วิเคราะห์ธุรกิจ

ให้นักศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ





ธุรกิจร้านไอศครีมและชาจีนเจ้าดังมูลค่าแสนล้าน

MIXUE (มี่เสวี่ย) เป็นแฟรนไชส์ไอศกรีมและชาสัญชาติจีนที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วแซงหน้าคู่แข่ง และกลายเป็นแบรนด์ที่มีสาขามากที่สุดเป็นอันดับต้นๆ ของจีน ด้วยจำนวนสาขากว่า 25,000 แห่ง โดยมีสินค้ายอดนิยมอย่างไอศกรีมวาฟเฟิล น้ำเลม่อน ชาผลไม้ และชานม

ธุรกิจของ MIXUE เริ่มต้นก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1997 โดย 'จาง หงเชา' ที่เมืองเจิ้งโจว มณฑลเหอหนาน ซึ่งมองเห็นโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจร้านน้ำแข็งไส ในขณะยังเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยปี 4 โดยเริ่มเปิดร้านครั้งแรกหลังเรียนจบ ด้วยเงินทุนตั้งต้นเพียง 4,000 หยวน (ราว 2 หมื่นบาท) ที่มีย่าของเขาเป็นผู้ให้การสนับสนุน สินค้าหลักๆ ในร้าน ได้แก่ น้ำแข็งไส ไอศกรีม และสมูทตี้ ก่อนจะขยายมาขายพวกเมนูชานม ต่อมาจึงได้ใช้ชื่อร้านว่า MIXUE BINGCHENG (蜜雪冰城) อ่านว่า "มี่เสวี่ยปิงเฉิง" มีความหมายแปลเป็นภาษาไทยว่า "ปราสาทน้ำแข็งที่สร้างด้วยหิมะแสนหวาน"

ธุรกิจของ MIXUE เดินมาถึงจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญในปีค.ศ.2006 จากการเป็นผู้บุกเบิกธุรกิจไอศกรีม Soft Serve เจ้าแรกๆ ในจีน สร้างกระแสฮือฮาทันทีที่เปิดตัว ด้วยการขายไอศกรีมในราคา 2 หยวน ซึ่งนับว่าถูกมาก เมื่อเทียบกับเจ้าอื่นๆ ในตลาดที่ขายกันอยู่ที่10 หยวน จนสามารถทำยอดขายได้อย่างถล่มทลาย และขยาย แฟรนไชส์ไปอย่างรวดเร็ว

"นำผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง และราคาย่อมเยามาสู่ทุกคนทั่วโลก" เป็นเป้าหมายที่ MIXUE ยึดมั่น และเป็นที่มาของการพัฒนาระบบบริหารซัพพลายเชนของตัวเองจนกลายเป็นจุดแข็งที่ทำให้สามารถควบคุมบริหารต้นทุน และคุณภาพสินค้า

ไม่ว่าจะเป็นการมีศูนย์วิจัยและพัฒนา(R&D) ที่ทันสมัย, มีโรงงานที่เป็น "ครัวกลาง"ในการแปรรูปจัดเตรียมวัตถุดิบ นอกจากนี้ยังมีคลังสินค้าและศูนย์โลจิสติกส์ของตัวเอง ทำให้เป็นแฟรนไชส์เครื่องดื่มแบรนด์แรกๆ ในจีนที่มีบริการขนส่งวัตถุดิบให้กับร้านค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังมีการเชื่อมโยงการจัดซื้อวัตถุดิบจากพื้นที่และโรงงานที่เป็นแหล่งผลิตโดยตรง ทำให้มีแต้มต่อด้านต้นทุนวัตถุดิบที่มีราคาถูกกว่าคู่แข่งถึง 20%

ด้วยราคาย่อมเยา มีสาขาเยอะ เข้าถึงได้ง่าย ทำให้ MIXUE สามารถครองใจลูกค้า โดยมีการทำการตลาดเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะวัยรุ่น ด้วยภาพลักษณ์แบรนด์ที่ทันสมัย ทั้งการเปิดตัวโลโก้ "Snow King" ที่เป็นตุ๊กตาสโนว์แมนหน้าตาบ้องแบ๊วสวมมงกุฎ จนกลายเป็นสัญลักษณ์ประจำร้าน

