | 55,800.00 |
| [ต้นเศรษฐีรวยทรัพย์ จัดส่งพร้อมกระถางขนาด 5.5 นิ้ว ต้นสวย ต้นใบฟอร์มสวย ไม้แข็งแรง เลี้ยงง่าย | Shopee Thailand](https://shopee.co.th/%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%B5%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%A2%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B9%8C-%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%94-5.5-%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B9%89%E0%B8%A7-%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%A7%E0%B8%A2-%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%9A%E0%B8%9F%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%A7%E0%B8%A2-%E0%B9%84%E0%B8%A1%E0%B9%89%E0%B9%81%E0%B8%82%E0%B9%87%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%87-%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B8%B5%E0%B9%89%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%87%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A2-i.167837424.21608602275?sp_atk=21320c7a-4de6-4089-99d8-ee9231f7faec&xptdk=21320c7a-4de6-4089-99d8-ee9231f7faec) | 62.00 | 10.00 | 620.00 |
| [โต๊ะประชุม SKU : 10405 | Ofisu Furniture](https://ofisu.co.th/product/%e0%b9%82%e0%b8%95%e0%b9%8a%e0%b8%b0%e0%b8%9b%e0%b8%a3%e0%b8%b0%e0%b8%8a%e0%b8%b8%e0%b8%a1-012/) | 17,890.00 | 5.00 | 89,450.00 |
| [เก้าอี้ทำงาน Rockwood รุ่น ELM-8027B-X](https://www.sbdesignsquare.com/rockwood-elm-8027b-x) | 3,300.00 | 30.00 | 99,000.00 |
| [ราคา สมาร์ทบอร์ด 4/6/8/10/12/16/18/20 มม. (scghomebuild.com)](https://www.scghomebuild.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%B2_Und_%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%97%E0%B8%9A%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%94_Und_4_Sla_6_Sla_8_Sla_10_Sla_12_Sla_16_Sla_18_Sla_20_Und_%E0%B8%A1%E0%B8%A1_Dot_itoplanding/56f694a53c4fd260234457af/56f68c4b6056c7b88fe8a796/Products_56f68ced6056c7b88fe8a79e/56f694a63c4fd260234457b4) | 215.00 | 25.00 | 5,375.00 |
| [โต๊ะบาร์ยาว 2.2 ม. พร้อมเก้าอี้ 4 ตัว - เฟอร์นิเจอร์ไม้สักเเท้ โต๊ะหมู่ ตู้พระ เตียงนอนถูกสุด : Inspired by LnwShop.com (bnpfurniture.com)](https://www.bnpfurniture.com/product/460/%E0%B9%82%E0%B8%95%E0%B9%8A%E0%B8%B0%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%A7-2-2-%E0%B8%A1-%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AD%E0%B8%B5%E0%B9%89-4-%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%A7) | 20,900.00 | 2.00 | 41,800.00 |
| อื่นๆ | | | |
| [ค่าจ้างในการออกแบบโลโก้](https://fastwork.co/logo-design) | 3,000.00 | 1.00 | 3,000.00 |
| [สี (ต่อ 3.5ลิตร)](https://www.toagroup.com/th/home) \* | 598.00 | 10.00 | 5,980.00 |
| [ป้ายไฟแต่งร้านกาแฟ รับผลิตป้ายไฟ สวยๆ ราคาถูก ราคาเริ่มต้นถูกมาก (fastboxs.com)](https://www.fastboxs.com/product/%E0%B8%9B%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%84%E0%B8%9F%E0%B9%81%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%9F/) | 890.00 | 1.00 | 890.00 |
| รวมค่าใช้จ่าย | | | 1,528,515.00 |

\*รวมทั้งหมายนอกและภายใน

\*\*รวมค่าทุกอย่างในการตกแต่งพื้นที่นั้นๆแล้ว

หมายเหตุ ราคาทั้งเหมดเป็นราคาประมาณการณ์อาจจะไม่ตรงกับความเป็นตริงได้

หมายเหตุ2 ค่าช่าง ค่าการติดตั้ง และราคาสายไฟ ท่อน้ำ จะถูกรวมอยู่ในค่าตกแต่งแล้วรายการที่แสดงจะแสดงเฉพาะเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งเท่านั้น

