

แผนธุรกิจ Art & Craft Café



ณัชชา พึ่งนุ่ม

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ Art & Craft Cafe

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2567

ณิชชา ฟิ่งนุ่ม

นางสาวณิชชา ฟิ่งนุ่ม
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ นุ่มสาย,
Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,
Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

Volunthi Raanham,

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

สหรัตน์ อารีราษฎร์,

สหรัตน์ อารีราษฎร์,
Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจ Art & Craft Café สามารถประสบความสำเร็จ ได้ดังที่คาดหวัง เพราะได้รับความอนุเคราะห์และสนับสนุนเป็นอย่างดี โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุเทพ นิ่มสาย อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ที่คอยให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการวิเคราะห์ แก้ไขข้อบกพร่องและเสนอแนวทางในการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้

นอกจากนี้ ผู้จัดทำขอขอบคุณคณะอาจารย์ทุกท่านในมหาวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ให้ความรู้แก่ตัวผู้จัดทำ จนสามารถที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ได้อย่างลุล่วง ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้ให้การช่วยเหลือและสนับสนุนตัวผู้จัดทำ คอยให้ข้อเสนอแนะในหลาย ๆ อย่าง และขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้ให้ข้อมูลสำหรับการนำมาวิจัยแผนธุรกิจนี้

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจทำธุรกิจ และหากมีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องประการใด ผู้จัดทำต้องขออภัยเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ณัชชา พึ่งนุ่ม

แผนธุรกิจ Art & Craft Café

BUSINESS PLAN FOR ART & CRAFT CAFE

ณัชชา พึ่งนุ่ม 6550198

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D.,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., สหรัตน์ อารีราษฎร์, Ph.D.

บทคัดย่อ

บริษัท เอ็มเอ็มซี จำกัด เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นภายใต้แนวความคิดที่ต้องการประกอบธุรกิจ Art & Craft Café เนื่องจากมองเห็นแนวโน้มของธุรกิจ Cafe ที่มีอัตราการเติบโตและการแข่งขันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลาด ภายใต้ร้าน MY.MUSES Café ซึ่งเป็น Café ที่สร้างความแตกต่างจากธุรกิจ Cafe ทั่วไป ด้วยการนำกิจกรรมศิลปะต่าง ๆ เข้ามาร่วมในร้าน เพื่อให้ผู้บริโภคได้ดื่มด่ำไปกับบรรยากาศที่เต็มไปด้วยจินตนาการและแรงบันดาลใจ เมื่อมาเยือน ณ ที่ MY.MUSES Café

บริษัทฯ ใช้เงินลงทุนที่เกิดจากการรวมหุ้นและกู้ธนาคาร ทั้งหมด 6,000,000 บาท ในระยะเวลาโครงการ 5 ปี สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 19,898,454 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 122.39% มีระยะเวลาคืนทุน (PB) ประมาณ 11 เดือน และมีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (DPB) 1 ปี 1 เดือน ซึ่งแสดงให้เห็นธุรกิจนี้มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ/ ธุรกิจ Art & Craft Café

123 หน้า

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของหัวข้อวิจัย	1
1.2 การเติบโตของธุรกิจ	2
1.3 รายละเอียดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์	2
1.4 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของธุรกิจ	3
1.4.1 วิสัยทัศน์ (Vision)	3
1.4.2 พันธกิจ (Mission)	3
1.4.3 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)	4
1.5 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model)	4
1.5.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer Segments)	5
1.5.2 คุณค่าของธุรกิจ (Value Proposition)	5
1.5.3 ช่องทาง (Channels)	6
1.5.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)	6
1.5.5 รายได้ของธุรกิจ (Revenue Streams)	6
1.5.6 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)	6
1.5.7 กิจกรรมหลัก (Key Activities)	7
1.5.8 พันธมิตรหลัก (Key Partners)	7
1.5.9 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	7
1.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force Analysis)	8
1.6.1 แรงผลักดันที่ 1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)	8
1.6.2 แรงผลักดันที่ 2 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Buyer Bargain Power)	9

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
1.6.3 แรงผลักดันที่ 3 อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier Bargain Power)	9
1.6.4 แรงผลักดันที่ 4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitution)	9
1.6.5 แรงผลักดันที่ 5 ภัยคุกคามจากผู้แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)	9
1.7 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	9
1.7.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน - จุดแข็ง	9
1.7.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดอ่อน	10
1.7.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – โอกาส	11
1.7.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก - อุปสรรค	11
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2 ข้อมูลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	12
2.1 การสำรวจและวิจัยตลาด	12
2.1.1 กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่าง	12
2.1.2 ประเภทการวิจัย	13
2.1.3 วิธีการเก็บข้อมูล	13
2.1.4 วิธีการประมวลผลการวิจัย	13
2.1.5 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย	13
2.2 สรุปผลการศึกษา	14
2.2.1 ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Cafe	14
2.2.2 ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการ Art Workshop	17
2.2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการ	18
2.2.4 ทศคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดธุรกิจ MY.MUSES Cafe	20
2.2.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
บทที่ 3 แผนการตลาด	26
3.1 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง (Competitor and Competition Analysis)	26
3.2 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	41
3.2.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด (Segmentation)	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)	41
3.2.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)	41
3.3 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด	42
3.3.1 กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ (Product & Service)	42
3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	44
3.3.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	48
3.3.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (Promotion)	48
3.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร	50
3.4.1 กลยุทธ์ด้านการจัดการบุคลากร (People)	52
3.4.2 กลยุทธ์ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	52
3.4.3 กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	52
บทที่ 4 แผนการดำเนินงานทางธุรกิจ	54
4.1 สถานที่ตั้ง ภาพจำลองและแผนผังของร้าน	54
4.2 รายละเอียดของธุรกิจ	55
4.3 ระยะเวลาและขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจ และภาพรวมในการดำเนินงาน	55
4.3.1 ขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท	55
4.4 กระบวนการปฏิบัติงาน	57
4.4.1 กระบวนการในการบริการของร้าน	57
4.4.2 กระบวนการในการบริการกรณีรับคำสั่งซื้อผ่าน Delivery Application	58
บทที่ 5 แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร	59
5.1 ข้อมูลทางธุรกิจ	59
5.2 โครงสร้างองค์กร	60
5.3 บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ	60
5.3.1 เจ้าของกิจการ	60
5.3.2 ผู้จัดการร้าน	61
5.3.3 พนักงานรับคำสั่งซื้อและคิดเงิน	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3.4 พนักงานในส่วนงานศิลปะ	62
5.3.5 พนักงานช่างเครื่องดัดและพนักงานครัว	63
5.3.6 Social Media Administrator	63
5.3.7 นักบัญชีและการเงิน	63
5.4 การวางแผนกำลังคนและอัตราค่าตอบแทน	64
5.5 การวางแผนพัฒนาทักษะของพนักงาน	65
5.5.1 พนักงานช่างเครื่องดัดและพนักงานครัว	65
5.5.2 พนักงานในส่วน Cafe	65
5.5.3 พนักงานในส่วนงานศิลปะ	65
บทที่ 6 แผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุน	66
6.1 สมมติฐานทางการเงิน	66
6.1.1 สมมติฐานทางการเงิน	66
6.2 โครงสร้างเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และต้นทุนที่เกี่ยวข้อง	67
6.3 การประมาณรายได้และต้นทุน	83
6.4 การประมาณการงบกำไรขาดทุน	99
6.5 การประมาณงบดุล	100
6.6 การประมาณการงบกระแสเงินสด	101
6.7 การประเมินความคุ้มค่าโครงการลงทุน	102
6.7.1 ต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital: WACC)	103
6.7.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV)	103
6.7.3 อัตราผลตอบแทนจากโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)	103
6.7.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	103
6.7.5 ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period)	104
6.7.6 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความคุ้มค่าการลงทุน	104
บทที่ 7 แผนการจัดการความเสี่ยงและแนวทางการรองรับความเสี่ยง	105
7.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	105

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7.2 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน	105
7.2.1 ความเสี่ยงในเรื่องความผิดพลาดของพนักงานในการให้บริการลูกค้า	105
7.2.2 ความเสี่ยงในเรื่องของพนักงานลาออกหรือหยุดงานโดยไม่แจ้งล่วงหน้า	106
7.2.3 ความเสี่ยงในเรื่องการจัดการวัตถุดิบ	106
7.3 ความเสี่ยงด้านการตลาด	107
7.3.1 ความเสี่ยงในเรื่องจำนวนคู่แข่งในตลาดเพิ่มขึ้น	107
7.3.2 ความเสี่ยงในเรื่องการสร้าง Brand Awareness ไม่ประสบผลตามที่ต้องการ	107
7.3.3 ความเสี่ยงในเรื่องลูกค้าไม่กลับมาใช้บริการซ้ำ	108
7.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน	108
7.4.1 ความเสี่ยงต่อสภาพคล่องทางการเงินในกรณีค่าใช้จ่ายสูงเกินที่คาดการณ์	108
7.5 ความเสี่ยงด้านการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ	109
7.5.1 ความเสี่ยงในเรื่องการรักษาคุณภาพของวัตถุดิบ	109
7.6 ข้อจำกัดของแผนธุรกิจ	109
7.6.1 การศึกษาธุรกิจ Art & Craft Café	109
7.6.2 การเก็บแบบสอบถาม	109
7.6.3 การดำเนินงานสถานการณ์จริง	110
7.6.4 การออกแบบโครงสร้างร้านค้า สินค้าและบริการ	110
บรรณานุกรม	111
ภาคผนวก	114
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่องานวิจัย	115
ประวัติผู้วิจัย	123

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	โครงสร้างการวิเคราะห์อุตสาหกรรม	8
2.1	ร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ และใช้บริการธุรกิจ Cafe	19
3.1	รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 1	27
3.2	รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 2	28
3.3	รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 3	29
3.4	รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 4	30
3.5	รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 5	31
3.6	รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 6	32
3.7	รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Cafe ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้านที่ 1	33
3.8	รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Cafe ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้านที่ 2	34
3.9	รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Cafe ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้านที่ 3	35
3.10	รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Cafe ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้านที่ 4	36
3.11	รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Cafe ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้านที่ 5	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
3.12 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Cafe ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้านที่ 6	38
3.13 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Cafe ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้านที่ 7	39
3.14 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Cafe ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้านที่ 8	40
3.15 ราคาเครื่องดื่มของร้าน MY.MUSES Cafe	45
3.16 ราคาอาหารและของหวานของร้าน MY.MUSES Cafe	46
3.17 ราคาการให้บริการโซน D.I.Y ของร้าน MY.MUSES Cafe	47
3.18 ราคาการให้บริการโซน Workshop ของร้าน MY.MUSES Cafe	47
3.19 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาด ปีที่ 1	50
3.20 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาด ปีที่ 2 และ ปีที่ 3	51
3.21 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาด ปีที่ 4 และ ปีที่ 5	51
4.1 แสดงระยะเวลาและขั้นตอนของภาพรวมการดำเนินงาน	56
4.2 กระบวนการในการบริการของร้าน MY. MUSES Cafe	57
4.3 แสดงกระบวนการในการบริการกรณีรับคำสั่งซื้อผ่าน Delivery Application	58
5.1 สัดส่วนของการถือหุ้นบริษัท เอ็มเอ็มซี จำกัด	59
5.2 การวางแผนกำลังคนและอัตราค่าตอบแทน	64
6.1 สมมติฐานทางการเงินของบริษัท เอ็มเอ็มซี จำกัด	66
6.2 แหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ	67
6.3 โครงสร้างสัดส่วนผู้ถือหุ้นบริษัท เอ็มเอ็มซี จำกัด	67
6.4 เงินลงทุนเริ่มต้นกิจการ (ณ ปีที่ 0)	67
6.5 ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการเสื่อมราคา	68
6.6 การคำนวณค่าเสื่อมราคาในแต่ละปี	69
6.7 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	70
6.8 ต้นทุนวัตถุดิบเครื่องดื่ม	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
6.9	ต้นทุนวัตถุดิบอาหาร	71
6.10	ต้นทุนวัตถุดิบของหวาน	72
6.11	ต้นทุนวัตถุดิบชุดศิลปะ D.I.Y	73
6.12	ต้นทุนวัตถุดิบกิจกรรม Workshop	76
6.13	ราคาค่าต้นทุนและราคาขายเครื่องดื่ม	78
6.14	ราคาค่าต้นทุนและราคาขายอาหาร	81
6.15	ราคาค่าต้นทุนและราคาขายของหวาน	82
6.16	ราคาค่าต้นทุนและราคาขายชุดศิลปะ D.I.Y	83
6.17	ราคาค่าต้นทุนและราคาเข้าร่วมกิจกรรม Workshop	83
6.18	การประมาณยอดขายการจำหน่ายเครื่องดื่มผ่านหน้าร้าน	84
6.19	การประมาณยอดขายการจำหน่ายเครื่องดื่มผ่าน food delivery app	87
6.20	การประมาณยอดขายการจำหน่ายอาหารผ่านหน้าร้าน	90
6.21	การประมาณยอดขายการจำหน่ายอาหารผ่าน food delivery app	90
6.22	การประมาณยอดขายการจำหน่ายของหวานผ่านหน้าร้าน	91
6.23	การประมาณยอดขายการจำหน่ายของหวานผ่าน food delivery app	92
6.24	การประมาณยอดขายการให้บริการ โชน D.I.Y	93
6.25	การประมาณยอดขายการให้บริการกิจกรรม Workshop	93
6.26	การประมาณการต้นทุนเครื่องดื่ม	93
6.27	การประมาณการต้นทุนอาหาร	96
6.28	การประมาณการต้นทุนของหวาน	97
6.29	การประมาณการต้นทุน โชนศิลปะ D.I.Y	98
6.30	การประมาณการต้นทุนกิจกรรม Workshop	98
6.31	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	98
6.32	ต้นทุนการดำเนินงาน	99
6.33	การประมาณการงบกำไรขาดทุน	99
6.34	การประมาณการงบดุล	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
6.35	การประมาณการงบกระแสเงินสด	101
6.36	การประเมินความคุ้มค่าโครงการลงทุน	103



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แนวโน้มธุรกิจประเภทการบริการด้านเครื่องคั้ที่ไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลัก	2
1.2 ตราสินค้าของร้าน MY.MUSES Café	3
1.3 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model) ของร้าน MY.MUSES Café	5
2.1 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของการเคยใช้บริการร้าน Cafe	14
2.2 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของจำนวนครั้งในการเข้า Café ใน 1 เดือน	14
2.3 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของจำนวนครั้งในการเข้า Café ซ้ำที่เดิม ใน 1 เดือน	15
2.4 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของเหตุผลในการเข้า Café ซ้ำที่เดิม	15
2.5 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของจำนวนคนในการเข้า Café แต่ละครั้ง	15
2.6 การแสดงจำนวนการเลือกเหตุผลในการเข้า Café	16
2.7 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของช่วงเวลาที่เข้า Café	16
2.8 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของระยะเวลาที่เข้า Café ในแต่ละครั้ง	16
2.9 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของประเภทเครื่องคั้	17
2.10 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของค่าใช้จ่ายต่อครั้ง เมื่อเข้า Cafe	17
2.11 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม Art Workshop	17
2.12 การแสดงจำนวนการเลือก Art Workshop ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ	18
2.13 การแสดงจำนวนการเลือกช่วงเวลาในการเข้าร่วม Art Workshop	18
2.14 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของผู้ที่สนใจใช้บริการ MY.MUSES Café	21
2.15 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของสไตล์การออกแบบร้านที่สนใจ	21
2.16 การแสดงจำนวนการเลือกบริการที่ต้องการให้มีในร้าน	22
2.17 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของราคาเครื่องคั้ที่เหมาะสม	22
2.18 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของราคาของหวานที่เหมาะสม	23
2.19 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของราคาการให้บริการ โชน D.I.Y ที่เหมาะสม	23
2.20 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของราคาการให้บริการ โชน Workshop ที่เหมาะสม	23
2.21 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม	24
2.22 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	24

