

แผนธุรกิจ ร้านกาแฟ 24 ชั่วโมง “Work Play and Lay down”



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ ร้านนั่ง 24 ชั่วโมง “Work play and Lay down”

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 17 มกราคม พ.ศ.2558



นางสาวพฤศจิกายน พันธุ์
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา รุ่งเรือง

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวิวงศ์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา Thematic Paper: Consulting Practice (Thematic paper) (MGMG 697) ผู้เขียนขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังศ์เป็นอย่างสูง สำหรับความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา การแนะนำแนวทาง ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไข และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ การคิดวิเคราะห์ และการให้คำแนะนำทั้งทางด้านการเรียนและการดำเนินชีวิต ทำให้ผู้เขียนสามารถนำความรู้และแง่คิดเหล่านั้นมาปรับใช้ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี รวมทั้งขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ให้คำแนะนำและตรวจสอบ สารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จครบถ้วนสมบูรณ์

รวมถึงขอขอบพระคุณบิดา มารดา หัวหน้าแผนกและเพื่อนทุกคนในสาขาการจัดการ รุ่น 16A ที่คอยให้การสนับสนุน ความเมตตา ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจแก่ผู้เขียนจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา

ท้ายสุดนี้ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ไม่มากนักน้อย แก่ผู้ที่ต้องการทำธุรกิจต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใดในครั้งนี ทางผู้เขียนขออ้อมรับและขออภัยเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

พฤศจิกายน พุทธศักราช ๒๕๖๓
ตั้งนพรัตน์

แผนธุรกิจร้านนั่ง 24 ชั่วโมง “Work Play and Lay down” BUSINESS PLAN THIRD PLACE “Work Play and Lay down”

พหุศจิติ ตั้งนพพันธ์ 5650016

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พลิศาร รุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

ในการจัดทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำแผนธุรกิจร้านนั่งที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ภายนอก จุดแข็ง จุดอ่อนของร้านเมื่อเทียบกับคู่แข่ง รวมทั้งภาพรวมของธุรกิจเพื่อศึกษาและประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ ซึ่งพบว่าผู้คนส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่นอกบ้านเพิ่มขึ้นเนื่องจากรูปแบบการทำงานและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปนักเรียนนักศึกษาในยามค่ำคืนปะสังสรรค์หรือดูหนังสื่อตามร้านกาแฟหรือร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด กลุ่มคนวัยทำงานเช่นกันที่นิยมเลือกสถานที่อย่างร้านกาแฟเพื่อเป็นจุดนัดพบพูดคุยธุรกิจ แต่ร้านเหล่านี้ยังมีข้อจำกัดในการให้บริการด้านสถานที่เนื่องจากไม่มีพื้นที่รองรับสำหรับความต้องการที่ต้องการนั่งทำงานหรือดูหนังสื่อเป็นระยะเวลานานและข้อจำกัดเรื่องเวลาเปิด-ปิด

ผู้เขียนตระหนักถึงปัญหาและโอกาสในการทำธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการโดยเลือกทำการตลาดที่ยืดหยุ่นและแตกต่างจากร้านกาแฟทั่วไปโดยการให้บริการในด้านสถานที่ อาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆเช่นปลั๊กไฟหรืออินเทอร์เน็ต (Wifi) เพื่อความครบครัน (One stop service) ทางร้านจึงมีการบริการเครื่องถ่ายเอกสาร สแกนเนอร์ และปริ้นเตอร์สำหรับผู้ที่ต้องการความเร่งด่วนในยามค่ำคืน ภายใต้คอนเซ็ปของการให้บริการที่ไม่จำกัดวันและเวลาตลอด 24 ชั่วโมง

ผลจากการศึกษาและวิเคราะห์พบว่าธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่คุ้มค่าต่อการลงทุน ซึ่งสังเกตได้จากการประเมินในสภาพการณ์ปกติแสดงให้เห็นว่าผลตอบแทนของการลงทุนในครั้งนี้คาดว่าจะมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) และสามารถทำกำไรได้ภายใน 1.24 ปี โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) เท่ากับ 2,007,893 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Return Rate : IRR) เท่ากับ 79% โดยคาดการณ์วงเงินก่อนการดำเนินกิจการอยู่ที่มูลค่า 992,510 บาท

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ/ Business Plan/ Third Place/ ร้านนั่ง 24 ชั่วโมง

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ	1
1.1 ความสำคัญและโอกาส	1
1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการ	2
1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ	4
1.4 วิสัยทัศน์ (Vision)	11
1.5 พันธกิจ (Mission)	11
1.6 ตราสินค้า (Brand)	12
1.7 คำขวัญ (Slogan)	12
1.8 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)	12
1.9 รูปแบบจำลองของการดำเนินการทางธุรกิจ (Business Model)	13
บทที่ 2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด	15
2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมในภาพรวม	15
2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL)	17
2.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Forces Analysis)	19
2.4 การวิเคราะห์องค์การและธุรกิจ (SWOT Analysis)	21
บทที่ 3 แผนการตลาด	23
3.1 ภาพรวมตลาดสำหรับธุรกิจ	23
3.2 การแข่งขันและคู่แข่ง	23
3.3 เป้าหมายทางการตลาด	27
3.4 สมมติฐานในการพยากรณ์ยอดขาย	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การแบ่งส่วนลูกค้า (Segmentation)	31
3.6 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)	32
3.7 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Positioning)	32
3.8 กลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps)	33
บทที่ 4 แผนการดำเนินงาน	44
4.1 ทำเลที่ตั้ง	44
4.2 แผนผังภายใน	46
4.3 แผนภาพกระบวนการให้บริการ	48
4.4 การบริหารกลุ่มสินค้าและสินค้าคงคลัง	51
บทที่ 5 การบริหารจัดการในองค์กร	53
5.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	53
5.2 โครงสร้างองค์กร	53
5.3 ทีมบริหาร	54
5.4 แผนการบริหารงาน	55
5.5 แผนการว่าจ้างพนักงาน	58
5.6 แผนพัฒนาบุคลากร	60
บทที่ 6 แผนการเงิน	61
6.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	62
6.2 งบต้นทุนโครงการ	63
6.3 การพยากรณ์ยอดขายสินค้ารายปี ปีที่ 1-5	64
6.4 ยอดการขายเงินสดและเงินเชื่อรายไตรมาสปีที่ 1 - 5	65
6.5 การประมาณการเงินสดรับรายไตรมาสปีที่ 1 -5	66
6.6 การพยากรณ์การซื้อสินค้ารายปี ปีที่ 1-5	67
6.7 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ปีที่1-5) พ.ศ. 2558 - 2562	72

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.8 พยากรณ์ต้นทุนสินค้าต่อหน่วย(ปีที่1-5) พ.ศ. 2558 - 2562	74
6.9 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ (ปีที่1-5) พ.ศ. 2558 - 2562	75
6.10 รายการเครื่องใช้สำนักงานและสินทรัพย์ถาวรอื่นในการบริหารจัดการ	77
6.11 ค่าเสื่อมราคา(ปีที่1-5) พ.ศ. 2558 - 2562	78
6.12 รายละเอียดการคำนวณต้นทุนสินค้าขาย (ปีที่1-5) พ.ศ. 2558 - 2562	78
6.13 งบกำไรขาดทุนโดยประมาณ ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562	79
6.14 งบแสดงฐานะทางการเงินโดยประมาณ ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562	80
6.15 งบแสดงงบกระแสเงินสดโดยประมาณ ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562	82
6.16 การวิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุน	83
บทที่ 7 การจัดการความเสี่ยง	85
7.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด(Market Risk)	85
7.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน(Financial Risk)	86
7.3 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง(Liquidity Risk)	86
7.4 ความเสี่ยงด้านเครดิต(Credit Risk)	86
7.5 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ(Operational Risk)	87
7.6 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์(Strategic Risk)	88
บรรณานุกรม	89
ประวัติผู้วิจัย	92

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	การแข่งขันและคู่แข่งในอุตสาหกรรม	24
3.2	ภาพรวมของกลุ่มในอุตสาหกรรมแต่ละราย	24
3.3	จำนวนนักศึกษาปีการศึกษา 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	28
3.4	การพยากรณ์ยอดขาย	31
3.5	รายละเอียดค่าบริการ	35
3.6	ราคาเครื่องดื่มและอาหาร	35
3.7	ตัวอย่างเมนูเครื่องดื่มและอาหาร	35
3.8	แผนการดำเนินการส่งเสริมการตลาดและการขาย	41
5.1	แผนการบริหารงาน	55
5.2	แผนการว่าจ้างพนักงานแสดงเงินเดือน และจำนวนพนักงาน	58
5.3	ค่าใช้จ่ายของบุคลากรระหว่าง 5 ปี	59
6.1	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	62
6.2	งบต้นทุนโครงการ	63
6.3	การพยากรณ์ยอดขายสินค้ารายปี ปีที่ 1-5	64
6.4	ยอดการขายเงินสดและเงินเชื่อรายไตรมาสปีที่ 1 - 5	65
6.5	การประมาณการเงินสดรับรายไตรมาสปีที่ 1 - 5	66
6.6	การพยากรณ์การซื้อสินค้ารายปี ปีที่ 1-5	67
6.7	ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ปีที่ 1-5) พ.ศ. 2558 - 2562	72
6.8	พยากรณ์ต้นทุนสินค้าต่อหน่วย(ปีที่ 1-5) พ.ศ. 2558 - 2562	74
6.9	รายการเครื่องใช้สำนักงาน และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ ในการบริหารจัดการ	75
6.10	ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ (ปีที่ 1-5) พ.ศ. 2558 - 2562	77
6.11	ค่าเสื่อมราคา(ปีที่ 1-5) พ.ศ. 2558 - 2562	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
6.12	รายละเอียดการคำนวณต้นทุนสินค้าขาย (ปีที่ 1-5) พ.ศ. 2558 - 2562	78
6.13	งบกำไรขาดทุนโดยประมาณ ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562	79
6.14	งบแสดงฐานะทางการเงินโดยประมาณ ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562	80
6.15	งบแสดงงบกระแสเงินสดโดยประมาณ ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562	82
6.16	กระแสเงินสดรับในแต่ละปี	83
6.17	กระแสเงินสดรับในแต่ละปีและค่าปัจจุบัน	84

สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	หน้าร้าน Too fast to sleep	4
1.2	ความต้องการด้านสถานที่และอาหารของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย Gen-M และ Gen-Y	4
1.3	แอปพลิเคชันยอดนิยมที่ใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต	5
1.4	ตัวอย่างบาร์นั่งจิบเครื่องดื่มโซนบาร์นั่งเล่น	7
1.5	ตัวอย่างโต๊ะแบบนั่งกับพื้นกับเบาะ โฟม โซนเอกซเนกเอนกประสงค์	8
1.6	ตัวอย่างโต๊ะนั่งทำงานกับเก้าอี้ โซนเอกซเนกเอนกประสงค์	8
1.7	ตัวอย่างแนวการตกแต่งร้าน Modern Loft	9
1.8	ตัวอย่างการใช้โคมไฟ และแสงสว่างภายในร้าน	10
1.9	ตัวอย่างมุมการให้บริการอุปกรณ์สำหรับทำรายงาน	11
1.10	โลโก้ของร้าน Work Play & Lay Down	12
1.11	รูปแบบจำลองการดำเนินธุรกิจของร้าน Work Play & Lay Down	13
2.1	ปริมาณการดื่มกาแฟของประชากรในประเทศกลุ่มอาเซียน ปี 255	15
3.1	ภาพคู่แข่งจากทางด้านขวาของร้านระยะห่างประมาณ 500 เมตร	26
3.2	ภาพคู่แข่งทางด้านซ้ายของร้านระยะห่างประมาณ 500 เมตร	26
3.3	ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Positioning)	32
3.4	ตัวอย่างการปักโลโก้ร้าน	34
3.5	การติดสติ๊กเกอร์โลโก้ร้านบนเครื่องดื่ม	34
3.6	ตัวอย่างเมนูอิตาเลียน โซดา	36
3.7	ตัวอย่างเมนูเครื่องดื่มกาแฟ	36
3.8	ตัวอย่างเมนูวงแหวนทอด (แอปเปิลชุบแป้งทอด)	37
3.9	ตัวอย่างเมนูสลัดพามาแฮมพีช	37
3.10	ตัวอย่างเมนู Blackmagic ทะเล (ข้าวผัดใส่หมึกสีดำผัดกับกุ้งปลาหมึก)	37
3.11	ประโยชน์ของการใช้ Social network	39
3.12	ชื่อและประโยชน์ของเวบไซต์วงใน	40

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
3.13	ตัวอย่างผ้ากันเปื้อนยูนิฟอร์มของทางร้าน	43
4.1	ระยะห่างระหว่างที่ตั้งร้านและมหาวิทยาลัยฯ	44
4.2	สถานที่ตั้งของร้าน	45
4.3	รูปแบบจำลองภายในร้านแบบสามมิติ	46
4.4	แผนผังภายในร้านจากมุมมอง	46
4.5	ภาพโต๊ะบริเวณหมายเลข 5	47
4.6	ขั้นตอนการให้บริการในโซนบาร์น้ำ	48
4.7	ตัวอย่างอุปกรณ์สำหรับเรียกคิว เพื่อลูกค้าจะได้ไม่ต้องยืนรอบริเวณเคาน์เตอร์	50
4.8	ขั้นตอนการให้บริการในโซนเอกเขนกอนเนกประสงค์	50
5.1	โครงสร้างองค์กรของร้าน	53

บทที่ 1

โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

1.1 ความสำคัญและโอกาส

การเรียนในปัจจุบันจะเน้นให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในการเรียนเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ครูอาจารย์จึงหาเครื่องมือหรือวิธีการในการที่จะทำให้นักเรียนนักศึกษาได้เรียนรู้ด้วยตนเอง โดยมักจะมอบหมายให้ทำรายงานทั้งงานกลุ่ม งานเดี่ยวเป็นต้น เพื่อให้นักเรียนนักศึกษาได้ค้นคว้าหาข้อมูล และคิดวิเคราะห์ด้วยตนเอง

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้เขียนและเพื่อนๆพบปัญหาอย่างหนึ่งในการทำรายงานนั้นคือเรื่องของสถานที่หรือพื้นที่ที่ใช้ทำรายงานเพราะในการทำรายงานกลุ่มนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรวมตัวกันทั้งกลุ่มเพื่อที่จะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูลที่ได้มา และหาข้อสรุปร่วมกันเพื่อให้ผลงานออกมาในทิศทางที่ทุกคนยอมรับดังนั้นสถานที่ที่ต้องการนั้นจะต้องสามารถทำงานเป็นกลุ่มหรือหมู่คณะได้ เสียงดังหรือสามารถพูดคุยปรึกษาได้ หรือบางครั้งต้องนั่งทำทั้งวันก็ต้องการสถานที่ที่สามารถทานอาหาร น้ำ หรือของว่างไปด้วยได้ สามารถแต่งตัวสบายๆเข้าไปใช้บริการได้ และที่สำคัญจะต้องมีWifiให้ใช้เพื่อหาข้อมูลได้ นอกจากนี้เวลาใกล้สอบก็จะพบปัญหาในการหาสถานที่อ่านหนังสือเช่นกัน ดังนั้นในการอ่านหนังสือ หรือติวหนังสือสอบก็ต้องการสถานที่ที่สามารถรองรับความต้องการได้ด้วย

นอกจากประเด็นด้านสถานที่ซึ่งมีเรื่องของเวลาเปิด-ปิดให้บริการก็เป็นอีกประเด็นที่มีความสำคัญด้วย เพราะผู้เขียนประสบปัญหานี้ตั้งแต่เรียนปริญญาตรี จนมาถึงระดับปริญญาโท เนื่องจากในขณะที่เรียนปริญญาโทนั้นก็ยังคงทำงานไปด้วยแน่นอนว่าช่วงกลางวันต้องทำงานและช่วงตั้งแต่ 6 โมงเย็น จนถึงประมาณ 3ทุ่มก็จะเป็นเวลาเรียน และหลังจาก 3 ทุ่มเป็นต้นไปจะเป็นเวลาการทำรายงาน ติวหนังสือเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งถือเป็นการใช้ชีวิตปกติของผู้คนยุคสมัยนี้รวมไปถึงการดำเนินชีวิตของนักเรียนนักศึกษาทั่วไปในยุคปัจจุบันมักจะมีการใช้ชีวิตในช่วงเวลากลางคืนเป็นส่วนใหญ่ นอนดึกและนิยมทำรายงาน หรืออ่านหนังสือในเวลากลางคืนมากขึ้นเช่นเดียวกัน

แต่สถานที่ในมหาวิทยาลัยมักจะปิดทำการรวดเร็วและมีเงื่อนไขในการใช้บริการตามระเบียบของราชการนอกจากสถานที่ในมหาวิทยาลัย ร้านกาแฟก็ถือเป็นสถานที่หนึ่งที่เราเข้าไปใช้

บริการได้บ้าง เช่นบางร้านอนุญาตให้นั่งทำงานได้ แต่ร้านเหล่านี้จะเปิดถึงเวลาเที่ยงคืนเท่านั้น ซึ่งถือว่าสถานที่ที่จะตอบสนองความต้องการข้างต้นนั้นหายากมาก เพราะจากที่เคยใช้บริการของห้องสมุดก็มีกฎข้อห้ามต่างๆ เช่น ห้ามเสียงดัง ห้ามกินขนม คุยกันไม่ได้ หรือถ้าหากไปหอพักหรือห้องเพื่อนบางครั้งขนาดห้องก็คับแคบเกินไป ไม่สามารถจุกคนจำนวนเยอะหรือจุกคนทั้งกลุ่มได้ หรือไปนั่งร้านกาแฟก็ห้ามนั่งนาน ไม่มีที่เสียบปลั๊กให้สำหรับชาร์จคอมพิวเตอร์ เพราะร้านกาแฟไม่ต้องการให้คนใช้บริการนั่งแช่ ตัวอย่างเช่น ร้านสตาร์บัค ที่เคยมีการทำป้ายขอความร่วมมือจากลูกค้า ไม่ให้ใช้สถานที่ในร้านเพื่อนั่งทำงานหรือนั่งนานเกินกว่า 1 ชั่วโมงจะเห็นได้ว่าพื้นที่ที่จะสามารถตอบโจทย์ความต้องการได้นั้นมีข้อจำกัดอยู่มาก

ดังนั้นจากที่กล่าวมาในข้างต้นจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ธุรกิจร้าน **Work Play & Lay down** มีช่องทางที่สามารถเติบโตสู่ธุรกิจร้านนั่ง 24 ชั่วโมงได้อย่างไม่ยากนัก เพื่อที่จะเป็นร้านที่เข้ามาแก้ปัญหาความต้องการทางด้านเวลาและสถานที่

1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการ

จากการดำเนินชีวิตของนักศึกษา ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมไปถึงวัยทำงาน หรือที่เรียกกันว่า **Generation M (Gen-M)** และ **Generation Y (Gen-Y)** ที่ชอบใช้ชีวิตในช่วงเวลากลางคืนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยพบว่าช่วงระยะเวลาการเข้านอนของนักศึกษามหาวิทยาลัยพบว่า เวลาการนอนส่วนใหญ่เข้านอนเฉลี่ยประมาณ 0.05 นาฬิกา บวกลบ 2.3 ชั่วโมง เวลาการตื่นนอนเฉลี่ยประมาณ 9.06 นาฬิกา บวกลบ 2.2 ชั่วโมงซึ่งอาจจะเป็นผลมาจาก วิถีชีวิตในรั้วมหาลัยที่เปลี่ยนแปลงไปจากหลายปัจจัย เช่น โอกาสในการเข้าสู่สังคมใหม่ การดูแลหรือควบคุมจากผู้ปกครองน้อยลง ตารางเรียนที่เปลี่ยนแปลงไป การร่วมกิจกรรมรื่นเริงของมหาวิทยาลัย เป็นต้นที่เป็นปัจจัยส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงนิสัยการนอน โดยนักศึกษาจะเข้านอนโดยการลดเวลานอน หรือเข้านอนดึกนั่นเอง นอกจากนี้งานวิจัยยังระบุอีกว่าสาเหตุที่นักศึกษาหรือกลุ่มวัยรุ่นนอนดึกนั้นเป็นผลจากฮอร์โมนที่มีส่วนซึ่งสัมพันธ์กับพัฒนาการของวัยที่สืบเนื่องมาจากวัยแรกเริ่ม ระดับการหลั่งฮอร์โมนเมลาโทนินซึ่งบ่งบอกถึงการนอนหลับของวัยแรกเริ่ม พบว่าช่วงเวลา 22.00 น. ถึง 24.00 น. การหลั่งเมลาโทนินเพิ่มขึ้น จาก 2 picograms เป็น 20 picograms และจะหลั่งสูงสุด เวลา ตี 3.00 น. ผลิตได้ประมาณ 35 picograms และจะสูงมาเรื่อยๆจนถึง 7.00 น. ถึง 8.00น. และระดับของเมลาโทนินจะลดต่ำลงในเวลากลางวัน เวลา 9.00น. การพยายามเข้านอนก่อน 22.00 น. จะเป็นการนอนที่ไม่สมบูรณ์เพราะร่างกายยังคงตื่นตัว มีผลให้เข้านอนดึกและตื่นสายในตอนเช้าทำให้ระยะการนอนหลับล่าช้าดังนั้นเมื่อการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปนอนดึกมากขึ้น จึงทำให้นักเรียนนักศึกษาส่วนใหญ่

รวมถึงคนทำงาน เฟ้นหาร้านที่มีพื้นที่ที่สามารถทำรายงาน อ่านหนังสือ นั่งเล่นในยามค่ำคืนได้จนถึงเช้า

นอกจากนี้พฤติกรรมของกลุ่ม Gen-M และ Gen-Y ที่นิยมใช้ชีวิตนอกบ้านมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการใช้ชีวิตในแนวสูง คือ อาศัยในคอนโดเพิ่มขึ้น ซึ่งมีพื้นที่แคบและจำกัด จึงทำให้ชอบหากิจกรรมนอกบ้าน หรือร้านกาแฟ หรือสถานที่พักผ่อนที่สามารถไปนั่งมองผู้คน หรือนั่งอ่านหนังสือได้ผ่อนคลายมากกว่าอยู่ในห้องสี่เหลี่ยม จึงถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลดีต่อธุรกิจร้านนั่ง 24 ชั่วโมง

จากการใช้ชีวิตยามค่ำคืนมากขึ้นและการใช้ชีวิตนอกบ้าน จึงทำให้นักศึกษาหรือคนวัยทำงาน จึงมีความต้องการทางด้านสถานที่ที่จะสามารถตอบโจทย์ความต้องการได้ จึงได้เลือกใช้บริการร้านกาแฟ หรือร้านฟาสต์ฟู้ดแต่ร้านฟาสต์ฟู้ดถือเป็นร้านอาหารซึ่งตอบโจทย์ได้แค่เรื่องของความอิ่มท้อง และที่สำคัญต้องเข้าใจว่าร้านเหล่านี้ไม่ได้มีความต้องการให้ลูกค้านั่งนาน สังเกตได้จากการเลือกใช้อัฒานที่ไม่เหมาะแก่การนั่งทำงานนานๆ โดยเก้าอี้จะเป็นเก้าอี้ไม้ ไม่มีเบาะรองนั่ง ไม่มีพนักพิงหรืออาจจะไม่มีพนักพิงที่เป็นโครงเหล็ก เพื่อต้องการให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในระยะเวลาอันสั้นเท่านั้น และไม่มีเปิดเพลงหรือการสร้างกลิ่นที่เป็นบรรยากาศของร้านที่จะสามารถสร้างแรงบันดาลใจหรือเข้ามานั่งทำงาน อ่านหนังสือได้เลย เพราะถ้าหากลูกค้านั่งนานไปไม่เกิดการหมุนเวียนก็จะทำให้ร้านสูญเสียรายได้

ดังนั้นจึงเป็นช่องทางของร้านนั่ง 24 ชั่วโมง อย่าง Work Play & Lay down ที่มองเห็นโอกาสจึงเกิดการปรับตัวให้เข้ากับการดำเนินชีวิตของคนยุคปัจจุบันที่เรียกว่าเป็นยุค Sleepless Society โดยเลือกทำการตลาดที่ยืดหยุ่นและแตกต่างจากร้านอาหาร หรือร้านกาแฟทั่วไป โดยการสร้างบรรยากาศสำหรับการทำรายงาน ได้นานๆ นั่งอ่านหนังสือได้ และเพิ่มความยืดหยุ่นด้วยการมี wifi ให้บริการฟรี ปลั๊กไฟ อุปกรณ์สำหรับทำรายงาน ปรี้นงาน เข้าเล่ม และเปิดตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งจากตัวเลขของรายได้จากธุรกิจฟาสต์ฟู้ดอย่างแมคโดนัลด์ที่สาขาที่มีการเปิด 24 ชั่วโมงนั้นสามารถทำรายได้ได้ดีกว่าสาขาที่เปิด-ปิดตามปกติแบบมีเวลากำหนด ตามคำกล่าวของคุณวิชา พุสวรลักษณ์ เจ้าพ่อแมคโดนัลด์ บอกว่า ยอดขายจากสาขาที่เปิดบริการ 24 ชั่วโมง เมื่อเทียบกับสาขาเดียวกันที่เปิดให้บริการปกติก่อนหน้านั้นพบว่าเติบโตขึ้นถึง 5-10 แสดงให้เห็นว่าช่วงเวลากลางคืนถือเป็นช่วงเวลาที่มียอดขายในการสร้างรายได้ก็อีกมาก ประกอบกับตัวอย่างร้านที่เปิดบริการ 24 ชั่วโมงเช่นร้าน Too fast to sleep หรือร้าน Think Tank เป็นต้น ที่ได้รับการตอบรับอย่างดีจากนักเรียน นักศึกษาและคนทำงานซึ่งสังเกตได้จากประสบการณ์การจริงในการใช้บริการร้านดังกล่าว จะต้องมียอดคนใดคนหนึ่งไปจองโต๊ะไว้ก่อน เพราะมีนักเรียน นักศึกษา หรือคนทำงานไปใช้บริการเป็น