การจัดกลุ่มลูกค้า

ต้องศึกษาว่ากลุ่มลูกค้าใช้ชีวิตอย่างไร เดินทางไปทำงาน ไปเรียน หรือทำงานที่บ้าน อายุเฉลี่ยเท่าไร อายุระหว่าง 18-35 ปี มีรายได้ประมาณเท่าไหร่ต่อเดือน กลุ่มนักศึกษาหรือนักเรียน ส่วนใหญ่จะชอบเมนูเย็นและปั่น เน้นราคาที่ไม่แพงจนเกินไป ได้ปริมาณน้ำที่เยอะ จึงชอบสั่งสินค้าที่คุ้มค่า ถ้ามานั่งทำงานต้องมีพื้นที่วางของและปลั๊กให้พร้อมชาร์จไฟเพราะนักศึกษาและนักเรียนส่วนใหญ่ชอบนั่งทำงานนาน สถานที่ต้องฟสะดวกสบาย มีที่จอดรถและห้องน้ำ เเละที่สำคัญจะต้องสามารถจัดได้ว่ามีลูกค้าจำนวนกี่คน มีกี่คนมาใช้บริการได้ในเเต่ละวัน เเละมีโอกาสมาซ้ำกี่ครั้ง

## ช่องทางการรับข่าวสาร

สาเหตุที่เลือกทาง Line เนื่องจากเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่คนนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยจุดเด่นของการมี Line Official ในการโปรโมทเครื่องดื่ม คือ เราสามารถส่งข้อความอัตโนมัติต่อผู้ติดตามได้อย่างทันที เพื่ออัพเดตข้อมูลสินค้าหรือกิจกรรมต่างๆ โดยผู้ที่สนใจจริงๆ ก็จะสามารถรู้ข่างสารของเครื่องดื่มได้ก่อนใครเหมาะกับสินค้าที่มีการอัพเดตผลิตภัณฑ์บ่อย

## ทำไมลูกค้าต้องซื้อร้านเรา

• โปรโมชั่นร้านคาเฟ่ตัวช่วยที่ดีในการเพิ่มยอดขายดึงดูดลูกค้าเข้าร้านได้มากขึ้น รวมไปถึงยังรักษาฐานลูกค้าเดิมให้อยู่ได้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งโปรโมชั่นร้านคาเฟ่คือสะสมเเต้ม เเลกเครื่องดื่ม ไม่ว่าจะเป็นประเภทการปั๊มตราบนกระดาษหรือในระบบออนไลน์ คือ เมื่อสั่งซื้อเครื่องดื่ม 1 เเก้วก็จะได้รับ 1 คะเเนน หรือได้รับการปั๊มตราจากร้าน 1 ครั้ง เมื่อสะสมครบ 10 เเก้ว ก็สามารถเเลกเครื่องดื่มรีฟิลได้ 1 สิทธิ์ทันที

• Café Refill ไม่ให้ความสำคัญกับเงินมากเกินไป Café Refill อยากทำธุรกิจให้มีความสุข ประสบความสำเร็จ และเป็นที่ต้องการของลูกค้า Café Refill ไม่ให้ความสำคัญกับเรื่อง “เงิน” มากเกินไป แต่ Café Refill จะให้ความสำคัญกับเรื่อง Passion สิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ และความสุขของลูกค้าเป็นหลัก เพราะถ้าโฟกัสแต่เรื่องเงิน แน่นอนว่าจะเป็นการทำให้ลูกค้ารู้สึกอึดอัดที่พยายามยัดเยียดขายของ และพยายามจะหาเงินขากเขาอยู่ตลอดเวลา สุดท้ายร้านของเราก็จะกลายเป็นคาเฟ่แสนน่าเบื่อที่ลูกค้าต่างพากันเอือมระอา

• Café Refill พูดคุยกับลูกค้าด้วยความเป็นกันเอง การพูดคุย การทักทาย การตอบคำถามและการให้ความช่วยเหลือลูกค้า เป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยเพิ่มยอดขาย ทำให้ลูกค้าประทับใจและเห็นความใส่ใจของทางร้าน ยิ่งถ้าหากเป็นการขายของออนไลน์ที่เราไม่ได้พูดคุยกับลูกค้าทางตรง เรายิ่งจำเป็นที่จะต้องเพิ่มความใส่ใจในการบริการลูกค้ามากขึ้นเพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าของเราซ้ำในครั้งต่อไป