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
2.23	การแสดงสัดส่วนคำร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
2.24	การแสดงสัดส่วนคำร้อยละอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
2.25	การแสดงสัดส่วนคำร้อยละรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
3.1	แสดงการวางตำแหน่งทางธุรกิจของร้าน MY.MUSES Café	42
3.2	ตัวอย่างเครื่องดื่ม อาหาร และของหวานในร้าน MY.MUSES Café	43
3.3	ตัวอย่างอุปกรณ์ศิลปะ และการตกแต่งโซน D.I.Y ในร้าน MY.MUSES Café	43
3.4	ตารางกิจกรรม Workshop ในร้าน MY.MUSES Café	44
3.5	ตราสินค้าของร้าน MY.MUSES Café	53
3.6	ตัวอย่างจำลองรูปแบบของร้าน MY.MUSES Café	53
4.1	แผนที่จัดตั้งร้านและภาพตัวอย่างจำลองรูปแบบของร้าน MY.MUSES Café	54
4.2	แผนผังของร้าน MY.MUSES Café	55
5.1	โครงสร้างองค์กรของร้าน MY.MUSES Café	60

บทที่ 1

บทนำ

บทนี้กล่าวถึงการวิเคราะห์แนวโน้มที่นำไปสู่โอกาสและความสำคัญของธุรกิจ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายในการทำธุรกิจ และตัวแบบธุรกิจขึ้น Business Model Canvas ซึ่งจะสามารถวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force Analysis) และการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) ดังต่อไปนี้

1.1 ความสำคัญและที่มาของหัวข้อวิจัย

ธุรกิจกลุ่มบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะกลุ่มกาแฟ เบเกอรี่ ยังเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโต เนื่องจากได้รับปัจจัยบวกจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ทำให้ผู้ซื้อมีความมั่นใจที่จะใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น รวมถึงพฤติกรรมของคนยุคใหม่มีการใช้ชีวิตนอกบ้านมากขึ้น ซึ่งทาง Informa Markets in Thailand ได้ประมาณการมูลค่ารวมของธุรกิจกลุ่มบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม ในปี 2566 ธุรกิจร้านอาหารยังมีมูลค่ารวมมาเป็นอันดับ 1 อยู่ที่ประมาณ 4.25 แสนล้านบาท (ไม่รวมธุรกิจผับบาร์) ส่วนตลาดรวมของธุรกิจเบเกอรี่ อยู่ที่ประมาณ 38,000 ล้านบาท ซึ่งมูลค่าเหล่านี้จะส่งผลให้ธุรกิจกลุ่มนี้เป็นที่ดึงดูดต่อนักลงทุนทั้งชาวไทยและต่างชาติ ทำให้มีร้าน Café เปิดมากขึ้น และมีการแข่งขันในตลาดอย่างคึกคัก นอกจากนี้พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเริ่มมีเทรนด์การท่องเที่ยวที่เรียกว่า Café Hopping เป็นพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่มักจะตระเวนไปตามร้าน Café ต่าง ๆ เพื่อ Check in ถ่ายรูป แล้วโพสต์รูปลง Social media ซึ่งเป็นการทำการตลาดทางอ้อมให้กับธุรกิจในฐานะลูกค้าตัวจริง ทำให้ร้าน Café เปิดใหม่ต่าง ๆ ได้รับการสนใจมากขึ้น แต่พฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มนี้จะมาใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง แล้วจากนั้นก็ตระเวนไปร้านอื่น ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ จึงเกิดเป็นการแข่งขันที่สูงสำหรับตลาด Café

ดังนั้นหากจะทำให้ธุรกิจ Café สามารถต่อสู้กับการแข่งขันที่คึกคัก เพื่อให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง เจ้าของกิจการจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าและทำให้กลายเป็นลูกค้าประจำของร้าน โดยผู้วิจัยมองเห็นโอกาสของธุรกิจในด้านกิจกรรมการสอนศิลปะมีแนวโน้มสูงขึ้น จึงได้ศึกษาทำแผนธุรกิจ Café ที่เพิ่มกิจกรรมการสอนศิลปะเข้ามาเป็นเอกลักษณ์ในร้าน เพื่อดึงดูดความสนใจแก่กลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน (Dataxet Limited, 2023)

1.2 การเติบโตของธุรกิจ

ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ระบุว่า ในปี 2567 ธุรกิจประเภทการบริการด้านเครื่องดื่มน้ำที่ไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลักในร้าน ในจังหวัดนนทบุรี มีจำนวนนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่เพิ่มขึ้นประมาณ 21.05 % จากปี 2565 และมีอัตราเฉลี่ยการอยู่รอดของธุรกิจ ประมาณ 89.20 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งแสดงให้เห็นการแข่งขันของตลาดที่กำลังเพิ่มมากขึ้น (Datawarehouse ,2567)

ประเภทธุรกิจ : 56302 การบริการด้านเครื่องดื่มน้ำที่ไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลักในร้าน

ข้อมูลนิติบุคคล (ณ วันที่ 8 ม.ค. 67)



ภาพที่ 1.1 แนวโน้มธุรกิจประเภทการบริการด้านเครื่องดื่มน้ำที่ไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลัก ที่มา : datawarehouse (2567)

1.3 รายละเอียดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์

MY.MUSES Café ผสมผสานระหว่างศิลปะและ Café เข้าไว้ด้วยกัน โดยการตกแต่งร้านจะเป็นสไตล์มินิมอล โทนสีที่เป็นสีขาว สีส้มและสีฟ้า แล้วตกแต่งด้วยภาพวาดการ์ตูนมาสร้างบรรยากาศและจินตนาการ มีพื้นที่ให้บริการ 2 ชั้น พร้อมพื้นที่ Outdoor เป็นสวนขนาดกลาง เปิดทุกวัน เริ่มต้นตั้งแต่ 09.00 น. – 18.30 น. โดยร้านแบ่งออกเป็น 3 โซน คือ โซน Café โซน D.I.Y Art & Craft และ โซน Art & Craft Workshop ในส่วนผลิตภัณฑ์และบริการของร้าน มีอยู่ด้วยกัน 4 ประเภทคือ เครื่องดื่ม ขนมทานเล่น โซนD.I.Y ศิลปะ และ กิจกรรม Workshop โดยเครื่องดื่มจะแบ่งเป็นเครื่องดื่มที่มีกาแฟจะใช้เมล็ดกาแฟจากของ BonCafé และเครื่องดื่มที่ไม่มีกาแฟ อาทิ เช่น ชาเขียว

โกโก้ จะใช้ช็อคที่มีคุณภาพอย่างช็อค Matchazuki ในส่วนขนมทานเล่นจะเป็น โดนัทโฮมเมทสูตรพิเศษของทางร้าน ในส่วนของโซน D.I.Y ศิลปะ จะจัดเป็นบุฟเฟ่ต์บาร์ศิลปะ มีอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ลูกค้าเลือกใช้ โดยอ้างอิงจากกิจกรรม Workshop ที่ร้านเปิดสอนในแต่ละเดือน แต่จะเป็นรูปแบบง่ายๆ ที่ลูกค้าทำได้เองในช่วงระหว่างอยู่ในร้าน ส่วนกิจกรรม Workshop ทางร้านจะมีการปรับเปลี่ยนไปในแต่ละเดือนเพื่อเพิ่มจำนวนการกลับมาของลูกค้า อาทิ เช่น งานเพนต์สีน้ำ งานแต่งหน้าโดนัท งานแต่งหน้าเค้ก งานทำเครื่องประดับจากดินปั้น เป็นต้น



ภาพที่ 1.2 ตราสินค้าของร้าน MY.MUSES Café

ที่มา Ai generated from Gencraft

1.4 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของธุรกิจ

1.4.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

“จินตนาการและแรงบันดาลใจจะเกิดขึ้นได้ ณ ที่... MY. MUSES Café”

เป็นร้าน Café ที่มุ่งพัฒนาและให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สร้างบรรยากาศที่เต็มไปด้วยจินตนาการและแรงบันดาลใจในทุกครั้งที่มาเยือน

1.4.2 พันธกิจ (Mission)

1.4.2.1 สร้างกิจกรรมที่มีคุณภาพและออกแบบอย่างมีศิลปะ

1.4.2.2 พัฒนาโซน D.I.Y และกิจกรรม Workshop อย่างต่อเนื่อง

1.4.2.3 พัฒนาสินค้าและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความ

ประทับใจให้กับลูกค้า

1.4.3 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)

1.4.3.1 ระยะสั้น (ปีที่ 1)

● สร้างแบรนด์ Café ให้เป็นที่รู้จักในด้านภาพลักษณ์ คุณภาพ บริการ และได้รับการยอมรับจากลูกค้าตามกลุ่มเป้าหมาย

● สร้างมาตรฐานของคุณภาพสินค้าและบริการ และจัดทำบัตรสมาชิกออนไลน์เพื่อสร้างฐานลูกค้าหลัก

● มีรายได้จากการขายในปีแรกมากกว่าเงินลงทุน

1.4.3.2 ระยะกลาง (ปีที่ 2-3)

● พัฒนาสินค้าและบริการให้ตามเทรนด์อยู่เสมอ และรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ

● เพิ่มมูลค่าให้กับกิจกรรม Workshop โดยการ Collaboration กับศิลปินที่กำลังมีชื่อเสียง

● มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 – 10 เปอร์เซ็นต์ต่อปี

1.4.3.3 ระยะยาว (ปีที่ 4-5)

● ปรับปรุงและพัฒนาเมนูให้สร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น เพื่อให้เมนูมีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์

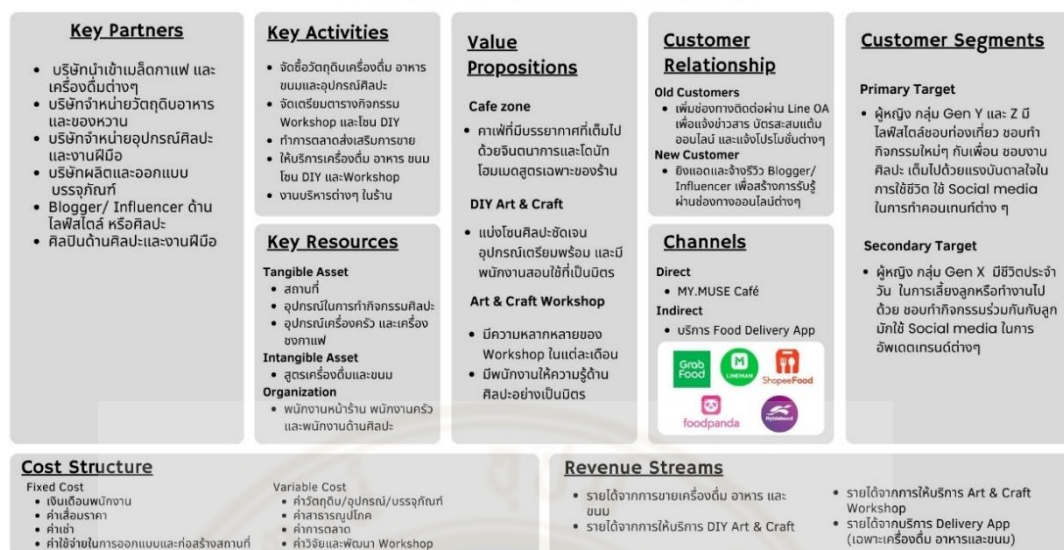
● ปรับปรุงและพัฒนาโซน D.I.Y และกิจกรรม Workshop งานศิลปะให้หลากหลายมากขึ้น โดยการ Collaboration กับแบรนด์ต่าง ๆ

● มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 – 10 เปอร์เซ็นต์ต่อปี

1.5 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model)

ผู้จัดทำได้เลือกใช้ Business model canvas ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยออกแบบธุรกิจผ่านปัจจัยทั้ง 9 ดังนี้

Business Model Canvas



ภาพที่ 1.3 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model) ของร้าน MY.MUSES Café

1.5.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer Segments)

1.5.1.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของธุรกิจ คือ ผู้หญิง กลุ่ม Gen Y และ Gen Z มีกำลังซื้อ 500 บาทขึ้นไปต่อการใช้จ่ายนอกบ้าน 1 ครั้ง มีไลฟ์สไตล์ชอบท่องเที่ยว ชอบทำกิจกรรมใหม่ๆ กับเพื่อน ชอบงานศิลปะ เต็มไปด้วยแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต และใช้สื่อ Social media ในการทำ Content ต่าง ๆ

1.5.1.2 กลุ่มเป้าหมายรองของธุรกิจ คือ ผู้หญิง กลุ่ม Gen X มีกำลังซื้อ 1,000 บาทขึ้นไปต่อการใช้จ่ายนอกบ้าน 1 ครั้ง มีชีวิตประจำวันในการเลี้ยงลูก ดูแลครอบครัว หรือทำงาน ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับลูกและครอบครัว มีไลฟ์สไตล์ในการเข้า Café ชอบงานศิลปะ ชอบเข้านิทรรศการศิลปะต่าง ๆ สนใจกิจกรรมทางด้านศิลปะหลายรูปแบบ ชอบเรียนรู้ มีจินตนาการและเต็มไปด้วยแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต และใช้สื่อ Social media ในการทำ Content ต่าง ๆ

1.5.2 คุณค่าของธุรกิจ (Value Proposition)

สิ่งที่ธุรกิจจะส่งมอบให้กับลูกค้า มีดังนี้

1.5.2.1 เป็น Café ที่มีบรรยากาศเต็มไปด้วยจินตนาการและแรงบันดาลใจ

1.5.2.2 ของหวานที่เป็นเอกลักษณ์ คือ โคนัท โสมเมคสูตรเฉพาะของร้าน

1.5.2.3 แบ่งพื้นที่ในร้านอย่างชัดเจน โชนศิลปะมีอุปกรณ์เตรียมพร้อม

1.5.2.4 พนักงานในโชนศิลปะมีความรู้ด้านศิลปะและบริการที่เป็นมิตร

1.5.2.5 มีการจัดตาราง Workshop ในแต่ละเดือน สร้างสรรค์ Workshop
ที่มีความหลากหลาย

1.5.3 ช่องทาง (Channels)

1.5.3.1 ให้บริการผ่านหน้าร้าน โดย MY.MUSES Café จะตั้งอยู่ที่ ถ.นคร
อินทร์ บางขุนกอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

1.5.3.2 ให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ Food delivery application ด้วย
ระบบ Lineman, Grap, Shopee food, Food panda และ Robinhood

1.5.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)

1.5.4.1 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่า โดยการเพิ่มช่องทางติดต่อผ่าน
Line Official เพื่อแจ้งข่าวสาร บัตรสะสมแต้มออนไลน์ และแจ้งโปรโมชั่นต่างๆ

1.5.4.1 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าใหม่ โดยการเพิ่มทำโฆษณาผ่านสื่อ
ออนไลน์ และการรีวิวร้านผ่าน Influencer เพื่อเพิ่มการมองเห็นไปยังกลุ่มเป้าหมาย

1.5.5 รายได้ของธุรกิจ (Revenue Streams)

1.5.5.1 รายได้ 100 เปอร์เซ็นต์ จากการขายเครื่องดื่ม อาหาร และของ
หวาน

1.5.5.2 รายได้ 100 เปอร์เซ็นต์ จากการให้บริการโซน D.I.Y.