จำนวนมาก แต่ร้านเหล่านี้ก็ยังคงมีอยู่จำนวนน้อย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจุดนี้ถือเป็นช่องทางสำหรับธุรกิจร้านนั่ง24 ชั่วโมง อย่าง Work Play & Lay down ที่จะสามารถเติบโตได้ดีในธุรกิจนี้เช่นกัน



ภาพที่ 1.1: หน้าร้าน Too fast to sleep

ที่มา: <http://travel.truelife.com/detail/2841376>

1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ

เนื่องจากทางร้านเน้นกลุ่มลูกค้าคือ นักศึกษา นักเรียน และวัยทำงาน หรือเรียกอีกอย่างว่าเป็น กลุ่ม Gen-M และ Gen-Y ซึ่งกลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะมีความต้องการของสถานที่และความต้องการด้านอาหารสำหรับการเลือกร้านนั่งที่จะเข้าไปใช้บริการที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังจะเห็นได้จากภาพด้านล่าง

ตัวอย่างการแบ่งลูกค้าร้าน Hangout 24 ชั่วโมง ออกเป็นกลุ่มต่างๆ

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก	ความต้องการด้านสถานที่	ความต้องการด้านอาหาร
Gen-Y พนักงานบริษัท	<ul style="list-style-type: none"> บรรยากาศของร้านที่มีความผ่อนคลาย สถานที่สำหรับการพูดคุยเรื่องทั่วไป หรือประชุมอย่างไม่เป็นทางการ 	<ul style="list-style-type: none"> อาหาร ขนม และเครื่องดื่ม ที่มีความแปลกใหม่ หลากหลาย รสชาติอร่อย ตกแต่งอย่างสวยงาม นำรับประทานและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ
ผู้มีอาชีพอิสระ	<ul style="list-style-type: none"> บรรยากาศของร้านที่มีความสงบ สถานที่สำหรับการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อนำมาสู่การคิดไอเดียใหม่ๆ 	
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	<ul style="list-style-type: none"> บรรยากาศของร้านที่มีความแปลกใหม่ สถานที่สำหรับการนั่งพักผ่อน 	
Gen-M วัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> บรรยากาศของร้านที่มีความคึกคัก สดใส สถานที่สำหรับการพบปะสังสรรค์ ดิวหนังสื่อทำรายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> อาหาร ขนม และเครื่องดื่ม ที่มีความแปลกใหม่ หลากหลาย รสชาติอร่อย ตกแต่งอย่างสวยงาม นำรับประทานในระดับราคาที่ไมสูงมากนัก

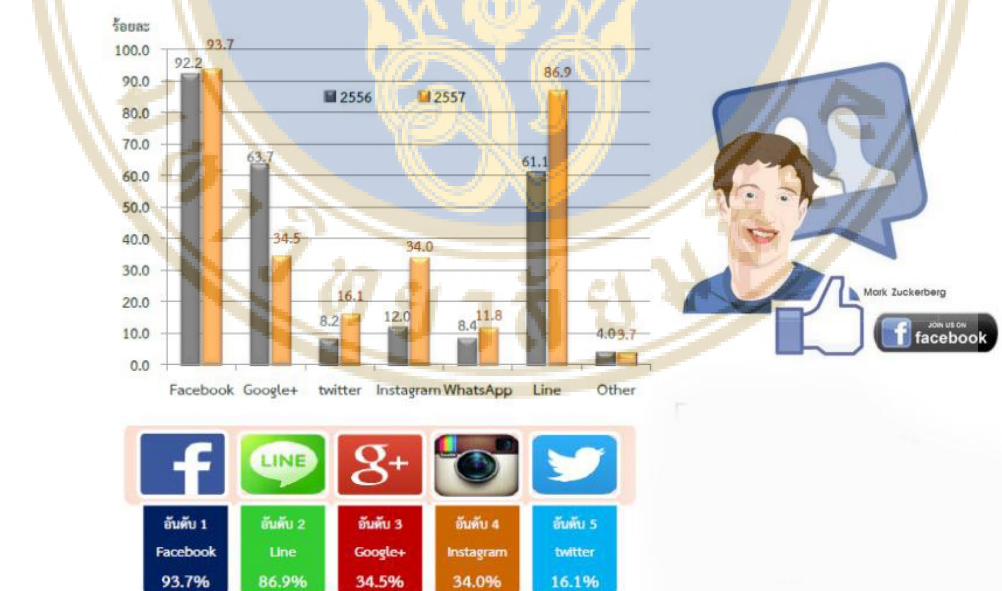
ที่มา : บริษัท ศูนย์วิจัยกิจการไทย จำกัด

ภาพที่ 1.2: ความต้องการด้านสถานที่และอาหารของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย Gen-M และ Gen-Y

ที่มา: <http://www.ksmestartup.com/FileUpload/Editor/DocumentUpload/WebContent/DownloadDoc/HangOut.pdf>

นอกจากนี้กลุ่มคนเหล่านี้มีการใช้ชีวิตในแบบเฉพาะตัว ชอบสิ่งของที่ไม่มีใครเหมือน และไม่เหมือนใครมีหลากหลายความชอบที่แตกต่างกัน จึงชอบแสวงหาอะไรใหม่ๆที่มีความแปลก และตอบโต้กับความชอบของตน ไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อสินค้า การท่องเที่ยว หรือแม้แต่การเลือกร้านอาหารเองก็ตาม ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะชอบและสนใจในร้านที่ตกแต่งได้สวยงาม โดยจะตัดสินใจในการเข้าร้านต่างๆที่สามารถแสดงถึงความเป็นตัวตนของตนเอง(ณัฐพล จิตประไพ Gen-M Lifestyle) ดังนั้นร้านอาหารทั่วไปที่เปิดให้บริการ ที่ไม่มีเอกลักษณ์ของร้าน ก็จะไม่สามารถดึงดูดกลุ่มคนเหล่านี้เข้าไปใช้บริการได้ ดังนั้นธุรกิจร้านนั่งที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จะต้องปรับตัวและตกแต่งโดยใส่สไตล์เฉพาะตัวของร้านไปด้วย ก็จะสามารดึงดูดลูกค้ากลุ่มที่มีความชอบคล้ายๆกัน เข้ามาได้

ผนวกกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นของคนกลุ่มนี้ในยุคดิจิทัลซึ่งตรงกับผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพร. พบว่า ค่าเฉลี่ยของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นจากการใช้งานโดยเฉลี่ย 32.3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือประมาณ 4.6 ชั่วโมงต่อวัน ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 50.4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลาประมาณ 7.2 ชั่วโมงต่อวัน หรืออาจจะกล่าวได้ว่า ปัจจุบันนี้คนใช้เวลาเกือบ 1 ใน 3 ของวันเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 1.3: แอปพลิเคชันยอดนิยมที่ใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต

ที่มา: <http://thumbsup.in.th/2014/08/thailand-internet-user-profile-2014/>

โดยพฤติกรรมของกลุ่ม Gen-M และ Gen-Y ไม่ว่าจะตื่นนอน เข้าห้องน้ำ ประชุม จนกระทั่งเข้านอนก็จะต้องใช้อินเตอร์เน็ตอยู่ตลอดเวลา ผ่านสมาร์ตโฟนที่เปรียบเสมือนเป็นอวัยวะที่ 33 ของร่างกาย โดยส่วนใหญ่จะใช้บริการผ่าน Social network ซึ่งถือเป็นช่องทางการสื่อสารของพวกเขาในการแสดงออก และบ่งบอกถึงความเป็นตัวตน ของตนเองให้ผู้อื่นได้ทราบอย่างรวดเร็ว และวงกว้าง เช่นเมื่อเข้าไปร้านอาหาร หรือร้านกาแฟ ก่อนทานอาหารจะต้องมีการเช็คอิน เพื่อบ่งบอกว่าตนเองได้มาร้านนี้เป็นคนแรก หรือได้มาร้านนี้แล้วตามที่มีการรีวิว และจะมีการถ่ายรูปอาหาร บรรยากาศของร้านที่เลือกไปใช้บริการ และแชร์ลง Social network เพื่อบ่งบอกถึงความเป็นตัวตน สไตส์การใช้ชีวิตของตนเอง ซึ่งถือเป็นโอกาสอันดีและสำคัญสำหรับร้านนั่ง 24 ชั่วโมงที่เน้นเจาะกลุ่มลูกค้า Gen-M และ Gen-Y เพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะใช้ social network ช่วยโปรโมทร้าน และช่วยแชร์ข้อมูลของร้านให้เป็นที่รู้จักได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

จากปัจจัยข้างต้นที่กล่าวมาทั้งหมดรวมถึงปัญหาในการต้องการหาร้านนั่งทำงาน หรืออ่านหนังสือ หรือสถานที่ที่เป็น Community ที่จะรองรับความต้องการของกลุ่มนักศึกษาได้ตลอด 24 ชั่วโมงนั้นมีอยู่ไม่เพียงพอจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดร้านนั่ง และทางร้านจะนำความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเหล่านี้มาพิจารณาถึงรูปแบบร้านของร้านด้วย จึงเกิดแนวคิดสำหรับทำร้านนั่ง (Third place) จนกลายเป็นร้าน Work Play & Lay down ขึ้น โดยชื่อร้านแต่ละคำมีความหมายอยู่ในตัวดังต่อไปนี้

Work	สื่อถึง การสามารถเข้ามาทำงาน ทำรายงาน ดิวหนังสือ
Play	สื่อถึง การสามารถเข้ามาในร้านเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อน นั่งเล่น
Lay down	สื่อถึง การที่สามารถเข้ามาในร้านเพื่อผ่อนคลาย หรือพักสายตาจากความ

เหนื่อยล้าในบรรยากาศสบายๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ซึ่งเมื่อผสมผสานความหมายจากแต่ละตัวเข้าด้วยกันนั้นจึงกลายเป็นร้านที่ลูกค้าสามารถเข้ามาในร้านและสามารถนั่งทำงาน ทำรายงาน โดยมีwifiให้ใช้ฟรีทั่วร้าน มีที่เสียบปลั๊กไฟ มีปลั๊กพ่วงให้บริการ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับทำรายงานแบบครบวงจรภายในร้าน โดยไม่ต้องเสียดเวลาออกจากร้าน ไปหาร้านอื่นอีกหรือจะมานั่งเล่นนั่งคุย พบปะสังสรรค์กับเพื่อน หรือสามารถที่จะคลุกอยู่ได้ทั้งวัน ถ้าหมดแรงก็สามารถงีบหลับ ถ้าหิวก็มีเครื่องดื่มและอาหารพร้อมบริการตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยรสชาติและการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ที่ใส่ใจลงไปด้วยจึงทำให้ร้านเป็นเสมือนบ้านหลังที่สามนั่นเอง

1.3.1 การแบ่งพื้นที่ใช้สอย

จะแบ่งออกเป็น 2 โซนหลัก คือ โซนบาร์นั่งเล่นและโซนเอกขนเนกเอนกประสงค์ ดังรายละเอียดด้านล่างดังนี้

1.3.1.1 โซนบาร์นั่งเล่น

ในโซนนี้จะเป็นส่วนที่มีเคาท์เตอร์ขายน้ำสมูทตี้ผลไม้ต่างๆ รวมไปถึงเมนูกาแฟและของกินเล่น เป็นต้น โดยทางร้านจะจัดให้มี บาร์นั่งจิบเครื่องดื่มสำหรับผู้ที่มาใช้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มอย่างเดียว รวมถึงมีการจัดทำโต๊ะโดยทำมาจากเสามาไม้ และใช้แผ่นไม้ทำเป็นที่วางของแบบลอยตัว พร้อมเก้าอี้หนัง เพื่อสร้างความแปลกใหม่และเป็นจุดเด่นที่ทางลูกค้าจะใช้ถ่ายรูปและแชร์ในโลก Social อีกด้วย



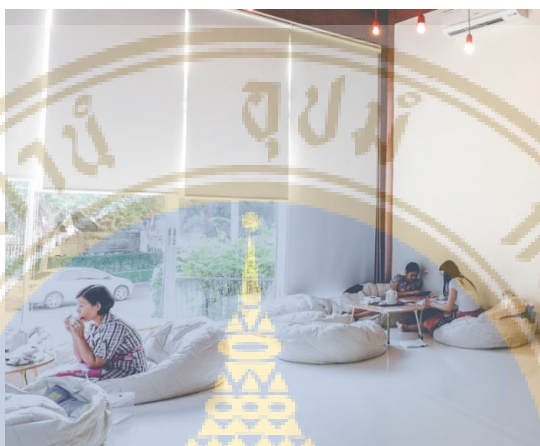
ภาพที่ 1.4: ตัวอย่างบาร์นั่งจิบเครื่องดื่ม โซนบาร์นั่งเล่น

ที่มา: <http://talung.gimyong.com/index.php?topic=346416.0>

1.3.1.2 โซนเอกขนเนกเอนกประสงค์

ในส่วนนี้จะจัดพื้นที่ไว้สำหรับลูกค้าที่จะมานั่งทำรายงานทำงาน อ่านหนังสือ ดิวหนังสือ เป็นต้น โดยจะจัดให้มีโต๊ะแบบนั่งกับพื้นกับเบาะ โฟม และ โต๊ะทรงสูงกับเก้าอี้ โดยจะจัดให้มีกระดานไวท์บอร์ดด้วยเพื่อความสะดวกให้การคุยงานกันหลายๆคน

นอกจากนั้น โชนนี้ยังมีมุมที่รวมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับการทำงาน ทำรายงานคือ นอกจากจะมี wifi ให้ใช้ฟรี มีที่เสียบปลั๊กไฟ มีปลั๊กพ่วง ไว้คอยให้บริการแล้ว ทางร้านยังให้บริการในส่วนของการถ่ายเอกสาร การเข้าเล่ม เครื่องสแกนเนอร์ และปริ้นเตอร์ สำหรับปริ้นงานได้ด้วย ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักที่จะทำให้ทางร้านสามารถแข่งขันได้ เพราะลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านเราสามารถทำได้ทุกอย่างโดยไม่ต้องไปร้านอื่นอีก ถือว่าให้บริการแบบครบวงจร (One stop service)



ภาพที่ 1.5: ตัวอย่างโต๊ะแบบนั่งกับพื้นกับเบาะโฟม โชนเอกขเนกเอนกประสงค์
ที่มา: <http://www.bkkmenu.com/restaurant/Think-Tank-third-place->



ภาพที่ 1.6: ตัวอย่างโต๊ะนั่งทำงานกับเก้าอี้ โชนเอกขเนกเอนกประสงค์
ที่มา : <http://th.aliexpress.com/item/loft-wood-furniture-wood-table-desk-vintage-wrought-iron-benches-American-country-Nordic-style-dinette/1939159713.html>

1.3.2 สไตล์ในการตกแต่งของร้าน

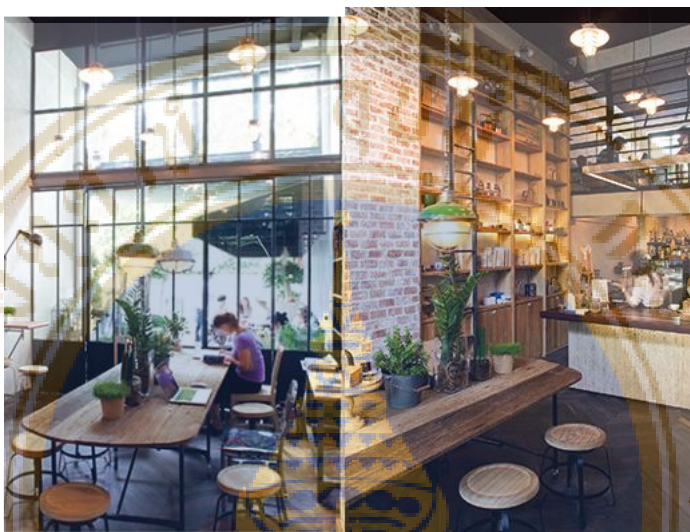
1.3.2.1 แนวการตกแต่งร้านจะใช้แนวที่เรียกว่า **Modern Loft** หรือ **Industrial** เป็นสไตล์การตกแต่งที่พัฒนาพื้นที่จากโรงงานเก่ากร้าง นำมาปรับปรุงเพื่อให้ใช้งานได้ โดยยังคงโครงสร้างของโรงงานเหล่านั้นไว้ ซึ่งเป็นเป็นสไตล์ที่ชอบ โดยที่เสน่ห์จะอยู่ที่ความเป็นธรรมชาติและเท่ จึงเลือกนำสไตล์นี้มาตกแต่งกับร้าน แต่เพื่อให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าจึงมีการปรับให้ดู **modern** มากยิ่งขึ้น โดยส่วนด้านหน้าร้านจะใช้กระจกทั้งหมด เพื่อโชว์ให้เห็นตัวร้านภายในและความโปร่งโล่ง สะอาดและนำเข้ามาให้บริการ เพดานจะเน้นทรงสูง โครงสร้างภายในร้านจะมีการโชว์ตัววัสดุที่นำมาทำ เช่น ส่วนของเคาน์เตอร์โซนบาร์น้ำจะใช้ปูนเปลือย ผนังด้านหลังจะโชว์ ผนังอิฐสีส้มอ่อน เน้นการใช้ไม้มาตกแต่งทั้งส่วนของพื้นและผนังของส่วนที่เหลือโชว์ระบบโครงสร้างภายใน เช่น สายไฟจะนำมาตัดเป็นรูปต่างๆ หรือท่อแอร์ เป็นต้น แต่ตัวสีภายในร้านจะเน้นสีขาวดำ น้ำตาลอมส้ม เป็นหลัก โดยจะใช้สัดส่วนของสีขาวที่ 70% สีน้ำตาลอมส้ม 20% และสีดำ 10% ตามหลักการทาสีเพื่อให้ร้านมีความสว่างเพียงพอ ในส่วนของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งจะเลือกเป็นวัสดุที่ทำจากไม้ หรือหนัง เพื่อให้เข้ากับโครงสร้างร้าน และเป็นเฟอร์นิเจอร์แบบลอยตัวคือสามารถเคลื่อนย้ายได้ ไม่ได้ยึดติดกับผนังหรือที่เรียกว่า **Build-in** ทำให้สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดวางร้านบางมุมได้ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ให้กับร้าน ถือเป็นลูกเล่นในการจัดร้านอีกด้วย



ภาพที่ 1.7: ตัวอย่างแนวการตกแต่งร้าน Modern Loft

ที่มา : <http://talung.gimyong.com/index.php?topic=346416.0>

1.3.2.2 แสงสว่างที่ใช้จะเน้นการใช้โคมไฟให้การให้แสงสว่างสีส้ม และเพื่อสื่อถึงความอบอุ่น แต่จะไม่ทำให้ร้านมืดเกินไปเพราะจะต้องสามารถนั่งทำงาน อ่านหนังสือได้ด้วย ถึงแม้แนวคิดในการทำร้านที่เน้นถึงความสะอาดสบายกับสไตล์ที่เลือกใช้ของร้านที่ดูจะแข็งๆ จะขัดแย้งกันแต่ทางร้านจะลดความดิบและความขัดแย้งลงด้วยการเพิ่มต้นไม้สีเขียวภายในร้าน รวมถึงการเลือกใช้เก้าอี้ที่เป็นเบาะนุ่มๆสามารถปรับรูปร่างได้ เพื่อให้เกิดความกลมกลืนและผสมผสานกันเป็นร้านในสไตล์ส่วนตัวและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว



ภาพที่ 1.8 : ตัวอย่างการใช้โคมไฟ และแสงสว่างภายในร้าน
ที่มา : <http://www.roommag.com/Directory/CasaLapinX49>

1.3.2.3 บรรยากาศ ทางร้านจะสร้างบรรยากาศโดยการเพิ่มการเปิดเพลงฟังสบายๆ ตลอดตลอดวัน เพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และการผ่อนคลายในการทำงาน

1.3.3 อาหารและเครื่องดื่ม

นอกจากนี้สิ่งที่ขาดไม่ได้ก็คืออาหารและเครื่องดื่มที่เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างที่จะทำให้เกิดการใช้บริการที่ต่อเนื่องในระยะยาว (Long term) ซึ่งจะอยู่ในโซนบาร์น้ำ โดยแนวคิดสำหรับในเรื่องเมนูของร้านมีที่มาจากเมื่อเวลาหาร้านนั่งทำงานหรือนัดเจอเพื่อนที่ร้านกาแฟ หรือร้านเบเกอรี่ ภายในร้านเหล่านี้ก็จะมีเมนูหลักคือกาแฟ โดยที่เมนูเครื่องดื่มอื่น ๆ มีน้อยมาก ทำให้ไม่ค่อยมีทางเลือก จึงทำให้เกิดความคิดในการอยากทำร้านที่สามารถนั่งทำงานได้ และมีเมนูที่หลากหลายกว่ากาแฟ จึงก่อเกิดเป็นคอนเซ็ปของเมนูขึ้นมาดังนั้นทางร้านจะเน้น ไปในส่วนของเมนูเครื่องดื่มหลักที่มีปริมาณคาเฟอีนที่ไม่มากจนถึงระดับกาแฟ รวมไปถึงเครื่องดื่มที่ไม่มีคาเฟอีนเลย

เน้นให้มีความหลากหลายของเมนูแบบนี้ นั่นคือเมนูที่ผลไม้อื่นๆ เพื่อสุขภาพที่ดีและสามารถเพิ่มความสดชื่นให้กับผู้บริโภคได้ แต่ทางร้านยังไม่ลืมที่จะมีเมนูเครื่องดื่มที่เป็นกาแฟอยู่ด้วยสำหรับผู้ที่ต้องการทำงานจนถึงเช้า โดยที่ในรายการเมนูที่เลือกจะมีการบอกถึงปริมาณคาเฟอีนในเครื่องดื่มนั้นด้วย

จากที่กล่าวข้างต้นทางร้านยังให้บริการที่ครบวงจรโดยการมีการให้บริการด้านอุปกรณ์สำหรับทำรายงาน ซึ่งโซนนี้จะเรียกว่า โซนเอกเซนคอนเนกประสงค์ โดยจะมีพื้นที่นั่งทำงาน และมีมุมสำหรับเป็นที่ตั้งอุปกรณ์เหล่านี้ ซึ่งจะตกแต่งโดยจะทำเป็นห้องกระจก เพื่อไม่ให้พงหมึกจากเครื่องถ่ายเอกสาร หรือปริ้นเตอร์กระจายออกมาเป็นอันตรายต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยจะทำการดูดควัน และมีเครื่องฟอกอากาศภายในห้องเพื่อป้องกันอันตรายต่อพนักงานเช่นกัน



ภาพที่ 1.9 : ตัวอย่างมุมการให้บริการอุปกรณ์สำหรับทำรายงาน

ที่มา : <http://www.thaifranchisecenter.com/directory/printfranchise.php?fcID=f0000000188>

1.4 วิสัยทัศน์ (Vision)

จะเป็นผู้นำในร้านนั่งเพื่อตอบสนองโจทย์ความต้องการของกลุ่มนักศึกษา นักเรียนที่ต้องการพื้นที่ทำรายงาน อ่านหนังสือ หรือพบปะสังสรรค์ในช่วงเวลาว่าง โดยจะเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

1.5 พันธกิจ (Mission)

1.5.1 สร้างบรรยากาศที่อบอุ่นมีสไตล์เป็นเอกลักษณ์และจัดสรรให้มี **Facilities** ครบครัน เช่น **wifi** ปลั๊กไฟ ปรีนเตอร์ มุมนั่งทำงาน มุมสำหรับพักผ่อน เป็นต้น

1.5.2 การให้บริการที่เป็นกันเอง ใส่ใจในลูกค้าเหมือนใส่ใจคนในครอบครัว

1.5.3 ไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาและรังสรรค์เมนูใหม่ๆ เพื่อสร้างทางเลือกให้กับลูกค้า

1.6 ตราสินค้า (Brand)



ภาพที่ 1.10: โลโก้ของร้าน **Work Play & Lay Down**

1.7 คำขวัญ (Slogan)

การเป็นบ้านหลังที่สาม ที่พร้อมต้อนรับด้วยเมนูในแบบฉบับเฉพาะตัว และรื่นรมย์กับบรรยากาศอันอบอุ่น เพื่อกระตุ้นแรงบันดาลใจ และปลดปล่อยความเป็นตัวตน

1.8 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)

เป้าหมายระยะสั้น (1 ปี)

1. สร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เป้าหมายระยะปานกลาง (3 ปี)

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
2. อัตราการเติบโตวัดจากยอดขาย 10% ตั้งแต่ปีที่ 2-3
3. ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคม

เป้าหมายระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)

1. แดกไลน์ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม
2. ขยายส่วนแบ่งตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยวัดจากยอดขาย 15% ในปีที 5
3. ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคม

1.9 รูปแบบจำลองของการดำเนินการทางธุรกิจ (Business Model)



ภาพที่ 1.11: รูปแบบจำลองการดำเนินธุรกิจของร้าน Work Play & Lay Down

จากรูปข้างต้นการดำเนินธุรกิจของร้านคือเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาในการหาที่นั่งทำงาน ต้องการหาที่อ่านหนังสือ ซึ่งเมื่อสถานที่เดิมๆคือบ้านหรือออฟฟิศ จึงอยากออกมาหาร้านนั่ง โดยทำการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หรือสอบถามจากเพื่อน จึงเลือกมาใช้บริการที่ร้าน เมื่อเข้ามาภายในร้านจะมีบริการทางด้าน wifi ปลั๊กไฟสแกนเนอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร ที่นั่งทำงาน อ่านหนังสือ สะดวกสบายเหมือนกับบ้านตนเอง และมีอาหาร และเครื่องดื่มไว้ให้เลือกอย่างหลากหลายที่มีรสชาติเฉพาะตัว พร้อมด้วยความใส่ใจในการให้บริการของพนักงานอย่างดี หรือถ้าเหนื่อยล้ากับการ

ทำงาน ทางเรายังมีมุมสำหรับพักสายตาด้วยเช่นกัน จึงเป็นการสร้างความสดชื่นได้ อีกทั้งยังสามารถนั่งมองผู้คนและบรรยากาศรอบร้านเพื่อหาแรงบันดาลใจได้อีกด้วยและลูกค้ากลับออกไปพร้อมความประทับใจ