นอกจากนี้ ยังมีการใช้กลยุทธ์เพลงโฆษณาฮิตติดหู จนเนื้อร้องวลี "ni ai wo, wo ai ni, Mixue Bingcheng tian mimi" ดังวนอยู่ในหัวลูกค้าหลายๆคน สร้างการจดจำแบรนด์ MIXUE ได้เป็นอย่างดี

หลังจากประสบความสำเร็จในจีน MIXUE ได้รุกขยายสาขาร้านไอศครีมและชาไปยังต่างประเทศ โดยเปิดสาขาแรกในเวียดนามในปี ค.ศ. 2018 ตามมาด้วยประเทศอื่นๆในอาเซียน อาทิ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ รวมถึงประเทศไทย นอกจากนี้ ยังรุกขยายสาขาไปเปิดในประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย

ด้วยจำนวนสาขาที่ขยายอย่างรวดเร็วทั้งในจีนและต่างประเทศ ทำให้ MIXUE ผงาดขึ้นมาเป็นเชนร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่มีสาขามากที่สุดใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลก รองจาก Mcdonald, Subway, Starbucks และ KFC ... นับเป็นแบรนด์ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสัญชาติจีนที่กำลังเติบโตอย่างน่าจับตาที่สุดในเวลานี้

LIVEWORKSHEETS

LIVEWORKSHEETS

ชื่อ: _____ เลขที่: _____

ชื่อ: _____ เลขที่: _____ ห้อง : _____

วิเคราะห์ธุรกิจ

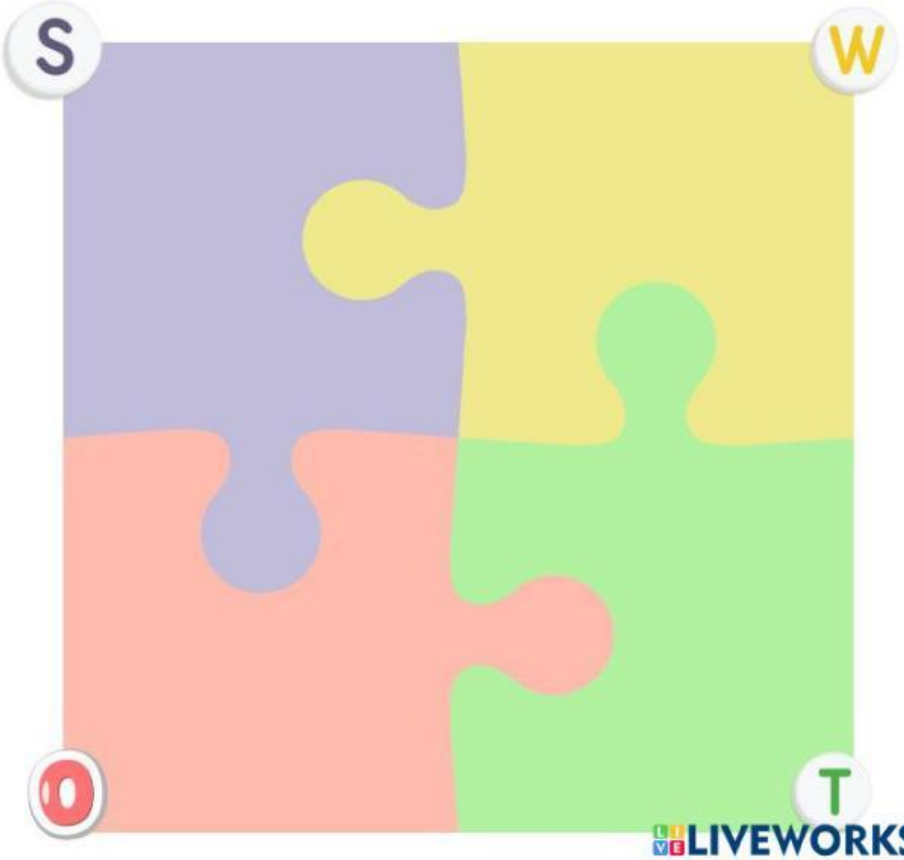
จากกรณีศึกษาให้นักศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

1.Product , Price,Place,Promotion ของธุรกิจคือ

2.นักศึกษาคิดว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้ธุรกิจ MIXUE เติบโตเร็ว

3.หากนักศึกษาเป็นเจ้าของธุรกิจ MIXUE จะพัฒนาหรือเพิ่ม Product ใด เพราะอะไร

4.จงวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ



LIVEWORKSHEETS

LIVEWORKSHEETS