1.5.5.3 รายได้ 100 เปอร์เซ็นต์ จากการให้บริการโซน Workshop

1.5.5.4 รายได้ 65 - 60 เปอร์เซ็นต์ จากการขายเครื่องดื่ม อาหาร และของ
หวาน ผ่านช่องทางออนไลน์ Food delivery application

1.5.6 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

ทรัพยากรหลักของร้านที่ใช้ในการบริหารแผนธุรกิจ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.5.6.1 สินทรัพย์มีตัวตน (Tangible Asset)

- สถานที่
- อุปกรณ์ในการทำกิจกรรมศิลปะ
- อุปกรณ์เครื่องครัว และเครื่องชงกาแฟ

1.5.6.1 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (Intangible Asset)

- สูตรเครื่องดื่ม อาหาร และของหวาน

1.5.6.3 องค์กร (Organization)

- พนักงานรับคำสั่งซื้อ พนักงานครัว และพนักงานด้านศิลปะ

1.5.7 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

กิจกรรมหลักของ MY.MUSES Cafe คือ การให้บริการเครื่องดื่ม ขนมทานเล่น โชน D.I.Y. และกิจกรรม Workshop ที่รักษามาตรฐาน รวมถึงการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมธุรกิจ โดยการดำเนินงานของทุกแผนกต้องมีความสัมพันธ์กัน เพื่อให้กิจการเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.5.8 พันธมิตรหลัก (Key Partners)

พันธมิตรหลักของธุรกิจ ได้แก่

- 1.5.8.1 บริษัทนำเข้าเมล็ดกาแฟ BonCafé เนื่องจากทางร้านต้องการเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพ
- 1.5.8.2 บริษัทนำเข้าชาเขียวและโกโก้ Matchazuki เนื่องจากทางร้านต้องการวัตถุดิบที่มีคุณภาพ
- 1.5.8.3 บริษัทจำหน่ายวัตถุดิบอาหาร และของหวาน
- 1.5.8.4 บริษัทจำหน่ายอุปกรณ์งานศิลปะและงานฝีมือ เนื่องจากทางร้านต้องการจัดทำโชน D.I.Y และกิจกรรม Workshop
- 1.5.8.5 บริษัทรับออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากธุรกิจจำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของร้าน
- 1.5.8.6 Blogger/ Influencer ด้านไลฟ์สไตล์ หรือศิลปะ เนื่องจากธุรกิจต้องการสร้างการมองเห็นในกลุ่มเป้าหมาย
- 1.5.8.7 ศิลปินด้านศิลปะและงานฝีมือ เนื่องจากในปี 2 – 5 ธุรกิจต้องการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ผ่านการทำ Collaboration

1.5.9 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ต้นทุนทั้งหมดที่ใช้ในการบริหารแผนธุรกิจแบ่งได้ 2 ส่วน ดังนี้

1.5.9.1 ต้นทุนคงที่ (Fixed cost)

- เงินเดือนพนักงาน
- ค่าเสื่อมราคา

- ค่าเช่าที่ดิน
- ค่าใช้จ่ายในการออกแบบและก่อสร้างสถานที่

1.5.9.2 ต้นทุนผันแปร (variable cost)

- ค่าวัตถุดิบ/อุปกรณ์/บรรจุภัณฑ์
- ค่าสาธารณูปโภค
- ค่าการตลาด
- ค่าวิจัยและพัฒนา Workshop

1.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force Analysis)

การแข่งขันของอุตสาหกรรม Café ในภาพรวม สามารถวิเคราะห์โดยอาศัยแรงผลักดันทั้ง 5 แรง ดังนี้

ตารางที่ 1.1 โครงสร้างการวิเคราะห์อุตสาหกรรม

แรงผลักดัน	ระดับผลกระทบของธุรกิจ	ผลกระทบของธุรกิจ
การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)	สูง	+
อำนาจต่อรองของลูกค้า (Buyer Bargain Power)	สูง	-
อำนาจต่อรองของผู้ส่งวัตถุดิบ (Supplier Bargain Power)	ต่ำ	+
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitution)	สูง	-
ภัยคุกคามจากผู้แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)	ต่ำ	+

1.6.1 แรงผลักดันที่ 1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)

ในพื้นที่มีธุรกิจร้าน Café เป็นจำนวนมาก แต่จากการสำรวจภาพรวม ยังไม่พบร้านในรูปแบบ Art & Craft Café ซึ่งทำให้ยังไม่มีการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน จึงยังไม่มี ความรุนแรงของการแข่งขัน ส่งผลกระทบบกับธุรกิจในระดับสูงในด้านบวก

1.6.2 แรงผลักดันที่ 2 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Buyer Bargain Power)

ในพื้นที่มีธุรกิจร้าน Café เป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจระดับสูง และกระทบกับธุรกิจในด้านลบ

1.6.3 แรงผลักดันที่ 3 อำนาจต่อรองของผู้ส่งวัตถุดิบ (Supplier Bargain Power)

วัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ทางร้านใช้มีผู้จำหน่ายหลายรายที่มีคุณภาพและราคาใกล้เคียงกัน ทำให้บริษัทสามารถเปลี่ยนผู้จำหน่ายได้ทุกเมื่อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจในระดับต่ำ แต่จะกระทบกับธุรกิจในด้านบวก

1.6.4 แรงผลักดันที่ 4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitution)

สินค้าทดแทน คือ ร้าน Café ขนาดใหญ่ที่กระจายอยู่ใกล้ตัวเมืองและชุมชน มีความง่ายต่อการเข้าใช้บริการมากกว่า และยังมีโรงเรียนเปิดสอนงานศิลปะและงานฝีมือที่มีให้เลือกหลากหลายและเปิดเต็มเวลา สะดวกกับลูกค้ามากกว่า จึงมีผลกระทบต่อธุรกิจระดับสูง และกระทบกับธุรกิจในด้านลบ

1.6.5 แรงผลักดันที่ 5 ภัยคุกคามจากผู้แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)

ธุรกิจรูปแบบ Art & Craft Café ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก และผู้ประกอบการต้องมีความรู้และเทคนิคศิลปะ ทำให้โอกาสในการเข้ามาทำธุรกิจรูปแบบนี้ของผู้แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาได้ยาก มีผลกระทบต่อธุรกิจระดับต่ำ แต่กระทบกับธุรกิจในด้านบวก

1.7 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

การประเมินภาพรวมของร้าน MY.MUSES Café ทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของร้าน MY.MUSES Café เพื่อเป็นแนวทางสนับสนุนการตัดสินใจในการบริหารจัดการ ดังนี้

1.7.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดแข็ง

1.7.1.1 ด้านการผลิต

- การออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เหมาะแก่การให้บริการและถ่ายรูป

- โชน D.I.Y และกิจกรรม Workshop เป็นการออกแบบเองของทางร้าน จึงมีเอกลักษณ์และความหลากหลาย

- การทำโดนัทโฮมเมด สูตรพิเศษเฉพาะของทางร้าน

1.7.1.2 ด้านการตลาด

- ธุรกิจ Art & Craft Café ของทางร้านมีเอกลักษณ์น่าสนใจ ลูกค้าสามารถดื่มด่ำไปกับบรรยากาศและการตกแต่งที่สวยงาม เหมาะแก่การถ่ายรูปลง Social media

- ทางร้านมีเครื่องดื่มและขนมที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อย ตกแต่งสวยงาม ลูกค้าสามารถถ่ายรูปลง Social media ได้ระหว่างอยู่ในร้าน

- ทางร้านมีกิจกรรมทางด้านศิลปะให้ทำระหว่างนั่งในร้านคนเดียว หรือกับคนรัก เพื่อน และครอบครัว เหมาะแก่การสร้างสัมพันธ์ที่ีระหว่างอยู่ในร้าน

- ทางร้านมีกิจกรรม Workshop ศิลปะที่หลากหลาย เปลี่ยนรูปแบบไปทุกเดือนตามเทรนด์ความนิยมของแต่ละช่วง และมีบริการจองคลาส Workshop ทั้งที่ร้านและออนไลน์ ลูกค้าที่สนใจเข้าร่วมสามารถดูอัปเดตรายการกิจกรรมและเลือกกิจกรรมที่ตนสนใจได้อย่างสะดวก

- ทางร้านมีให้บริการในรูปแบบ Delivery

- สถานที่ตั้งร้านอยู่ติดริมถนนนครินทร์ ลูกค้าสามารถเดินทางมาที่ร้านได้อย่างสะดวก

1.7.1.3 ด้านการเงิน บริษัทมีสภาพคล่องทางการเงิน สามารถนำมาใช้ลงทุนในการพัฒนาปรับปรุงสินค้าใหม่ได้ โดยไม่ต้องเสียดันทุนทางการเงิน เนื่องจากมีการวางแผนด้านการเงินอย่างเหมาะสม

1.7.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดอ่อน

1.7.2.1 ด้านการบริหารจัดการ ทางร้านเป็นร้านที่เพิ่งจัดตั้งใหม่ อาจจะมีปัญหาในการบริหารจัดการ ทั้งในเรื่องของพนักงานและการบริการในช่วงแรก

1.7.2.2 ด้านการตลาด รูปแบบธุรกิจ Art & Craft Café ยังไม่เป็นที่รู้จัก อาจใช้เวลาและเงินทุนในการทำตลาด เพื่อสร้างการมองเห็นและการยอมรับจากลูกค้า

1.7.2.3 ด้านการเงิน เครื่องมือและอุปกรณ์เครื่องทำกาแฟ รวมทั้งอุปกรณ์ทางด้านศิลปะ มีการบำรุงรักษาที่ต้องใช้เวลาและเงินทุน

1.7.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – โอกาส

1.7.3.1 ด้านการตลาด ในพื้นที่ยังไม่มีรูปแบบธุรกิจ Art & Craft Café ซึ่งทำให้ยังไม่มีการแข่งขันในตลาดโดยตรง ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างจุดยืนและเอกลักษณ์ของร้าน เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

1.7.3.2 ด้านการผลิต วัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ทางร้านใช้มีผู้จัดจำหน่ายหลายรายที่มีคุณภาพและราคาใกล้เคียงกัน ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่าย

1.7.3.3 ด้านการบริหารจัดการ แผนธุรกิจรูปแบบ Art & Craft Café ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก และผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความรู้และเทรนด์ศิลปะ ทำให้โอกาสในการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่เข้ามาได้ยาก ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการบริหารจัดการร้าน

1.7.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – อุปสรรค

1.7.4.1 ด้านการตลาด ในพื้นที่มีร้าน Café ที่ตั้งอยู่ใกล้ตัวเมืองและชุมชน มีความง่ายต่อการเข้าถึงมากกว่า ซึ่งเป็นจุดด้อยในการทำการตลาดของธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน พบว่า มีโอกาสในการทำธุรกิจสูง แต่ก็ยังมีอุปสรรคที่ทางร้านจะต้องวางแผนรับมือ โดยทางร้านจะนำจุดแข็งที่มีมาพัฒนาและเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ และแก้ไขพัฒนาจุดอ่อนอยู่เสมอ เพื่อให้สร้างความมั่นใจต่อการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาค้นคว้าวิจัยฉบับนี้เป็นการวางแผนธุรกิจ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ที่ทำให้รู้ภาพรวมในธุรกิจ ช่องทางในการพัฒนาธุรกิจ และช่วยลดความเสี่ยงในการตัดสินใจที่ผิด ดังนั้นผู้ประกอบการที่วางแผนจะทำธุรกิจ Café จะสามารถนำการวิเคราะห์และการวางแผนเกี่ยวกับธุรกิจ Art & Craft Café ไปใช้ประกอบการสนับสนุนในกาตัดสินใจ เพื่อให้ธุรกิจมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น

บทที่ 2

ข้อมูลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวางแผนธุรกิจ MY.MUSES Café จำเป็นต้องศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ โดยศึกษาความต้องการของตลาด เพื่อให้การวางแผนมีประสิทธิภาพและใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจ รวมถึงออกแบบและวางแผนส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยในบทนี้ แบ่งเป็นทั้งหมด 2 ส่วนใหญ่ คือ ส่วนที่ 1 วิธีการวิจัย จะกล่าวถึงวิธีการวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่าง ประเภทการวิจัย การเก็บข้อมูลระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย และสรุปผลการ

2.1 การสำรวจและวิจัยตลาด

ธุรกิจ MY.MUSES Café จัดขึ้นเพื่อจำหน่ายและให้บริการมืออยู่ด้วยกัน 3 โชน คือ โชน Café โชน D.I.Y และ โชน Workshop ดังนั้นการสำรวจในครั้งนี้ จึงวิจัยเกี่ยวกับเครื่องดื่ม อาหารของหวาน และการให้บริการด้านศิลปะ ในการสำรวจและวิจัยตลาดในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่ม อาหาร ของหวาน และการให้บริการด้านศิลปะ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการ MY.MUSES Café ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี และทัศนคติที่มีต่อแนวคิดธุรกิจ Art & Craft Café

2.1.1 กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่าง

อายุระหว่าง 20 - 40 ปี มีพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้าน Café และสนใจด้านศิลปะ โดยอาศัยหรือทำงานในจังหวัดนนทบุรี หรือบริเวณใกล้เคียง จำนวน 150 คน เพื่อศึกษาโอกาสธุรกิจและส่วนประสมผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเป็นการสำรวจแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนด้วยสูตรของ คอแครน (W.G. Cochran) 1977 โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 90% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 5% สัดส่วนของประชากรที่กำหนดคุ่มในการสำรวจครั้งนี้เท่ากับ 0.6 โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2.1.2 ประเภทการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาโอกาสทางธุรกิจ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อและใช้บริการ MY.MUSES Café

2.1.3 วิธีการเก็บข้อมูล

งานวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวม ดังนี้

2.1.3.1 เก็บข้อมูลผ่านการทำแบบสอบถามโดยกลุ่มผู้บริโภคคาเฟ่และไม่มีคาเฟ่ มีพฤติกรรมการใช้ social media อายุระหว่าง 20 - 40 ปี โดยจะเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) จำนวน 150 ชุด เพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ของการสำรวจในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่จะจำหน่าย และการบริการ ลักษณะของแบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการ Art Workshop ในจังหวัดนนทบุรี
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี
- ส่วนที่ 4 ทักษะของผู้บริโภคต่อแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MY.MUSES Café
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1.4 วิธีการประมวลผลการวิจัย

การเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เป็นต้น

2.1.5 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

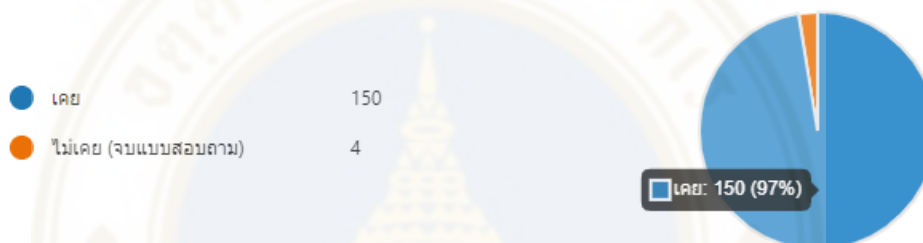
ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลผ่านการทำแบบสอบถามทาง Online ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2567

2.2 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยความเป็นไปได้ของธุรกิจ โดยศึกษาโอกาสทางธุรกิจและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อและใช้บริการ MY.MUSES Café ผลการศึกษาจากการสำรวจกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างจำนวน 154 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

2.2.1 ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี

2.2.1.1 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้าน Café คิดเป็นร้อยละ 97



ภาพที่ 2.1 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของการเคยใช้บริการร้าน Cafe

2.2.1.2 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภคเข้าร้าน Café โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน อยู่ที่ 1 - 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43 ใช้บริการ 3 - 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34 ใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13 และใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.2 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของจำนวนครั้งในการเข้า Café ใน 1 เดือน

2.2.1.3 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภคเข้าร้าน Café ซ้ำที่เดิมโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน อยู่ที่ 2 - 3 ครั้ง

คิดเป็นร้อยละ 66 ไม่เคยใช้บริการซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 24 ใช้บริการซ้ำมากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6 และใช้บริการซ้ำ 4 - 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.3 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของจำนวนครั้งในการเข้า Café ซ้ำที่เดิม ใน 1 เดือน