บทที่ 2

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด

2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมในภาพรวม

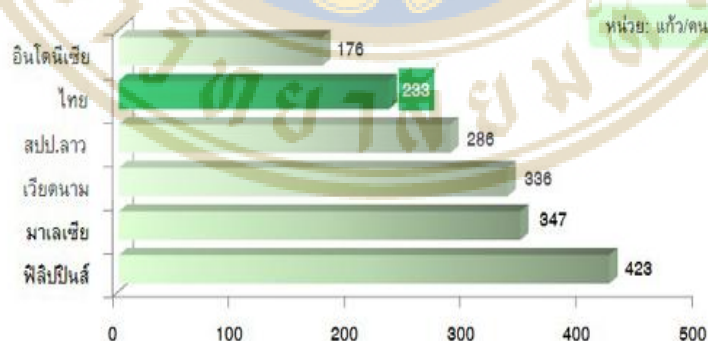
ร้านนั่งทำงานหรือ **Third place** เหล่านี้จัดเป็นธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมร้านกาแฟอย่างหนึ่ง แต่ด้วยความต้องการสร้างเอกลักษณ์ ให้มีความแตกต่างจากร้านกาแฟทั่วไปที่มีการแข่งขันกันสูง และความต้องการดึงดูดให้ลูกค้าเข้าร้าน จึงนำเสนอแง่มุมของพื้นที่ โดยการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ เช่นการให้Wifiฟรี มีปลั๊กไฟ เป็นต้น รวมไปถึงการเปิดร้าน 24 ชั่วโมง เพื่อกินส่วนแบ่งของตลาดในช่วงระยะเวลากลางคืนที่ร้านกาแฟส่วนใหญ่ เช่นในห้างหรือร้านอื่นๆปิดหมดแล้ว

ภาวะอุปทานและอุปสงค์ของธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย

ภาวะอุปสงค์

จากภาพด้านล่างจะเห็นได้ว่าปริมาณการดื่มกาแฟของคนไทยต่อปีนั้นอยู่ที่ประมาณ 233 แก้วต่อคนต่อปี ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่ต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ แต่เห็นได้ว่าปริมาณการบริโภคกาแฟของคนไทยนั้นเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2545 โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่าคนไทยมีอัตราการดื่มกาแฟต่อคนต่ำมากเฉลี่ย 200 แก้ว/คน/ปี

ปริมาณการดื่มกาแฟของประชากรในประเทศกลุ่มอาเซียน ปี 2554¹



หมายเหตุ : 1 แก้วประกอบด้วยกาแฟประมาณ 3.3 กรัม

ที่มา : USDA และ IMF โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ภาพที่ 2.1: ปริมาณการดื่มกาแฟของประชากรในประเทศกลุ่มอาเซียน ปี 2555

ที่มา: <https://www.kasikornresearch.com/th/keconanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid>

=29865

สาเหตุที่ทำให้ธุรกิจกาแฟนั้นเติบโตสาเหตุหลักมาจากการเข้ามาของธุรกิจ ร้านกาแฟรายใหญ่ๆ จากต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย เช่น สตาร์บัคส์ เป็นต้น ทำให้ภาพรวมของธุรกิจกาแฟในประเทศไทยเกิดกระแสความนิยมและสร้างความตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจ ร้านกาแฟเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกัน กระแสความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คนไทยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปกันเป็นส่วนใหญ่ปัจจุบันคนไทยได้หันมานิยมเข้าร้านกาแฟสดคั่วบด หรือ เรียกติดปากว่า “กาแฟสด” โดยมีภาพลักษณ์ของการตกแต่งร้านให้ดูทันสมัย หรูหรา ให้ความสำคัญ สะดวกสบายสร้างบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับการดื่มกาแฟมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าธุรกิจกาแฟยังสามารถเติบโตได้อีก จากช่องว่างของปริมาณการดื่มกาแฟของคนไทยที่ยังน้อยกว่าประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนแต่อย่างไรก็ตามร้านกาแฟต่างๆ เหล่านี้จะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยวางตัวให้เป็นร้านที่เป็นศูนย์กลางหรือสร้างเป็น Community ขึ้นมา เพื่อเสนอคุณค่าที่แตกต่างออกไปจากร้านกาแฟแบบเดิม เพื่อที่จะสามารถครองใจผู้บริโภคได้

ภาวะอุปทาน

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าในปี 2556 ธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นเครือข่ายธุรกิจขนาดใหญ่จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 7.23 พันล้านบาท หรือเติบโตขึ้น 11% จากปี 2555 ที่มีมูลค่าตลาดประมาณ 6.49 พันล้านบาท โดยพบว่าในปี 2557 ผู้ประกอบการรายใหญ่ อาทิ สตาร์บัคส์ มีการพัฒนาร้านในรูปแบบสแตนด์อะโลน พร้อมให้บริการในรูปแบบ drive thru เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายขึ้น ขณะที่ร้านกาแฟดังอย่างอเมซอน ก็พัฒนารูปแบบร้านจากเดิมที่เปิดให้บริการในสถานบริการน้ำมัน ก็หันไปเปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า ภายใต้ชื่อ "The Amazon's Embrace" รวมทั้งยังมีเชนร้านกาแฟดังจากอังกฤษอย่าง "คอสต้าคอฟฟี่" ที่เข้ามาเปิดให้บริการในเมืองไทย ส่งผลให้บรรยากาศการแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟกลับมาคึกคักขึ้นอีกครั้งจากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าธุรกิจนี้มีการแข่งขันที่รุนแรง และมีแนวโน้มที่จะมีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาในตลาดมากขึ้น

แต่ผู้ประกอบการรายใหญ่เหล่านั้น แม้จะมีการขยายสาขาจำนวนมาก แต่ไม่สามารถที่จะเปิดบริการได้ 24 ชั่วโมงทุกสาขา มีเฉพาะบางแห่งเท่านั้นที่สามารถเปิดได้ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าบริเวณนั้น และสถานที่ตั้งเองที่นิยมเปิดภายในห้างสรรพสินค้าต่างๆ ซึ่งทางห้างฯ มีการกำหนดระยะเวลาเปิด-ปิดที่แน่นอน ดังนั้นจะเห็นได้ว่ายังมีโอกาสในการเข้ามาแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟ โดยจะต้องมีปรับตัวทั้งในด้านการคิดค้นเมนูที่เป็นสูตรเฉพาะหรือเมนูซิกเนเจอร์ รวมถึงการบริการคุณภาพของสินค้า และระยะเวลาการเปิดให้บริการเป็น 24 ชั่วโมง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค Gen-M และ Gen-Y ในยุคปัจจุบันที่มีพฤติกรรมการนอนดึกและต้องการด้านสถานที่เพื่อเป็นแหล่งทำงานแหล่งชุมนุม (Community) ซึ่งจะทำให้สามารถครองใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้

2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL)

สภาพแวดล้อมภายนอกนั้นถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นจะพิจารณาสภาพแวดล้อมภายนอกทั้งหมด 8 ด้านเพื่อประเมินสถานการณ์ในปัจจุบันที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านกาแฟที่ทำเป็นร้านนั่งทำงานหรือ **Third place** โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

2.2.1 ด้านการเมือง

ปัญหาด้านการเมืองภายในประเทศที่เกิดขึ้นทำให้ประชาชนเกิดความเครียดและไม่ค่อยใช้จ่ายนอกบ้าน นอกจากนี้ยังมีบางมาตรการของรัฐที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนผ่านอำนาจทางการเมือง ทำให้เป็นการหยุดชะงักของเศรษฐกิจไปช่วงระยะเวลาหนึ่ง เนื่องจากมีการกำหนดเวลาการกลับบ้าน ห้ามเกิน 4 ทุ่ม และบางช่วงห้ามเกินเที่ยงคืน จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจเรา เนื่องจากร้านเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง

2.2.2 ด้านเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจทุกวันนี้มีความเกี่ยวโยงกันทั้งโลก ซึ่งเมื่อเศรษฐกิจของผู้นำยักษ์ใหญ่ออย่างอเมริกา และร่วมไปถึงยุโรป นั้นเกิดการหดตัวอย่างหนัก ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเกิดการหดตัวตามไปด้วย ยิ่งเป็นตัวกระตุ้นให้การใช้จ่ายของภาคประชาชนนั้นน้อยลง แต่ในทางกลับกันเมื่อเศรษฐกิจกลับมาดีขึ้นก็จะทำให้ประชาชนหันมาบริโภคมากขึ้นด้วย

2.2.3 ด้านสังคม

ความนิยมของคนรุ่นใหม่คือกลุ่ม Gen-M และ Gen-Y ที่นิยมใช้สมาร์ทโฟนเป็นหลัก ประกอบกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ยังมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับธุรกิจของ **work play and laydown** เนื่องจาก กลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะเข้านอนในเวลาที่ดีมากเพราะพวกเขาต้องการหาร้านนั่งทำงาน อ่านหนังสือได้ตลอดเวลา เพราะการทำงานนั้นมีความยืดหยุ่นมากขึ้นไม่จำเป็นต้องเข้างานเป็นเวลาแบบสมัยก่อน และนอกจากนี้รสนิยมในการเลือกร้านยังต้องเป็นร้านที่มีบรรยากาศที่ดี เหมาะแก่การทำงานและร้านที่แสดงความเป็นตัวตนอีกด้วย

2.2.4 ด้านเทคโนโลยี

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญกับการทำธุรกิจ จากผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพทอ.พบว่า ค่าเฉลี่ยของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นจากการใช้งานโดยเฉลี่ย 32.3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือประมาณ 4.6 ชั่วโมงต่อวัน ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 50.4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลาประมาณ 7.2 ชั่วโมงต่อวัน หรืออาจจะกล่าวได้ว่า ปัจจุบันนี้คนใช้เวลาเกือบ 1 ใน 3 ของวันเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ต ซึ่งอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารให้กลุ่มลูกค้ารู้จักได้อย่างง่าย รวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักได้ตรงจุด ซึ่งส่งผลดีต่อการทำธุรกิจ

แต่ในทางกลับกันการเผยแพร่อย่างรวดเร็วของข้อมูลก็จะทำให้ธุรกิจมีผลกระทบในด้านลบได้ เนื่องจากถ้าลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ แสดงความคิดเห็นในเชิงลบก็จะทำให้ธุรกิจเกิดความเสียหายได้เช่นกัน

2.2.5 ด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันสิ่งแวดล้อมมีความแปรผันไปมากกล่าวคือ เกิดภาวะโลกร้อน ทำให้ฤดูกาลต่างๆเปลี่ยนแปลงไปอาจจะส่งผลให้หน้าฝนซึ่งเป็นช่วงที่ผู้คนจะไม่ค่อยมาใช้บริการร้านค้า ดังนั้นอาจจะส่งผลแง่ลบถ้าฤดูฝนนั้นนานมากขึ้นกว่าเดิม หรือตกไม่เป็นฤดูกาล เป็นต้น

2.2.6 ด้านกฎหมาย

รัฐบาลได้ออกกฎหมายปรับค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาททั่วประเทศ(ฉบับที่ 7)ซึ่งได้ประกาศให้มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่เมกราคม2556

แต่เนื่องจากในกรุงเทพฯ ค่าจ้างขั้นต่ำอยู่ที่ 300 บาทอยู่แล้วจึงไม่ส่งผลต่อต้นทุนในการบริหารในแง่การจ้างงานของเราแต่ธุรกิจในจังหวัดอื่นที่ได้รับผลกระทบสุดท้ายก็ต้องขึ้นค่าสินค้าและบริการ ซึ่งก็จะส่งผลทางอ้อมมาถึงทางร้านเช่นกัน

แต่ทางรัฐบาลก็มีการประกาศลดภาษีเงินได้นิติบุคคลในปี 2555 จาก 30% เหลือ 23% และในปี 2556 เหลือ 20% ในที่สุด ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น และสามารถนำกำไรที่มีเพิ่มเติมไปพัฒนาต่อยอดให้กับบริษัทและสังคมได้ด้วย

เนื่องจากร้านเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ดังนั้นการจัดสรรกรเข้างาน จึงอ้างอิงตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 2)พ.ศ.2551 มาตรา 23 ซึ่งมีหลักการเกี่ยวกับเวลาทำงานปกติ คือ ไม่เกินวันละ 8 ชั่วโมง สัปดาห์หนึ่งรวมแล้วไม่เกิน 48 ชั่วโมงโดยทางร้านจะจัดสรรกร

ทำงานเป็นทั้งหมด 3 กะ คือ กะที่หนึ่ง เริ่มตั้งแต่เวลา 08.00- 16.00 น. กะที่สอง เริ่มตั้งแต่ 16.00-24.00น.และกะที่สามเริ่มตั้งแต่24.00-08.00น.เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน

การพิจารณาในข้างต้นจะเห็นได้ว่าสภาพแวดล้อมภายนอกมีทั้งปัจจัยที่เกื้อหนุนและปัจจัยที่ส่งผลลบ แต่บางปัจจัยนั้นหากมองในระยะยาวสถานการณ์เหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงทำให้เป็นปัจจัยเกื้อหนุนได้ เช่นด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง เป็นต้น

2.3การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Forces Analysis)

จากที่กล่าวไปแล้วข้างต้นในภาพรวมของอุตสาหกรรม จะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านกาแฟนั้นมีการแข่งขันที่รุนแรงมาก ส่วนร้านกาแฟที่ทำเป็นร้านนั่งทำงานหรือ (Third place) ที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมงนั้น ยังถือได้ว่ามีจำนวนน้อยอยู่มาก ดังนั้นจะทำการพิจารณาถึงการแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟที่ทำเป็นร้านนั่งทำงานหรือ (Third place) เพื่อดูสถานการณ์การแข่งขันและประเมินความน่าสนใจของธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แรงกดดันที่ 1: กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่

-การเข้ามาในธุรกิจร้าน (Third place) สามารถเข้ามาได้ง่าย เนื่องจากการพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่นิยมทดลองอะไรใหม่ๆ

-การเข้ามาในธุรกิจสามารถเข้ามาได้ง่ายเพราะไม่ต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก และกระบวนการบริหารหรือผลิตไม่ได้มีความซับซ้อนหรือไม่จำเป็นต้องใช้know how เฉพาะตัว

-การออกจากธุรกิจนั้นสามารถทำได้ง่ายเช่นกันอุปกรณ์ต่างๆ ไม่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงเท่าใดนัก

-แต่เนื่องจากธุรกิจร้าน Third place หัวใจหลักคือทำเลที่ตั้งและเอกลักษณ์ของร้าน จะเห็นได้ว่าร้านกาแฟยักษ์ซึ่งมีอำนาจซื้อสูง จึงทำให้มีโอกาสในการซื้อทำเลที่ดีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้เล่นหน้าใหม่จะมีอุปสรรคในการเข้ามาในตลาดเนื่องจากจะต้องมีเงินทุนในการซื้อทำเลที่ดี

-ต้นทุนในการเปลี่ยนตราสินค้า ผู้บริโภคไม่เสียประโยชน์ใดๆในการเปลี่ยนไปใช้บริการร้านอื่นๆ ดังนั้นทำให้ผู้เล่นหน้าใหม่เข้ามาได้ง่าย

แรงกดดันที่ 2: ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

-จำนวนของผู้ให้บริการร้าน (Third place) มีจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากร้านกาแฟทั้งแบรนด์ใหญ่อย่างสตาร์บัคทู เป็นต้นที่มีการขยายสาขาอย่างรวดเร็ว และร้านนั่งสำหรับทำงานที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง แสดงให้เห็นถึงการแข่งขันที่รุนแรงภายในอุตสาหกรรมนี้

-โครงสร้างการแข่งขัน (Competitive structure) ของธุรกิจนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เน้นทางด้านพื้นที่การให้พักผ่อน พบปะสังสรรค์ ซึ่งไม่มีความแตกต่างกันมากจึงทำให้เกิดการลอกเลียนแบบกันได้ง่าย ปัจจุบันผู้ให้บริการธุรกิจนี้จึงหันมาสร้างความแตกต่างโดยการสร้างเอกลักษณ์ของร้านตนเอง เช่นร้านคาเฟ่แมว คาเฟ่สำหรับคนรักแมว ร้าน Too Fast to Sleep ที่เหมาะสำหรับนักเรียนนักศึกษาตัวหนังสือ เป็นต้น

-สถานะของอุปสงค์(Demand Conditions) เนื่องจากพฤติกรรมของคนยุคใหม่เปลี่ยนแปลงไปโดยมีแนวโน้มในการนอนดึกมากยิ่งขึ้น ขอบหาแรงบันดาลใจใหม่ๆ จึงทำให้ธุรกิจร้าน Third place สามารถเติบโตได้อีกเพื่อตอบสนองความต้องการที่มีเพิ่มขึ้น

แรงกดดันที่ 3: ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

-สินค้าทดแทนทางตรง เช่น ร้านฟาส์ฟู้ดร้านกาแฟ ร้านอาหารที่มีมุมนั่งทำงานบาร์ คาเฟ่พื้นที่ให้บริการฟรีWifi สภากาแฟ เป็นต้น

-สินค้าทดแทนทางอ้อม เช่น ห้องสมุด ที่พักอาศัย(คอนโด) พื้นที่ทำกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ชมรมต่างๆ ร้านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากข้างต้นจะเห็นว่าสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมากซึ่งทำให้ผู้ซื้อหันไปใช้บริการร้านเหล่านั้นได้ง่าย เพราะสินค้าทดแทนบางอย่างก็ไม่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายใดๆ

แรงกดดันที่ 4: อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

-จากจำนวนของผู้ขายที่เป็นร้าน Third place นั้นมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น แต่ร้านก็มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ดังนั้นทำให้อำนาจต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในระดับปานกลาง

-ต้นทุนของผู้ซื้อในการเปลี่ยนไปใช้บริการของกลุ่มรายอื่น (Switching cost) มีระดับปานกลาง เนื่องจากร้านนั่งแบบนี้จะมีลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละร้าน ซึ่งเมื่อผู้ซื้อชอบในบรรยากาศหรือความเป็นตัวตนของร้านนั้นมักจะ ไม่ค่อยเปลี่ยนร้าน เพราะร้านที่เลือกนั้นจะบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของผู้ซื้อด้วย

แรงกดดันที่ 5: อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier)

-เนื่องจากทางร้านให้ความสำคัญกับเครื่องดื่ม อาหารที่มีคุณภาพกับผู้บริโภครด้วย ดังนั้นจะต้องคัดเลือกผู้ขายที่มีคุณภาพ ซึ่งจำนวนผู้ขายเหล่านั้นมีจำนวนที่ไม่มากนักจึงทำให้อำนาจมีสูงกว่า

แม้ว่าจากการพิจารณาแรงกดดันในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ประการแล้วพบว่าอยู่ในภาวะการแข่งขันที่สูง แต่การจะเข้ามาดำเนินธุรกิจในอนาคตนี้ยังคงมีความน่าสนใจ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมใช้ชีวิตนอกบ้านเพื่อการนั่งทำงาน การอ่านหนังสือ เป็นต้น รวมถึงการให้ความสำคัญกับการใช้ชีวิตที่สะท้อนความเป็นตัวตน ความนิยมในการใช้ อินเทอร์เน็ต และการหาที่

ผ่อนคลाय พบปะสังสรรค์ ทำกิจกรรมกับเพื่อนเพราะผู้บริโภคมีความสนที่หลากหลายสามารถเจาะตลาดกลุ่มที่มีความต้องการเฉพาะได้อีกมากจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ธุรกิจร้าน (Third place) ยังสามารถเติบโตได้ในอนาคต

2.4 การวิเคราะห์ห้่องค์การและธุรกิจ (SWOT Analysis)

2.4.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน

จุดแข็ง

- การเลือกทำเลที่ตั้ง ในบริเวณที่ใกล้กับรถไฟฟ้าบีทีเอสหรือคอนโดหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก จึงทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย

- เมนูอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลายมากกว่ากาแฟ ดังนั้นทำให้ลูกค้าสามารถเลือกบริโภคได้ตรงกับความต้องการ

- พนักงานในร้านเป็นเพื่อนที่มีอุดมการณ์เดียวกันจึงให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอย่างดี

- บริการ Wifi ฟรี พร้อมปลั๊กและสายต่อพ่วง ซึ่งตรงกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ ประกอบกับมีพื้นที่สำหรับจับหลัก และมีพื้นที่ให้บริการด้านอุปกรณ์สำหรับทำรายงานอย่างครบวงจรแห่งแรก

- การออกแบบและบรรยากาศภายในร้านมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แตกต่างจากร้านกาแฟ 24 ชั่วโมงทั่วไป

จุดอ่อน

- เนื่องจากเป็นร้านที่เพิ่งเปิดใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก อาจทำให้ลูกค้าไม่เห็นถึงความแตกต่างของร้านกับร้านกาแฟอื่นๆ ดังนั้นจะต้องพยายามสื่อสารให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่าง

- เนื่องจากความนิยมในการดื่มกาแฟของคนปัจจุบัน ดังนั้นการจะเปลี่ยนพฤติกรรมทานกาแฟอื่นให้น้อยลงนั้นเป็นเรื่องที่ยาก เพราะถึงแม้จะรู้ว่าการบริโภคกาแฟอื่นที่มากเกินไปส่งผลเสียต่อสุขภาพก็ตาม แม้ว่าทางร้านจะเน้นขายเครื่องดื่มที่มีความหลากหลายมากกว่ากาแฟ แต่ยังคงต้องมีเมนูกาแฟขายเพิ่มเติม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการปัจจุบัน

- เนื่องจากเป็นร้านที่เปิด 24 ชั่วโมงจึงต้องบริหารจัดการต้นทุนให้ดี

2.4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

โอกาส

- คู่แข่งที่เปิด 24 ชั่วโมงยังไม่มี ดังนั้นถือว่าทางร้านเป็นผู้นำรายแรกในการทำร้านนั้ง 24 ชั่วโมง และเป็นการสร้างความแปลกใหม่และตอบ โจทย์ให้กับนักศึกษาตรงพื้นที่ในส่วนนั้น

- บริเวณที่ตั้งของร้านอยู่ติดกับถนนใหญ่ทำให้สะดวกทำให้อุปกรณ์ลูกค้าสามารถเข้าถึงร้านได้สะดวกและไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้มาใช้บริการแม้ในยามค่ำคืน

- พฤติกรรมการใช้ชีวิตของคน Gen-M และ Gen Y ที่ต้องการหาสถานที่ไว้เป็นที่ทำงาน อ่านหนังสือ พักผ่อน หรือพบปะสังสรรค์ และการใช้ชีวิตในช่วงกลางคืนเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นโอกาสทำให้ third place สามารถเติบโตได้เพิ่มขึ้นอีก

- พฤติกรรมของคนยุคใหม่ที่ชอบแชร์เรื่องราวของตนเองผ่านโลกโซเชียล เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น จุดนี้เป็นข้อดีสำหรับธุรกิจเนื่องจาก ลูกค้าจะสามารถช่วยส่งเสริมการขายได้

อุปสรรค

- การเมืองในบางช่วงส่งผลกระทบต่อการใช้บริการของลูกค้า เช่นปี 2557 มีการกำหนดช่วงเวลากลับบ้านห้ามเกิน 4 ทุ่ม เป็นต้น

- สภาพเศรษฐกิจโลกมีความผันแปรไปในแง่ลบ และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจประเทศไทย จึงทำให้ยอดการบริโภคนอกบ้านลดลง จึงส่งผลกระทบต่อดำเนินธุรกิจ

- สินค้าทดแทนมีจำนวนมาก จึงต้องพยายามสร้างความแตกต่างและสื่อสารให้ลูกค้ารับทราบ

จากการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกของธุรกิจร้านกาแฟหรือร้านนั้งที่มีการดึงดูดลูกค้าโดยการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวนั้นประเมินในภาพรวมได้ว่า ยังมีโอกาสในการทำธุรกิจอยู่มากถึงแม้การแข่งขันจะรุนแรง แต่เนื่องจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนที่นอนดึก ความนิยมในการใช้อินเตอร์เน็ต และการมีสาธารณูปโภคเช่น บีทีเอส ที่ทำให้การเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น สิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ธุรกิจสามารถเติบโต แต่ในขณะเดียวกันสภาพเศรษฐกิจก็เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้คน เพราะหากเศรษฐกิจหดตัวลง ทำให้ประชาชนจะระมัดระวังในการใช้จ่ายและหันมาบริโภคภายในบ้านมากขึ้น ดังนั้นเราจะพัฒนาจุดแข็งและนำจุดแข็งมาสร้างความแตกต่างโดยการบริการทางด้าน Wifi ปลั๊กไฟ และพื้นที่งีบหลับ การมีอุปกรณ์สำหรับการทำรายงานที่ครบวงจร และการตกแต่งร้านที่จะสร้างบรรยากาศเฉพาะตัวให้มีความรู้สึกเหมือนเป็นบ้านหลังที่สาม นอกจากนี้สิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับธุรกิจนี้คือการบริการ ที่จะต้องใส่ใจในการต้อนรับและดูแลลูกค้าเปรียบเหมือนคนในบ้านของเราเอง ซึ่งจะเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจและสามารถทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างแน่นอน

บทที่ 3

แผนการตลาด

3.1 ภาพรวมตลาดสำหรับธุรกิจ

ร้านในรูปแบบ (Third place) นั้นปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งร้านกาแฟต่างๆ ก็ถือเป็นคู่แข่งของร้านรูปแบบนี้ แต่ในการแข่งขันที่รุนแรงนั้นกลับพบว่าร้านส่วนใหญ่ที่เปิดยังไม่สามารถรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่นิยมนอนดึก และต้องการหาร้านเพื่อนั่งทำงาน อ่านหนังสือ หรือพบปะสังสรรค์ นอกเหนือจากออฟฟิศ หรือบ้าน ประกอบกับพื้นที่ตั้งของร้านยังไม่มีร้านใดที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จึงถือจึงทำให้เป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจ และการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่จะช่วยยืนยัน โอกาสสำหรับธุรกิจร้าน Work Play & Lay Down