• Café Refill รักษาจรรยาบรรณในการขาย

เทรนด์ของลูกค้าในปัจจุบัน นอกจากการพิจารณาในเรื่องของคุณภาพและราคาของสินค้าแล้ว ลูกค้ายังมักจะพิจารณาซื้อสินค้าจากภาพลักษณ์หรืออุดมการณ์ของทางร้าน ดังนั้นในการค้าขายสินค้าและบริการ ทางร้านจำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องจรรยาบรรณอยู่เสมอ โดยจรรยาบรรณเบื้องต้นในการขายสินค้า ได้แก่

1. ความซื่อสัตย์และความจริงใจต่อลูกค้า สามารถทำได้โดยการให้ข้อมูลตามความจริงกับลูกค้า ทั้งข้อมูลของสินค้า และข้อมูลของร้านค้า ไม่ว่าจะเป็นช่องทางการติดต่อ ขั้นตอนในการซื้อขาย

2. มี Passion ในการขายและการให้บริการที่ดี สามารถทำได้ง่ายๆ ด้วยการตอบข้อสงสัย การช่วยเหลือ การแก้ไขปัญหาของลูกค้า และการให้บริการหลังการขายโดยที่ลูกค้าไม่ได้ร้องขอ เป็นต้น ด้วยความเต็มใจเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

3. เปิดรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า การที่เราเปิดรับฟัง Feedback และคำติชมจากลูกค้าถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับทางร้านในแง่การพัฒนาสินค้าและบริการของเราให้ดีขึ้นเพราะลูกค้าคือปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจของเราให้ประสบความสำเร็จ และจะช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเราใส่ใจและให้ความสำคัญกับทุกๆความคิดเห็นจากลูกค้า โดยการปรับปรุงสินค้าและบริการของเราให้ดีขึ้น

ภาพลักษณ์ของ **Café Refill**

รูปเเบบร้านจะเป็นรูปเเบบโมเดิล ด้วยความเป็นโมเดิลจึงมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นอย่างชัดเจน โดยจะยึดถือเเบบความเรียบง่าย เเละเน้นใช้รูปทรงเเบบเลขาคณิต ไม่ว่าจะเป็นสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม หรือเเม้กระทั่งวงกลม มาใช้องค์ประกอบในการตกเเต่ง เเละมีการนำเอาวัสดุใหม่ๆในยุคนั้นมาใช้ เช่น เหล็ก กระจก หรือเเม้กระทั่งสเเตนเลส ซึ่งปัจจุบันก็มีวัสดุใหม่ๆ ให้เลือกใช้เพิ่มอีกมาก ไม่ว่าจะเป็น แผ่นอะคริลิก ลามิเนต Hi-Gloss ซึ่งวัสดุเหล่านี้ส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นวัสดุที่มีความเงางาม

สไตล์การตกแต่ง จะไม่มีรายละเอียดที่ฟุ้งเฟ้อ เกินความจำเป็น เส้นสายจะไม่มีลวดลายแบบอ่อนช้อยหรือเส้นโค้ง แต่มุ่งเน้นไปที่ประโยชน์ใช้สอย เพื่อให้ตอบสนองด้านการใช้งานของทางร้าน ถือเป็นความสวยงามแบบเรียบง่าย

สีสันที่ใช้ในสไตล์โมเดิร์นนั้น จะใช้ไม่เยอะมาก จะใช้เพียงแค่ 2-3 สีเพียงเท่านั้น โดยส่วนใหญ่แล้วมักใช้สีขาวเป็นโทนสีหลัก ซึ่งโทนสีขาวนั้นจะช่วยทำให้ภายในร้านนั้นเกิดความโปร่งโล่งสบาย

จำนวนของเก้าอี้จะมีไม่มากนัก เเต่จะนั่งสบายๆ นั่งนานๆ มีมุมอ่านหนังสือเงียบๆ สำหรับเมนูเครื่องดื่มจะมีไม่มาก เน้นที่คุณภาพ เเละเน้นเมนูอาหารเบาๆ เช่น เค้ก คุ้กกี้ เหมาะมากที่จะถ่ายรูปสวยๆโชว์เพื่อนๆ ตามเทรนด์คาเฟ่ที่กำลังมาได้

# ความสัมพันธ์กับลูกค้า

CRM หรือ Customer Relationship Management หรือเรียกว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งก็คือการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการใช้เทคโนโลยีและการใช้บุคลากรอย่างมีหลักการ เพื่อเพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้า สร้างความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ และ การบริการ