2.2.1.4 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภคมักเข้าร้าน Café ซ้ำที่เดิม (หากไม่เคยไปซ้ำที่เดิม แล้วเหตุผลอะไรที่จะทำให้เลือกใช้บริการซ้ำได้) คือ ชอบเครื่องดื่ม/ชอบอาหารในร้าน คิดเป็นร้อยละ 59 ใช้บริการซ้ำเพราะชอบบรรยากาศ/การตกแต่งร้าน คิดเป็นร้อยละ 32 ใช้บริการซ้ำเพราะเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 5 และใช้บริการซ้ำเพราะชอบการบริการของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ



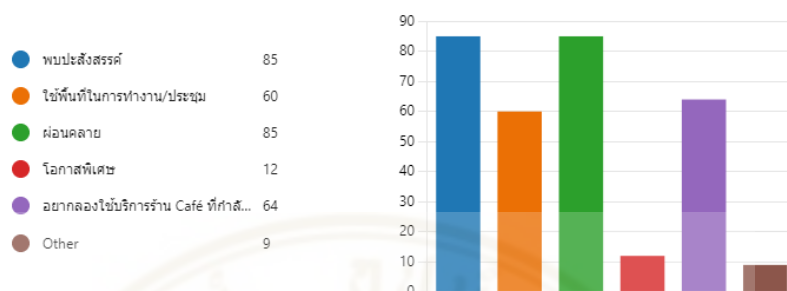
ภาพที่ 2.4 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของเหตุผลในการเข้า Café ซ้ำที่เดิม

2.2.1.5 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภคไป Café ร่วมกับผู้อื่น อยู่ที่จำนวน 2 - 3 คน คิดเป็นร้อยละ 87 อยู่ที่ 4 - 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ไม่เคยไปกับผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 5 และมากกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ



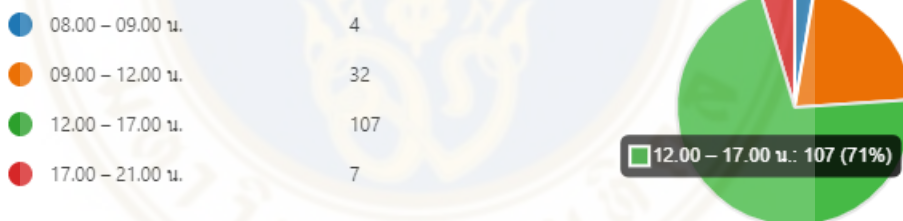
ภาพที่ 2.5 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของจำนวนคนในการเข้า Café แต่ละครั้ง

2.2.1.6 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภครวม 150 คน เข้าร้าน Café เพื่อพบปะสังสรรค์ อยู่ที่ 85 คน เพื่อผ่อนคลาย อยู่ที่ 85 คน เพื่อลองใช้บริการร้าน Café ที่กำลังเป็นที่นิยม อยู่ที่ 64 คน เพื่อใช้พื้นที่ในการทำงาน/ประชุม อยู่ที่ 60 คน เพื่อโอกาสพิเศษ อยู่ที่ 12 คน และอื่น ๆ อยู่ที่ 9 คน ตามลำดับ



ภาพที่ 2.6 การแสดงจำนวนการเลือกเหตุผลในการเข้า Café

2.2.1.7 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภคเข้าร้าน Café โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 12.00 – 17.00น. คิดเป็นร้อยละ 71 ช่วงเวลา 09.00 – 12.00น. คิดเป็นร้อยละ 21 ช่วงเวลา 17.00 – 21.00น. คิดเป็นร้อยละ 5 และช่วงเวลา 08.00 – 09.00น. คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.7 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของช่วงเวลาที่เข้า Café

2.2.1.8 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภคเข้าร้าน Café เวลาโดยเฉลี่ยต่อ 1 ครั้ง อยู่ที่ 1 - 2 ชม. คิดเป็นร้อยละ 50 อยู่ที่ 2 - 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 29 น้อยกว่า 1 ชม. คิดเป็นร้อยละ 20 และมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.8 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของระยะเวลาที่เข้า Café ในแต่ละครั้ง

2.2.1.9 ผลการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภคเลือกเครื่องดื่มประเภทชา/โกโก้/นม คิดเป็นร้อยละ 51 บริโภคกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 47 และน้ำผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

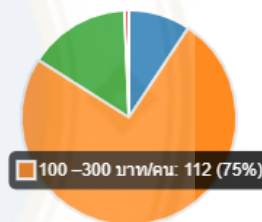
● เครื่องดื่มประเภทชา/โกโก้/นม	76
● กาแฟ	70
● น้ำผลไม้	4
● Other	0



ภาพที่ 2.9 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของประเภทเครื่องดื่ม

2.2.1.10 ผลการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยเฉลี่ย 100 – 300 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 75 เฉลี่ย 301 - 500 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 15 ต่ำกว่า 100 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 9 และมากกว่า 500 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

● ต่ำกว่า 100 บาท/คน	14
● 100-300 บาท/คน	112
● 301-500 บาท/คน	23
● มากกว่า 500 บาท/คน	1

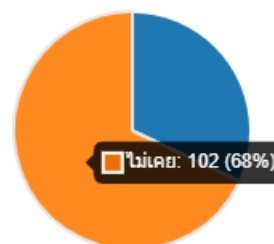


ภาพที่ 2.10 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของค่าใช้จ่ายต่อครั้ง เมื่อเข้า Cafe

2.2.2 ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการ Art Workshop ในจังหวัดนนทบุรี

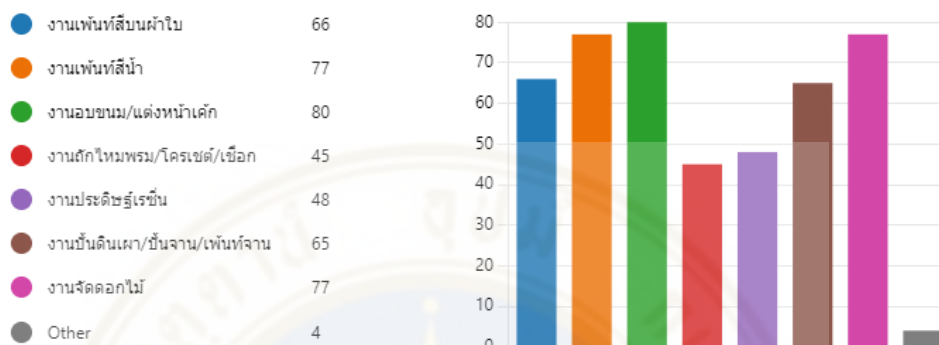
2.2.2.1 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการ Workshop พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยเข้าร่วมกิจกรรม Art Workshop คิดเป็นร้อยละ 32 โดยพบว่ากิจกรรมที่เคยเข้าร่วม คือ งานเพนต์สีบนผ้าใบ วาดรูป ฟ้ามัดย้อม แต่งหน้าเค้ก ทำเรซิน จัดดอกไม้ เป็นต้น และผู้ที่ไม่เคยเข้าร่วม คิดเป็นร้อยละ 68 ตามลำดับ

● เคย	48
● ไม่เคย	102



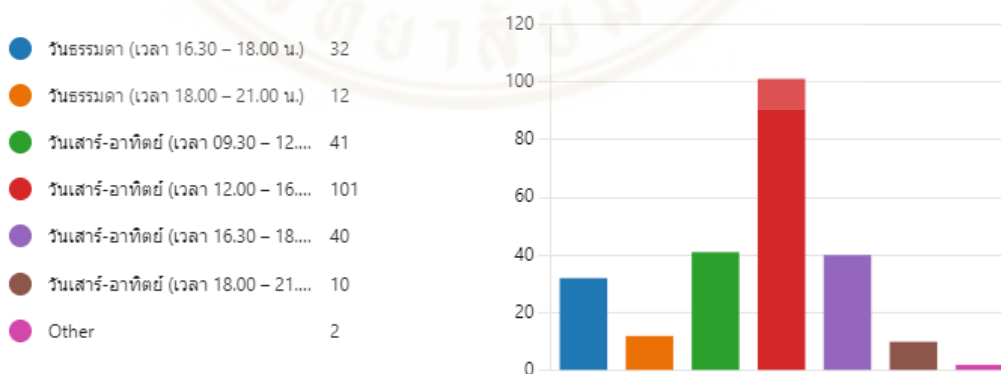
ภาพที่ 2.11 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม Art Workshop

2.2.2.2 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภคจาก 150 คน สนใจกิจกรรม Art Workshop ประเภทงานอบขนม/แต่งหน้าเค้ก อยู่ที่ 80 คน งานจัดดอกไม้ อยู่ที่ 77 คน งานเพนต์สีน้ำ อยู่ที่ 77 คน งานเพนต์สีบนผ้าใบ อยู่ที่ 66 คน งานปั้นดินเผา/ปั้นจาน/เพนต์จาน อยู่ที่ 65 คน งานประดิษฐ์เรซิน อยู่ที่ 48 คน งานถักไหมพรม/โครเชต์/เชือก อยู่ที่ 45 คน และอื่น ๆ 4 คน ตามลำดับ



ภาพที่ 2.12 การแสดงจำนวนการเลือก Art Workshop ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ

2.2.2.3 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café พบว่า ผู้บริโภคจาก 150 คน สนใจเข้าร่วมกิจกรรม Art Workshop ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 12.00 – 16.00น. อยู่ที่ 101 คน วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 09.30 – 12.00น. อยู่ที่ 41 คน เสาร์-อาทิตย์ เวลา 16.30 – 18.00น. อยู่ที่ 40 คน วันธรรมดา เวลา 16.30 – 18.00น. อยู่ที่ 32 คน วันธรรมดา เวลา 18.00 – 21.00น. อยู่ 12 คน วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 18.00 – 21.00น. อยู่ที่ 10 คน และอื่น ๆ 2 คน ตามลำดับ



ภาพที่ 2.13 การแสดงจำนวนการเลือกช่วงเวลาในการเข้าร่วม Art Workshop

2.2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 2.1 ร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี	จำนวน (ร้อยละ)				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ					
บรรยากาศและการตกแต่ง	121 (80.7%)	24 (16%)	5 (3.3%)	- (-)	- (-)
การบริการของพนักงาน	101 (67.3%)	43 (28.7%)	6 (4%)	- (-)	- (-)
จำนวนที่นั่งและการแบ่งพื้นที่ภายในร้าน	95 (63.3%)	43 (28.7%)	11 (7.3%)	1 (0.7%)	- (-)
รสชาติที่ถูกต้อง	115 (76.7%)	32 (21.3%)	3 (2%)	- (-)	- (-)
การตกแต่งเมนูเครื่องดื่มและอาหารที่มีความสวยงาม	85 (56.7%)	48 (32%)	16 (10.7%)	- (-)	1 (0.7%)
ปัจจัยด้านราคา					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	127 (84.7%)	22 (14.7%)	1 (0.7%)	- (-)	- (-)
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	113 (75.3%)	32 (21.3%)	4 (2.7%)	- (-)	1 (0.7%)
ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น	84 (56%)	53 (35.3%)	11 (7.3%)	- (-)	2 (1.3%)
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับการบริการ	99 (66%)	45 (30%)	5 (3.3%)	1 (0.7%)	- (-)

ตารางที่ 2.1 ร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี	จำนวน (ร้อยละ)				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย					
ตำแหน่งที่ตั้งร้าน	107 (71.3%)	32 (21.3%)	9 (6%)	1 (0.7%)	1 (0.7%)
สะดวกในการเดินทาง	121 (80.7%)	24 (14.7%)	7 (4.7%)	- (-)	- (-)
มีพื้นที่จอดรถ	102 (68%)	27 (18%)	16 (10.7%)	3 (2%)	2 (1.3%)
สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์	45 (30%)	46 (30.7%)	51 (34%)	3 (2%)	5 (3.3%)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการขาย					
มีโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าหรือโอกาสพิเศษ	87 (58%)	43 (28.7%)	15 (10%)	2 (1.3%)	3 (2%)
สามารถทดลองชิมสินค้าก่อนซื้อ	40 (26.7%)	41 (27.3%)	41 (27.3%)	13 (8.7%)	15 (10%)
มีการรีวิวร้านค้าผ่านช่องทางออนไลน์	75 (50%)	58 (38.7%)	16 (10.7%)	1 (0.7%)	- (-)
คำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักรอบข้าง	54 (36%)	51 (34%)	40 (26.7%)	5 (3.3%)	- (-)

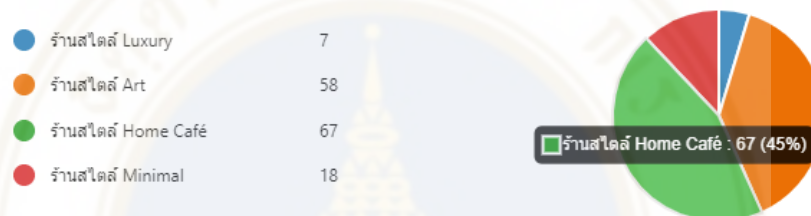
2.2.4 ทศคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดธุรกิจ MY. MUSES Cafe

2.2.4.1 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MY.MUSES Cafe พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่จะใช้บริการ MY.MUSES Cafe เมื่อพร้อมเปิดให้บริการ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 75 ไม่น่าใจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และไม่สนใจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ



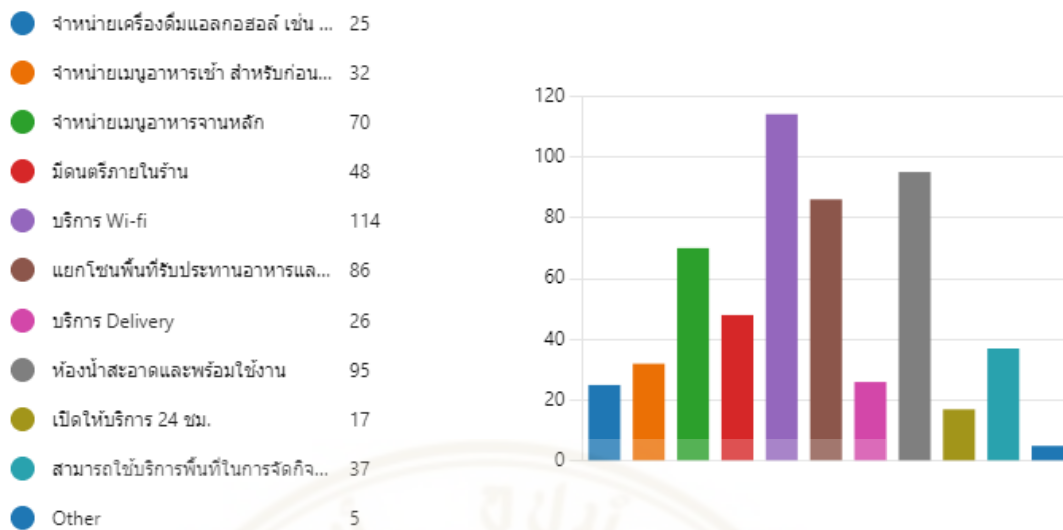
ภาพที่ 2.14 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของผู้ที่สนใจใช้บริการ MY.MUSES Café

2.2.4.2 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MY.MUSES Café พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจใช้บริการร้านสไตล์ home Café คิดเป็นร้อยละ 45 ร้านสไตล์ Art คิดเป็นร้อยละ 39 ร้านสไตล์ Minimal คิดเป็นร้อยละ 12 และร้านสไตล์ Luxury คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ



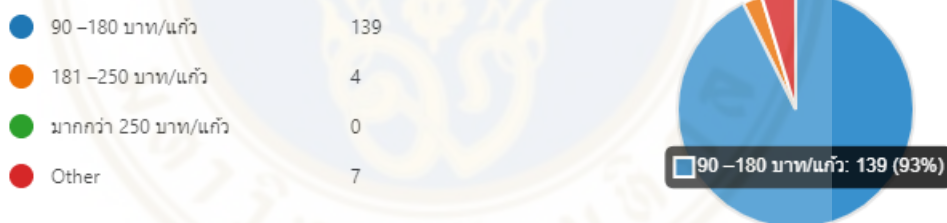
ภาพที่ 2.15 การแสดงสัดส่วนคำร้อยละของสไตล์การออกแบบร้านที่สนใจ