3.2 การแข่งขันและคู่แข่ง

3.2.1 คู่แข่งในอุตสาหกรรม Competitive analysis

การแข่งขันในธุรกิจร้านนั่งหรือร้านกาแฟ 24 ชั่วโมงในเขตกรุงเทพฯ เริ่มมีแนวโน้มและจำนวนที่เพิ่มขึ้น แต่ยังคงกระจุกตัวอยู่ตามพื้นที่ในย่านเมือง เช่น ทองหล่อ เอกมัย สามย่าน เป็นต้น ซึ่งแต่ละร้านก็จะมีการให้บริการทางด้าน facilities ต่างๆ เพื่อให้เกิดความสะดวกกับลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการและมีการตกแต่งร้านในสไตล์ที่แตกต่างกันไป แต่ยังไม่มีย่านไหนที่มีการให้บริการทั้งสถานที่และ Facilities ที่ครบวงจรในเรื่องของอุปกรณ์สำหรับการทำรายงาน เช่น ปริ้นเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร ซึ่งทางร้านเรามีบริการตรงนี้ครบวงจรและให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง จึงเป็น competitive advantage ในการแข่งขันซึ่งสามารถดูได้จากตารางที่ 3.1

ตารางที่3.1: การแข่งขันและคู่แข่งในอุตสาหกรรม

รายชื่อคู่แข่ง	ส่วนแบ่งการตลาด (%)	ระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์คู่แข่งเมื่อเทียบกับของกิจการ		
		ดีกว่า	เท่ากัน	ด้อยกว่า
1. Too Fast To Sleep	35			☆
2. Think Tank	35			☆
3. Fu.5 Coffee	30			☆

จากตารางข้างต้น ถึงแม้ทุกที่จะเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง เหมือนทางร้าน แต่ยังไม่มีการนำเสนอความครบครันของอุปกรณ์ทำรายการ เช่น ปริ้นเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น จุดนี้จึงทำให้ทางร้านมีคุณภาพที่ดีกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรม

ตารางที่3.2: ภาพรวมของคู่แข่งในอุตสาหกรรมแต่ละราย

รายชื่อคู่แข่ง	เวลาเปิดให้บริการ	สถานที่ตั้ง	ราคาอาหาร	ลูกค้า	การบริการด้านสถานที่	การให้บริการด้านfacilities
1. Too Fast To Sleep	24 ชม.	754 อาคารโครงการสามย่านสเตชันข้างวัดหัวลำโพง ถนนพระราม 4 แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กทม.	200 บาท	80% นักศึกษา 20% คนทำงาน	แบ่งฟังก์ชันการให้บริการออกเป็น 4 โซน ทุกโซนปิดเวลาเที่ยงคืน ห้องนั่งเล่นและห้องอาหาร Secret Chamber Library เปิด 24 ชั่วโมง และโซนนั่งนิต จำกัดเวลา 1 ชม. รองรับลูกค้าได้ประมาณ 300 คน	-มีwifiให้ใช้ฟรี -ปลั๊กพ่วง -ที่เสียบปลั๊ก

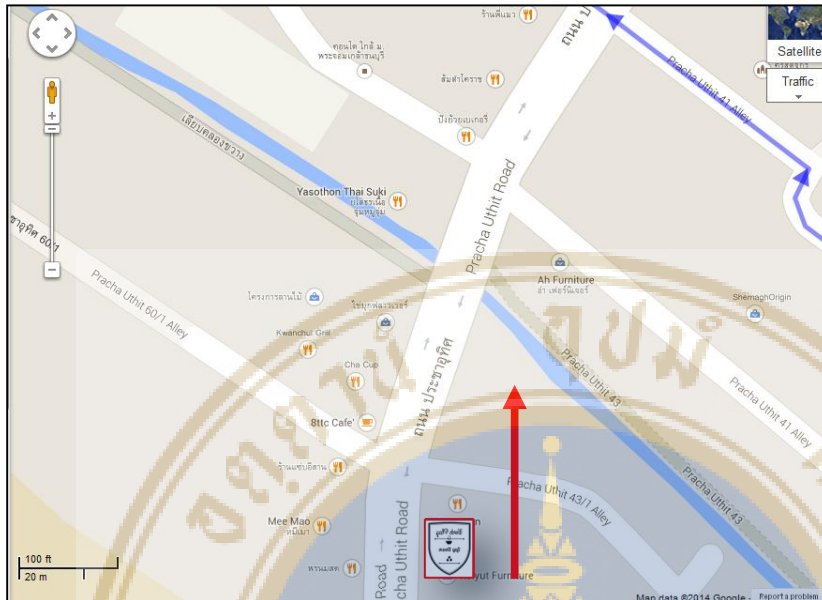
ตารางที่3.2: ภาพรวมของกลุ่มแข่งในอุตสาหกรรมแต่ละราย (ต่อ)


รายชื่อ คู่แข่ง	เวลา เปิดให้ บริการ	สถานที่ตั้ง	ราคา อาหาร	ลูกค้า	การบริการด้านสถานที่	การให้บริการ ด้านfacilities
2.Think Tank	24 ชม.	ถนนนาง ลิ้นจี่ แขวงทุ่ง มหาเมฆ เขต สาทร กรุงเทพฯ	101 - 250 บาท	80% นักศึกษา 20% คนทำ งาน	ร้านแบ่งออกเป็นโซนต่างๆ ในสไตล์เรียบง่าย ทั้งโซนห้องสมุด ให้อ่าน หนังสือ โซน Out of the Box ที่ไว้จัด นิทรรศการ และโซนคาเฟ่ตรงกลางไว้ นั่งพูดคุยทานขนม	-มีwifiให้ใช้ฟรี -ที่เสียบปลั๊ก -มีห้องสำหรับ ประชุม
3.Fu.5 Coffee	24 ชม.	ถนนสุขุมวิท 55 แขวงคลอง ตันเหนือ เขต วัฒนา กรุงเทพฯ.	70-200 บาท	20% นักศึกษา 80% คนทำ งาน	คุยงานอ่านหนังสือและ พักผ่อนจิบกาแฟ	-มีwifiให้ใช้ฟรี -ที่เสียบปลั๊ก -มีห้องสำหรับ ประชุม -มีคอมพิวเตอร์ -มีโทรทัศน์

3.2.2 คู่แข่งในบริเวณพื้นที่โดยรอบร้าน

จากภาพด้านล่างจะแสดงคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างคร่าวๆ ซึ่งห่างจากร้านเป็นรัศมีประมาณ 500 เมตร จะเห็นได้ว่าคู่แข่งนั้นมีอยู่เป็นจำนวนมาก เช่นร้านขายอาหาร ร้านเบเกอรี่ ร้านกาแฟ ร้านเช่าหนังสือ ร้านคาเฟ่ ร้านขนมไข่มุก ที่เห็นจากภาพประมาณ 14 ร้าน แต่เมื่อสำรวจจริงไปในพื้นที่จริงจากภาพถ่ายดาวเทียมนั้น ยังมีร้านถ่ายเอกสาร ร้านปริ้นงานและร้านรับเข้าเล่มด้วย ทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย แต่ถึงแม้ว่าคู่แข่งจะมีจำนวนมาก แต่ทางร้านมีความแตกต่างและมีจุดเด่นอยู่ที่ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และมีอุปกรณ์ในการทำรายงานครบครัน พร้อมทั้ง

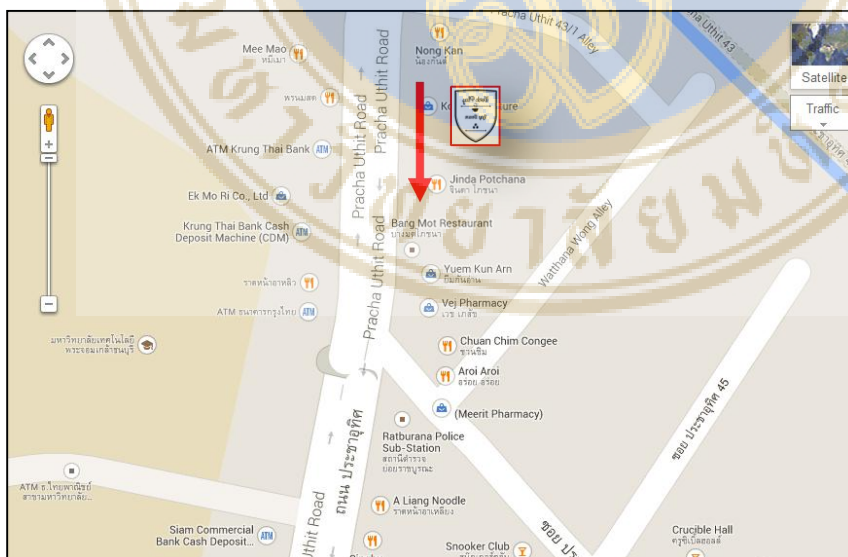
มีอาหารและเครื่องดื่ม คอยให้บริการอีกด้วย จึงถือได้ว่าทางร้านสามารถมีความสามารถในการแข่งขันกับร้านโดยรอบได้ไม่ยากเย็นนัก



หมายเหตุ: สัญลักษณ์  สู่ถึงร้านอาหาร เบเกอร์รี่ และเครื่องดื่มต่างๆ

ภาพที่3.1: ภาพคู่แข่งจากทางด้านขวาของร้านระยะห่างประมาณ 500 เมตร

ที่มา: <https://maps.google.com/maps?hl=en&tab=wl&output=classic&dg=brw> เข้าถึงเมื่อวันที่ 4 ม.ค. 2558



ภาพที่3.2: ภาพคู่แข่งทางด้านซ้ายของร้านระยะห่างประมาณ 500 เมตร

ที่มา: <https://maps.google.com/maps?hl=en&tab=wl&output=classic&dg=brw> เข้าถึงเมื่อวันที่ 4 ม.ค. 2558

3.3 เป้าหมายทางการตลาด

3.3.1 เป้าหมายระยะสั้น (1 ปี)

- 1.เป็นที่รู้จักและยอมรับจากนักศึกษา คนทำงาน ที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณ อารีย์ ในด้านการบริการที่ใส่ใจลูกค้า บรรยากาศที่อบอุ่น และเมนูที่หลากหลาย
- 2.ก่อให้เกิดการตลาดออนไลน์

3.3.2 ระยะปานกลาง (3 ปี)

- 1.เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยวัดจากยอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 5% ตั้งแต่ปีที่ 2-3
- 2.สร้างลูกค้าประจำ 10% จากลูกค้าทั้งหมด
- 3.เพิ่มบริการจัดส่งเครื่องดื่มและอาหารบริเวณคอนโดที่อยู่ใกล้เคียง

3.3.3 ระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)

- 1.เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยวัดจากยอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 10% ตั้งแต่ปีที่ 4-5
- 2.เป็น Top of mind คือเมื่อนึกถึงร้านที่ต้องการนั่งทำงาน นั่งเล่น นอน เล่น ตลอด 24 ชั่วโมงในบรรยากาศที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- 3.สร้างลูกค้าประจำ 20% จากลูกค้าทั้งหมด

3.4 สมมติฐานในการพยากรณ์ยอดขาย

การคำนวณสมมติฐานในการพยากรณ์ยอดขายคำนวณจากจำนวนนักศึกษาปีการศึกษา 2557 จำแนกตาม ประเภทสถาบัน / สถาบัน / คณะ / สาขาวิชา / ระดับการศึกษา และเพศเฉพาะ นักศึกษาที่มีสถานภาพกำลังศึกษาปัจจุบัน (ลงทะเบียนโดยมีหน่วยกิตเพิ่ม) หรือ นักศึกษาที่มีสถานภาพ รักษาสภาพนักศึกษา (ลงทะเบียนโดยไม่มีหน่วยกิตเพิ่ม) ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีเฉพาะปริญญาตรี ยังไม่ได้รวมอาจารย์ และบุคลากรอื่นๆ

ตารางที่3.3: จำนวนนักศึกษาปีการศึกษา2557ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

จัดทำรายงาน ณ. วันที่ 23 ธันวาคม 2557	ระดับ / เพศ			
	ปริญญาตรี		ปริญญาตรี Total	Grand Total
ประเภทสถาบัน / สถาบัน / คณะ / สาขาวิชา	ชาย	หญิง		
มหาวิทยาลัยรัฐในกำกับ	6,289	5,169	11,458	11,458
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	6,289	5,169	11,458	11,458
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	1,534	1,779	3,313	3,313
เทคโนโลยีการพิมพ์	77	160	237	237
เทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน	88	177	265	265
เทคโนโลยีมีเดีย	156	166	322	322
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	228	121	349	349
มีเดียทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์	124	312	436	436
มีเดียฮาร์ดแวร์	122	270	392	392
วิศวกรรมเครื่องกล	206	69	275	275
วิศวกรรมไฟฟ้า	309	208	517	517
วิศวกรรมโยธา	160	137	297	297
วิศวกรรมอุตสาหการ	64	159	223	223
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	391	290	681	681
เทคโนโลยีสารสนเทศ	282	192	474	474
วิทยาการคอมพิวเตอร์	109	98	207	207

ตารางที่ 3.3: จำนวนนักศึกษาปีการศึกษา 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (ต่อ)

จัดทำรายงาน ณ. วันที่ 23 ธันวาคม 2557	ระดับ / เพศ		ปริญญาตรี Total	Grand Total
	ชาย	หญิง		
เคมี	102	340	442	442
จุลชีววิทยา	69	224	293	293
ฟิสิกส์ประยุกต์	155	210	365	365
วิทยาการคอมพิวเตอร์ประยุกต์	106	44	150	150
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร	28	144	172	172
สถิติ	28	79	107	107
สถิติประยุกต์	11	31	42	42
คณะวิศวกรรมศาสตร์	3,513	1,577	5,090	5,090
วิศวกรรมคอมพิวเตอร์	396	173	569	569
วิศวกรรมเคมี	216	195	411	411
วิศวกรรมเครื่องกล	642	116	758	758
วิศวกรรมเครื่องมือ	143	64	207	207
วิศวกรรมไฟฟ้า	386	106	492	492
วิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสารและอิเล็กทรอนิกส์	298	157	455	455
วิศวกรรมเมคคาทรอนิกส์	140	28	168	168
วิศวกรรมโยธา	467	129	596	596
วิศวกรรมระบบควบคุมและเครื่องมือวัด	222	77	299	299

ตารางที่3.3: จำนวนนักศึกษาปีการศึกษา2557ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (ต่อ)

จัดทำรายงาน ณ. วันที่ 23 ธันวาคม 2557	ระดับ / เพศ			
	ปริญญาตรี		ปริญญาตรี Total	Grand Total
ประเภทสถาบัน / สถาบัน / คณะ / สาขาวิชา	ชาย	หญิง		
วิศวกรรมสิ่งแวดล้อม	118	168	286	286
วิศวกรรมอัตโนมัติ	76	36	112	112
วิศวกรรมอุตสาหกรรม	191	145	336	336
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการ ออกแบบ	245	322	567	567
การออกแบบอุตสาหกรรม	54	42	96	96
ศิลปอุตสาหกรรม	1		1	1
สถาปัตยกรรม	112	97	209	209
สถาปัตยกรรมภายใน	44	97	141	141
ออกแบบนิเทศศิลป์	34	86	120	120
สถาบันวิทยาการหุ่นยนต์ภาคสนาม	63	23	86	86
วิศวกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ	63	23	86	86
Grand Total	6,289	5,169	11,458	11,458

ที่มา: http://www.info.mua.go.th/information/show_all_statdata_table.php?data_show=2

ตารางที่3.4: การพยากรณ์ยอดขาย

การคาดการณ์ยอดขายปีทีหนึ่ง (12 เดือนแรก)						
สินค้าและบริการ	จำนวน	ราคา (บาท)/ หน่วย	ค่าเฉลี่ย ต่อหนึ่ง หน่วย	ประมาณ การขาย/วัน	ประมาณ จำนวน ลูกค้า/วัน	รายได้ต่อ วัน(บาท)
เครื่องดื่ม	1 แก้ว	60- 80	70	50%	95	3,325.00
อาหารว่าง	1 จาน	80-100	90	35%	95	2,992.50
อาหารหลัก	1 จาน	100 -140	120	14%	95	1,596.00
บริการด้านการทำ รายงาน	1 ครั้ง	1-5	5	2%	95	9.50
รวมยอดขายในแต่ละเดือน						7,923.00

3.5 การแบ่งส่วนลูกค้า (Segmentation)

ทางร้านจะจำแนกส่วนตลาดจากเกณฑ์ต่อไปนี้

1.การแบ่งส่วนตลาดทางภูมิศาสตร์ คือผู้บริ โภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร บริเวณถนนประชาอุทิศ เขตทุ่งครุ

2.การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์

อายุ

-ช่วงอายุ 18-24ปี

- ช่วงอายุ 25-55ปี

อาชีพ

-นักเรียน นักศึกษา

-ผู้ที่ทำอาชีพอิสระหรือค้าขาย

-พนักงานบริษัท

3.การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมศาสตร์ คือ พฤติกรรมของคน Gen-M และ Gen-Y ที่นอนดึกมากขึ้น หาสถานที่เพื่อทำงานอ่านหนังสือ นั่งเล่น หรือพบปะสังสรรค์ ซึ่งร้านที่ต้องการจะ

ไม่มีกำหนดเงื่อนไขของเวลา เป็นร้านที่จะต้องแสดงถึงตัวตน ดังนั้นถ้าพื้นที่ใดมีที่รองรับอินเทอร์เน็ตฟรี จะเป็นการดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3.6 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

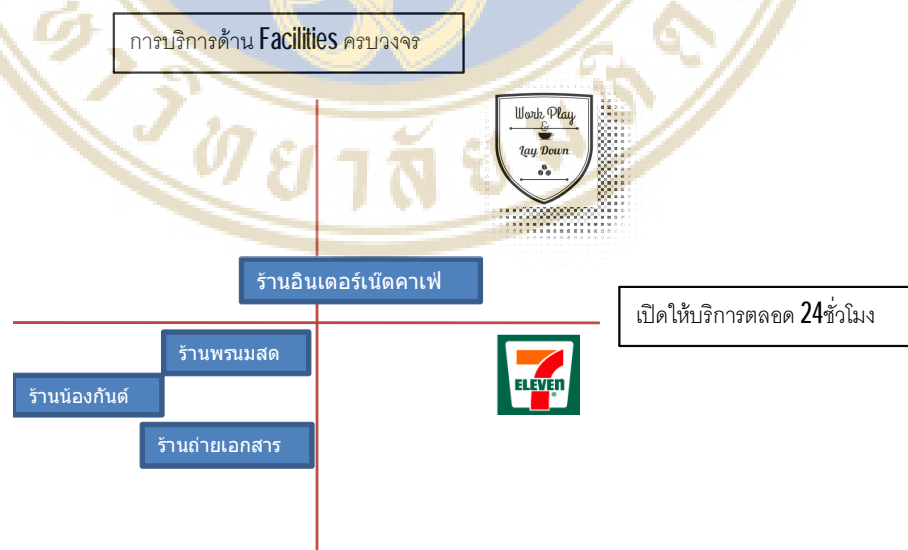
ทางร้านแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ กลุ่ม นักศึกษา อายุระหว่าง 18-24 ปี และนักเรียน อายุระหว่าง 7-12 ปี บริเวณถนนประชาอุทิศ เขตทุ่งครุ เป็นผู้ที่นิยมอนคิก หาสถานที่เพื่อทำงาน อ่านหนังสือ นั่งเล่น หรือพบปะสังสรรค์

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ผู้ที่ทำอาชีพอิสระเช่น พ่อค้าแม่ค้า และพนักงานบริษัท บริเวณถนนประชาอุทิศ ในเขตทุ่งครุ

3.7 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Positioning)

โดยทางร้านจะมอบความสะดวกสบายในการบริการด้าน Facilities ครบวงจร อันได้แก่ มีการบริการWifiฟรี ปลั๊กไฟปรีนเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร ไวทบอร์ด มุมสำหรับพักผ่อน มุมทำรายงาน มุมทานอาหารและเครื่องดื่ม และไม่ไ้ลูกค้า โดยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง



ภาพที่ 3.3: ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Positioning)

3.8 กลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps)

3.8.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า/บริการ

เนื่องจากธุรกิจร้านนั่ง24ชั่วโมง เป็นธุรกิจด้านการบริการ ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในการเลือกร้านต่างๆจะต้องเป็นร้านที่สะดวกสบาย นั่งทำงานได้ ดังนั้นทางร้านจึงเน้นการบริการและเตรียมความพร้อมด้านสถานที่เพื่อตอบโจทย์คนยุคใหม่ โดยจะมีการเตรียมความพร้อมด้าน wifi ฟรี 24 ชั่วโมง ปลั๊กไฟ มุมสำหรับจิบ ซึ่งบรรยากาศของทางร้านจะเน้นโทนสีที่ให้ความอบอุ่น แนวน้ำตาลดำ ขาว โดยเน้นการใช้ไฟสีส้มवलเปิดดนตรีคลอตลอดวัน มีการเพิ่มชั้นวางหนังสือเป็นหนังสือที่เราชอบอ่านเพื่อเป็นการแชร์ความชอบให้กับลูกค้า เป็นการสร้างบรรยากาศให้รู้สึกเหมือนบ้านหลังที่สาม ที่สามารถทำงาน นั่งเล่น อ่านหนังสือ นัดพบเพื่อน หรือแม้กระทั่งนอนเล่นได้

แม้ว่าด้านสถานที่จะมีความสำคัญหลักแล้ว แต่ในเรื่องของอาหารและเครื่องดื่มก็ยังเป็นปัจจัยอีกอย่างที่น่าสนใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเช่นกันในระยะยาว ซึ่งทางร้านเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงจึงได้คัดสรรเมนูให้มีพร้อมเสิร์ฟตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเมนูต่าง ๆ นั้นได้กล่าวในหัวข้อรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ จากเมนูข้างต้นทางร้านจะมีการตกแต่งแต่ละเมนู (food design) เพื่อให้มีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของทางร้าน โดยที่ตัวแก้วของเครื่องดื่มเราจะติดสติ๊กเกอร์เป็นโลโก้ร้านและอาหารแต่ละจานจะมีการปักโลโก้ร้านด้วย เพื่อเป็นการตอกย้ำถึงแบรนด์ และเมนูอาหารจะเสิร์ฟบนถาดไม้สีน้ำตาลประดับด้วยกระดาษต้นไม้อเล็ก ๆ เป็นการสร้างเอกลักษณ์และดึงดูดให้ลูกค้าแชร์รูปบนโซเชียลเน็ตเวิร์ก เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายโดยผ่านการแชร์จากผู้มีประสบการณ์โดยตรงทำให้กลุ่มเพื่อนที่มีความสนใจคล้ายๆกัน หรือผู้คนที่เป็นเพื่อนกันบน Social network เช่น Facebook Instagram หรือ Line เป็นต้น ได้เห็นรูปภาพ และเกิดความอยากรทดลองอีกด้วย



ภาพที่3.4: ตัวอย่างการปักโลโก้ร้าน
ที่มา : <http://th.openrice.com/th/bangkok/restaurant/>



ภาพที่3.5: การติดสติ๊กเกอร์โลโก้ร้านบนเครื่องดื่ม
ที่มา : http://eat.edtguide.com/gallery/403744/710153_Hor-Hidden-Café/

ตารางที่3.5: รายละเอียดค่าบริการ

การบริการ	จำนวน (หน่วย)	ราคา (บาท)/หน่วย
สแกนขาว-ดำ	1 แผ่น	1 บาท
สแกนสี	1 แผ่น	5 บาท
ถ่ายเอกสารขาวดำ	1 แผ่น	1 บาท
ถ่ายเอกสารสี	1 แผ่น	5 บาท
ปรินเอกสารขาวดำ	1 แผ่น	1 บาท
ปรินเอกสารสี	1 แผ่น	5 บาท

ตารางที่3.6: ราคาเครื่องดื่มและอาหาร

เมนู	จำนวน (หน่วย)	ราคา (บาท)/หน่วย
เครื่องดื่ม	1 แก้ว	60- 80บาท
อาหารว่าง	1 งาน	80-100บาท
อาหารหลัก	1 งาน	100 -140บาท

ตารางที่3.7: ตัวอย่างเมนูเครื่องดื่มและอาหาร

เมนูดับร้อน (หลักสบาย)	เมนูดับร้อน (ตาสว่าง)	เมนูเพิ่มความ อบอุ่น (ตาสว่าง)	เมนูทานเพลิน	เมนูอาหารหลัก
-อิตาเลียนโซดาพีช เสิร์ฟพร้อมพีช	-ชาเขียวปั่น ปั่น	-ชาร้อน (Twinning)	-สลัดพามาแฮม พีช	-สปาเก็ตตี้คาโบนาร่า
-อิตาเลียนโซดา สตอร์เสิร์ฟพร้อม สตอร์เบอร์รี่	-โกโก้ปั่นปั่น	-ลาเต้ร้อน	-วงแหวนทอด (แอปเปิลชุบแป้ง ทอด)	-Blackmagic ทะเล (ข้าวผัดใส่ หมึกสีดำผัดกับ กุ้งปลาหมึก)
-มะม่วงปั่นปั่น	-ลาเต้เย็น	-คาปูชิโน่ร้อน	-ชีสคิปพิทซอส	

หมายเหตุ: เครื่องดื่มตาสว่างคือ เครื่องดื่มที่มีคาเฟอีน



ภาพที่3.6: ตัวอย่างเมนูอิตาเลียนโซดา

ที่มา: <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=956000054572>



ภาพที่3.7: ตัวอย่างเมนูเครื่องดื่มกาแฟ

ที่มา : <http://travel.truelife.com/detail/386514>



ภาพที่3.8: ตัวอย่างเมนูวงแหวนทอด (แอปเปิลชุบแป้งทอด)
ที่มา : kitchenjoyblog.com



ภาพที่3.9: ตัวอย่างเมนูสลัดพามาแฮมฟิช
ที่มา:http://www.waitrose.com/content/waitrose/en/home/recipes/recipe_directory/h/heston_s_peach_parma_ham_and_gruyere_salad.html



ภาพที่3.10: ตัวอย่างเมนูBlackmagicทะเล (ข้าวผัดใส่หมึกสีดำผัดกับกุ้งปลาหมึก)
ที่มา : <https://ssimplespanish.wordpress.com/type/image/>