ดังนั้น สิ่งสำคัญของการเปิดร้านคาเฟ่ นอกจากเรื่องของรสชาติเเล้วก็ขึ้นอยู่กับการบริการของพนักงานในร้านด้วย เพราะหากเราให้บริการดี ก็จะเป็นที่ประทับใจ

เริ่มต้นด้วยวิธีแรก การทำความรู้จักชื่อเสียงเรียงนาม ชื่อเป็นเหมือนจุดเริ่มต้นเล็กๆ ที่จะแสดงตัวตนแต่ละคน การเรียกชื่อของใครซักคนแสดงให้เห็นว่าพวกเขามีความสำคัญมากกว่าลูกค้าทั่วไป และการเป็นที่จดจำได้มักจะทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นคนสำคัญเสมอ ทำความรู้จักกับลูกค้าของคุณให้มากขึ้น จดจำสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ที่พวกเขาชอบจากการสั่งเครื่องดื่ม หรือถามไถ่เรื่องทั่วไปอย่างงานอดิเรก ทำให้รู้สึกพวกเขารู้สึกผ่อนคลายและสบายใจเวลาที่ได้มาที่ร้านของเรา ซึ่งทางร้านจะไม่พยายามทำสิ่งเหล่านี้มากจนเกินไป เพราะมันจะกลายเป็นเหมือนการสัมภาษณ์เสียมากกว่าการทำความรู้จัก นั่นอาจทำให้ลูกค้ารู้สึกอึดอัดใจได้

วิธีที่สอง การจัดโปรชิมเครื่องดื่มตัวอย่างของเครื่องดื่มรีฟิล เมื่อมีเครื่องดื่มใหม่ๆเข้ามา ลูกค้าส่วนใหญ่มักจะยังไม่กล้าสั่ง เพราะกลัวว่ารสชาติจะไม่ถูกใจเเละกลัวไม่คุ้มค่ากับโปรเครื่องดื่มรีฟิล ดังนั้น เพื่อเป็นการโปรโมทเเละเอาใจลูกค้าไปในตัว จึงควรจัดโปรสุดพิเศษให้ลูกค้าได้ลองชิมเครื่องดื่มรีฟิล ตัวอย่างเเบบฟรีๆโดยอาจใช้วิธีเเจกให้กับลูกค้าทุกคนที่เข้าร้าน เท่านี้ก็เอาใจลูกค้าไปเเบบเต็มๆเเล้ว

วิธีที่สาม การยิ้มรับลูกค้าเสมออีกหนึ่งหัวใจของการบริการ ก็คือรอยยิ้มและความเป็นกันเองระหว่างพนักงานและลูกค้านั่นเอง และยิ่งหากเราสามารถสร้างรอยยิ้มและเสียงหัวเราะให้กับลูกค้าได้ด้วยแล้ว ก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจกับร้านกาแฟของเรามากขึ้น เพราะคงไม่มีใครที่อยากจะนั่งดื่มกาแฟในร้านที่พนักงานเอาแต่หน้าบึ้งอยู่ตลอดเวลาหรอก ดังนั้นทางร้านจึงเปลี่ยนลุคของพนักงานทุกคนให้เป็นพนักงานที่ยิ้มเก่งนั่งเอง

วิธีการเหล่านี้ก็จะทำให้ลูกค้ามาเข้าร้านของเราบ่อยขึ้น เเละอาจกลายเป็นเข้าประจำได้เลยทีเดียว นอกจากนี้ยังเป็นการชักชวนลูกค้าเข้าทางอ้อม ด้วยการที่พวกเขาไปชักชวนหรือบอกต่อคนอื่น ให้มาลองที่ร้านคาเฟ่ของเรานั่นเอง

วิธีที่สี่ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี การเปิดร้านกาแฟที่ต้องบริการลูกค้า บางครั้งก็อาจจะมีปัญหาให้ต้องเผชิญอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นความผิดพลาดของพนักงาน ความเข้าใจผิดและสิ่งที่ลูกค้าไม่พอใจ การต้องเจอกับลูกค้าเจ้าอารมณ์และขี้โวยวายสุดๆ แต่ทั้งนี้ปัญหาเหล่านี้จะหมดไป เพราะทางร้านสามารถที่จะแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ทั้งยังสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจอีกด้วย ซึ่งทางร้านมีกฎเหล็กสำหรับพนักงานเลย คือต้องใจเย็นเข้าไว้ และอย่าเผลอปะทะคารมกับลูกค้าเด็ดขาด