2.2.4.3 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MY.MUSES Café พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ทางร้านมีบริการ Wi-fi จำนวน 114 คน มีห้องน้ำสะอาดพร้อมใช้งาน จำนวน 95 คน มีแวกโซนพื้นที่รับประทานอาหารกับโซนศิลปะ จำนวน 86 คน มีจำหน่ายเมนูอาหารจานหลัก 70 คน มีดนตรีภายในร้าน 48 คน มีบริการให้ใช้พื้นที่จัดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 37 คน มีจำหน่ายเมนูอาหารเช้า 32 คน มีจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 25 คน มีบริการ Delivery 26 คน มีเปิดให้บริการ 24 ชม. จำนวน 17 คน และอื่น ๆ จำนวน 5 คน ตามลำดับ



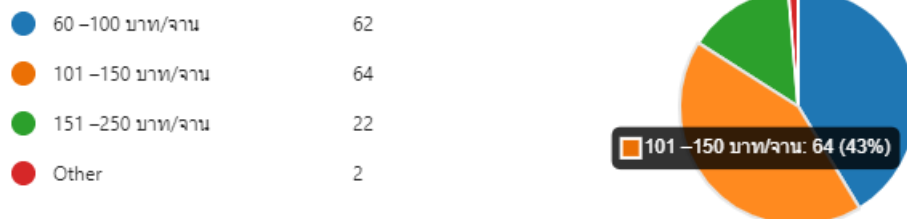
ภาพที่ 2.16 การแสดงจำนวนการเลือกบริการที่ต้องการให้มีในร้าน

2.2.4.4 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MY.MUSES Café พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าราคาที่เหมาะสมในการบริโภคเครื่องดื่ม ควรอยู่ในราคา 90 - 180 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 93 ควรอยู่ในราคาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 5 และควรอยู่ในราคา 181 - 250 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.17 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของราคาเครื่องดื่มที่เหมาะสม

2.2.4.5 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MY.MUSES Café พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าราคาที่เหมาะสมในการบริโภคอาหารหรือของหวาน ควรอยู่ในราคา 101 - 150 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 43 ควรอยู่ในราคา 60 - 100 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 41 ควรอยู่ในราคา 151 - 250 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 15 และควรอยู่ในราคาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ



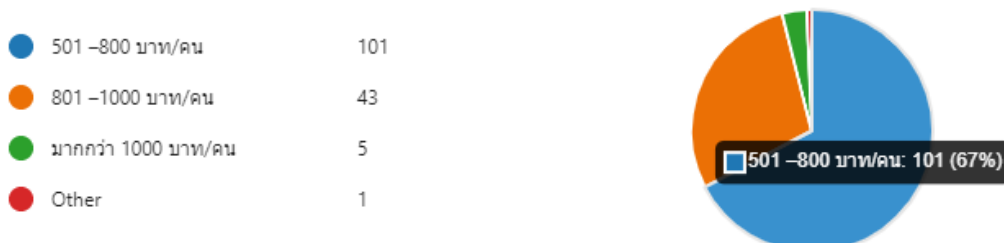
ภาพที่ 2.18 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของราคาของหวานที่เหมาะสม

2.2.4.6 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MY.MUSES Café พบว่า ราคาที่เหมาะสมในการใช้บริการ โชน D.I.Y ศิลปะ ครัวอยู่ในราคา 150 - 300 บาท/set คิดเป็นร้อยละ 67 ครัวอยู่ในราคา 301 -500 บาท/set คิดเป็นร้อยละ 32 ครัวอยู่ในราคามากกว่า 500 บาท/set คิดเป็นร้อยละ 1 และครัวอยู่ในราคาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.19 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของราคาการให้บริการ โชน D.I.Y ที่เหมาะสม

2.2.4.7 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MY.MUSES Café พบว่า ราคาที่เหมาะสมในการเข้าร่วมกิจกรรม Workshop งานศิลปะ ครัวอยู่ในราคา 501 - 800 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 67 ครัวอยู่ในราคา 801 - 1000 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 29 ครัวอยู่ในราคามากกว่า 1000 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 3 และครัวอยู่ในราคาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.20 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของราคาการให้บริการ โชน Workshop ที่เหมาะสม

2.2.4.8 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MY.MUSES Café พบว่า ร้านควรมีการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 97 ผ่านสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 1 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

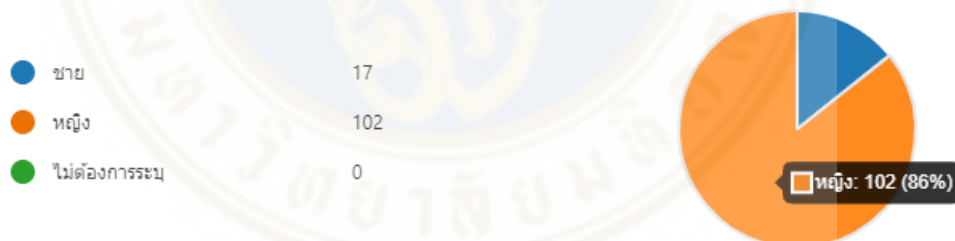


ภาพที่ 2.21 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม

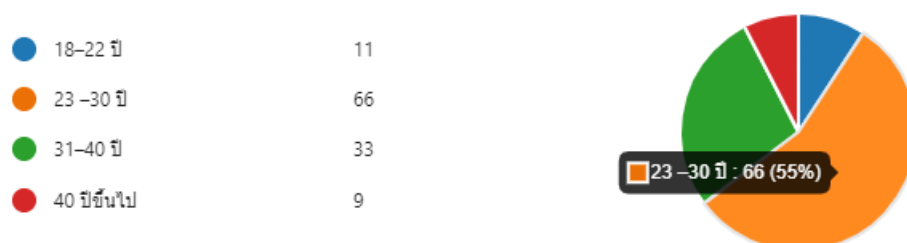
2.2.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ผลสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปผลได้ดังนี้

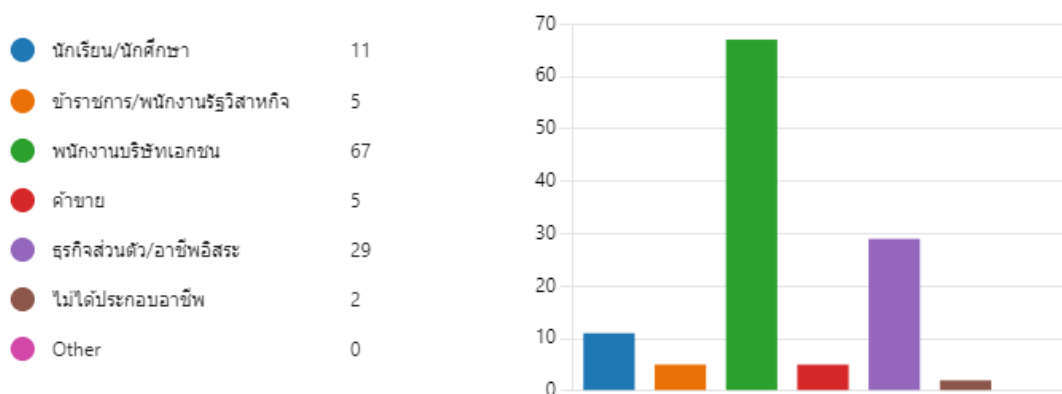
2.2.5.1 จากการสำรวจ พบว่า เพศของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยทำงาน ช่วงอายุระหว่าง 23 – 30 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา เป็นผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท ดังภาพต่อไปนี้



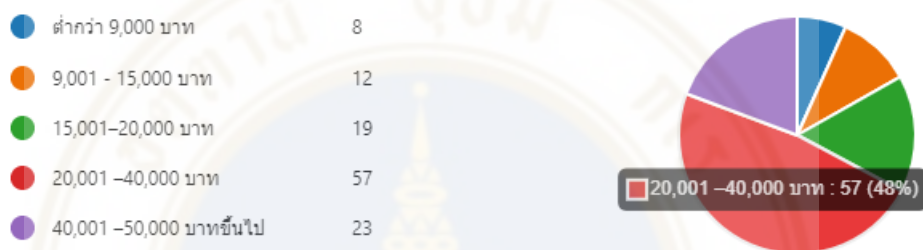
ภาพที่ 2.22 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของเพศ



ภาพที่ 2.23 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของอายุ



ภาพที่ 2.24 การแสดงสัดส่วนอาชีพ



ภาพที่ 2.25 การแสดงสัดส่วนค่าร้อยละของรายได้

บทที่ 3

แผนการตลาด

แผนการตลาดถือว่าเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการวางแผนธุรกิจ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาตลาด ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ มาใช้ในการทำแผนธุรกิจ MY.MUSES Café เพื่อวางแผนการตลาด และกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สุด โดยในบทนี้จะอธิบายถึงบทวิเคราะห์ ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง (Competitor and Competition Analysis) , STP (Segmenting, Targeting, Positioning) บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด

3.1 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง (Competitor and Competition Analysis)

จากการสำรวจคู่แข่งในตลาด พบว่า คู่แข่งทางตรงที่ทำธุรกิจ Art & Craft Café ในจังหวัดนนทบุรียังไม่มี ส่วนคู่แข่งทางอ้อมที่ทำธุรกิจประเภทร้าน Café ทั่วไป และ ธุรกิจประเภท Art Workshop ที่สามารถทดแทนกันได้มีประมาณ 80 รายการ

ซึ่งร้าน Café ที่มีชื่อเสียงในย่านพระราม 5 มีอยู่ 6 ร้าน ได้แก่

1. ร้าน Craft Space Café & Eatery
2. ร้าน ป่าก Café
3. ร้าน Grazia gelato and coffee
4. ร้าน The Glasshouse Café
5. ร้าน Have a Sip Café
6. ร้าน Café de Flore

และ ธุรกิจประเภท Art Workshop Café ที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพ มีอยู่ 8 ร้าน ได้แก่

1. ร้าน Hey Dude Art Station
2. ร้าน A Clay Café
3. ร้าน Soul Salt Paint Bar
4. ร้าน Monday To Sunday Art Café
5. ร้าน Fun Café Bangkok

6. ร้าน Bigknit Café
7. ร้าน Nahim Café x Handcraft
8. ร้านไต้บ้าน

ตารางที่ 3.1 รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 1

ร้าน Craft Space Café & Eatery	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	456 ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอบางกรวย นนทบุรี 11130
ลักษณะร้าน	ร้านตกแต่งเป็นธรรมชาติ เต็มไปด้วยต้นไม้ นานาพรรณ มีดนตรีสด มีสนามเด็กเล่นสำหรับเด็กและสัตว์เลี้ยง พื้นที่กว้างขวางเหมาะกับลูกค้าที่มาเป็นครอบครัวและมีพื้นที่จอดรถ เปิดทุกวัน (ยกเว้นวันหยุดหัตสบดี) เวลา 08.30 – 21.00 น.  
สินค้าและบริการ/ ราคา	- เครื่องดื่ม ราคา 80 - 160 บาท - อาหารทานเล่น ราคา 40 - 230 บาท - เบเกอรี่ ราคา 40 - 225 บาท - อาหารจานหลัก ราคา 115 - 758 บาท
จุดเด่นของร้าน	บรรยากาศร่มรื่น เมนูพิซซ่าโฮมเมด และเมนูเค้กมะพร้าว  
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Application Lineman

ตารางที่ 3.2 รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 2

ร้าน ป่าก Café	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	111/11 หมู่บ้านจีน ตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย นนทบุรี 11130
ลักษณะร้าน	ร้านตกแต่งแนว modern loft กลมกลืนเข้ากับป่าไม้ บรรยากาศดี มีสวนให้นั่งเล่นและมีที่จอดรถสำหรับลูกค้า เปิดทุกวัน (ยกเว้นวันจันทร์) เวลา 09.00 – 18.00 น. 
สินค้าและบริการ/ ราคา	- เครื่องดื่ม ราคา 50 - 130 บาท - เบเกอรี่ ราคา 80 - 170 บาท - อาหารทานเล่น ราคา 89 - 99 บาท - อาหารจานหลัก ราคา 89 - 289 บาท
จุดเด่นของร้าน	บรรยากาศเป็น Café ึ่งป่าไม้ร่มรื่น ผสมผสานอย่างลงตัว เมนูที่นิยม คือ เนื้อย่างและเมี่ยงตะลิงปลิง 
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.3 รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 3

ร้าน Grazia gelato and coffee	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	26 หมู่ 3 ซอยวัดตะเคียน ถนนนครอินทร์ ตำบล บางคูเวียง อำเภอบางกรวย นนทบุรี 11130
ลักษณะร้าน	<p>ร้านตกแต่งแนวอิตาลี มีกลิ่นไอวินเทจและมุมถ่ายรูปสวย ๆ และมีพื้นที่จอดรถ เปิดทุกวัน (ยกเว้นวันจันทร์)</p> <p>วันอังคาร - ศุกร์ เวลา 08.00 – 17.30 น.</p> <p>วันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 10.00 – 17.30 น.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
สินค้าและบริการ/ ราคา	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องดื่ม ราคา 85 - 165 บาท - เบเกอรี่ ราคา 55 - 285 บาท - ไอศกรีมเจลาโต้ ราคา 125 บาท - อาหารจานหลัก ราคา 215 - 245 บาท
จุดเด่นของร้าน	<p>เมนูไอศกรีมเจลาโต้โฮมเมดสไตล์อิตาลีที่ทำเอง</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.4 รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 4

ร้าน The Glasshouse Café	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	111/3 ถนนนครอินทร์ ตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย นนทบุรี 11130
ลักษณะร้าน	ร้านตกแต่งแนวฟิวชั่น บรรยากาศร่มรื่น มีทั้งโซน Indoor และ Outdoor เปิดทุกวัน (ยกเว้นวันอังคาร) เวลา 09.00 – 19.30 น.  
สินค้าและบริการ/ ราคา	- เครื่องดื่ม ราคา 70 - 180 บาท - เบเกอรี่ ราคา 90 - 225 บาท - อาหารทานเล่น ราคา 95 - 185 บาท - อาหารจานหลัก ราคา 75 - 325 บาท
จุดเด่นของร้าน	บรรยากาศร่มรื่นในสวนและเมนูข้าวไข่ชั้น 
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.5 รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 5

ร้าน Have a Sip Café	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	248/1 ถนนนครินทร์ ตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย นนทบุรี 11000
ลักษณะร้าน	<p>ร้านตกแต่งแนวไลฟ์สไตล์วินเทจ โทนมิลล์หลักเป็นสีดำและผนังเป็นกระจกให้ร้านดูโปร่งสบาย มีพื้นที่บริการ 2 ชั้น เปิดทุกวัน (ยกเว้นวันพุธ)</p> <p>วันจันทร์ - อังคาร เวลา 07.00 – 17.00 น.</p> <p>วันพฤหัสบดี - ศุกร์ เวลา 07.00 – 17.00 น.</p> <p>วันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 08.00 – 17.00 น.</p>  
สินค้าและบริการ/ ราคา	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องดื่ม ราคา 55 - 90 บาท - อาหารทานเล่น ราคา 49 - 79 บาท - อาหารจานหลัก ราคา 95 บาท
จุดเด่นของร้าน	<p>บรรยากาศวินเทจ และเมนู Sip Burger</p> 
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.6 รายละเอียดคู่แข่งในพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งจะใช้เป็นที่ตั้งของร้าน MY.MUSES Cafe ร้านที่ 6

ร้าน Café de Flore	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	ทางคูขนาน ถนนนครอินทร์ ตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย นนทบุรี 11130
ลักษณะร้าน	ร้านตกแต่งแนวสโตนด้วยสีเหลืองตัดกับสีขาว และรายล้อมด้วยต้นไม้ ทำให้บรรยากาศดูร่มรื่น ผ่อนคลาย ร้านมีทั้งโซน Indoor และ Outdoor เปิดทุกวัน เวลา 08.30 – 18.00 น. 
สินค้าและบริการ/ ราคา	- เครื่องดื่ม ราคา 55 - 90 บาท - อาหารทานเล่น ราคา 37 - 85 บาท - เบเกอรี่ ราคา 70 - 145 บาท - อาหารจานหลัก ราคา 95 - 280 บาท
จุดเด่นของร้าน	บรรยากาศร่มรื่น
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application