3.8.2 กลยุทธ์ด้านราคา

เนื่องจากร้านจะให้บริการและอำนวยความสะดวกทางด้านสถานที่โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย และร้านเปิด 24 ชั่วโมงดังนั้นต้นทุนการบริหารจัดการจะสูงกว่าร้านกาแฟ หรือร้านเบเกอรี่ทั่วไป ดังนั้นการตั้งราคาจะใช้กลยุทธ์ควบ (Combination Pricing) พิจารณาจาก หลายปัจจัยดังนี้ การตั้งราคาแบบ Cost-Based Pricing คือพิจารณาจากต้นทุนของสินค้าก่อน และจะทำการพิจารณาการตั้งราคาตามคู่แข่งด้วย ซึ่งจากด้านบนที่กล่าวถึงภาพรวมตลาดโดยเฉลี่ยร้านนั่งทำงานแบบ 24 ชั่วโมง จะมีราคาอาหารและเครื่องดื่มประมาณ 200-250 บาท

3.8.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

เนื่องจากการทำธุรกิจร้าน Third place หรือร้านนั่ง 24 ชั่วโมง นั้นสินค้าและบริการของร้านไม่สามารถจะจัดส่งไปให้กับลูกค้าได้เหมือนเช่น อาหาร หรือ ขนมเป็นต้น แต่สินค้าและบริการของธุรกิจประเภทนี้ จำเป็นจะต้องให้ลูกค้าเป็นผู้มาหาและมาใช้บริการ ดังนั้นในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องสถานที่ตั้งจึงเป็นปัจจัยหลัก (Key success) ที่สำคัญอย่างยิ่ง ทางร้านจึงเลือกพื้นที่บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ซึ่งสถานที่ตั้งร้านนั้นจะติดอยู่กับถนนใหญ่ ทำให้มีความสะดวกให้เข้าถึง

นอกจากสถานที่ตั้งของร้านที่มีความสะดวกและเข้าถึงง่ายแล้ว ทางร้านยังมีการช่องทางอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้ข่าวสาร หรือหาข้อมูลของร้านได้สะดวกขึ้นตามด้านล่าง

ช่องทาง Social network เป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารแบบ Two way จึงทำให้สามารถตอบคำถามลูกค้าได้รวดเร็ว และสามารถส่งรูปหรือทำคลิปวิดีโอต่างๆ ได้อีกด้วย ซึ่งช่องทางเหล่านี้เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพและทรงพลังเพราะสอดคล้องกับการใช้ชีวิตของคนยุคใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

-จัดทำเวปเพจใน Facebook โดยตั้งชื่อเวปเพจตามชื่อร้าน โดยมีการระบุแผนที่, ชื่อในไลน์ (Line ID), ชื่อใน Instagram และเบอร์โทรศัพท์ เพื่อความสะดวกในการค้นหาตลอด 24 ชั่วโมง

-สร้างร้านค้าผ่านทาง Instagram โดยตั้งชื่อ Username ตามชื่อร้าน โดยมีการระบุแผนที่ และเบอร์โทรศัพท์ เพื่อความสะดวกในการค้นหาตลอด 24 ชั่วโมง

-สร้าง Line ID เพื่อสามารถให้ข้อมูลได้ตลอดเวลา

นอกจากนี้ยังสามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์ ที่เบอร์ 081-234-5678 เพื่อสอบถามสถานที่ตั้ง, โปรโมชันหรือข้อมูลอื่นๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง



ภาพที่3.11: ประโยชน์ของการใช้social network

ที่มา : <http://smartblogs.com/education/2013/10/31/from-connection-to-multi-scale-collaboration-during-connected-educator-month/>

3.8.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย

ในการส่งเสริมการตลาดและการขาย ทางร้านได้วางวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์สินค้า ในการเป็นร้านที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่มาใช้บริการและการสร้างให้เป็นศูนย์รวม หรือ **Community** ของผู้ที่มีสไตล์แบบเดียวกัน ที่จะสามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาและเกิดการบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อน ทางร้านจึงได้ใช้สื่อในหลายช่องทางในการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด หรือที่เรียกว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (**Integrated Marketing Communication-IMC**) ซึ่งช่วงเวลาการสื่อสารให้ลูกค้าทราบนั้นจะเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนก่อนเปิดตัวร้าน โดยการปล่อยรูปภาพในมุมต่างๆของร้านก่อนที่จะเปิดให้บริการจริงเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ารู้สึกถึงความมีส่วนร่วมด้วย เพื่อเป็นการนับถอยหลังไปพร้อมๆกัน ซึ่งจะปล่อยภาพผ่านทาง **Social network** เช่น **Facebook** และ **Instagram** เป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ก่อนร้านจะเปิดตัวจริง

นอกจากนี้หลังจากเปิดตัวแล้วจะยังคงสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จัก จะทำการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆดังนี้

การโฆษณา (Advertising)

-จากประสิทธิภาพของ **Social Network** ในปัจจุบัน จึงใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเมนูใหม่ๆ บรรยากาศ ความประทับใจของผู้ใช้บริการ โดยผ่านทาง **Social Network** เช่น การทำเว็บเพจผ่าน **facebook** การสร้างร้านใน **Instagram** และช่องทาง **Line** เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องและยังเป็นการสื่อสาร 2 ทาง

-การลงโฆษณากับเว็บไซต์แนะนำอาหาร เช่น **วงใน** เป็นต้น

-การเขียนรีวิวใน **WWW.pantip.com**

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

- การจัดทำนามบัตรเพื่อแจกบริเวณใกล้เคียงร้าน และผู้เข้ามาใช้บริการภายในร้าน
- การลงนิตยสารแนะนำร้านน่านั่ง



ภาพที่3.12:ชื่อและประโยชน์ของเว็บไซต์ลงใน
ที่มา : <http://www.wongnai.com/blogs/why-wongnai>

พนักงานขาย (Personal Selling)

-ทางร้านจะมีพนักงานประจำร้าน 24 ชั่วโมง เพื่อให้บริการ ดูแล ช่วยเหลือ ลูกค้า ตลอดระยะเวลาการเปิดร้าน นอกจากนี้พนักงานจะทำการรับโทรศัพท์ และอัปเดตข้อมูล กิจกรรมต่างๆของร้านผ่านทาง **Social network** และตรวจสอบเกี่ยวกับการโพสต์ข้อความของผู้มาใช้บริการ เพื่ออธิบายและแก้ไขข้อมูลที่อาจจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

-ฉลองต้อนรับเปิดร้านใหม่ ได้รับฟรีเครื่องดื่ม **Signature** ของร้าน จำกัดจำนวน 10แก้ว ต่อวัน ระยะเวลาจัดทั้งหมด 3วัน

-การทำบัตรสมาชิกฟรีเมื่อซื้อเครื่องดื่มหรืออาหาร ตั้งแต่ 200 บาทขึ้นไปสามารถขียนิตยสารกลับบ้านได้ เป็นเวลา 3วัน

-เมื่อใช้บริการน้อยกว่า 2ชม. เมื่อมาครบ 15 ครั้ง รับเครื่องดื่ม **Signature** ของร้านฟรี 1 แก้ว เมื่อครบ 30 ครั้ง รับเครื่องดื่ม **Signature** ของร้านฟรี 1 แก้วและฟรีอีก 1 แก้วสำหรับเพื่อนหรือผู้ที่มาด้วยกัน สำหรับ โชนเอกเขนกอเนกประสงค์

-ในช่วงมหาวิทยาลัยปิดเทอมจัดโปรโมชัน ชื่อ 1 แกรม 1 ระยะเวลา 1 อาทิตย์ทั้งหมด 2 เดือน คือ มกราคม และสิงหาคม

3.8.5 กลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical and Presentation)

-บริเวณหน้าร้านจะมีการทำป้ายโลโก้ร้านและติดไฟเพื่อให้เป็นที่จดจำได้ง่ายเป็นการสร้าง **Brand awareness** และเกิดความสะดุดตาในเวลากลางคืน รวมทั้งในทางอ้อมเป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับผู้มาใช้บริการด้วย

-พื้นที่ภายในร้านจะจัดเรียงที่นั่งเป็น โซนต่างๆ เพื่อแบ่งแยกวัตถุประสงค์การใช้งานให้กับลูกค้า ลูกค้าจะได้ได้ปฏิบัติตัวได้เหมาะสมกับพื้นที่ที่เลือกใช้

-ระยะเวลาที่ทางร้านเปิดให้บริการคือ 24 ชั่วโมง ดังนั้นกระบวนการให้การรักษาความปลอดภัยของร้านให้กับลูกค้าและพนักงาน ก็จะมีการติดกล้องวงจรปิด และมีจุดติดเบอร์โทรศัพท์สำหรับตำรวจในท้องที่ ทั้งในร้านและนอกร้าน เพื่อความสะดวกในการใช้งานได้ทันทีโดยกล้องวงจรปิดจะลึกลงภาพเข้ากับมือถือได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งจะทำให้สามารถมอนิเตอร์ได้ตลอดเวลา

-มีกำหนดระยะเวลาทำความสะอาดที่ห้องน้ำและตรวจเช็คความสะอาดบนโต๊ะเพื่อให้พร้อมสำหรับต้อนรับลูกค้าคนต่อไป

3.8.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process)

-เนื่องจากเป็นธุรกิจด้านการบริการ เพื่อให้เกิดความประทับใจดังนั้นทางร้านจะมีที่สำหรับส่งสัญญาณเมื่อรายการที่สั่งและจ่ายเงินบริเวณเคาท์เตอร์หลังจากที่สั่งแล้ว เพื่อที่ลูกค้าจะได้ไม่ต้องรอที่หน้าเคาท์เตอร์ และเป็นการลดความแออัดบริเวณนี้ โดยลูกค้าสามารถไปทำกิจกรรมอื่นรอได้หรือไปนั่งทำงานรอที่โต๊ะและจะไม่มีภาระคอนกรีตเพื่อลดการรบกวนลูกค้าท่านอื่นภายในร้าน

-ในกระบวนการสั่งซื้อของลูกค้า เมื่อลูกค้าสั่งออเดอร์แล้ว พนักงานจะทำการทวนรายการอาหารหรือเครื่องดื่มที่สั่งทุกครั้งเพื่อป้องกันการผิดพลาดจากการรับออเดอร์

-เมื่อมีอุบัติเหตุหรือเหตุที่ไม่ได้คาดคิด ทางร้านจะมีชุดปฐมพยาบาลขนาดเล็ก เพื่อทำการรักษาพยาบาลเบื้องต้นรวมถึงมีถังดับเพลิงขนาดพกพา ไว้เมื่อมีเหตุฉุกเฉิน

3.8.7 กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)

-เนื่องจากธุรกิจของร้านเป็นธุรกิจด้านการบริการนอกจากคุณภาพและรสชาติของอาหารแล้ว หัวใจหลักอีกอย่างคือพนักงานและบุคลากรภายในร้าน ดังนั้นทางร้านจะมีการอบรมการให้บริการลูกค้า เช่น การกล่าวต้อนรับ การให้ความช่วยเหลือลูกค้า การกล่าวขอโทษเป็นต้น และ

การให้พนักงานรักษาความสะอาดและสุขอนามัยส่วนบุคคล เพราะทางร้านยังมีบริการในด้านอาหารและเครื่องดื่มอีกด้วย

-นอกจากนี้ก่อนการเข้ากะทำงานหรือระหว่างเปลี่ยนกะทำงานจะมีการประชุมสั้นๆ สำหรับเจ้าของธุรกิจและพนักงานทั้งสองกะ ในเรื่องของปัญหาที่เกิดขึ้นในวันนั้นๆและวิธีการแก้ไข ปัญหา เช่นทางร้านมีปัญหาด้านอินเทอร์เน็ตและรอช่างมาซ่อม เป็นต้นดังนั้นจะต้องมีการส่งต่อปัญหาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นให้ในพนักงานอีกกะรับทราบ เพื่อแก้ไขต่อไป

-การสร้างขวัญและกำลังใจ และการจูงใจพนักงานให้ทำงานกับร้านด้วยความรู้สึที่ดี ทางร้านจะมีการจัดกิจกรรม เช่นวันเกิด วันครบรอบการทำงาน กิจกรรมปีใหม่ เพื่อเป็นการตอบแทนความตั้งใจในการทำงานของพนักงาน

-รวมไปถึงพนักงานจะได้รับการอบรมความรู้ด้านอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อสามารถให้คำแนะนำและความรู้ให้กับลูกค้าในเรื่องของคุณประโยชน์ของผลไม้ต่างๆ เป็นต้น

-ทางร้านจะมีฝ้ายกันเปื้อนที่มีโลโก้ของร้านและเป็นยูนิฟอร์ม เพื่อเป็นการสร้างการจดจำให้ลูกค้าและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน



ภาพที่3.13: ตัวอย่างฝ้ายกันเปื้อนยูนิฟอร์มของทางร้าน

ที่มา : http://www.atomicpromotional.com.au/html/pocket_bib_aprons.htmlและ

<http://www.webstaurantstore.com/choice-black-full-length-bib-apron-with-adjustable-neck-with-pockets-32l-x-28w/167BAADJBK.html>

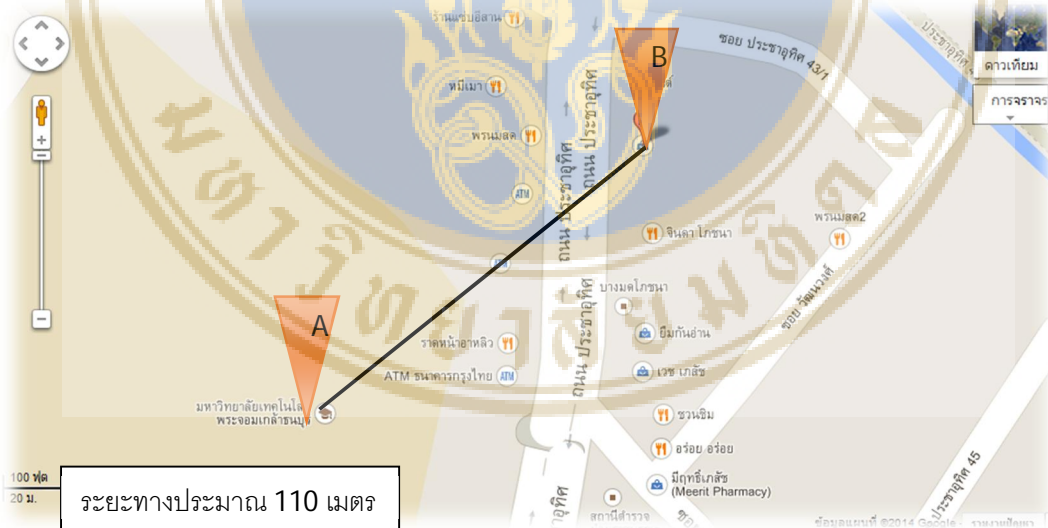
บทที่ 4

แผนการดำเนินงาน

4.1 ทำเลที่ตั้ง

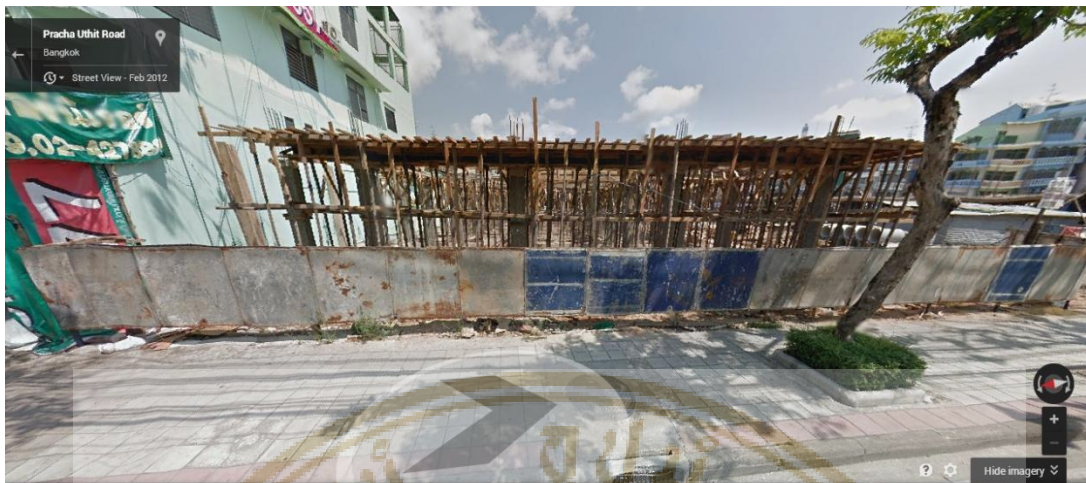
การเลือกทำเลที่ตั้ง ทางร้านใช้ปัจจัยด้านลูกค้าเป็นหลักในการพิจารณา เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงได้ง่าย เพราะธุรกิจของร้านอยู่กับที่ ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ดังนั้นการเลือกทำเลที่ตั้งควรเลือกบริเวณที่กลุ่มเป้าหมายจะเข้าถึงได้ง่ายจะต้องเป็นที่สะดวกและมองเห็นได้ชัดเจนจึงเป็นปัจจัยประกอบกันที่จะทำให้ลูกค้าเลือกที่จะเดินเข้าร้านนั่นเอง

สถานที่ตั้ง: 85,87 ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140 เป็นร้านรูปแบบ 1 ชั้น โดยมีพื้นที่ประมาณ 84 ตารางเมตรขนาดกว้าง 7 เมตร ยาว 12 เมตรซึ่งระยะทางของร้านห่างจากหน้ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีประมาณ 110 เมตร สามารถเดินเท้าโดยใช้เวลาประมาณ 2-4 นาทีเท่านั้น



ภาพที่ 4.1: ระยะห่างระหว่างที่ตั้งร้านและมหาวิทยาลัยฯ

หมายเหตุ: A คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี B คือ ร้าน Work Play & Lay down



ภาพที่4.2: สถานที่ตั้งของร้าน

หมายเหตุ: ปัจจุบันพื้นที่ตรงนี้เป็นตึกแถว

ที่มา: <https://www.google.co.th/maps>

ปัจจัยในการเลือกสถานที่ตั้งร้าน

1.กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ นักศึกษา ดังนั้นในการเลือกพื้นที่ทางร้านจึงได้เลือกพื้นที่ใกล้เคียงมหาวิทยาลัยมากที่สุด จึงได้เลือก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เป็นพื้นที่เป้าหมายเพื่อใช้หาทำเลที่ตั้ง

2.คู่แข่งโดยรอบ การเลือกตั้งใกล้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เนื่องจากมีน้องและมีเพื่อนที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยดังกล่าว จึงมีความคุ้นเคยกับสถานที่และได้ทำการสำรวจรอบๆมหาวิทยาลัยแล้วพบว่าบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยและหลังมหาวิทยาลัย ยังไม่มีผู้ให้บริการหรือร้านใดๆที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงที่ให้บริการทางด้านพื้นที่ที่สามารถนั่งทำงาน ทำรายงาน หรืออ่านหนังสือ และมีอาหารและเครื่องดื่มพร้อมให้บริการด้วยเลย ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของทางร้านที่จะเป็นผู้บุกเบิกรายแรก (Fast mover) และสามารถสร้าง Brand ในใจนักศึกษาบริเวณนั้นได้ก่อนร้านอื่นๆ นอกจากนี้บริเวณมหาวิทยาลัยยังมีโรงเรียนครูณสิกขาลัย ซึ่งสามารถเพิ่มจำนวนของกลุ่มลูกค้าได้ด้วย

3.ความสะดวกของลูกค้าในการเข้าถึงร้าน สถานที่ตั้งร้านอยู่ติดถนนใหญ่ และห่างจากตัวมหาวิทยาลัยฯ เพียง 2-4 นาทีเท่านั้นและได้เลือกบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีเป็นที่ตั้ง เนื่องจากประตูด้านหน้าของมหาวิทยาลัยฯจะเปิด 24 ชั่วโมง แต่ทางประตูด้านหลังนั้นจะมีเวลาเปิดถึงเที่ยงคืนเท่านั้น ซึ่งอาจจะไม่สะดวกและเกิดอันตรายกับนักศึกษาที่จะกลับเข้ามหาวิทยาลัยในเวลาหลังเที่ยงคืนได้

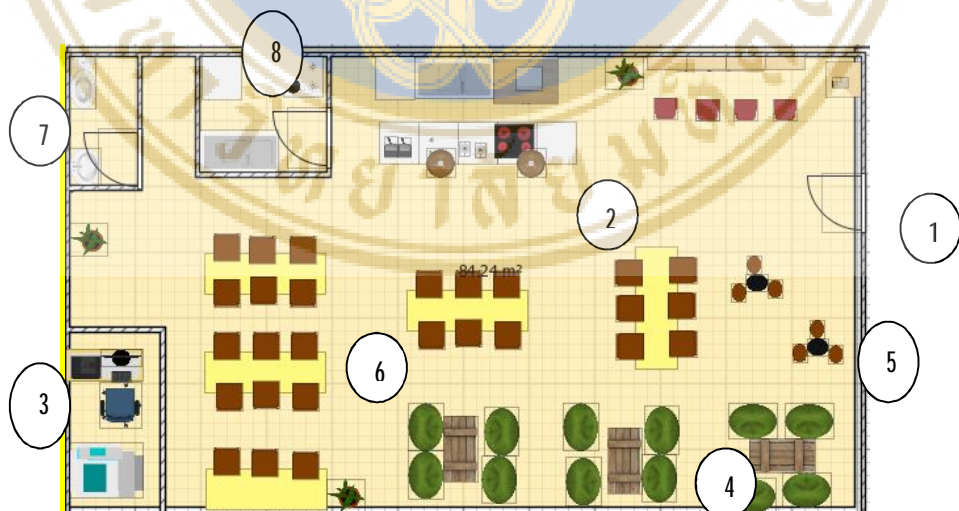
4.สภาพแวดล้อมใกล้เคียงร้าน เนื่องจากร้านเปิดตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นการเลือกทำเลที่ตั้งโดยดูบริเวณโดยรอบก็มีผลในการนำมาพิจารณา เนื่องจากต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าที่จะมาใช้บริการ ซึ่งบริเวณที่เลือกนั้น อยู่ใกล้กับ ร้าน 7-11ที่เปิด 24 ชั่วโมงเช่นกัน จึงทำให้เป็นทำเลที่เหมาะสม และยังอยู่ใกล้หอพัก ทำให้เป็นการเพิ่มจำนวนลูกค้าได้อีกด้วย

4.2 แผนผังภายใน

ทางร้านมีพื้นที่ใช้สอยทั้งสิ้น 84 ตารางเมตร และเป็นคิกแถว 2 คูหา มีจำนวน 1 ชั้น จึงได้มีการจัดสรรพื้นที่ภายในร้านดังต่อไปนี้



ภาพที่4.3: รูปแบบจำลองภายในร้านแบบสามมิติ



ภาพที่4.4: แผนผังภายในร้านจากมุมมองบน

จากภาพด้านบน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

พื้นที่หมายเลข 1 เป็นทางเข้าประตูร้าน ซึ่งร้านจะตั้งติดกับถนนใหญ่ ทำให้สะดวกกับการเข้าใช้บริการ

พื้นที่หมายเลข 2 เป็น โชนบาร์น้ำ ส่วนนี้จะมีส่วนของตู้โชว์ผลไม้สดแช่แข็ง เป็นเคาน์เตอร์ทำสำหรับทำเครื่องดื่มต่างๆ และมีเครื่องคิดเงิน เพื่อชำระค่าบริการ และบริเวณข้างเคียงเคาน์เตอร์จะมุมสำหรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการด้านอาหาร หรือเครื่องดื่มอย่างเดียว

พื้นที่หมายเลข 3,4,5 และ 6 โชนนี้ชื่อ โชนเอกเขนกอนเนกประสงค์ พื้นที่ตรงนี้จะให้บริการในส่วนของที่นั่ง ซึ่งมีทั้งที่นั่งแบบโต๊ะ(หมายเลข 6) นั่งเป็นเบาะนุ่มๆ หรือสามารถนอนเล่นงีบหลับได้ (หมายเลข 4) และบริเวณหมายเลข 5 จะเป็นที่นั่งแบบล้อมรอบเสาไม้ที่จะมีที่วางแก้วและจานรอบเสา พร้อมทั้งมีเก้าอี้แบบไม่มีพนักพิง ตามภาพด้านล่างเพื่อไว้บริการสำหรับผู้มาใช้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มอย่างเดียว โดยในโชนนี้ทางร้านจะมีมุมบริการด้านอุปกรณ์การทำรายงาน(หมายเลข 3)คือพื้นที่สำหรับเข้าเล่มรายงาน ปรีนงาน ถ่ายเอกสาร เป็นต้น โดยจะมีพนักงานคอยให้บริการตามความต้องการและสามารถชำระเงินได้ภายในจุดนี้เลย

พื้นที่หมายเลข 7 เป็นพื้นที่ห้องน้ำ สำหรับให้บริการด้านสุขอนามัย

พื้นที่หมายเลข 8 เป็นพื้นที่สำหรับห้องครัว ไว้เก็บวัตถุดิบต่างๆ พื้นที่สำหรับประกอบอาหาร รวมถึงเก็บอุปกรณ์สิ้นเปลืองอื่นๆ