# ทำเลที่ตั้ง Café refill

จะเปิดร้านคาเฟ่ทั้งที ปัจจัยหนึ่งที่ทุกคนนึกถึงคงหนีไม่พ้นเรื่อง ทำเลที่ตั้ง ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่ส่งผลต่ออนาคตของธุรกิจร้านเราเลยทีเดียว แน่นอนว่าถึงแม้เราจะมั่นใจในคุณภาพของกาแฟแค่ไหน หรือเตรียมดีไซน์ออกแบบตกแต่งร้านสวยๆไว้แล้ว แต่หากทำเลเหล่านี้เข้าถึงยากและไม่ตอบโจทย์ลูกค้าในบริเวณนั้น ก็เปรียบเสมือนลงทุนไปโดยสูญเปล่า

เมื่อเริ่มวางแผนเปิดร้านกาแฟ การเลือกทำเลที่ตั้งจึงเป็นหัวใจสำคัญที่ต้องสำรวจและคัดสรรมาเป็นอย่างดีและสิ่งแรกที่ทางร้านนึกถึงคือ

1. การสำรวจลูกค้าในแต่ละทำเล

2. เลือกทำเลที่เข้าถึงได้สะดวก

3. คำนึงถึงรูปแบบและขนาดของร้าน

4. เช็คข้อตกลงและสัญญาเช่า

ดังนั้น เราจึงเลือกตั้งร้านบริเวณแถวสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่มีทั้งนักศึกษาและอาจารย์

# พันธมิตรหลัก

# ส่วนผสมทางการตลาด ( 7P )

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัว แปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนํามาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการทางตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปร เท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมามีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้อง กับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

1. ผลิตภัณฑ์ (Products)

P ตัวแรกที่เราจะพูดถึงก็คือ Products ซึ่งในที่นี้ไม่ได้หมายความแค่ว่า ‘สินค้าและบริการ’ เพียงอย่างเดียว เพราะรวมไปถึงลักษณะของสินค้าที่จะสามารถสื่อให้ลูกค้าเห็นถึงความเป็น ‘แบรนด์’

1. คุณภาพของสินค้าและบริการ
2. การแสดงออกถึงความเป็นแบรนด์
3. รูปภาพสินค้า
4. การใช้งานของสินค้า
5. ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการใช้งาน
6. บริการ Customer Service
7. ราคา (Price)

คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงินหรือจํานวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพ่ือให้ได้รับผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการของกิจการคาเฟ่

1. Positioning ของแบรนด์
2. ส่วนลดของสินค้าและบริการ
3. วิธีการหรือช่องทางการชำระเงิน

# Business Model Canvas

* WHAT คุณค่าที่องค์กรต้องการนำเสนอให้กับลูกค้า Value Proposition (VP)

#ใครทำตรงนี้แปะ painpoint ด้วยย

* WHO Customer Segments(CS)+ Channels(CH) + Customer Relationships(CR) )
* HOW infrastructure Key Activities + Key Resources + Key Partners
* Key Activities (กิจกรรมหลักของธุรกิจ)

เปิดให้บริการเป็นพื้นที่สำหรับ co-working space ใช้คุยงานประชุม หรือจะนั่งทำงาน อ่านหนังสือ และมีบริการ refill น้ำดื่ม โดยจะบริการทำน้ำที่ลูกค้าเลือกดื่มให้ภายในชั่วโมงที่กำหนดโดยมีข้อแม้ว่าแก้วก่อนหน้านั้นจะต้องดื่มหมดแล้วและนำใบเสร็จที่ระบุข้อมูลเวลาการซื้อเพื่อยืนยันว่ายังไม่หมดชั่วโมง refill แล้วนำมา refill เป็นน้ำดื่มที่ต้องการให้

* Key Resources(ทรัพยากรหลัก)
* Key Partner (พันธมิตรหลัก)