ตารางที่ 3.7 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Café ที่เป็นที่ยอมรับในกรุงเทพและปริมณฑล ร้านที่ 1

ร้าน Hey Dude Art Station	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	115 ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย นนทบุรี 11150
ลักษณะร้าน	<p>ร้านเป็นแนวธรรมชาติอยู่ในสวนริมน้ำ ตกแต่งด้วยภาพวาดสีสดใส มีพื้นที่กว้าง ทั้ง indoor และ outdoor มีมุมถ่ายรูปสวยๆ มีกิจกรรมให้ทำ เช่น วาดรูประบายสี ปั่นเรือเป็ด ให้อาหารปลา</p> <p>เปิดทุกวัน (ยกเว้นวันจันทร์) เวลา 10.30 – 21.30 น.</p> 
สินค้าและบริการ/ ราคา	<p>-เครื่องดื่ม ราคา 55 - 89 บาท</p> <p>-อาหารหลัก อาหารทานเล่นและของหวาน ราคา 69- 95 บาท</p> <p>- สินค้า Art set ราคา 59-350 บาท ขึ้นอยู่กับขนาดและวัสดุ</p>
จุดเด่นของร้าน	<p>ความร่มรื่นและการตกแต่งด้วยภาพวาดที่มีสีสันสดใส ทำให้รู้สึกเข้าถึงความเป็นศิลปะ และมีสินค้า Art set ให้ทำเป็นกิจกรรมระหว่างอยู่ใน Café ซึ่งตัวสินค้ามีความหลากหลาย เช่น ภาพวาดบนเฟรมผ้าใบ กระเป๋า ดินปั้น การทำก๊อปปี้ติดผม เป็นต้น</p> 
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.8 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Café ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพและปริมณฑล ร้านที่ 2

ร้าน A Clay Café	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	100-48 ซอย สาทร 8 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
ลักษณะร้าน	<p>ร้านตกแต่งเป็นตึกสไตล์อังกฤษสีขาว สีน้ำเงิน ด้านในมีงาน Art gallery และงานเซรามิกตกแต่งเป็นมุมถ่ายรูปสวย ๆ ให้บรรยากาศเรียบง่าย ผ่อนคลาย อีกทั้งบรรจุกุ๊กอาหารและเครื่องคั่วภายในร้านจะเป็นเครื่องเคลือบดินเผาที่มีดีไซน์เฉพาะตัวของร้าน และมี workshop งานปั้น & เพนต์เซรามิก</p> <p>เปิดทุกวัน (ยกเว้นวันพฤษภาคม) เวลา 10.00 – 17.30 น.</p> 
สินค้าและบริการ/ราคา	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องคั่ว ราคา 60 - 150 บาท - อาหารและขนมสไตล์โฮมเมด ราคา 50 - 240 บาท - Art set งานเพนต์เซรามิก ราคา 150 บาท - กิจกรรม Workshop งานปั้น & เพนต์เซรามิก ราคาเริ่ม 980 บาท/คน ใช้เวลา 2 - 4 ชม. ขึ้นอยู่กับแต่ละ Workshop
จุดเด่นของร้าน	<p>การตกแต่งร้านด้วยเครื่องเซรามิกที่เป็นเอกลักษณ์ และกิจกรรม Workshop งานปั้น & เพนต์เซรามิก</p> 
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.9 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Café ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพและปริมณฑล ร้านที่ 3

ร้าน Soul Salt Paint Bar	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	ชั้น 1 River City Bangkok ซอยเจริญกรุง 24 แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร 10100
ลักษณะร้าน	ร้านตกแต่งด้วยการจำลองชายหาดมาไว้ภายในร้าน ด้านในมี Art Gallery และ Workshop เพนต์เฟรมผ้าใบ ด้านนอกติดริมแม่น้ำเจ้าพระยา เปิดทุกวัน เวลา 12.00 – 21.00 น. 
สินค้าและบริการ/ราคา	- สินค้า Art set: Canvas Painting ราคา 990 - 1090 บาท ขึ้นอยู่กับขนาดของผ้าใบ (ไม่จำกัดเวลา) - สินค้า Art set: Ceramic Painting ราคา 890 - 1200 บาท ขึ้นอยู่กับขนาด (ไม่จำกัดเวลา)
จุดเด่นของร้าน	บรรยากาศและวิวสวย ติดแม่น้ำเจ้าพระยา มีกิจกรรม Workshop งานเพนต์ผ้าใบและเซรามิก 
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.10 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Café ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพและปริมณฑล ร้านที่ 4

ร้าน Monday To Sunday Art Café	
ตราสินค้า	<p style="text-align: center;">Monday to Sunday A r t C a f e</p>
สถานที่ตั้ง	44 ซอย ทองหล่อ 13 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
ลักษณะร้าน	<p>ร้านตกแต่งแนวมินิมอลสไตล์เกาหลี เพอร์นิเจอร์ประดับทำจากไม้ และภายในร้านนำภาพวาดของลูกค้านำมาติดตกแต่งผนัง เป็นมุมถ่ายรูปน่ารัก ๆ มีกิจกรรมระบายสีให้ทำระหว่างนั่งในร้าน</p> <p>เปิดทุกวัน (ยกเว้นวันพุธ) เวลา 10.00 – 19.00 น.</p> 
สินค้าและบริการ/ ราคา	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องดื่ม ราคา 90 - 180 บาท - อาหารและของหวาน ราคา 130 - 380 บาท - สินค้า Art set : Paper Painting ราคา 600 - 850 บาท ขึ้นอยู่กับขนาด - สินค้า Art set : Canvas Painting ราคา 1050 - 1400 บาท ขึ้นอยู่กับขนาด
จุดเด่นของร้าน	<p>มีสินค้า Art set ให้ทำเป็นกิจกรรมระหว่างอยู่ใน Café</p> 
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.11 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Café ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพและปริมณฑล ร้านที่ 5

ร้าน Fun Café Bangkok	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	419 ถนน มหาพฤฒาราม แขวงมหาพฤฒาราม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
ลักษณะร้าน	ร้านตกแต่งเป็นพื้นที่สีขาวสะอาดตา สไตล์มินิมอล ภายใต้ Dream Space concept โดดเด่นด้วยภาพเขียนสีทันสมัยที่ประดับอยู่ภายในร้าน เปิดทุกวัน (ยกเว้นวันอังคาร) เวลา 10.00 – 22.00 น. 
สินค้าและบริการ/ ราคา	- เครื่องดื่ม ราคา 90 - 145 บาท - อาหารและของหวาน ราคา 125 - 250 บาท - เมนูเค้ก FUN Signature Canvas Cake ราคา 185 บาท
จุดเด่นของร้าน	บรรยากาศสีขาวสะอาดตา มีเมนูเค้ก FUN Signature Canvas Cake เป็นเค้กที่มาพร้อมกับงานสี ให้ลูกค้าแต่งแต้มหน้าเค้กด้วยตัวเอง 
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.12 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Café ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพและปริมณฑล ร้านที่ 6

ร้าน Big knit Café	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	ตึก RQ49 ชั้น 3, สุขุมวิท 49 คลองตันเหนือ, เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
ลักษณะร้าน	ร้านตกแต่งออกมาให้ผ่อนคลายเหมือนอยู่บ้าน ภายในร้านประดับด้วยเชือกและอุปกรณ์ถักนิตตั้งให้เลือกมากมาย เปิดทุกวัน เวลา 09.00 – 20.30 น.   
สินค้าและบริการ/ ราคา	- เครื่องดัด ราคา 80 - 180 บาท - อาหารและของหวาน ราคา 95 - 250 บาท - สินค้าไหมพรมและอุปกรณ์ พร้อมสอนถัก ราคา 750 - 1100 บาท
จุดเด่นของร้าน	กิจกรรม Workshop ถักนิตตั้งทั่วไปและไหมพรมยักษ์   
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.13 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Café ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพและปริมณฑล ร้านที่ 7

ร้าน Nahim Café x Handcraft	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	แขวงป้อมปราบ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร 10100
ลักษณะร้าน	<p>ร้านตกแต่งน่ารักสดใสสไตล์ญี่ปุ่น ประดับด้วยตุ๊กตาอัลปาก้า มีมุมขายสินค้าแนว handcraft ให้เลือกสรร</p> <p>เปิดทุกวัน (ยกเว้นวันจันทร์) เวลา 11.00 – 21.00 น.</p> 
สินค้าและบริการ/ราคา	<ul style="list-style-type: none"> -เครื่องดื่ม ราคา 60 - 125 บาท -อาหารและของหวาน ราคา 110 - 180 บาท - Workshop สอนแต่งหน้าโดนัทและเค้ก ราคา 890 บาท/คน
จุดเด่นของร้าน	<p>บรรยากาศที่น่ารัก เมนูโดดเด่นคือ โดนัทตกแต่งหน้าตาน่าทานมากมาย และมีเปิด Workshop สอนแต่งหน้าโดนัทและเค้กให้บริการ</p> 
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

ตารางที่ 3.14 รายละเอียดคู่แข่งในธุรกิจประเภท Art Workshop Café ที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพและปริมณฑล ร้านที่ 8

ร้าน ใต้บ้าน Café	
ตราสินค้า	
สถานที่ตั้ง	ตรอกนิลประดับ แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
ลักษณะร้าน	<p>ร้านตกแต่งสไตล์ Cozy เต็มไปด้วยต้นไม้ขนาดใหญ่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย มีกิจกรรม Workshop ให้เลือกหลากหลาย เน้น Concept ใกล้เคียงธรรมชาติ</p> <p>เปิดทุกวัน เวลา 08.00 – 19.00 น. ยกเว้น โชนศิลปะ เปิด 13.00 น.</p> 
สินค้าและบริการ/ราคา	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องดื่มประเภทชา/กาแฟ/น้ำผลไม้/โซดา ราคา 60 - 125 บาท - อาหารและของหวาน ราคา 100 - 220 บาท - สินค้า Art set วาดรูป ราคา 200 – 400 บาท - กิจกรรม Workshop ราคา 100 – 1000 บาท
จุดเด่นของร้าน	<p>บรรยากาศร่มรื่น มีกิจกรรม Workshop ให้เลือกหลากหลาย เช่น วาดรูป ถักกระเป๋าไหมพรม DIY Jewelry ทำเครื่องหอม ทำครีมมือถือ เป็นต้น</p> 
บริการจัดส่ง	บริการ Delivery ผ่านทาง Food delivery application

3.2 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmenting, Targeting, Positioning)

3.2.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด (Segmentation)

ในการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจ Art & Craft Café เป็นการแบ่งส่วนตลาด โดยมีเกณฑ์ในการแบ่ง ดังนี้ ด้านประชากรศาสตร์ ภูมิภาค จิตวิทยา และพฤติกรรม

3.2.1.1 ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) คือ ประชากรทุกเพศ อายุ 20 – 40 ปี ทุกสัญชาติ ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา มีระดับรายได้ปานกลาง - สูง

3.2.1.2 ด้านภูมิภาค อาศัยอยู่ในนนทบุรี กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.2.1.3 ด้านจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) โดยบุคคลที่มีรูปแบบดำเนินชีวิตแบบอิสระ ชอบท่องเที่ยว ชอบศิลปะ ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ และให้เวลากับตนเอง เพื่อน และครอบครัวเสมอ

3.2.1.4 ด้านพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) มีการเข้าใช้บริการร้าน Café หรือสนใจในเกี่ยวกับงานศิลปะ มีความชื่นชอบในการทำกิจกรรม Workshop หางานว่างในการทำงานอดิเรกหรือเสริมทักษะที่สนใจ สามารถทำกิจกรรมยามว่างด้วยตัวคนเดียว กับเพื่อนฝูง หรือครอบครัว หากเป็นคนที่มีลูกหรือหลานก็มักจะให้เวลากับเด็กและหากิจกรรมสร้างสรรค์ทำร่วมกันในวันหยุดหรือหลังเลิกเรียน

3.2.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)

3.2.2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของธุรกิจ คือ ผู้หญิง กลุ่ม Gen Y และ Z มีกำลังซื้อ 500 บาทขึ้นไปต่อการออกนอกบ้าน 1 ครั้ง มีไลฟ์สไตล์ชอบท่องเที่ยว ชอบทำกิจกรรมใหม่ ๆ กับเพื่อน ชอบงานศิลปะ เต็มไปด้วยแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต และใช้สื่อ Social media ในการทำ Content ต่าง ๆ

3.2.2.2 กลุ่มเป้าหมายรองของธุรกิจ คือ ผู้หญิง กลุ่ม Gen X มีกำลังซื้อ 1,000 บาทขึ้นไปต่อการออกนอกบ้าน 1 ครั้ง มีชีวิตประจำวันในการเลี้ยงลูก ดูแลครอบครัว หรือทำงาน ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับลูกและครอบครัว มีไลฟ์สไตล์ในการเข้า Café ชอบงานศิลปะ ชอบเข้านิทรรศการศิลปะต่าง ๆ และใช้สื่อ Social media ในการทำ Content ต่าง ๆ

3.2.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)



ภาพที่ 3.1 แสดงการวางตำแหน่งทางธุรกิจของร้าน MY.MUSES Café

จากตำแหน่งทางการตลาด กำหนดแกนแนวตั้งเป็น เมนู/Workshop หลากหลาย และเมนู/Workshop ไม่หลากหลาย แกนแนวนอนเป็นรูปแบบ Café มาตรฐานทั่วไป และรูปแบบ Café ที่มีเอกลักษณ์ โดยได้วิเคราะห์ให้ร้าน Have a Sip Café ร้าน Café de Flore ร้าน Craft Space Café & Eatery และร้าน ป่า Café อยู่ในตำแหน่งเป็นรูปแบบ Café มาตรฐานทั่วไปและมีเมนู/Workshop ไม่หลากหลาย ส่วนร้าน Nahim Café x Handcraft ร้าน Big knit Café ร้าน Fun Café Bangkok ร้าน Monday To Sunday Art Café ร้าน Soul Salt Paint Bar ร้าน A Clay Café และร้าน Grazia gelato and coffee ให้อยู่ในตำแหน่งเป็นรูปแบบ Café ที่มีเอกลักษณ์และมีเมนู/Workshop ไม่หลากหลาย ส่วนร้าน Hey Dude Art Station และร้าน ได้บ้าน Café ให้อยู่ในตำแหน่งเป็นรูปแบบ Café ที่มีเอกลักษณ์ และมีเมนู/Workshop หลากหลาย ซึ่งเป็นตำแหน่งเดียวกับร้าน MY.MUSES Café ที่จะมีการออกแบบร้านและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ และมีจัดกิจกรรม Workshop ที่หลากหลาย

3.3 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

3.3.1 กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ (Product & Service)

การจำหน่ายสินค้าและให้บริการของร้านแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 โซน ดังนี้

3.3.1.1 โซน Café จำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่มที่มีกาแฟและไม่มีกาแฟ อาหารจานหลัก และของหวานที่เป็นเอกลักษณ์ของทางร้าน คือ โดนัทโฮมเมด ในพื้นที่ของโซน Cafe จะอยู่ที่ชั้น 1 โดยมีข้อกำหนดว่าเป็นโซนที่ไม่สามารถนำอุปกรณ์และงานศิลปะเข้ามาได้