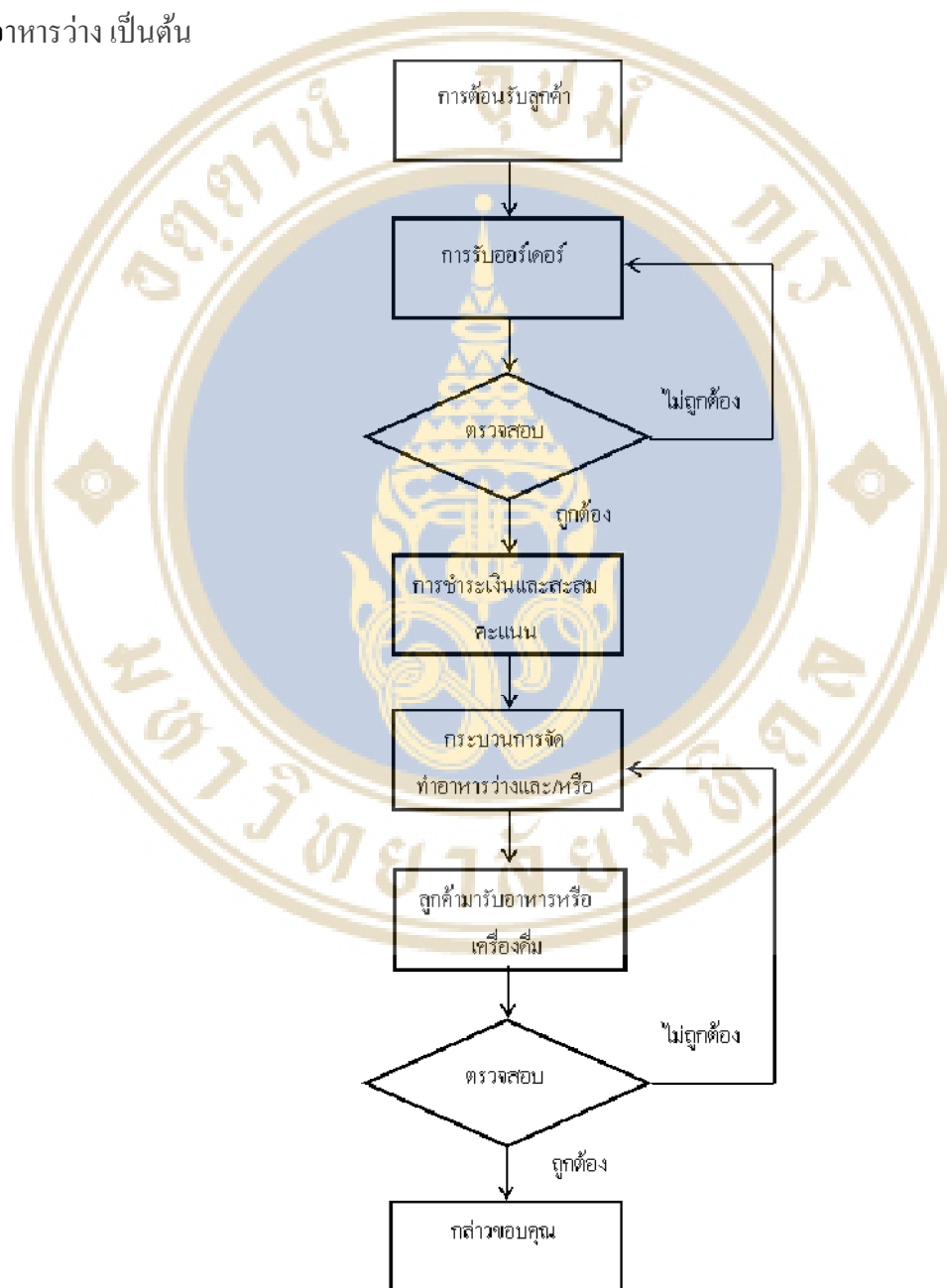
ภาพที่4.5: ภาพ โต๊ะบริเวณหมายเลข ๖

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch>

4.3 แผนภาพกระบวนการให้บริการ

การให้บริการของร้าน มี 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่เป็นโซนบาร์น้ำ โดยมีการขายเครื่องดื่มและอาหารว่าง และส่วนที่ 2 คือ โซนเอกเขนคอนเนกประสงค์ โดยจะมีมุมการให้บริการในส่วนของอุปกรณ์การทำรายงาน เช่น การถ่ายเอกสาร การเข้าเล่มรายงาน เป็นต้น โดยแต่ละโซนมีรายละเอียดในการให้บริการดังต่อไปนี้

โซนบาร์น้ำในโซนนี้จะเป็นส่วนที่ให้บริการในเรื่องเครื่องดื่ม เช่น สมูทตี้ ชา กาแฟ และอาหารว่าง เป็นต้น



ภาพที่ 4.6: ขั้นตอนการให้บริการในโซนบาร์น้ำ

จากภาพด้านบนจะอธิบายรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.การต้อนรับลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน พนักงานในร้านจะได้ยินสัญญาณจากกระดิ่งหน้าร้าน โดยให้กล่าวคำว่า “ยินดีต้อนรับค่ะ/ครับ” เพื่อเป็นการบ่งบอกและเป็นการส่งสารให้ลูกค้าว่าทางร้านรับทราบว่าลูกค้าเข้าร้านมา และมีนัยบอกว่าลูกค้ามีตัวตน ซึ่งทางร้านพร้อมจะให้บริการ

2.การรับออเดอร์ เมื่อลูกค้ามาถึงที่เคาน์เตอร์ พนักงานบริเวณนั้นจะยิ้มต้อนรับสำหรับลูกค้าประจำกล่าวคำว่า “สวัสดีค่ะ/ครับ วันนี้รับเหมือนเดิมไหมคะ/ครับ” สำหรับลูกค้าใหม่กล่าวคำว่า “สวัสดีค่ะ/ครับ รับอะไรดีค่ะ/ครับ” พร้อมกับแนะนำเมนูทางร้านให้กับลูกค้าถ้าลูกค้ายังไม่มียรายการในดวงใจ

3.ชำระเงินและสะสมคะแนนหลังจากลูกค้าสั่งรายการเสร็จก่อนที่ลูกค้าจะชำระเงินให้ตรวจสอบรายการที่สั่งในใบเสร็จก่อน หากรายการถูกต้องก็ให้ชำระเงิน และสะสมคะแนนหากถึงตามเกณฑ์ที่ทางร้านตั้งไว้ โดยพนักงานจะต้องคอยตรวจสอบให้ลูกค้าทุกครั้ง เพื่อไม่ให้ลูกค้าพลาดสิทธิที่จะได้รับคะแนนสะสม

เมื่อลูกค้าชำระเงินแล้ว พนักงานจะให้อุปกรณ์สำหรับเรียกคิว (ตามภาพประกอบด้านล่าง) ที่มีลักษณะกลมแบนให้กับลูกค้า เมื่อพนักงานทำอาหารหรือเรื่องคิมนเสร็จจะกดเรียกให้ออดนี่ทำงาน โดยออดนี่จะสั่นและมีไฟสีแดงเพื่อให้ลูกค้าไม่ต้องยืนรอที่หน้าเคาน์เตอร์

4.ขงเครื่องดื่มและหรือจัดทำอาหารตามออเดอร์เมื่อพนักงานรับรายการคำสั่งจากลูกค้าแล้ว จะจัดทำเครื่องดื่มหรืออาหารตามรายการที่ได้รับมา โดยทางร้านจะจัดให้มีคู่มือสำหรับขั้นตอนการทำไว้ด้วย เพื่อให้เป็นมาตรฐาน

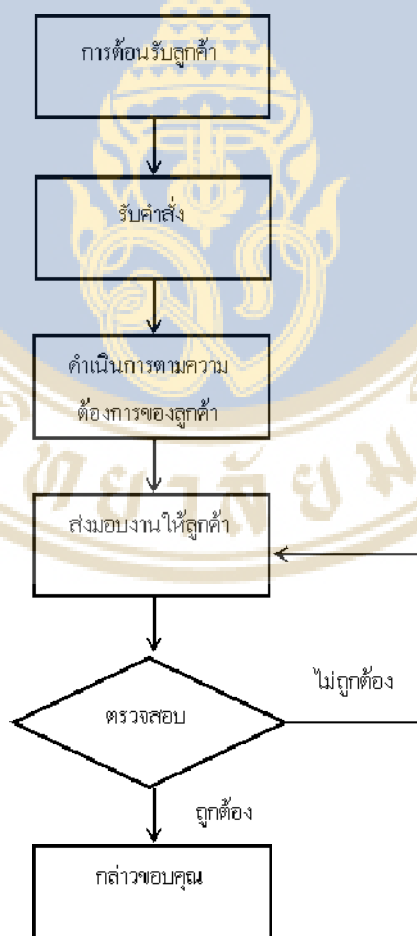
5.ลูกค้ามารับสินค้าตามออเดอร์ที่สั่งเมื่อลูกค้าได้รับสัญญาณจากออดนี่จะมารับสินค้าตามออเดอร์ที่สั่ง ถ้าหากพนักงานทำออเดอร์ผิด พนักงานจะกล่าวคำขอโทษ และต้องรีบแก้ไขให้ทันทีตามที่ลูกค้าสั่ง โดยไม่ต้องถามเจ้าของร้าน เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการบริการและเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

6.กล่าวคำขอบคุณ เมื่อลูกค้ารับสินค้าเรียบร้อยแล้ว พนักงานกล่าวว่า “ขอบคุณค่ะ/ครับ” พร้อมกับยิ้ม



ภาพที่4.7: ตัวอย่างอุปกรณ์สำหรับเรียกคิว เพื่อลูกค้าจะได้ไม่ต้องยืนรอบริเวณเคาน์เตอร์
ที่มา: <https://www.facebook.com/Thinktank.TH>

โซนเอกเขนกอนเนกประสงค์ในส่วนนี้จะป็นโซนที่สามารถนั่งทำงาน ทำรายได้ อ่านหนังสือได้ โดยทางร้านจะมีบริการWifiฟรี 24 ชั่วโมง มีปลั๊กไฟ ปลั๊กพ่วงสำหรับกลุ่มที่มาหลายคน และในโซนนี้จะมีมุมสำหรับบริการด้านอุปกรณ์การทำรายงาน เช่น การถ่ายเอกสาร การปริ้นงาน การเข้าเล่มรายงาน เป็นต้น



ภาพที่4.8: ขั้นตอนการให้บริการในโซนเอกเขนกอนเนกประสงค์

จากภาพด้านบนอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

1.การต้อนรับลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน พนักงานในร้านจะได้ยินสัญญาณจากกระดิ่งหน้าร้าน โดยให้กล่าวคำว่า “ยินดีต้อนรับค่ะ/ครับ” เพื่อเป็นการบ่งบอกและเป็นการส่งสารให้ลูกค้าว่าทางร้านรับทราบว่าลูกค้าเข้าร้านมา และมีนัยบอกว่าลูกค้ามีตัวตน ซึ่งทางร้านพร้อมจะให้บริการ

2.การรับคำสั่ง เมื่อลูกค้ามาถึงที่เคาน์เตอร์ พนักงานบริเวณนั้นจะยิ้มต้อนรับ และกล่าวคำว่า “สวัสดีค่ะ/ครับ ทำอะไรดีค่ะ/ครับ”

3.ดำเนินการตามความต้องการของลูกค้า หลังจากลูกค้าเลือกและบอกความต้องการในการใช้บริการ เช่น ถ่ายเอกสารปริ้นงาน สแกนเอกสาร เป็นต้น พนักงานจะดำเนินการตามความต้องการด้วยความกระฉับกระเฉง

4.ส่งมอบงานให้ลูกค้า เมื่อพนักงานดำเนินงานเสร็จแล้ว ก็ส่งมอบงานให้ลูกค้า หากชิ้นงานมีความผิดพลาดจะต้องรีบกล่าวคำว่า “ขอโทษค่ะ/ครับ ทางเราจะแก้ไขให้เลยค่ะ/ครับ” พร้อมทั้งรีบแก้ไขงานให้ลูกค้าโดยด่วน โดยไม่ต้องมาถามทางเจ้าของร้าน เพื่อความรวดเร็วในการแก้ปัญหาและสร้างความประทับใจให้ลูกค้า

5.ชำระเงินและสะสมคะแนน ก่อนที่ลูกค้าจะชำระเงินให้ตรวจสอบชิ้นงานที่ส่งก่อน หากชิ้นงานถูกต้องก็ให้ชำระเงิน และสะสมคะแนนหากถึงตามเกณฑ์ที่ทางร้านตั้งไว้ โดยพนักงานจะต้องคอยตรวจสอบให้ลูกค้าทุกครั้ง เพื่อไม่ให้ลูกค้าพลาดสิทธิที่จะได้รับคะแนนสะสม

6.กล่าวคำขอบคุณ เมื่อลูกค้ารับสินค้า ชำระเงิน และทำการสะสมคะแนน (ถ้ามี) เรียบร้อยแล้ว พนักงานจะกล่าวคำว่า “ขอบคุณค่ะ/ครับ” พร้อมทั้งยิ้ม

4.4 การบริหารกลุ่มสินค้าและสินค้าคงคลัง

จากที่กล่าวข้างต้นทางร้านมีการให้บริการทางด้านอาหารและเครื่องดื่ม และยังมีบริการอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำรายงานนั้น ดังนั้นในการบริหารสินค้าคงคลังจะสามารถแยกได้ดังนี้

โซนบาร์น้ำ

เพื่อให้เกิดความเป็นมาตรฐานของรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อให้เกิดการใช้บริการในระยะยาว ทางร้านจึงจัดทำคู่มือเพื่อบอกขั้นตอน ปริมาณเครื่องปรุง ส่วนประกอบที่ใช้ทั้งเครื่องดื่มและอาหาร รวมไปถึงวิธีจัดเก็บ ทำความสะอาดอุปกรณ์ต่างๆด้วย และจะจัดทำบันทึกการรับวัตถุดิบเข้าก่อน-หลังด้วยเพื่อวัตถุดิบจะได้สดใหม่เสมอ โดยจะแบ่งวิธีการเก็บไว้ดังนี้

1. วัสดุประเภทของสศ เช่น ผลไม้แช่แข็ง เฟรนฟราย เนื้อหมู เป็นต้น ทางร้านจะใช้ วัสดุแช่แข็งสามารถจัดเก็บรักษาได้ง่ายและมีวันที่ผลิตและหมดอายุระบุไว้อย่างชัดเจน ซึ่งทางร้านจะจัดเก็บวัสดุประเภทนี้ในตู้เย็นในส่วนห้องแช่แข็ง เพื่อรักษาอุณหภูมิที่พอเหมาะในการจัดเก็บ

2. วัสดุสิ้นเปลือง เช่น ผงกาแฟ น้ำตาล กระดาษทิชชู เป็นต้น ทางร้านจะจัดเก็บในพื้นที่ ตู้เก็บของหลังเคาน์เตอร์ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ปิดมิดชิด เพื่อป้องกันมด แมลง และการจัดซื้อจะทำการ เช็คลิสต์สินค้าอาทิตย์ละ 2 ครั้ง เพื่อป้องกันของขาดและจะทำการจัดซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง เพื่อให้คง ความสดใหม่ของสินค้า

โซนเอกเขนกองเนกประสงค์

ในพื้นที่การให้บริการอุปกรณ์สำหรับทำรายงาน ทางร้านจะคอยเช็คสต็อกของวัสดุ สิ้นเปลือง เช่น หมึกพิมพ์ กระดาษสำหรับเข้าเล่ม เป็นต้น เดือนละ 2 ครั้ง และจะติดต่อซื้อสินค้าจาก ซัพพลายเออร์ในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการเติมเต็มสินค้าได้ทันที นอกจากนี้ทางร้านจะมีการสต็อกวัสดุสิ้นเปลืองไว้ด้วย เพราะร้านเปิดตลอด 24 ชั่วโมงดังนั้นจะต้องสามารถ ให้บริการได้ตลอดเวลา ซึ่งเป็นเวลานอกทำการของร้านค้าอื่น จึงไม่สามารถจะสั่งซื้อหรือจัดส่งได้ หากเกิดการขาดแคลนสินค้าในช่วงระยะเวลาเลิกงาน

บทที่ 5

การบริหารจัดการในองค์กร

5.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

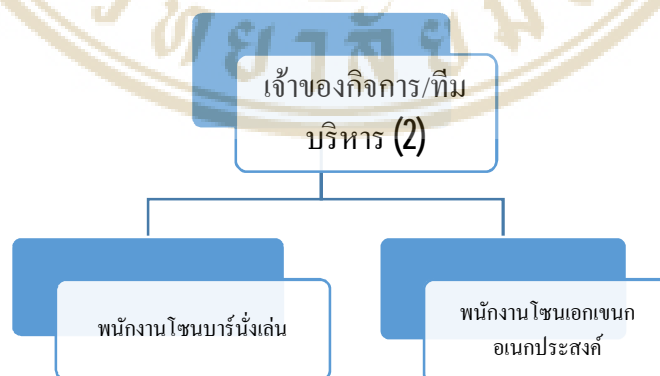
ทางร้านจดทะเบียนพาณิชย์แบบห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ถ้วน จำนวนหุ้น 2 หุ้น หุ้นละ 5 แสนบาทดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายชื่อผู้ร่วมทุน ทุนรวมทั้งสิ้น 100%

- | | | |
|---------------------|--------------|-----------------------------|
| 1.นางสาว พุทศจิ | ตั้งนพพันธ์ | สัดส่วนการถือครอง ร้อยละ 50 |
| 2.นางสาว เกศนรินทร์ | ลิขิตสิริกุล | สัดส่วนการถือครอง ร้อยละ 50 |

5.2 โครงสร้างองค์กร

ลักษณะโครงสร้างองค์กรเป็นการแบ่งตามหน้าที่การทำงาน (Functional) เป็นหลัก เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน และมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ดังนั้นโครงสร้างองค์กรจึงจัดทำเป็นแบบแนวราบ (Flat Organization structure) ซึ่งเป็นแบบที่ไม่สลับซับซ้อน เหมาะกับธุรกิจที่มีพนักงานจำนวนไม่มากนัก ทำให้เกิดการสื่อสารที่รวดเร็วและทั่วถึงซึ่งแสดงให้เห็นตามแผนภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กรของร้าน

หมายเหตุ: ในส่วนของพนักงานโชนบาร์นั่งเล่นและเอกเซนกอเนกประสงค์จะรวมพนักงานแบบ Part-Time เพิ่มด้วย

5.3 ทีมบริหาร

รายชื่อเจ้าของกิจการและทีมบริหาร

1.ชื่อ นางสาวพศุภจิตั้งนพพันธ์ อายุ 27 ปี

-ประวัติการศึกษา

ปีพ.ศ. 2558 จบการศึกษาระดับปริญญาโท

จากมหาวิทยาลัยการจัดการมhidล สาขาการบริหารธุรกิจ

ปีพ.ศ. 2553 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

จากมหาวิทยาลัยศิลปากร คณะอักษรศาสตร์

-ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ. 2553 จนถึงปัจจุบัน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ตำแหน่ง:จัดซื้อ

-กิจกรรมเพิ่มเติม

ควบคุมดูแลกิจการร้านก๋วยเตี๋ยว ในจังหวัดชุมพร

-การฝึกอบรมทักษะอื่นๆ

อบรมการทำกาแฟ และการทำเบเกอรี่

และเรียนรู้อาหารว่างและกาแฟด้วยตนเองผ่านYouTube

2.ชื่อ นางสาว เกศนรินทร์ ลิขิตสิริกุล อายุ 27 ปี

-ประวัติการศึกษา

ปีพ.ศ. 2558 จบการศึกษาระดับปริญญาโท

จากมหาวิทยาลัยการจัดการมhidล สาขาการบริหารธุรกิจ

ปีพ.ศ. 2553 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

จากมหาวิทยาลัยศิลปากร คณะอักษรศาสตร์

-ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ. 2553 จนถึงปัจจุบัน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ฝ่ายไอที

-การฝึกอบรมทักษะอื่นๆ

อบรมการทำเบเกอรี่ และเรียนรู้การทำเบเกอรี่

และอาหารว่างด้วยตนเองผ่านYouTube

5.4 แผนการบริหารงาน

จากโครงสร้างขององค์กรจะนำมากำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน ซึ่งแต่ละตำแหน่งจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน รวมไปถึงกำหนดจำนวนพนักงาน และคุณสมบัติที่เหมาะสมของพนักงานไว้ตาม ตารางด้านล่างดังต่อไปนี้

ตารางที่5.1: แผนการบริหารงาน

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	หน้าที่ความรับผิดชอบ	คุณสมบัติ
เจ้าของ กิจการ (ทีม ผู้บริหาร)	2	<ul style="list-style-type: none"> เป็นผู้วางกลยุทธ์ แก้ปัญหา กำหนดนโยบาย การบริหารงานต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และพันธกิจที่ได้ตั้งไว้และกำหนดวิธีการ ปฏิบัติงาน ตลอดจนการประเมินผลและ ควบคุมการทำงานของทั้งร้าน จัดการดูแลความเรียบร้อยของร้าน มีหน้าที่ต้อนรับ ดูแลพูดคุย และให้บริการที่เป็นกันเองและใส่ใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ จัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย และวิเคราะห์การ ใช้บริการของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงการ บริหารงาน ทำหน้าที่ของพนักงานทั้ง 2 โชนได้คือ เป็น ผู้รับออเดอร์ และรายการอาหารต่างๆ พร้อมทั้งจัดทำตามรายการที่ได้รับ และคอย บริการด้านการถ่ายเอกสาร ปริญญา สแกน งาน เข้าเล่มรายงาน และเก็บเงิน 	-

ตารางที่5.1: แผนการบริหารงาน (ต่อ)

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	หน้าที่ความรับผิดชอบ	คุณสมบัติ
พนักงาน โชนบาร์น้ำ และ เอกเชนก อเนกประสงค์	พนักงาน ประจำ 3คน พนักงาน พาร์ท ไทม์ 1คน	<ul style="list-style-type: none"> มีหน้าที่ต้อนรับ ดูแล ช่วยเหลือและให้บริการแบบเป็นกันเองและใส่ใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นผู้รับออเดอร์และรายการอาหารต่างๆ พร้อมทั้งจัดทำตามรายการที่ได้รับ และเก็บเงิน ถ้าหากเกิดการทำออเดอร์ผิดพลาดพนักงานสามารถทำรายการใหม่ให้ถูกต้องตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ทันที มีหน้าที่เช็คและทำความสะอาด ความเรียบร้อยในบริเวณร้านทั้งหมด สามารถสับเปลี่ยนและทำงานแทนพนักงานโชนเอกเชนกอเนกประสงค์ได้ 	-เพศชายหรือเพศหญิง -อายุ 18-27 ปี -เต็มเวลาและพาร์ทไทม์ -ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา -มีบุคลิกภาพดี -มนุษยสัมพันธ์ดี -มีใจรักบริการ มีมารยาท -มีสุขภาพแข็งแรง และกระตือรือร้นในการทำงาน

หมายเหตุ: พนักงาน มีทั้งพนักงานประจำจำนวน 3 คน และพนักงานพาร์ทไทม์จำนวน 1 คน

โดยทางร้านจะเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ซึ่งพนักงานของร้านจะมีทั้งในส่วนของพนักงานประจำและพนักงานพาร์ทไทม์จึงต้องมีการจัดสรรเวลาการทำงานและการเข้ากะของพนักงานแต่ละคน โดยจัดให้สอดคล้องตามพรบ.คุ้มครองแรงงาน ซึ่งกำหนดให้ทำงานได้ไม่เกินวันละ 8 ชั่วโมง โดยรวมเวลาพัก 1 ชั่วโมง ดังต่อไปนี้

การแบ่งเวลาการทำงานจะแบ่งออกเป็น 3 กะ

กะที่หนึ่ง เริ่มตั้งแต่เวลา 08.00 - 16.00 น.

กะที่สอง เริ่มตั้งแต่เวลา 16.00 - 24.00 น.

กะที่สามเริ่มตั้งแต่เวลา 24.00 - 08.00 น.