ขนมเค้ก บราวนี่ คุกกี้ เบอเกอรี่ต่างๆที่ได้ไปลองหา ลองทานแล้วรสชาติอร่อย ซึ่งจะไปรับมาจากคนที่รับทำ แล้วเช็คว่ามีขั้นตอนการทำที่ถูกสุขอนามัย น่ารับประทาน นำมาตั้งโชว์ในตู้ขนมที่เคาว์เตอร์ของทางร้านเพื่อให้ลูกค้าที่มาได้เห็นและมีโอกาสตัดสินใจซื้อร่วมกับตอนสั่งน้ำ ช่วงแรกอาจจะลองรับมาไม่เยอะประมาณอย่างละ 20 ชิ้นเนื่องจากลูกค้าในช่วงแรกอาจยังมีไม่มากจะได้ไม่เกิดการเสียของหากขายไม่หมดและรับมามากขึ้นเมื่อจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น และทำการประเมินว่าลูกค้าซื้อสินค้าชิ้นไหนมากชิ้นไหนน้อยเพื่อปรับจำนวนการรับมาขายของสินค้านั้น

# 

# การเงิน

ประมาณการในการลงทุน

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ลำดับ | รายการ | ทุนเจ้าของ | เงินร่วมลงทุน | เงินกู้ | รวมมูลค่า |
| 1. | ทุน |  |  |  |  |
| 2. | วัตถุดิบในการผลิต |  |  |  |  |
| 3. | ค่าใช้จ่ายในการผลิต |  |  |  |  |
|  | รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น |  |  |  |  |

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ลำดับ | รายการ | รายละเอียด | มูลค่าประมาณ | ภาระผูกพัน |
| 1. | ที่ดิน |  |  | - |
| 2. | อาคาร |  |  | - |
| 3. | ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง |  |  | - |
| 4. | อุปกรณ์/เครื่องใช้ |  |  | - |
| 5. | ยานพาหนะ |  |  | - |
| 6. | สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ |  |  | - |
| 7. | ทรัพย์สินทางปัญญา |  |  | - |
| 8. | รายการอื่นๆ(ถ้ามี) |  |  | - |
|  | รวมมูลค่าสินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน |  |  | - |

//ทำ2ปี หาราคาขายให้ได้

ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | สัปดาห์ | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | รวม |
| เป้าหมาย |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| รายได้ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

งบกำไรขาดทุน

Café Refill

งบกำไรขาดทุน

สำหรับระยะเวลา 5 สัปดาห์

(หน่วย : บาท)

ยอดขาย …...000.....

หักต้นทุนการผลิต

ค่าใช้จ่ายวัตถุดิบทางตรง 000

ค่าใช้จ่ายวัตถุดิบทางอ้อม 000

ค่าใช้จ่ายในการผลิตและการขาย 0000 00000

กำไรขั้นต้น 00000

งบดุล

ณ วันที่ //บอกวันที่สิ้นสุด

สินทรัพย์

เงินสด 0000

เงินฝากธนาคาร 0000

วัสดุอุปกรณ์ 000

รวมสินทรัพย์ 0000

หนี้สินและส่วนของเจ้าของ

หนี้สิน 00

ส่วนของเจ้าของ

ทุน - Café Refill 0000

กำไรขั้นต้น 0000

รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ 0000

วัตถุประสงค์ทางการเงิน

พิจารณาถึงความคุ้มค่าในการประกอบธุรกิจด้วยข้อมูลทางการเงินต่างๆ เพื่อให้ดำเนินนโยบายทางการเงินที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาด โดยให้สามารถดูแลและตรวจสอบบัญชี รายได้ รายจ่าย ตลอดจนดูเงินทุนหมุนเวียนเพื่อให้มีสภาพคล่องในการลงทุนทำธุรกิจ

เป้าหมายทางการเงิน

เป้าหมายทางการเงินของธุรกิจ คือ การทำกำไรสูงสุดและวสมารถเพิ่มกำไรให้ได้ทุกๆปี โดยยังสามารถรักษาสภาพคล่องของธุรกิจ ซึ่งร้าน Café Refill ได้กำหนดเป้ากมายทางการเงินไว้คือ กำหนดระยะเวลาคืนทุนภายใน \_\_\_ปี และรักษาสภาพคล่องของธุรกิจให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างคล่องตัว

วิเคราะห์ด้านการเงิน

ร้าน Café Refill ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 0000 บาท โดยเงินลงทุนท้ั้งหมดเป็นของเจ้าของ //หรืออาจจะไปกู้มาจากธนาคาร กิจการจะมีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ \_\_\_ปี

# บรรณานุกรม

ไม่มีแหล่งข้อมูลในเอกสารปัจจุบัน