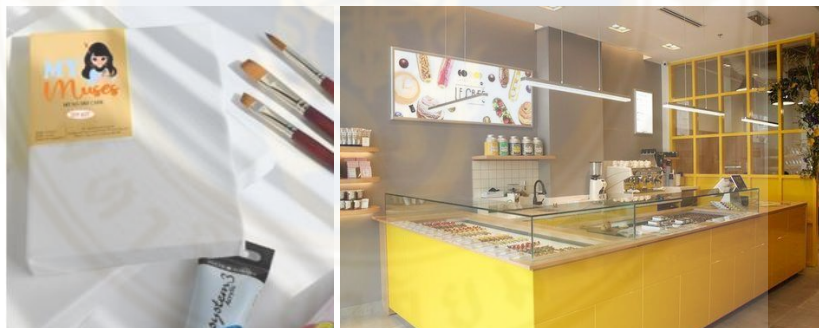
เพื่อแบ่งพื้นที่ไว้สำหรับลูกค้าในกลุ่มที่ต้องการใช้บริการเพียงเครื่องดื่มและอาหาร และไม่ยากถูกรบกวนจากกลิ่นสีต่าง ๆ



ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างเครื่องดื่ม อาหาร และของหวานในร้าน MY.MUSES Café

ที่มา Ai generated from Gencraft

3.3.1.2 โซน D.I.Y Art & Craft พื้นที่ของโซนนี้จะอยู่ที่ชั้น 1 โดยจะจัดเป็นบุฟเฟต์บาร์ศิลปะ มีอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ลูกค้าเลือกใช้ โดยอ้างอิงจากกิจกรรม Workshop ที่ร้านเปิดสอนในแต่ละเดือน แต่จะเป็นรูปแบบง่าย ๆ ที่ลูกค้าสามารถทำได้เองในช่วงระหว่างอยู่ในร้านซึ่งจะมีพนักงานให้คำแนะนำอยู่ภายในบริเวณนี้ด้วย



ภาพที่ 3.3 ตัวอย่างอุปกรณ์ศิลปะ และการตกแต่ง โซน D.I.Y ในร้าน MY.MUSES Café

ที่มา Ai generated from Gencraft and L'Éclair de Génie restaurant

3.3.1.3 โซนกิจกรรม Workshop จะมีพนักงานเป็นผู้สอนศิลปะตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ และเพื่อให้พนักงานสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ทางร้านจึงจำกัดการเข้าร่วมกิจกรรม รอบละ 15 คน ระยะเวลา 2 ชั่วโมง ซึ่งกิจกรรมจะมีการปรับเปลี่ยนไปในแต่ละเดือน โดยได้นำผลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายมาเป็นเกณฑ์ในการเลือกกิจกรรมศิลปะ จากผลแบบสอบถามพบว่า กิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจสูงสุด คือ การแต่งหน้าเค้ก ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาประยุกต์กับร้านที่มีเอกลักษณ์ในเรื่องโดนัทโฮมเมด แล้วดัดแปลงเป็นกิจกรรมอบขนมและแต่งหน้าโดนัท เพื่อสนับสนุนในตัวสินค้าหลัก นอกจากนี้ในกิจกรรมอื่น ๆ ยังมีการวางแผนไว้

โดยอ้างอิงตามช่วงเทศกาลพิเศษของแต่ละเดือน อาทิ เช่น การจัดดอกไม้ในเดือนกุมภาพันธ์ ดึงดูดกลุ่มคู่รักให้มาใช้บริการ การปั้นดินแฟนตาซีในช่วงเดือนเมษายน เพื่อดึงดูดเด็กนักเรียนช่วงปิดเทอม เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการจำลองตารางการจัดกิจกรรมสำหรับ 1 ปี ตามรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 3.4 ตารางกิจกรรม Workshop ในร้าน MY.MUSES Café

3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

การกำหนดราคาของทางร้านเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและเป็นราคาที่ลูกค้ายอมรับได้ ดังนั้นเพื่อวิเคราะห์ความยินยอมจะจ่ายของผู้บริโภค ทางร้านจึงคำนึงใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านต้นทุน (Cost plus pricing) ราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่าย (Customer-based pricing) และการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง กล่าวคือ ราคาที่ทางร้านกำหนดจะเป็นราคาที่ผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่าย และราคาที่กำหนดนั้นต้องไม่ต่ำกว่าที่จะทำให้บริษัทไม่มีกำไรหรือรายได้จากการขาย รวมถึงได้มีการสำรวจราคาของคู่แข่งในตลาดเพื่อให้มีราคาที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันในตลาดได้

นอกจากนี้ทางผู้ศึกษาได้สำรวจราคาของผู้บริโภคคาดหวังและยอมรับได้สำหรับการใช้บริการในร้าน Café ซึ่งผลสำรวจพบว่า ราคาที่ทางร้านกำหนดมีความสอดคล้องไปกับความยินยอมจ่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งทางร้านมีความมุ่งหวังที่จะทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่ได้มาตรฐาน จึงมีการตั้งราคาสินค้าและบริการ ดังนี้

ตารางที่ 3.15 ราคาเครื่องดื่มของร้าน MY.MUSES Café

รายการ	ราคาหน่วยบาท/แก้ว					
	Hot		Cold		Frappe	
	Online	Cafe	Online	Cafe	Online	Cafe
Coffee						
My. Muse coffee (signature)	-	-	80	99	-	-
Orange Caramel Coffee						
Espresso	74	55	104	85	114	95
Americano	74	55	104	85	-	-
Cappuccino	74	55	104	85	114	95
Latte	74	55	104	85	114	95
Mocha	74	55	104	85	114	95
Caramel macchiato	79	60	104	95	114	95
Honey black coffee	74	55	104	85	-	-
Matcha						
My. Muse Matcha (signature)	-	-	114	95	124	105
Caramel orange matcha						
Matcha honey tea	84	65	109	90	119	100
Matcha milk tea	84	65	109	90	119	100
Caramel matcha latte	89	70	114	95	124	105
Strawberry milk matcha	-	-	189	170	199	180
Tea/Milk/Cocoa						
My. Muse cocoa (signature)	-	-	114	95	124	105
Caramel orange cocoa						
My. Muse milk (signature)	-	-	109	90	119	100
Caramel orange milk						
Thai milk tea	79	60	104	85	114	95
Lemon tea	74	55	99	80	109	90
Peach tea	74	55	99	80	109	90
Strawberry milk	84	65	109	90	119	100
Cocoa	79	60	104	85	114	95
Strawberry milk cocoa	-	-	189	170	199	180

ตารางที่ 3.15 ราคาเครื่องดื่มของร้าน MY.MUSES Café (ต่อ)

รายการ	ราคาหน่วยบาท/แก้ว					
	Hot		Cold		Frappe	
	Online	Cafe	Online	Cafe	Online	Cafe
Soda						
My. Muse soda (signature) Orange soda	-	-	104	85	114	95
Lemon soda	-	-	104	85	114	95
Strawberry soda	-	-	104	85	114	95
Peach soda	-	-	104	85	114	95

ตารางที่ 3.16 ราคาอาหารและของหวาน ของร้าน MY.MUSES Café

รายการ	ราคาหน่วยบาท/จานหรือชิ้น	
	Online	Cafe
Food		
Cream sauce with shrimp spaghetti (signature)	235	219
Tomato sauce with shrimp spaghetti	185	169
Bacon chilies stir fried spaghetti	185	169
Fried chicken and French fries	148	129
Sour Cream Chicken and French fries	155	139
Dessert		
My. Muse mini donut set (8 pieces) (signature)	199	169
Original donut (mini)	20	15
Original donut	25	22
Strawberry cream cheese donut (mini)	32	25
Strawberry cream cheese donut	65	59
Orange cream cheese donut (mini)	32	25
Orange cream cheese donut	65	59
Mango cream cheese donut (mini)	32	25
Mango cream cheese donut	65	59
Lemon cream cheese donut (mini)	32	25
Lemon cream cheese donut	65	59

ตารางที่ 3.16 ราคาอาหารและของหวาน ของร้าน MY.MUSES Café (ต่อ)

รายการ	ราคาหน่วยบาท/จานหรือชิ้น	
	Online	Cafe
Cookie and cream donut (mini)	32	25
Cookie and cream donut	65	59
Cocoa donut (mini)	25	20
Cocoa donut	50	39
Matcha donut (mini)	25	20
Matcha donut	50	39
Fruit Sandwich set (Orange/strawberry/mango/grape)	120	99
Matcha fruit Sandwich set (Orange/strawberry/mango/grape)	150	120

ตารางที่ 3.17 ราคาการให้บริการ โซน D.I.Y ของร้าน MY.MUSES Café

รายการ	ราคาหน่วยบาท/ครั้ง
D.I.Y. แต่งหน้าโดนัท	99
D.I.Y. สีน้ำ	299
D.I.Y. สีโปสเตอร์	299
D.I.Y. ปั้นดิน (เซตเครื่องประดับ)	259
D.I.Y. จัดดอกไม้	599
D.I.Y. แต่งหน้าเค้ก	159

ตารางที่ 3.18 ราคาการให้บริการ โซน Workshop ของร้าน MY.MUSES Café

รายการ	ราคา/ครั้ง
Workshop ทำโดนัท	500
Workshop สีน้ำ	800
Workshop สีโปสเตอร์	800
Workshop ปั้นดินทำกระถางต้นไม้	999
Workshop จัดดอกไม้	1200
Workshop แต่งหน้าเค้ก	800

3.3.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้ง บรรยากาศ และการตกแต่งร้าน (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง ดังนี้

3.3.3.1 การจัดจำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน

MY.MUSES Café จะตั้งอยู่ริมถนนนครินทร์-พระราม 5 อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี สามารถเดินทางสะดวก อยู่ไม่ไกลจากโรงเรียน หมู่บ้านจัดสรรและแหล่งชุมชน โดยตามแนวทางของธุรกิจ ต้องเลือกทำเลที่ใกล้แหล่งชุมชนและหมู่บ้านจัดสรร เพื่อให้ลูกค้าเข้า Café ก่อนหรือหลัง รับประทานอาหาร/ไปทำธุระ หรือในช่วงเวลาที่ต้องการความผ่อนคลาย และหากิจกรรมทำในเวลาว่าง อีกทั้งยังเป็นบริเวณที่เข้าถึงง่าย มีผู้เดินทางผ่านไป-มาไปมาก หากจัดตั้งร้านที่พื้นที่ดังกล่าว จะทำให้ร้านเป็นที่มองเห็นได้ง่าย ทางร้านจะมีพื้นที่ทั้ง In-door และ Out-door ภายในร้าน ตกแต่ง 2 ชั้น โดยแบ่งเป็นชั้น 1 In-door สำหรับให้บริการเครื่องดื่มและขนม ห้ามนำอุปกรณ์ศิลปะเข้ามา ส่วนชั้น 1 Out-door และ ชั้น 2 จะสามารถนำอุปกรณ์ศิลปะมาใช้บริการได้ การแบ่งโซนนี้เพื่อให้บริการลูกค้าได้ทั้ง 2 ประเภท และป้องกันเรื่องกลิ่นสี ความสะอาดต่าง ๆ ให้กับลูกค้า ทางร้านจะเปิดทุกวัน ตามรายละเอียดดังนี้

- ทุกวัน เวลา 09.00-18.00 น. จำหน่ายเครื่องดื่ม ขนมทานเล่นและโซน D.I.Y
- วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 16.30-18.30 น. กิจกรรม Workshop
- วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 13.00-19.00 น. กิจกรรม Workshop โดยเปิด 3 รอบ คือ เวลา 13.00-15.00 น. เวลา 15.00-17.00 น. และ เวลา 17.00-19.00 น.

3.3.3.2 การจัดจำหน่ายผ่านช่องทาง Food delivery application

จำหน่ายสินค้าเครื่องดื่ม อาหารและของหวาน ผ่าน Food delivery application อาทิเช่น Grab, Lineman, Food panda, Robinhood เนื่องจากในปัจจุบันการสั่งอาหารแบบ delivery สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างมาก และยังช่วยเพิ่มช่องทางรายได้ให้กับร้านค้าด้วย

3.3.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (Promotion)

ทางร้านมุ่งหวังที่จะสร้างให้เกิดการมองเห็น เข้าใจ และจดจำในแบรนด์ร้าน MY.MUSES Café และหวังให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างในสินค้าและบริการของ Café จากร้านอื่น ๆ รวมถึงเห็นคุณค่าในสินค้าและบริการของทางร้าน เพื่อให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำ การต่อบอก จนนำไปสู่การเป็น Top of Mind ของลูกค้า โดยการทำการสื่อสารทางการตลาด จะแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

3.3.4.1 ระยะสั้น (ปีที่ 1) สร้างการรับรู้ของแบรนด์ Café ให้เป็นที่รู้จัก

- สร้าง Platform social media เช่น Facebook, Tiktok , Instagram เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่คอนเท้นท์ต่าง ๆ ของร้านค้า และทำการโปรโมทร้านตามช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมองเห็นและเกิดความสนใจจนเข้ามาที่ร้าน

- การรีวิวร้านและสินค้าผ่าน Influencer Marketing โดยเลือกบุคคลที่กำลังเป็นที่ได้รับความสนใจหรือมีไลฟ์สไตล์ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น คุณปั้น คริสตา การพจน์ จากช่อง Riety มีผู้ติดตามกว่า 7 แสนคน โดยมีไลฟ์สไตล์ในการทำกิจกรรมด้านศิลปะ ซึ่งเป็นไลฟ์สไตล์ที่ตรงกับแนวคิดของทางร้าน และอีกท่านคือ คุณตุ๊ก นิรัตน์ชญา การณวงค์วัฒน์และลูกสาว (น้องจินกับเรนนี่) จากช่อง Little Monster ที่มีอายุใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายและมีไลฟ์สไตล์ในการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับลูกสาว มีการรีวิวเครื่องดื่ม ขนม ของกินต่างๆ และสถานที่ท่องเที่ยวแนวครอบครัวอยู่เป็นประจำ

- จัดทำบัตรสมาชิกออนไลน์ผ่าน Line reward card เพื่อเก็บฐานลูกค้าไว้ และเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์โปรโมชันพิเศษให้กับลูกค้าโดยตรงได้

- จัดทำ Sale Promotion ส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย โดยมี 2 โปรโมชัน คือ 1. โปรโมชัน มา 3 จ่าย 2 เป็นราคาพิเศษสำหรับบุคคลทั่วไปที่มาเป็นกลุ่มจำนวน 3 คน จะคิดค่าบริการ Workshop เพียง 2 คน และ 2. โปรโมชันส่วนลดสำหรับเด็ก เป็นการลดราคา Workshop มูลค่า 30% สำหรับผู้มีอายุไม่เกิน 12 ปี

3.3.4.2 ระยะกลาง (ปีที่ 2-3) พัฒนาสินค้าและบริการ

- ออกแบบเมนูเครื่องดื่ม ของหวาน และกิจกรรม Workshop สำหรับช่วงเทศกาลพิเศษ เนื่องจากทางร้านต้องการเข้าถึงลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นยอดขายในแต่ละช่วงเทศกาล อาทิเช่น เมนูเครื่องดื่มและขนมพิเศษในช่วงวันสงกรานต์ที่นำผลไม้หน้าร้อนมาเป็นส่วนผสมหลัก และออกแบบ Workshop การทำข้าวแช่และแตงโมปลาแห้งชาววัง เป็นต้น เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าที่ต้องการใช้เวลาพิเศษกับเพื่อนและครอบครัว

- เพิ่มมูลค่าของ Workshop ให้มากขึ้นด้วยการ Collaboration กับศิลปินที่มีชื่อเสียงในกลุ่มเป้าหมายและมีกระแสนิยมใน Social media เพื่อออกแบบกิจกรรม Workshop ร่วมกัน อาทิเช่น นักวาดประกอบที่มีลายเส้นเป็นเอกลักษณ์อย่างคุณมุนิน มาร่วมออกแบบ โชน D.I.Y. ของที่ระลึกและออกแบบ Workshop วาดคาแรกเตอร์ตามคุณมุนิน ซึ่งจะเชิญคุณมุนินมาร่วมสอน Workshop ด้วย

- จัดทำ Sale Promotion ส่งเสริมการขาย เป็นโปรโมชั่นส่วนลดในช่วงเทศกาลพิเศษ ซึ่งจะลดราคาสินค้าและบริการ มูลค่า 15% เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจสินค้าและบริการในช่วงเทศกาลพิเศษ ที่จะออกวางจำหน่ายเวลาเดียวกัน