โดยแต่ละตำแหน่งจะมีเวลาเข้าทำงานดังต่อไปนี้

เจ้าของกิจการ/ทีมบริหารพนักงาน โชนบาร์น้ำและพนักงาน โชนเอกเซนกอเนกประสงค์ ที่เป็นพนักงานประจำ จะเข้างานตามเวลาที่แบ่งกะด้านบน ในส่วนของพนักงานพาร์ทไทม์ทางร้านจะเลือกจากจ้างเฉพาะช่วงเวลาตั้งแต่ 16.00- 24.00น. เพราะเป็นช่วงเวลาPrime time เป็นเวลาที่นักศึกษา นักเรียนเลิกเรียน รวมถึงผู้ปกครองและบุคคลทั่วไปเลิกงาน จึงมีความน่าจะเป็นที่จะมีอัตราส่วนการเข้ามาใช้บริการที่มากกว่าช่วงเวลาอื่นๆ

ช่วงเวลากการพักเที่ยง จะเป็นการผลัดเปลี่ยนกัน ไปพัก จะไม่พักพร้อมกันทั้งหมดทุกคน เนื่องจากต้องมีพนักงานสำรองไว้คอยบริการลูกค้า โดยอาจจะเลี้ยงเป็นช่วงเวลาก่อนเที่ยงหรือหลังเที่ยงจึงจะพัก ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่คนน้อยลงแล้วจากช่วงพักกลางวัน และเพื่อให้ไม่เป็นการเสียโอกาสอีกด้วย

สำหรับวันหยุด ทางร้านมีนโยบายในการหยุด โดยจะต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 2 วัน และจะไม่มีการหยุดวันเสาร์หรืออาทิตย์เนื่องจาก เป็นช่วงวันที่มีอัตราการเข้าใช้บริการที่มากกว่าวันธรรมดา หากมีเหตุจำเป็นเร่งด่วนที่เห็นสมควรจะพิจารณาเป็นรายครั้ง และในกรณีที่มีการลาป่วยจะต้องมีใบรับรองแพทย์ประกอบด้วย

5.5 แผนการว่าจ้างพนักงาน

ทางร้านจะมีการกำหนดค่าจ้างแรงงานดังตารางข้างล่างเพื่อเป็นการจูงใจพนักงานให้เข้ามาทำงาน กระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ โดยมีการปรับขึ้นเงินเดือนพนักงานร้อยละ 5 ต่อปี โดยให้มากกว่าอัตราเงินเฟ้อที่ร้อยละ 1.6 จากรายงานนโยบายการเงินเดือนกันยายน 2557 ซึ่งทางร้านยังเล็งเห็นว่าการที่จะสามารถรักษาพนักงานที่มีคุณภาพให้ทำงานกับทางร้านอย่างต่อเนื่อง นั้น จึงมีการพิจารณาในการให้สวัสดิการอื่นๆเพิ่มเติมอีกด้วย

ตารางที่ 5.2: แผนการว่าจ้างพนักงานแสดงเงินเดือน และจำนวนพนักงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	เงินเดือนต่อคน (บาท)	ต่อเดือน (บาท)	ต่อปี (บาท)
1.เจ้าของธุรกิจ	2	20,000	40,000	480,000
2.พนักงานโซนบาร์น้ำ	3	11,000	11,000	396,000
3.พนักงานพาร์ทไทม์โซนบาร์น้ำ	1	9,000	18,000	108,000
รวม	6		69,000	984,000

ตารางที่ 5.3: ค่าใช้จ่ายของบุคลากรระหว่าง 5 ปี

ระดับ / ตำแหน่ง	พ.ศ. 2558			พ.ศ. 2559			พ.ศ. 2560			พ.ศ. 2561			พ.ศ. 2562		
	จำนวน	เงินเดือน	รวม	จำนวน	เงินเดือน	รวม	จำนวน	เงินเดือน	รวม	จำนวน	เงินเดือน	รวม	จำนวน	เงินเดือน	รวม
1.เจ้าของธุรกิจ(ทีมบริหาร)	2	20,000	40,000	2	21,000	42,000	2	22,050	44,100	2	23,153	46,305	2	24,310	48,620
2.พนักงานโชนบาร์น้ำ	3	11,000	33,000	3	11,550	34,650	3	12,128	36,383	3	12,734	38,202	3	13,371	40,112
3พนักงานพาร์ทไทม์โชนบาร์น้ำ	1	9,000	9,000	1	9,000	9,000	1	9,000	9,000	1	9,000	9,000	1	9,000	9,000
รวมค่าแรงทางตรง			82,000			85,650			89,483			97,732			97,732
รวม (ต่อปี)			984,000			1,027,800			1,073,790			1,122,080			1,172,783

หมายเหตุ: กำหนดค่าแรงเพิ่มขึ้นปีละ 5 % เฉพาะพนักงานประจำ

สวัสดิการเพิ่มเติม

-ประกันสังคม

ตามกฎหมายคุ้มครองแรงงานมีการกำหนดให้นายจ้างต้องทำประกันส่วนนี้ให้กับพนักงาน ดังนั้นทางร้านจึงอ้างอิงและมีการจ่ายสวัสดิการนี้ โดยแบ่งเป็นฝ่ายนายจ้าง 5% ของเงินเดือนและฝั่งพนักงานเช่นกัน เพื่อพนักงานจะได้รับประโยชน์เมื่อเกิดการเจ็บป่วย ประสบอุบัติเหตุ หรือว่างงานเป็นต้น

-การมอบของที่ระลึกตามโอกาสต่างๆ

เช่น วันเกิด วันครบรอบทำงาน งานเทศกาล เป็นต้น โดยจะมีการจัดเลี้ยงอาหารและมอบของที่ระลึก เพื่อให้เป็นขวัญและกำลังใจในการทำงาน

-สวัสดิการอื่น

เครื่องแบบพนักงาน คือ ผ้ากันเปื้อนของทางร้าน

5.6 แผนพัฒนาบุคลากร

ธุรกิจร้านนั่ง 24 ชั่วโมง ถือเป็นธุรกิจการให้บริการ ดังนั้นเรื่องบุคลากรจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินได้จนบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ ดังนั้นทางร้านจึงได้วางแผนให้พนักงานได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานของพนักงานและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ ดังรายละเอียดด้านล่างนี้

ก่อนเปิดร้านพนักงานจะได้รับการอบรมในเรื่องของการใช้งานอุปกรณ์สำนักงาน เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องปริ้นงาน การเข้าเล่มรายงาน เป็นต้น จากเจ้าหน้าที่ของบริษัทที่เช่าเครื่องใช้สำนักงานที่จะมีการสอนการใช้งานเบื้องต้น และแก้ไขปัญหาเบื้องต้น โดยให้จัดทำคู่มือเก็บไว้เพื่อให้สามารถย้อนกลับมาดูการใช้งานได้อีกในอนาคต และพนักงานใหม่สามารถทำงานได้ทันที ซึ่งส่วนนี้ไม่เสียค่าใช้จ่ายเนื่องจากบริการเสริมจากทางบริษัทที่ทำการเช่าอุปกรณ์สำนักงาน

รวมถึงเจ้าของร้านจะสอนการชงเครื่องดื่ม เช่น สมูทตี้ กาแฟ และอาหารว่าง และเพื่อให้เป็นมาตรฐานของทางร้านจึงจัดทำคู่มือ บอกรัตราส่วน ส่วนผสมด้วย เพื่อใช้อ้างอิงในการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้เพื่อให้เกิดเมนูใหม่ๆ พนักงานสามารถนำเสนอไอเดียความคิด กับทางเจ้าของร้านได้ และจะจัดให้มีการฝึกฝนทำเมนูใหม่ๆ โดยมีการศึกษาผ่านทางยูทูบหรือเว็บไซต์ต่างๆและนำมาทดสอบกับความคิดของทางร้านและจัดส่งให้อบรมในเรื่องการพัฒนาบุคลิกภาพ การบริการและศิลปะการพูด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการอีก

บทที่ 6

แผนการเงิน

สมมติฐานทางการบัญชีและการเงิน

1. ยอดขายเพิ่มขึ้น 5% ตั้งแต่ปีที่ 2-4 และยอดขายเพิ่มขึ้น 10% ในปีที่ 5
2. ยอดขายช่วงเดือนที่ 1 จะคิด 50% จากจำนวนนักศึกษา 15,651 คน
3. ยอดขายช่วงเดือนที่ 2 จะคิด 60% จากจำนวนนักศึกษา 15,651 คน
4. ยอดขายช่วงเดือนที่ 3 จะคิด 70% จากจำนวนนักศึกษา 15,651 คน
5. บริษัทมีนโยบายการซื้อสินค้าเป็นเงินสด
6. การชำระค่าสินค้าและบริการเป็นเงินสด ซึ่งจะได้รับเงินสดทุกเย็นของวันนั้นๆ
7. ราคาสินค้าและบริการคงที่ 5 ปี
8. ค่าเช่าสถานที่จ่ายในอัตรา คงที่ 5 ปี โดยจ่ายล่วงหน้า 3 เดือน
9. กำหนดให้ 1 เดือนมี 30 วัน
10. ไม่เพิ่มการจ้างงานตลอด 5 ปี
11. ค่าแรงพนักงานเพิ่มขึ้นปีละ 5% เฉพาะพนักงานประจำ
12. ค่าสาธารณูปโภค เพิ่มขึ้นปีละ 5%
13. ค่าจ้างพนักงานพาร์ทไทม์ ชั่วโมงละ 37.5 บาทวันละ 8 ชั่วโมง เดือนละ 9,000 บาท
14. สวัสดิการอื่น 5% ของเงินเดือน
15. ค่าประกันสังคม 5% ของเงินเดือน แต่ไม่เกิน 750 บาท
16. ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวร กำหนดโดยวิธีเส้นตรง
17. อุปกรณ์สำนักงาน (โต๊ะ เฟอร์นิเจอร์ และอื่นๆ) มีอายุการใช้งาน 5 ปี
18. อุปกรณ์สารสนเทศ (เช่น เครื่องปริ้นเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร) เป็นการเช่าพร้อม
ค่าบริการหลังการขาย (Outsource)
19. จัดทะเบียนแบบห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จึงคิด Tax Rate ปี 2558-2562 ตาม
อัตรานิติบุคคล 20%
20. เงินทุนมาจากเจ้าของกิจการทั้งหมด
21. อัตราดอกเบี้ยคิดลด คิดที่ 5% ในระยะเวลา 5 ปี

ตารางที่ 6.1: ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ลำดับ	กิจกรรมก่อนการดำเนินงาน	ก.ย.-57	ต.ค.-57	พ.ย.-57	ธ.ค.-57	รวม
ก. รายจ่ายในการเตรียมการ						
1	ค่าจดทะเบียนจัดตั้ง กิจการและขอ ใบอนุญาต	15,000	-	-	-	15,000
2	ค่าตกแต่งร้าน	-	75,000	175,000	-	250,000
3	ค่าการจัดการ/เตรียม เครื่องมือและอุปกรณ์ ในการจำหน่าย	-	-	20,000	-	20,000
4	ค่าการจัดการสินค้า	-	-	-	-	-
5	ค่าฝึกอบรมพนักงาน	-	-	5,000	5,000	10,000
6	ค่าใช้จ่ายในการจัดทำ เว็บไซต์	-	-	-	-	-
7	ค่าเดินทาง ยานพาหนะ	2,000	2,000	2,000	2,000	8,000
	รวมรายจ่ายในการเตรียมการ (ก)					303,000
ข. สิทธิการใช้สินทรัพย์ระยะยาว						
	รวมสิทธิการใช้สินทรัพย์ระยะยาว (ข)					-
	รวมทั้งหมด (ก) + (ข)					303,000

ตารางที่ 6.2: งบประมาณโครงการ

รายการ	รวมจำนวน เงินทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		เจ้าของ
		เจ้าหนี้ การค้า	เงินกู้	
1. เงินทุนหมุนเวียน				
1.1 เงินสด (สำรองในการดำเนินงาน)	300,000	-	-	300,000
รวมเงินทุนหมุนเวียน (1)	300,000	-	-	300,000
2. สินทรัพย์ถาวร				
2.1 เครื่องใช้ในร้าน	225,940	-	-	225,940
2.2 เครื่องใช้ในห้องครัว	163,570	-	-	163,570
รวมสินทรัพย์ถาวร (2)	389,510	-	-	389,510
3. รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	303,000	-	-	303,000
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน (3)	303,000	-	-	303,000
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น (1)+(2)+(3)	992,510	-	-	992,510

แหล่งที่มาของเงินทุน(เป็นเงินทุนของส่วนของผู้ถือหุ้นกิจการทั้งจำนวน)

ตารางที่ 6.3 การพยากรณ์ยอดขายสินค้ารายปี ปีที่ 1-5

มูลค่า: บาท

สินค้าและบริการ	ราคา (บาท) / หน่วย	ค่าเฉลี่ย /unit บาท	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	Q2	Q3	Q4	รวมทั้งปี2558	ปีที่ 2 2559	ปีที่ 3 2560	ปีที่ 4 2561	ปีที่ 5 2562
เครื่องดื่ม	60- 80	70	113,400	138,600	159,600	693,000	693,000	693,000	2,490,600	2,490,600	2,490,600	2,490,600	2,490,600
อาหารว่าง	80-100	90	43,200	48,600	59,400	251,100	251,100	251,100	904,500	904,500	904,500	904,500	904,500
อาหารหลัก	100 - 140	120	25,200	32,400	36,000	162,000	162,000	162,000	579,600	579,600	579,600	579,600	579,600
รวมยอดขาย		280	181,800	219,600	255,000	1,106,100	1,106,100	1,106,100	3,974,700	3,974,700	3,974,700	3,974,700	3,974,700
บริการอุปกรณ์สำนักงานขาว-ดำ	1	1	1,650	1,650	1,650	4,950	4,950	4,950	19,800	19,800	19,800	19,800	19,800
บริการอุปกรณ์สำนักงานสี	5	5	3,450	3,450	3,450	10,350	10,350	10,350	41,400	41,400	41,400	41,400	41,400
รวมยอดขาย			5,100	5,100	5,100	15,300	15,300	15,300	61,200	61,200	61,200	61,200	61,200
รวมยอดขายทั้งหมด			186,900	224,700	260,100	1,121,400	1,121,400	1,121,400	4,035,900	4,035,900	4,035,900	4,035,900	4,035,900

หมายเหตุ: ประมาณการขายต่อวัน การขายเครื่องดื่มอยู่ที่ 70% อาหารว่าง 20%อาหารหลัก10%บริการอุปกรณ์สำนักงานขาว-ดำ70%และ บริการอุปกรณ์สำนักงานสี30%

ตารางที่ 6.4 ยอดการขายเงินสดและเงินเชื่อรายไตรมาสปีที่ 1 - 5

รายการ	พ.ศ. 2558 /ไตรมาส				พ.ศ. 2559 /ไตรมาส				พ.ศ. 2560 /ไตรมาส			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
ขายเงินสด (100%)	666,750	1,116,450	1,116,450	1,116,450	1,059,424	1,059,424	1,059,424	1,059,424	1,112,395	1,112,395	1,112,395	1,112,395
ขายเงินเชื่อ (0%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมขาย (บาท)	666,750	1,116,450	1,116,450	1,116,450	1,059,424	1,059,424	1,059,424	1,059,424	1,112,395	1,112,395	1,112,395	1,112,395

ตารางที่ 6.4 ยอดการขายเงินสดและเงินเชื่อรายไตรมาสปีที่ 1 - 5 (ต่อ)

รายการ	พ.ศ. 2561 /ไตรมาส				พ.ศ. 2562 /ไตรมาส			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
ขายเงินสด (100%)	1,168,015	1,168,015	1,168,015	1,168,015	1,284,816	1,284,816	1,284,816	1,284,816
ขายเงินเชื่อ (0%)	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมขาย (บาท)	1,168,015	1,168,015	1,168,015	1,168,015	1,284,816	1,284,816	1,284,816	1,284,816

ตารางที่ 6.5: การประมาณการเงินสดรับรายไตรมาสปีที่ 1 -5

รายการ	พ.ศ. 2558 / ไตรมาส				พ.ศ. 2559 / ไตรมาส				พ.ศ. 2560 / ไตรมาส			
	ขายเงิน สด	666,750	1,116,450	1,116,450	1,116,450	1,059,424	1,059,424	1,059,424	1,059,424	1,112,395	1,112,395	1,112,395
รับจาก ลูกหนี้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมเงิน สดรับ	666,750	1,116,450	1,116,450	1,116,450	1,059,424	1,059,424	1,059,424	1,059,424	1,112,395	1,112,395	1,112,395	1,112,395

ตารางที่ 6.5: การประมาณการเงินสดรับรายไตรมาสปีที่ 1 -5(ต่อ)

รายการ	พ.ศ. 2561 / ไตรมาส				พ.ศ. 2562 / ไตรมาส			
	ขายเงินสด	1,168,015	1,168,015	1,168,015	1,168,015	1,284,816	1,284,816	1,284,816
รับจาก ลูกหนี้	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมเงินสด รับ	1,168,015	1,168,015	1,168,015	1,168,015	1,284,816	1,284,816	1,284,816	1,284,816

ตารางที่ 6.6: การพยากรณ์การซื้อสินค้ารายปี ปีที่ 1-5

	Q1	Q2	Q3	Q4
	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน
(ปีที่1) พ.ศ. 2558				
เครื่องดื่ม	88,200	148,500	148,500	148,500
อาหารว่าง	47,040	78,120	78,120	78,120
อาหารหลัก	27,300	47,250	47,250	47,250
บริการอุปกรณ์สำนักงานขาว-ดำ	941	941	941	941
บริการอุปกรณ์สำนักงานสี	393	393	393	393
ค่าใช้จ่ายซื้อวัตถุดิบทางตรง	163,874	275,204	275,204	275,204
10% ของเสี่ย	172,067	288,964	288,964	288,964
ค่าใช้จ่ายซื้ออื่นๆ	5,600	5,600	5,600	5,600
ค่าใช้จ่ายต่อไตรมาส (ปีที่1) พ.ศ. 2558	341,541	569,768	569,768	569,768

ตารางที่ 6.6: การพยากรณ์การซื้อสินค้ารายปี ปีที่ 1-5(ต่อ)

	Q1	Q2	Q3	Q4
	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน
(ปีที่2) พ.ศ. 2559				
เครื่องดื่ม	140,096	140,096	140,096	140,096
อาหารว่าง	73,868	73,868	73,868	73,868
อาหารหลัก	44,376	44,376	44,376	44,376
บริการอุปกรณ์สำนักงานขาว-ดำ	988	988	988	988
บริการอุปกรณ์สำนักงานสี	413	413	413	413
ค่าใช้จ่ายซื้อวัตถุดิบทางตรง	259,740	259,740	259,740	259,740
10% ของเสีย	272,727	272,727	272,727	272,727
ค่าใช้จ่ายซื้ออื่นๆ	5,880	5,880	5,880	5,880
ค่าใช้จ่ายต่อไตรมาส(ปีที่2) พ.ศ. 2559	538,347	538,347	538,347	538,347

ตารางที่ 6.6: การพยากรณ์การซื้อสินค้ารายปี ปีที่ 1-5(ต่อ)

	Q1	Q2	Q3	Q4
(ปีที่3) พ.ศ. 2560	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน
เครื่องดื่ม	147,101	147,101	147,101	147,101
อาหารว่าง	77,561	77,561	77,561	77,561
อาหารหลัก	46,594	46,594	46,594	46,594
บริการอุปกรณ์สำนักงานขาว-ดำ	1,037	1,037	1,037	1,037
บริการอุปกรณ์สำนักงานสี	434	434	434	434
ค่าใช้จ่ายซื้อวัตถุดิบทางตรง	272,727	272,727	272,727	272,727
10% ของเสีย	286,363	286,363	286,363	286,363
ค่าใช้จ่ายซื้ออื่นๆ	6,174	6,174	6,174	6,174
ค่าใช้จ่ายต่อไตรมาส(ปีที่3) พ.ศ. 2560	565,264	565,264	565,264	565,264

ตารางที่ 6.6: การพยากรณ์การซื้อสินค้ารายปี ปีที่ 1-5(ต่อ)

	Q1	Q2	Q3	Q4
(ปีที่4) พ.ศ. 2561	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน
เครื่องดื่ม	154,456	154,456	154,456	154,456
อาหารว่าง	81,439	81,439	81,439	81,439
อาหารหลัก	48,924	48,924	48,924	48,924
บริการอุปกรณ์สำนักงานขาว-ดำ	1,089	1,089	1,089	1,089
บริการอุปกรณ์สำนักงานสี	455	455	455	455
ค่าใช้จ่ายซื้อวัตถุดิบทางตรง	286,363	286,363	286,363	286,363
10% ของเสีย	300,681	300,681	300,681	300,681
ค่าใช้จ่ายซื้ออื่นๆ	6,483	6,483	6,483	6,483
ค่าใช้จ่ายต่อไตรมาส(ปีที่4) พ.ศ. 2561	593,527	593,527	593,527	593,527

ตารางที่ 6.6: การพยากรณ์การซื้อสินค้ารายปี ปีที่ 1-5(ต่อ)

	Q1	Q2	Q3	Q4
(ปีที่5) พ.ศ. 2562	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน	รวมจำนวนเงิน
เครื่องดื่ม	162,179	162,179	162,179	162,179
อาหารว่าง	85,511	85,511	85,511	85,511
อาหารหลัก	51,370	51,370	51,370	51,370
บริการอุปกรณ์สำนักงานขาว-ดำ	1,143	1,143	1,143	1,143
บริการอุปกรณ์สำนักงานสี	478	478	478	478
ค่าใช้จ่ายซื้อวัตถุดิบทางตรง	300,681	300,681	300,681	300,681
10% ของเสีย	315,715	315,715	315,715	315,715
ค่าใช้จ่ายซื้ออื่นๆ	6,807	6,807	6,807	6,807
ค่าใช้จ่ายต่อไตรมาส(ปีที่5) พ.ศ. 2562	623,204	623,204	623,204	623,204

ตารางที่ 6.7: ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ปีที่ 1-5) พ.ศ. 2558 - 2562

รายการ	พ.ศ. 2558 / ไตรมาส				ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	ไตรมาส ที่ 1	ไตรมาส ที่ 2	ไตรมาส ที่ 3	ไตรมาส ที่ 4	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
การจัดทำนามบัตรเพื่อแจกบริเวณใกล้เคียงร้าน และป้ายหน้าร้าน	8,100	600	600	600	9,900	2,400	900	900	900
การลงนิเทศสารแนะนำร้านตกแต่งสวยงามและ น่านั่ง	30,000	-	-	-	30,000	-	15,000	10,500	25,000
ทดลองต้อนรับเปิดร้านใหม่ได้รับฟรีเครื่องดื่ม Signature ของร้าน	3,640	-	-	-	3,640	-	-	-	-
การทำบัตรสมาชิกฟรีเมื่อซื้อเครื่องดื่มหรือ อาหารตั้งแต่ 200 บาทขึ้นไป สามารถยืม นิเทศสารกลับบ้านได้ เป็นเวลา 3 วัน	600	600	600	600	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
ค่าจัดทำโปรโมชั่น (Sale promotion)									
ในช่วงมหาวิทยาลัยปิดเทอมจัดโปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 ระยะเวลา 1 อาทิตย์ทั้งหมด 3 เดือน คือ มกราคม มิถุนายน และสิงหาคม	4,000	500	500	0	5,000	10,000	1,500	1,500	2,000

ตารางที่ 6.7: ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ปีที่1-5) พ.ศ. 2558 - 2562 (ต่อ)

เมื่อใช้บริการน้อยกว่า 2 ชม. สำหรับโซน เอกเขนกอนกประสงค์										
ครบ 15 ครั้ง รับเครื่องดื่ม Signature ของร้านฟรี 1 แก้ว	500	500	500	500	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
เมื่อครบ 30 ครั้ง รับเครื่องดื่ม Signature ของ ร้านฟรี 1 แก้วและฟรีอีก 1 แก้วสำหรับเพื่อน หรือผู้ที่มาด้วยกัน	500	500	500	500	2,000	2,500	2,000	2,000	2,000	2,000
จัดกิจกรรมให้ช่วยคิดเมนูเครื่องดื่มประจำร้าน โดยทางร้านจะให้เครดิตผู้คิดโดยการติดชื่อได้ เมื่อนั้นๆและให้ดื่มเมื่อนั้นๆฟรี3วัน	500	0	0	0	500	0	0	0	0	0
จัดกิจกรรมให้แต่งชุดเทศกาลคริสต์มาสและปี ใหม่เพื่อรับเมนูสุดพิเศษจากทางร้าน(เมนูข้าว ทะเลแบล็คเมจิก)	0	0	0	500	500	500	500	500	500	500
รวม	47,840	2,700	2,700	2,700	55,940	19,800	24,300	19,800	34,800	

ตารางที่ 6.8: พยากรณ์ต้นทุนสินค้าต่อหน่วย (ปีที่ 1-5) พ.ศ. 2558 - 2562

	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558			ปีที่ 2 พ.ศ. 2559			ปีที่ 3 พ.ศ. 2560			ปีที่ 4 พ.ศ. 2561			ปีที่ 5 พ.ศ. 2562		
	ต้นทุนค่าวัสดุดิบต่อหน่วยต่อเมนู	ต้นทุนค่าแรงต่อหน่วย	ต้นทุนเงินค่าต่อหน่วย	ต้นทุนค่าวัสดุดิบต่อหน่วยต่อเมนู	ต้นทุนค่าแรงต่อหน่วย	ต้นทุนเงินค่าต่อหน่วย	ต้นทุนค่าวัสดุดิบต่อหน่วยต่อเมนู	ต้นทุนค่าแรงต่อหน่วย	ต้นทุนเงินค่าต่อหน่วย	ต้นทุนค่าวัสดุดิบต่อหน่วยต่อเมนู	ต้นทุนค่าแรงต่อหน่วย	ต้นทุนเงินค่าต่อหน่วย	ต้นทุนค่าวัสดุดิบต่อหน่วยต่อเมนู	ต้นทุนค่าแรงต่อหน่วย	ต้นทุนเงินค่าต่อหน่วย
อาหารและเครื่องดื่ม															
เครื่องดื่ม	15	6	21	15	6	21	15	6	21	15	6	21	15	6	21
อาหารว่าง	28	6	34	28	6	34	28	6	34	28	6	34	28	6	34
อาหารหลัก	35	6	41	35	6	41	35	6	41	35	6	41	35	6	41
บริการอุปกรณ์สำนักงาน															
บริการอุปกรณ์สำนักงาน ขาว-ดำ	0.19	0.48	0.67	0.19	0.48	0.67	0.19	0.48	0.67	0.19	0.48	0.67	0.19	0.48	0.67
บริการอุปกรณ์สำนักงาน สี	0.19	0.48	0.67	0.19	0.48	0.67	0.19	0.48	0.67	0.19	0.48	0.67	0.19	0.48	0.67

ตารางที่ 6.9: รายการเครื่องใช้สำนักงาน และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ ในการบริหารจัดการ

ลำดับ ที่	รายการสินทรัพย์ในร้าน	มูลค่า (บาท)	อายุการใช้ งาน (ปี)	ค่าเสื่อม ราคา/ปี
ก.	ที่ดิน	-	-	-
	รวมที่ดิน (ก)	-	-	-
ข.	อาคารสำนักงาน	-	-	-
	รวมอาคารสำนักงาน (ข)	-	-	-
ค.	ค่าตกแต่งร้าน	-	-	-
	รวมค่าตกแต่งร้าน (ค)	-	-	-
ง.	เครื่องใช้และเฟอร์นิเจอร์ภายในร้าน			
	โทรศัพท์เคลื่อนที่	1,000	5	200
	เครื่องคิดเงิน	3,990	5	798
	โต๊ะและเก้าอี้สำหรับให้ลูกค้านั่ง	78,560	5	15,712
	กล่องวงจรปิด	18,900	5	3,780
	เครื่องคิดเงิน	9,990	5	1,998
	ตู้เก็บของ	18,160	5	3,632
	อุปกรณ์ตกแต่งร้านอื่นๆ	10,000	5	2,000
	อินเตอร์เน็ตเลาท์เตอร์	33,540	5	6,708
	เครื่องปรับอากาศ	51,800	5	10,360
	รวมเครื่องใช้ภายในร้าน (ง)	225,940		45,188

ตารางที่ 6.9: รายการเครื่องใช้สำนักงาน และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ ในการบริหารจัดการ (ต่อ)

ลำดับ ที่	รายการสินทรัพย์ในร้าน	มูลค่า (บาท)	อายุการใช้ งาน (ปี)	ค่าเสื่อม ราคา/ปี
จ.	เครื่องใช้ภายในครัว			
	เครื่องครัวเช่น เครื่องครัว เช่น มีด ช้อน ส้อม ตะหลิว ทัพพี เขียง ตะแกรง ถังขยชะ หม้อซามผสม แก้ว	20,000	5	4,000
	เครื่องปั่นน้ำผลไม้	4,990	5	998
	ตู้เย็น 10ลิตร	7,000	5	1,400
	เตาแก๊สไฟฟ้า	5,200	5	1,040
	เครื่องทอดแบบควบคุมอุณหภูมิ สแตนเลส	13,590	5	2,718
	อ่างล้างจานสแตนเลส	4,000	5	800
	ตู้โชว์จัดแสดงผลไม้สดแช่แข็ง	15,000	5	3,000
	เครื่องคั้นน้ำผลไม้แยกกาก	17,900	5	3,580
	ที่ดูดควัน	4,500	5	900
	กาต้มน้ำไฟฟ้า	2,390	5	478
	เครื่องทำกาแฟ	57,000	5	11,400
	ตู้แช่เย็น	12,000	5	2,400
	รวมเครื่องใช้ภายในครัว (จ)	163,570		32,714
	รวมค่าเสื่อม (ก + ข + ค + ง + จ)	389,510		77 902

