

สตาร์บัคส์ขยายกาแฟแบรนด์ที่ 2

ส่ง 'ซีแอตเทิลส์ เบสต์' เจาะตลาดร้านฟาสต์ฟู้ดและซูเปอร์มาร์เก็ต

สตาร์บัคส์มีแผนจะนำกาแฟภายใต้ยี่ห้อ "ซีแอตเทิลส์ เบสต์" ที่บริษัทซื้อกิจการไว้เมื่อ 7 ปีก่อนมาบุกตลาดผ่านหลากหลายช่องทางจำหน่าย ซึ่งรวมทั้งร้านฟาสต์ฟู้ดและซูเปอร์มาร์เก็ต หลังจากถูกเซนฟาสต์ฟู้ดหลายรายตีตลาดด้วยกาแฟพรีเมียมที่มีสนนราคาถูกกว่า

สตาร์บัคส์ เซนร้านกาแฟชื่อดังเปิดเผยว่าจะนำกาแฟยี่ห้อ ซีแอตเทิลส์ เบสต์ (Seattle's Best) ซึ่งเคยเป็นคู่แข่งของสตาร์บัคส์ก่อนที่จะถูกซื้อกิจการ ออกมาวางจำหน่ายในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านคอฟฟี่ช็อปประมาณ 30,000 แห่ง ในสหรัฐอเมริกาภายในช่วงฤดูใบไม้ผลิที่กำลังจะมาถึง ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์กาแฟและเมล็ดกาแฟของซีแอตเทิลส์ เบสต์ ที่ปัจจุบันมีวางจำหน่ายอยู่ในร้านกาแฟของซีแอตเทิลส์ เบสต์เอง และภายในร้านหนังสือเบอร์ดอร์สเกือบ 500 สาขา รวมทั้งซูเปอร์มาร์เก็ตอีกประมาณ 2,500 แห่ง

ร้านกาแฟชื่อดังยังกล่าวอีกว่า ในอนาคต กาแฟของซีแอตเทิลส์ เบสต์ จะขยายช่องทางจำหน่ายเข้าไปสู่ร้านสะดวกซื้อ ซุ้มใคร่ฟรุ๊ต รถเข็นขายกาแฟ ตู้ขายกาแฟอัตโนมัติ และรถขายกาแฟเคลื่อนที่ ทั้งนี้ทางบริษัทได้บรรลุข้อตกลงในการขยายกาแฟซีแอตเทิลส์ เบสต์กับเซนร้าน

ฟาสต์ฟู้ดเบอร์เกอร์ดัง เซนร้านแซนด์วิช ซับเวย์ และโรงภาพยนตร์ในเครือเอเอ็มซี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

เดอะ วอลล์ สตรีท เจอร์นัล กล่าวว่า แผนการใหม่ของสตาร์บัคส์เป็นการตอบโต้การบุกตลาดกาแฟโดยเซนร้านฟาสต์ฟู้ดอย่างแมคโดนัลด์ และดังกิ้น โดนัท ซึ่งขายเครื่องดื่มประเภทกาแฟเอสเปรสโซในราคาที่ถูกลงกว่าสตาร์บัคส์ อีกทั้งในช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอย สตาร์บัคส์ได้รับผลกระทบจากยอดขายที่ลดลงจนทำให้บางสาขาต้องปิดตัวไป และเมื่อเทียบกับแมคโดนัลด์ที่มียอดขายในร้านเพิ่มขึ้นอย่างมาก สตาร์บัคส์กลับไม่สามารถเพิ่มเติมเมนูจากเดิมที่มีอยู่และขยายฐานลูกค้าออกไปจากคนที่มาซื้อกาแฟในตอนเช้าได้

เมื่อสัปดาห์ก่อน ผู้บริหารของสตาร์บัคส์นำโลโก้ใหม่ของซีแอตเทิลส์ เบสต์ไปเสนอต่อคณะกรรมการบริหารพร้อมด้วยคำขวัญใหม่ที่ว่า "Great Coffee Everywhere" (กาแฟชั้นเยี่ยม

ในทุกๆที่) คำขวัญดังกล่าวสะท้อนถึงทัศนคติของสตาร์บัคส์ว่า ความสำเร็จของแมคโดนัลด์และร้านอื่นๆ ในการขายกาแฟได้สร้างโอกาสใหม่สำหรับการขายแบรนด์กาแฟสำหรับตลาดมวลชน

อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ใหม่ของสตาร์บัคส์เชื่อว่า จะปราศจากความเสียหาย สตาร์บัคส์บริหารร้านกาแฟของตัวเองก็จริง แต่จะต้องหาทางขยายเซนของซีแอตเทิลส์ เบสต์ผ่านการขายแฟรนไชส์ ซึ่งจะทำให้การควบคุมคุณภาพทำได้ยากขึ้น นอกจากนี้การขยายกาแฟที่มีสตาร์บัคส์เป็นเจ้าของผ่านทางเครื่องขายอัตโนมัติอาจกระทบกับภาพลักษณ์ของแบรนด์สตาร์บัคส์ในสายตาลูกค้าระดับสูง อีกทั้งอาจเกิดการแย่งลูกค้ากันเองระหว่างแบรนด์ทั้งสอง

แต่ถ้ามองในอีกแง่หนึ่ง ซีแอตเทิลส์ เบสต์เองเป็นที่ดึงดูดใจของผู้ที่วิพากษ์วิจารณ์สตาร์บัคส์อยู่แล้ว ซีแอตเทิลส์ เบสต์เน้นย้ำถึงความอ่อนนุ่มของกาแฟในโฆษณาหลายชิ้น ซึ่งตรงข้ามกับรสชาติที่เข้มข้นของกาแฟสตาร์บัคส์ อีกทั้งผู้ที่ไม่ถูกใจในราคาและบรรยากาศของร้านสตาร์บัคส์ ก็ชื่นชอบความ "ไม่เสแสร้ง" ของร้านซีแอตเทิลส์ เบสต์

นายทอม เอห์เลอร์ ผู้บริหารของสตาร์บัคส์ที่ในปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองประธานฝ่ายค้าปลีกของซีแอตเทิลส์ เบสต์กล่าวว่า ความเสี่ยงของสตาร์บัคส์นั้นต่ำ เพราะบริษัทครองส่วนแบ่งตลาดกาแฟในสหรัฐฯ เพียง 4% เท่านั้น และโอกาสของซีแอตเทิลส์ เบสต์ก็ขึ้นอยู่กับผู้ที่บริโภคกาแฟแบรนด์สำหรับตลาดมวลชนมากกว่า

ทางด้านนายเดวิด พาล์มเมอร์ นักวิเคราะห์ของยูบีเอส ซีเคียวิตีส์ ที่ติดตามสตาร์บัคส์มาตลอดเชื่อว่า กลยุทธ์ใหม่สมเหตุผล และกล่าวว่า ปัจจุบันไม่มีกาแฟของสหรัฐฯ แบรนด์ใดที่ขายอยู่ตามร้านสะดวกซื้อ ซึ่งมีจำนวนมากว่า 100,000 ร้าน ขณะที่แมคโดนัลด์มีจำนวนร้านสาขาอยู่ประมาณ 30,000 ร้านทั่ว



สหรัฐฯ

ผู้บริหารสตาร์บัคส์กล่าวว่าราคาของกาแฟซีแอตเทิลส์ เบสต์จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับพื้นที่ที่วางขาย เหมือนกับราคาของเครื่องดื่มโค้กที่อาจจะตั้งไว้ที่ 5 ดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อขายในร้านอาหารสดหรร หรือเพียง 1 ดอลลาร์สหรัฐฯเมื่อซื้อจากตู้อัตโนมัติ ส่วนเมล็ดกาแฟของซีแอตเทิลส์ เบสต์จะมีราคาถูกกว่าเมล็ดกาแฟของสตาร์บัคส์ แต่แพงกว่าแบรนด์อื่นๆ ไป

ซีแอตเทิลส์ เบสต์ เป็นผู้ที่ช่วยบุกเบิกแนวคิดของร้านคอฟฟี่ช็อปที่ขายกาแฟโดยเฉพาะหลังจากที่เปิดร้านแรกขึ้นในเมืองซีแอตเทิล รัฐวอชิงตัน เมื่อ 40 ปีก่อน แต่เช่นเดียวกับเชนร้านกาแฟอื่นๆ ซีแอตเทิลส์ เบสต์ไม่อาจหัดทานสตาร์บัคส์ที่เติบโตขึ้นมาเป็นเชนร้านกาแฟที่ใหญ่ที่สุดได้ เมื่อครั้งที่สตาร์บัคส์ซื้อกิจการมาในปี 2546 ซีแอตเทิลส์ เบสต์ มีร้านสาขาประมาณ 50 สาขาและมีบทบาทในตลาดพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดเมล็ดกาแฟสดต่างๆ ซึ่งเป็นตลาดที่สตาร์บัคส์ยังไม่เคยรุกเข้าไป ■