ตารางที่ 6.10: ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ (ปีที่ 1-5) พ.ศ. 2558 - 2562

รายการ	ปีที่ 1 (พ.ศ. 2558)/ไตรมาส 1-4				ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	1	2	3	4	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
เงินเดือนเจ้าของกิจการ	84,000	84,000	84,000	84,000	336,000	352,800	370,440	388,962	408,410
เงินเดือนพนักงานประจำ	69,300	69,300	69,300	69,300	277,200	291,060	305,613	320,894	336,938
เงินเดือนพนักงานพาร์ท ไทม์	18,900	18,900	18,900	18,900	75,600	75,600	75,600	75,600	75,600
ค่าสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า ประปา)	11,400	11,400	11,400	11,400	45,600	46,968	48,377	49,828	51,323
ค่าวัสดุสำนักงาน	6,000	6,000	6,000	6,000	24,000	25,200	26,460	27,783	29,172
ค่าเช่าร้าน	126,000	126,000	126,000	126,000	504,000	516,600	529,515	542,753	556,322
ค่าประกันสังคม	6,150	6,150	6,150	6,150	24,600	25,830	27,122	28,478	29,901
ค่าเช่าอุปกรณ์สำนักงาน เช่น ปริ้นเตอร์	7,299	7,299	7,299	7,299	29,196	36,495	45,619	57,023	71,279
ค่าโทรศัพท์และค่าอินเทอร์เน็ต	16,182	16,182	16,182	16,182	64,728	66,346	68,005	69,705	71,448
รวม (จ)	345,231	345,231	345,231	345,231	1,380,924	1,436,899	1,496,750	1,561,026	1,630,394

ตารางที่ 6.11: ค่าเสื่อมราคา(ปีที่1-5) พ.ศ. 2558 - 2562

รายการ	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558/ไตรมาส				ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	1	2	3	4	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
เครื่องใช้และเฟอร์นิเจอร์ ภายในร้าน	11,297	11,297	11,297	11,297	45,188	45,188	45,188	45,188	45,188
เครื่องใช้ภายในครัว	8,179	8,179	8,179	8,179	32,714	32,714	32,714	32,714	32,714
รวม (ง)	19,476	19,476	19,476	19,476	77,902	77,902	77,902	77,902	77,902

ตารางที่ 6.12: รายละเอียดการคำนวณต้นทุนสินค้าขาย (ปีที่1-5) พ.ศ. 2558 - 2562

รายการ	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558	ปีที่ 2 พ.ศ. 2559	ปีที่ 3 พ.ศ. 2560	ปีที่ 4 พ.ศ. 2561	ปีที่ 5 พ.ศ. 2562
สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	-	-	-	-
บวกซื้อสินค้า	2,050,845	2,153,387	2,261,056	2,374,109	2,492,815
สินค้าที่มีไว้เพื่อขาย	2,050,845	2,153,387	2,261,056	2,374,109	2,492,815
หักสินค้าคงเหลือปลายงวด	-	-	-	-	-
ต้นทุนสินค้าที่ขาย	2,050,845	2,153,387	2,261,056	2,374,109	2,492,815

ตารางที่ 6.13: งบกำไรขาดทุนโดยประมาณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562

รายการ	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558	ปีที่ 2 พ.ศ. 2559	ปีที่ 3 พ.ศ. 2560	ปีที่ 4 พ.ศ. 2561	ปีที่ 5 พ.ศ. 2562
รายได้:					
ยอดขายสินค้า (สุทธิ)	4,035,900	4,237,695	4,449,580	4,672,059	5,139,265
หักต้นทุนสินค้าที่ขาย	2,050,845	2,153,387	2,261,056	2,374,109	2,492,815
หักค่าแรงทางตรง	-	-	-	-	-
กำไรขั้นต้น	1,985,055	2,084,308	2,188,524	2,297,950	2,646,450
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร:					
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	55,940	19,800	24,300	19,800	34,800
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1,380,924	1,436,899	1,496,750	1,561,026	1,630,394
ค่าเสื่อมราคา	77,902	77,902	77,902	77,902	77,902
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานตัดบัญชี	303,000	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,817,766	1,534,601	1,598,952	1,658,728	1,743,096
กำไรจากการดำเนินงาน	167,289	549,707	589,571	639,222	903,354
บวกรายได้อื่น	-	-	-	-	-
รวมกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	167,289	549,707	589,571	639,222	903,354
หักดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	167,289	549,707	589,571	639,222	903,354
หักภาษีเงินได้	33,457.87	109,941.38	117,914.27	127,844.36	180,670.86
กำไรสุทธิ	133,831	439,766	471,657	511,377	722,683
กำไรสะสม	133,831	573,597	1,045,254	1,556,632	2,279,315

ตารางที่ 6.14: งบแสดงฐานะทางการเงินโดยประมาณวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562

รายการ	ปีที่ 0 พ.ศ. 2557	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558	ปีที่ 2 พ.ศ. 2559	ปีที่ 3 พ.ศ. 2560	ปีที่ 4 พ.ศ. 2561	ปีที่ 5 พ.ศ. 2562
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน:						
เงินสด	300,000	848,191	1,442,342	1,999,874	2,599,084	3,452,496
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	300,000	848,191	1,442,342	1,999,874	2,599,084	3,452,496
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน:						
ราคาทุน	389,510	389,510	389,510	389,510	389,510	389,510
หักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายสะสม:						
ยานพาหนะ		-	-	-	-	-
เครื่องใช้ภายในร้าน		(45,188)	(90,376)	(135,564)	(180,752)	(225,940)
เครื่องใช้ภายในครัว		(32,714)	(65,428)	(98,142)	(130,856)	(163,570)
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	389,510	311,608	233,706	155,804	77,902	-

ตารางที่ 6.14: งบแสดงฐานะทางการเงินโดยประมาณวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562(ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0 พ.ศ. 2557	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558	ปีที่ 2 พ.ศ. 2559	ปีที่ 3 พ.ศ. 2560	ปีที่ 4 พ.ศ. 2561	ปีที่ 5 พ.ศ. 2562
สินทรัพย์อื่น:						
รายจ่ายก่อนการดำเนินงานรอดบัญชี	303,000	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์อื่น	303,000	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	992,510	1,159,799	1,676,048	2,155,678	2,676,986	3,452,496
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน:						
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
ภาษีเงินได้บุคคลค้างจ่าย	-	33,458	109,941	117,914	127,844	180,671
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	33,458	109,941	117,914	127,844	180,671
รวมหนี้สิน	-	33,458	109,941	117,914	127,844	180,671
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนจดทะเบียน	992,510	992,510	992,510	992,510	992,510	992,510
กำไรสะสม	-	133,831	573,597	1,045,254	1,556,632	2,279,315
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	992,510	1,126,341	1,566,107	2,037,764	2,549,142	3,271,825
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	992,510	1,159,799	1,676,048	2,155,678	2,676,986	3,452,496

ตารางที่ 6.15: งบแสดงงบกระแสเงินสดโดยประมาณ ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562

รายการ	ปีที่ 0 พ.ศ. 2557	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558	ปีที่ 2 พ.ศ. 2559	ปีที่ 3 พ.ศ. 2560	ปีที่ 4 พ.ศ. 2561	ปีที่ 5 พ.ศ. 2562
เงินสดรับ						
ขายสินค้า		4,035,900	4,237,695	4,449,580	4,672,059	5,139,265
รับชำระหนี้		-	-	-	-	-
รวมเงินสดรับ		4,035,900	4,237,695	4,449,580	4,672,059	5,139,265
เงินสดจ่าย						
จากการดำเนินงาน						
ซื้อสินค้า		2,050,845	2,153,387	2,261,056	2,374,109	2,492,815
ค่าใช้จ่ายในการขาย		55,940	19,800	24,300	19,800	34,800
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		1,380,924	1,436,899	1,496,750	1,561,026	1,630,394
ค่าภาษี		-	33,458	109,941	117,914	127,844
จากกิจกรรมลงทุน						
สินทรัพย์ถาวร	389,510	-	-	-	-	-
รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	303,000	-	-	-	-	-
รวมเงินสดจ่าย	692,510	3,487,709	3,643,544	3,892,048	4,072,849	4,285,853
จากกิจกรรมจัดหาเงิน						
บวกทุนของเจ้าของ	992,510	-	-	-	-	-
รวมเงินสดสุทธิ	300,000	548,191	594,151	557,532	599,210	853,412
บวกเงินสด ชกมา	-	300,000	848,191	1,442,342	1,999,874	2,599,084
เงินสดคงเหลือยกไป	300,000	848,191	1,442,342	1,999,874	2,599,084	3,452,496

6.16 การวิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุน

6.16.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

คือ จำนวนปีที่กระแสเงินสดรับของ โครงการคุ้มทุนกับเงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการพอดี

ระยะเวลาคืนทุน(Payback Period) = จำนวนปีก่อนคืนทุน + (กระแสเงินสดที่เหลือ/กระแสเงินสดทั้งปี)

ตารางที่ 6.16กระแสเงินสดรับในแต่ละปี

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561
กระแสเงินสดรับ	(692,510)	548,191	594,191	557,532	599,210	853,412

จากสูตร: ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) = 1.24 ปี
= 14.91 เดือน

6.16.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value = NPV)

คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิคือส่วนเกินของมูลค่าปัจจุบัน ในกระแสเงินสดสุทธิกับเงินลงทุนเริ่มแรก

$NPV =$ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

$PV =$ มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดตลอดอายุโครงการลงทุน

$I =$ เงินลงทุนเริ่มแรก

สูตร $NPV = PV - I$

กฎการตัดสินใจ ถ้า NPV มีค่าเป็นบวก กิจการก็ควรที่จะขอรับการลงทุนในโครงการนั้น แต่ถ้า NPV นั้นมีค่าติดลบกิจการก็ควรปฏิเสธการลงทุน

ตารางที่ 6.17 กระแสเงินสดรับในแต่ละปีและค่าปัจจุบัน

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
กระแสเงินสดรับ	(692,510)	548,191	594,191	557,532	599,210	853,412
มูลค่าปัจจุบัน (คิดที่ อัตราคิดลด 5% ใน ระยะเวลา 5 ปี)	(692,510)	522,087	538,913	481,617	492,971	668,671

จากตารางด้านบนนำมาหาค่า NPV = $[-692,510] + [548,191 / (1+0.05)] + [594,191 / (1+0.05)^2] + [557,532 / (1+0.05)^3] + [599,210 / (1+0.05)^4] + [853,412 / (1+0.05)^5]$

NPV = 2,011,748 บาท

NPV มีค่าเป็นบวกดังนั้นร้าน Work Play and Lay Down จึงเป็นโครงการที่น่าลงทุน

6.16.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

วิธี IRR คืออัตราผลตอบแทนของโครงการลงทุน ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบัน PV ของกระแสเงินสดรับสุทธิมีค่าเท่ากับเงินลงทุน I หรืออีกนัยก็คือ NPV มีค่าเท่ากับ 0

จากตารางที่ 6.16 นำมาคำนวณหาค่า IRR ได้ผลดังนี้

IRR = 79%

บทที่ 7 การจัดการความเสี่ยง

แผนจัดการความเสี่ยงถือเป็นบทที่สำคัญบทหนึ่ง เนื่องจากเป็นบทที่ผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับธุรกิจในอนาคตได้ ดังนั้นเสมือนเป็นการเตรียมความพร้อมในการรับมือและเตรียมหาทางแก้ไขล่วงหน้า เพราะเมื่อเกิดสถานการณ์จริงจะทำให้มีแนวทางในการแก้ไขได้ทันทั่วถึง ซึ่งในที่นี้จะประเมินความเสี่ยงทั้งหมด 6 ด้าน ดังนี้

7.1 ความเสี่ยงด้านตลาด (Market Risk)

เนื่องจากภาพรวมของธุรกิจร้านนั่ง 24 ชั่วโมงที่มีการขายกาแฟ หรือเครื่องดื่มอื่นๆ รวมอยู่ในร้านด้วยนั้น ในขณะนี้มีการแข่งขันที่สูง เพราะเกิดคู่แข่งรายใหม่เป็นจำนวนมาก เนื่องมาจาก การเข้ามาในตลาดไม่มีอุปสรรคทำให้เข้ามาได้ง่าย รวมไปถึงร้านกาแฟดังอย่าง สตาร์บัค ก็มีการหันมาเปิดร้านที่เป็น 24 ชั่วโมงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นร้านที่มีความแข็งแกร่งทางด้านแบรนด์อย่างมาก และได้ยึดครองทำเลที่ตั้งที่ดี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจนี้ จึงอาจส่งผลทำให้ลูกค้าเลือกไปใช้บริการของคู่แข่งได้ง่าย เพราะไม่มี **Switching cost** และการมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่ายกว่าจะทำให้ดึงดูดลูกค้าได้ดีกว่าอีกด้วย

ดังนั้นการจะอยู่รอดในธุรกิจร้านนั่ง 24 ชั่วโมงของร้านคือการใช้คุณค่าของการบริการที่แตกต่างให้กับลูกค้า นั่นคือการเป็นร้านนั่ง 24 ชั่วโมงที่มีการบริการทางด้านอุปกรณ์แบบครบวงจร (One stop service) เช่น ปริ้นเตอร์ wifi ไวท์บอร์ด เป็นต้น รวมไปถึงบริการทางด้านสถานที่ ที่สามารถนั่งทำงาน ทำรายงานได้นาน โดยไม่โดนไล่ และมีเครื่องดื่ม อาหารว่างคอยบริการอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการจัดทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์หรือ CRM เพื่อคงไว้ซึ่งฐานลูกค้าเดิม และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายดังที่กล่าวไว้ในบทที่ 3 เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ เป็นต้น

7.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

รายได้หลักของทางร้าน มาจาก 2 ส่วนคือ รายได้จากการขายเครื่องดื่มและอาหารว่าง ส่วนที่สองมาจากค่าใช้สอยอุปกรณ์ เช่น ปรีนเตอร์ การถ่ายเอกสาร เป็นต้น ซึ่งการรับชำระค่าบริการต่าง ๆ นั้นจะเป็นรูปของเงินสดทั้งหมด ไม่มีการให้เครดิต ดังนั้นการเกิดหนี้สูญจึงเป็นไปได้ยาก จึงมีความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำมาก

7.3 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

เนื่องจากอาจเกิดสถานการณ์ที่ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักคือ นักศึกษา ซึ่งจะมีช่วงปิดเทอม ทำให้ยอดขายที่ประมาณการไว้ไม่ได้ตามเป้าหมาย และอาจเกิดจากสาเหตุอื่นอีก เช่น สภาพภูมิอากาศ เช่น ช่วงหน้าฝน ที่จะมีลูกค้ามาใช้บริการน้อยกว่าปกติ หรืออาจจะเป็นสถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่สงบ รวมไปถึงเศรษฐกิจที่ตกต่ำลง ทำให้ลูกค้าไม่มีกำลังซื้อหรือเกิดความไม่สะดวกในการมาใช้บริการ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้ ยอดขายที่วางไว้ลดลงได้ ดังนั้นจึงอาจก่อให้เกิดปัญหาในเรื่องของสภาพคล่อง เนื่องจากรายรับน้อยกว่ารายจ่าย เพราะมีรายจ่ายประจำที่ต้องจ่ายทุกเดือนแม้ว่ารายรับจะลดลงก็ตาม เช่น ด้านสถานที่ ค่าจ้างพนักงาน หรือค่าไฟ ค่าน้ำ เป็นต้น

ดังนั้นในการจัดการความเสี่ยงทางร้านจึงต้องมีการกำหนดจำนวนเงินสดในงบกระแสเงินสดไว้ล่วงหน้าและจัดทำวงเงินเบิกเกินบัญชีกับทางสถาบันทางการเงินไว้ล่วงหน้า เป็นต้น เพื่อรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ และทำให้ทางร้านสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

7.4 ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk)

ความเสี่ยงด้านเครดิตอยู่ในระดับต่ำมาก จากที่กล่าวไว้ในหัวข้อความเสี่ยงด้านการเงิน เนื่องจากรายรับของทางร้านจะเป็นในรูปของเงินสด 100% จึงไม่มีความเสี่ยงในเรื่องของคู่สัญญาที่ไม่ปฏิบัติตามภาระผูกพันในการซื้อขาย กล่าวคือ จะต้องชำระค่าสินค้าและบริการทันทีที่ใช้บริการ

7.5 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)

เนื่องจากธุรกิจการร้านนั่ง 24 ชั่วโมงนั้นหัวใจหลักคือการทำให้บริการ ดังนั้นในเรื่องของพนักงานจึงมีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งความเสี่ยงจากเรื่องพนักงานคือการลาออก เพราะถ้าหากลูกค้าที่ประทับใจในตัวพนักงาน แต่พนักงานคนนั้นลาออกไป ก็อาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการของลูกค้าในอนาคต รวมถึงถ้าพนักงานคนใดคนหนึ่งลาออกจะส่งผลกระทบต่อพนักงานที่เหลือในการทำหน้าที่ในตำแหน่งที่ว่างแทน ซึ่งพนักงานที่อยู่ตำแหน่งอื่นอาจจะไม่ทราบวิธีการทำงาน เช่น ไม่ทราบวิธีใช้เครื่องถ่ายเอกสาร ไม่ทราบอัตราส่วนในการทำเครื่องดื่ม เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้จึงอาจจะเกิดขึ้นได้

ดังนั้นวิธีการแก้ไขความเสี่ยงมีดังต่อไปนี้มีการหมุนเวียนการทำงานเพื่อพัฒนาทักษะ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานแทนกันได้ ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตามและจะจัดทำคู่มือสำหรับวิธีการชงเครื่องดื่ม บอกรัตราส่วนและปริมาณที่ใช้ในการชง การใช้งานอุปกรณ์ เช่น เครื่องถ่ายเอกสารด้วย เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถทำงานแทนกันได้ และจัดทดสอบความสามารถในตำแหน่งต่างๆเดือนละ 1 ครั้ง

รวมถึงจะมีการกำหนดหน้าที่ในการทำงานที่ชัดเจน เพื่อพนักงานจะได้ทราบถึงเป้าหมายในการทำงาน และกำหนดเวลาเข้ากะให้เหมาะสม ซึ่งในช่วงเวลากลางคืน พนักงานยังคงต้องมีความตื่นตัวและพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ และจะจัดให้มีการอบรมพนักงานเพื่อให้พร้อมสำหรับการบริการ

ทางร้านจะกำหนดระเบียบการทำงานและการลาออกซึ่งต้องมีการแจ้งล่วงหน้า 1 เดือน หรือหากสามารถแนะนำพนักงานคนใหม่มาได้ จะสามารถแจ้งล่วงหน้าได้ 20 วัน รวมถึงสร้างสวัสดิการเพื่อเป็นการจูงใจพนักงานให้ทำงานอย่างมีความสุข

นอกจากความเสี่ยงในเรื่องพนักงานแล้วยังมีความเสี่ยงในเรื่องของความปลอดภัยของลูกค้าและพนักงานเพราะร้านเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ดังนั้นจึงต้องเลือกทำเลที่ตั้งร้าน ที่ไม่อยู่ในซอยลึก ควรอยู่ติดถนน และทางร้านจะเปิดไฟหน้าร้านและข้างร้านตลอดทั้งคืน พร้อมทั้งติดกล้องวงจรปิด ทั้งในร้านและนอกร้าน เมื่อมีเหตุการณ์ใดๆจะได้สามารถติดตามตัวผู้ที่เกี่ยวข้องได้ หรือมีเจ้าหน้าที่ และมีการเตรียมชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้น ถึงดับเพลิงเพื่อใช้ช่วยเหลือยามฉุกเฉิน โดยจะมีการอบรมวิธีใช้งานให้กับพนักงาน จัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพของยาและเติมน้ำยาดับเพลิงเมื่อถึงวันครบกำหนด รวมไปถึงการติดเบอร์โทรศัพท์ของสถานีตำรวจในท้องที่ทั้งในร้านและนอกร้านด้วย

ความเสี่ยงในหัวข้อนี้ยังรวมไปถึงเรื่องของลูกค้าไม่หมุนเวียน เนื่องจากเป็นร้านที่ให้บริการในด้านสถานที่สามารถนั่งทำรายงาน อ่านหนังสือได้ โดยมีwifi และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ จึงมีโอกาสที่ลูกค้าจะไม่หมุนเวียนและสูญเสียลูกค้าใหม่ที่จะเข้าร้านเพราะร้านเต็มได้

ดังนั้นจุดนี้ทางร้านจะมีการกำหนดโซนเพื่อจัดสรรเฉพาะพื้นที่บางส่วนของร้านไว้สำหรับสามารถนั่งทำงานได้ และส่วนนี้ตัวเก้าอี้จะไม่ใช่เก้าอี้ที่มีพนักพิงหรือที่นั่งจะไม่เลือกใช้เบาะที่มีความนุ่ม เพื่อเป็นการลดความสามารถของลูกค้าที่จะนั่งนาน เป็นต้น

7.6 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

ความเสี่ยงในด้านนี้เกิดจากการบริหารงานที่ไม่เป็นไปตามแผนการ สำหรับธุรกิจของทางร้านความเสี่ยงที่การนำกลยุทธ์ไปใช้แล้วไม่เป็นไปตามแผน เนื่องจากช่วงเวลานี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลเพราะกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นนักศึกษา ซึ่งมหาวิทยาลัยจะมีช่วงระยะเวลาปิดเทอม ดังนั้นในช่วงนี้ถือเป็น **Low season** สำหรับทางร้าน ถ้าหากทางร้านยังจัดการส่งเสริมการขายกับนักศึกษา ก็อาจจะไม่ได้รับการตอบรับที่ดี

ดังนั้นในการรับมือกับความเสี่ยงของทางร้าน จะมีการมุ่งเป้าไปที่ลูกค้ารองแทน เช่น พนักงานออฟฟิศ โดยจัดทำโปรโมชั่น มีการจัดทำบัตรสมาชิกและสะสมแต้ม เพื่อนำมาแลกเครื่องดื่มฟรีได้ เป็นการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น และยังทำให้เกิดการใช้บริการต่อเนื่องในช่วงเวลาอื่นๆอีกด้วย

บรรณานุกรม

- กระทรวงแรงงาน. *สิทธิหน้าที่ถูกจ้าง*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :
http://www.mol.go.th/employee/interesting_information/4120. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 ธันวาคม 2557).
- กระทรวงแรงงาน. *อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :
http://www.mol.go.th/employee/interesting_information/4131. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 ธันวาคม 2557).
- การศึกษาคุณภาพการนอนหลับและปัจจัยที่สัมพันธ์กับคุณภาพการนอนหลับของนักศึกษา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2553/1751/7/265440_ch2.pdf. (วันที่ค้นข้อมูล : 2 ธันวาคม 2557).
- ธุรกิจร้านกาแฟสด. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.smesmart.com/%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88-%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%9F%E0%B8%AA%E0%B8%94-coffee-shop-business.html>. (วันที่ค้นข้อมูล : 10 พฤศจิกายน 2557).
- ธุรกิจร้านกาแฟไม่ว่าจะเปิดเอง หรือ Franchise ต้องศึกษาข้อมูลกันก่อน เพื่อความรุ่งเรือง. (12 กุมภาพันธ์ 2555). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.smesreport.com/column.php?id=000800>. (วันที่ค้นข้อมูล : 14 ธันวาคม 2557).
- ธุรกิจร้านกาแฟในไทยยังแรง โต 11% แข่งขันกันชิง 7.2 พันล้าน. (3 มกราคม 2557). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.newswit.com/gen/2014-01-03/d98b64521e461e310a1c3bd85c720fc9/>. (วันที่ค้นข้อมูล : 14 ธันวาคม 2557).
- บ้านของคนแต่ละ Gen. (16 กรกฎาคม 2556). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://blog.olx.co.th/realestate>. (วันที่ค้นข้อมูล : 10 พฤศจิกายน 2557).
- มานพ. *ลักษณะของแผนธุรกิจที่ดี*. (15 สิงหาคม 2552). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1173&pageid=4&read=true&count=true. (วันที่ค้นข้อมูล : 8 พฤศจิกายน 2557).

บรรณานุกรม(ต่อ)

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(สิงหาคม 2556).*ถึงเวลาธุรกิจร้านค้าต้องปรับตัว (Start-Up Business)*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :http://startup.ksmecare.com/FileUpload/Editor/DocumentUpload/WebContent/DownloadDoc/%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%9F_Start-Up_Business_summary.pdf. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 พฤศจิกายน 2557).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(ธันวาคม 2556).*ร้าน Hangout 24 ชั่วโมงคอมมูนิตี้สำหรับคนยุคใหม่ (Start-Up Business)*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.ksmestartup.com/FileUpload/Editor/DocumentUpload/WebContent/DownloadDoc/HangOut.pdf>. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 พฤศจิกายน 2557).
- สำนักข้อมูลธุรกิจ. (เมษายน 2557). *ธุรกิจเด่นประจำเดือนมีนาคม 2557*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2557/H26_201403.pdf. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 พฤศจิกายน 2557).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. *สรุปผลเบื้องต้นการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2556*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/socioSum56-6.pdf>. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 พฤศจิกายน 2557).
- 24 ชั่วโมง ยิ่งดี ยิ่งขายดี*. (มกราคม 2551). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.positioningmag.com/content/24>. (วันที่ค้นข้อมูล : 1 ธันวาคม 2557).
- Mega Trend*. (16 มกราคม 2557). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.mktevent.com/mega-trend/>. (วันที่ค้นข้อมูล : 10 พฤศจิกายน 2557).
- PraimpatTrakulchokesatiean. (6 กันยายน 2557). *ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2557*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://thumbsup.in.th/2014/08/thailand-internet-user-profile-2014/>. (วันที่ค้นข้อมูล : 11 ธันวาคม 2557).
- Too Fast to Sleep ร้านกาแฟของคนไม่หลับ ไม่นอน*. (2555). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.positioningmag.com/content/too-fast-sleep>. (วันที่ค้นข้อมูล : 1 ธันวาคม 2557).

บรรณานุกรม(ต่อ)

3rd Place. (12 มิถุนายน 2554). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :<https://sites.google.com/site/happydaysrsu/3rd-place>. (วันที่ค้นข้อมูล : 10 พฤศจิกายน 2557).