3.3.4.3 ระยะยาว (ปีที่ 4-5) ขยายฐานลูกค้า

- ทำ Collaboration กับแบรนด์ดังต่าง ๆ ออกแบบเมนูเครื่องดื่ม ขนม และ Workshop พิเศษ เพื่อเพิ่มการรับรู้และเพิ่มมูลค่าของ Café มากขึ้น อาทิเช่น แบรนด์ CRYBABY นำคาแรกเตอร์ของแบรนด์มาออกแบบเครื่องดื่มและขนมพิเศษประจำเดือน และจัดทำ Workshop ทำเค้กตุ๊กตา CRYBABY

- จัดทำ Sale Promotion ส่งเสริมการขาย เป็นโปรโมชั่นส่วนลดในช่วงวันหยุดเทศกาล ซึ่งจะลดราคาสินค้าและบริการ มูลค่า 10% เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

3.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร

ทางร้าน MY.MUSES Café มีแผนการดำเนินการทางการตลาดและค่าใช้จ่ายทางการตลาด โดยปีที่ 1 - 5 ของการดำเนินธุรกิจ ทางร้านจะมีการดำเนินการทางการตลาดดังนี้

ตารางที่ 3.19 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาด ปีที่ 1

กิจกรรม	ปีที่ 1												งบประมาณ (บาท)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
โฆษณาผ่าน Social Media และ Food delivery app														255,600
รีวิวร้านผ่าน Influencer														135,000
โปรโมชั่นสมาชิกออนไลน์ผ่าน Line reward card														22,000
Sale Promotion ราคาสำหรับเด็ก														180,000
Sale Promotion ม.1 3 จ่าย 2														300,000
รวมปีที่ 1													892,600	

ตารางที่ 3.20 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาด ปีที่ 2 และ ปีที่ 3

กิจกรรม	ปีที่ 2 และ ปีที่ 3												งบประมาณ	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
โฆษณาผ่าน Social Media และ Food delivery app														274,200
รีวิวร้านผ่าน Influencer														85,000
โปรโมชั่นสมาชิกออนไลน์ผ่าน Line reward card														36,000
Promotion ช่วงเทศกาล														60,000
Collaboration กับศิลปิน														200,000
รวมปีที่ 2 และ ปีที่ 3													1,310,400	

ตารางที่ 3.21 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาด ปีที่ 4 และ ปีที่ 5

กิจกรรม	ปีที่ 4 และ ปีที่ 5												งบประมาณ	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
โฆษณาผ่าน Social Media และ Food delivery app														274,200
รีวิวร้านผ่าน Influencer														95,000
โปรโมชั่นสมาชิกออนไลน์ผ่าน Line reward card														36,000
Promotion ช่วงเทศกาล														80,000
Collaboration กับแบรนด์														200,000
รวมปีที่ 4 และ ปีที่ 5													1,370,400	

3.4.1 กลยุทธ์ด้านการจัดการบุคลากร (People)

ทางร้านมีการกำหนดนโยบายการคัดเลือกและพัฒนาทักษะพนักงานภายในร้านอย่างเข้มงวด เนื่องจากธุรกิจทางร้านเป็นธุรกิจบริการ ดังนั้นการบริการที่มีประสิทธิภาพและทักษะของพนักงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

3.4.1.1 การคัดเลือกพนักงานภายในร้าน

- ตำแหน่งงานที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะในการทำเครื่องดื่มและอาหาร ได้แก่ บาร์ิสต้า เชฟ ทางร้านจะคัดเลือกผู้ที่มีประสบการณ์ 1 ปี ขึ้นไป และมีใจเรียนรู้ พร้อมพัฒนาทักษะในด้านอื่น ๆ อยู่เสมอ

- ตำแหน่งงานที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญทางด้านศิลปะ ได้แก่ พนักงานสอน และ ทีมออกแบบ โชน D.I.Y. และ Workshop จะต้องมึทักษะทางด้านศิลปะพื้นฐาน หรือมีประวัติผลงานมาให้ทางร้านพิจารณา มีใจบริการ พร้อมเรียนรู้ เพิ่มพูนทักษะใหม่ๆ อยู่เสมอ

3.4.1.2 การสนับสนุนทุนในการอบรมพนักงาน

- จัดอบรมพัฒนาทักษะพนักงานทุกคนหลังจากพนักงานผ่านช่วงทดลองงานแล้ว โดยกำหนดว่าต้องเป็นทักษะ 3 ด้านนี้ คือ ด้านการทำเครื่องดื่ม อาหาร ขนม ศิลปะ และการบริการ อีกทั้งทักษะต่าง ๆ ที่อบรมมาจะต้องมีการนำมาพัฒนาสินค้าและบริการให้กับ MY.MUSES Café เท่านั้น

3.4.2 กลยุทธ์ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)

มีการจัดโซนแยกระหว่างโซน Café และ โซนศิลปะ เพื่อความสะดวกของลูกค้าที่เข้ารับบริการ และป้องกันกลิ่นสี ความสะอาดต่าง ๆ โดยภายในร้าน ตกแต่ง 2 ชั้น แบ่งเป็นชั้น 1 Indoor สำหรับให้บริการเครื่องดื่มและขนม ห้ามนำอุปกรณ์ศิลปะเข้ามา ส่วนชั้น 1 Out-door และ ชั้น 2 จะสามารถนำอุปกรณ์ศิลปะมาใช้บริการได้ อีกทั้งเมื่อถึงช่วงเวลาของการจัด Workshop ทางร้านจะสงวนพื้นที่ชั้น 2 ไว้สำหรับการร่วมกิจกรรม ส่วนชั้น 1 จะเปิดให้บริการตามปกติ

3.4.3 กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

3.4.3.1 ตราสินค้าของทางร้าน MY. MUSES Café ออกแบบจากลักษณะของเด็กผู้หญิงถือพู่กัน เพื่อสื่อถึงความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายและมองเห็นจุดเด่นของร้านได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 3.5 ตราสินค้าของร้าน MY.MUSES Café

ที่มา Ai generated from Gencraft

3.4.3.2 รูปแบบร้าน ทางร้านออกแบบให้คู่มือสีสนั แสดงให้เห็นถึงพื้นที่
 แห่งจินตนาการผสมผสานกับความโมเดิร์นด้วยสีขาวสะอาด เพื่อให้รู้สึกเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย



ภาพที่ 3.6 ตัวอย่างจำลองรูปแบบของร้าน MY.MUSES Café

ที่มา ผู้วิจัย

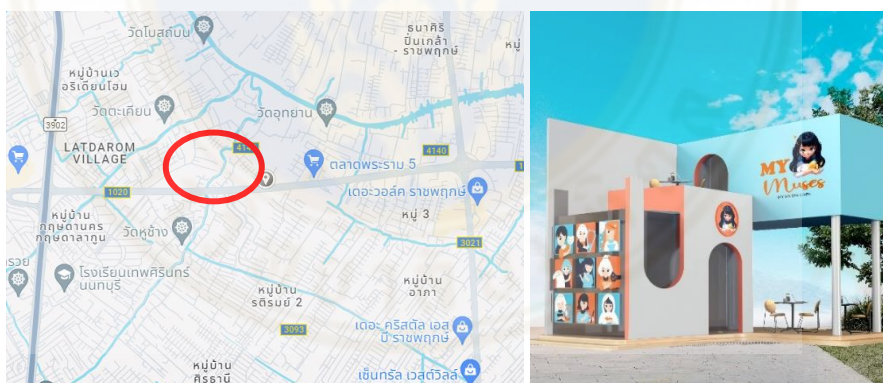
บทที่ 4

แผนการดำเนินงานทางธุรกิจ

บทนี้กล่าวถึง สถานที่ตั้งและแผนผังของร้าน รายละเอียดของธุรกิจ การจดทะเบียน ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า กระบวนการในการให้บริการลูกค้า และภาพรวมการดำเนินงาน

4.1 สถานที่ตั้ง ภาพจำลองและแผนผังของร้าน

MY. MUSES Café ตั้งอยู่ที่ ถนนนครินทร์-พระราม 5 อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นบริเวณติดถนนพระราม 5 เดินทางง่าย มีผู้คนผ่านไป-มาเป็นจำนวนมาก ทางร้านมีพื้นที่ให้บริการลูกค้าทั้ง In-door และ Out – door มีการออกแบบเป็น 2 ชั้น โดยพื้นที่ของร้านทั้งหมดมีขนาดโดยประมาณ 180 ตารางเมตร



ภาพที่ 4.1 แผนที่จัดตั้งร้านและภาพตัวอย่างจำลองรูปแบบของร้าน MY.MUSES Café
ที่มา <https://www.google.com/maps> และ ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.2 แผนผังของร้าน MY.MUSES Café
ที่มา ผู้วิจัย

4.2 รายละเอียดของธุรกิจ

ชื่อกิจการ : MY.MUSES Café

ที่ตั้งของสถานที่ : ถนนนครินทร์-พระราม 5 อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

รูปแบบการดำเนินการ : บริษัทจำกัด (Corporation)

เงินลงทุน : เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ 6,000,000 บาท

4.3 ระยะเวลาและขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจ และภาพรวมในการดำเนินงาน

4.3.1 ขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท

- ศึกษาข้อมูลการจัดตั้งธุรกิจ ประเมินต้นทุน และวางแผนการจัดตั้งธุรกิจ
- พิจารณาทำเลที่ตั้ง ติดต่อเช่าสถานที่ ออกแบบร้าน และดำเนินการจัดหาบริษัทก่อสร้างและตกแต่งภายใน
- จัดหาผู้สนใจร่วมลงทุนทั้งหมด 4 ราย และจัดหาแหล่งกู้ยืมเงินลงทุน ดำเนินการจดทะเบียนบริษัท จัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด เปิดบัญชีและทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริษัท
- ดำเนินการจัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในร้าน

- วางแผนกระบวนการขายและการให้บริการ
- สรรหา/คัดเลือกบุคลากรและอบรมพื้นฐานเบื้องต้น
- วางแผนงานและจัดตารางการทำงานศิลปะของร้านใน 1ปี เพื่อ

ออกแบบโซน D.I.Y. ศิลปะและการทำ Workshop ในแต่ละเดือน

- เตรียมวัตถุดิบ อุปกรณ์ในการให้บริการ
- เปิดบัญชีผู้ใช้งานทาง social media (Facebook, Instagram, TikTok)
- ประชาสัมพันธ์ร้านผ่าน social media ก่อนเปิดร้าน
- ตรวจสอบอุปกรณ์ และขั้นตอน/กระบวนการในการให้บริการ

ตารางที่ 4.1 แสดงระยะเวลาและขั้นตอนของภาพรวมการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ระยะเวลา	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ (เดือน)						
		1	2	3	4	5	6	7
1. ศึกษาข้อมูลการจัดตั้งธุรกิจ ประเมิน ต้นทุน และวางแผนการจัดตั้งธุรกิจ	2 เดือน							
2. พิจารณาทำเลที่ตั้ง คิดต่อเช่าสถานที่ ออกแบบร้าน	1 เดือน							
3. จัดหาผู้สนใจร่วมลงทุนทั้งหมด 4 ราย และ หาแหล่งกู้ยืมเงิน จึงดำเนินการจดทะเบียน บริษัท จัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด เปิดบัญชีและ ทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริษัท	1 เดือน							
4. จัดหาบริษัทก่อสร้างและดำเนินการ ก่อสร้าง	5 เดือน							
5. จัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆ	1 เดือน							
6. วางแผนกระบวนการขายและการ ให้บริการ	1 เดือน							
7. สรรหา/คัดเลือกบุคลากรและอบรม พื้นฐานเบื้องต้น	2 เดือน							
8. วางแผนงานและจัดตารางการทำงานศิลปะ ของร้านใน 1ปี	1 เดือน							

ตารางที่ 4.1 แสดงระยะเวลาและขั้นตอนของภาพรวมการดำเนินงาน (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ระยะเวลา	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ (เดือน)						
		1	2	3	4	5	6	7
9. เตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์	1 เดือน							
10. เปิดบัญชีผู้ใช้งานทาง social media	1 สัปดาห์							
11. ประชาสัมพันธ์ร้านผ่าน social media ก่อนเปิดร้าน	1 เดือน							
12. ตรวจสอบความเรียบร้อย และขั้นตอน/กระบวนการในการให้บริการ	1 สัปดาห์							

4.4 กระบวนการปฏิบัติงาน

4.4.1 กระบวนการในการบริการของร้าน MY.MUSES Café สำหรับผู้ใช้บริการร้าน

ตารางที่ 4.2 กระบวนการในการบริการของร้าน MY.MUSES Café

แผนกเครื่องดื่ม/อาหาร	แผนกบริการลูกค้าส่วน Café	แผนกบริการลูกค้าส่วนงาน ศิลปะและ Workshop
ตรวจสอบปริมาณคงเหลือของ วัตถุดิบ	แนะนำรายการอาหารและ เครื่องดื่มและงานศิลปะ	เตรียมหลักสูตรและตรวจสอบ ปริมาณ คงเหลือของ วัสดุ อุปกรณ์
สั่งซื้อวัตถุดิบ	รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าพร้อม ชำระเงิน (ชำระทั้งเครื่องดื่ม/ อาหาร/และงานศิลปะ) และส่ง เพจเจอร์เรียกคิวให้ลูกค้า	สั่งซื้อ+จัดเก็บ+จัดเตรียม อุปกรณ์พร้อมบริการ
จัดเก็บวัตถุดิบ	หากลูกค้าต้องการใช้บริการ งานศิลปะด้วย พนักงานจะส่ง ต่อให้กับแผนกงานศิลปะเพื่อ เลือกอุปกรณ์	เตรียมอุปกรณ์ให้ลูกค้า

ตารางที่ 4.2 กระบวนการในการบริการของร้าน MY.MUSES Café สำหรับผู้ใช้บริการร้าน (ต่อ)

แผนกเครื่องดื่ม/อาหาร	แผนกบริการลูกค้าส่วน Café	แผนกบริการลูกค้าส่วนงานศิลปะและ Workshop
จัดเตรียมเครื่องดื่มและอาหาร	เมื่อออเดอร์เสร็จแล้ว พนักงานจะกดเพจเจอร์แจ้งให้ลูกค้ามารับออเดอร์	แนะนำการใช้เบื้องต้น
ทำความสะอาดครัวและภาชนะ ทั้งในครัวและของลูกค้า	ลูกค้ารับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	ลูกค้าใช้บริการงานศิลปะ
	เก็บภาชนะและทำความสะอาดพื้นที่	เก็บภาชนะและทำความสะอาดพื้นที่

4.4.2 กระบวนการในการบริการกรณีรับคำสั่งซื้อผ่าน Delivery Application

ตารางที่ 4.3 แสดงกระบวนการในการบริการกรณีรับคำสั่งซื้อผ่าน Delivery Application

การบริการกรณีรับคำสั่งซื้อผ่าน Delivery Application
ลูกค้าสั่งซื้อเครื่องดื่ม/อาหารจาก Delivery Application
รับคำสั่งซื้อและคอนเฟิร์มการสั่งซื้อ
จัดเตรียมเครื่องดื่ม/อาหาร ตามคำสั่งซื้อ
ส่งมอบเครื่องดื่ม/อาหาร ให้กับไรเดอร์
ลูกค้ารับสินค้าจากไรเดอร์

บทที่ 5

แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร

บทนี้ประกอบด้วยข้อมูลทางธุรกิจ โครงสร้างองค์กร แผนด้านบุคลากร แผนดำเนินการ กลยุทธ์ด้านการจัดทีมและองค์กร และการประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยแผนบริหารจัดการทีมและองค์กร เป็นการวางแผนการบริหารในส่วนของบุคลากรเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีระบอบขอบเขตหน้าที่ ความรับผิดชอบ และค่าตอบแทนต่างๆ ที่พนักงานควรได้รับ

5.1 ข้อมูลทางธุรกิจ

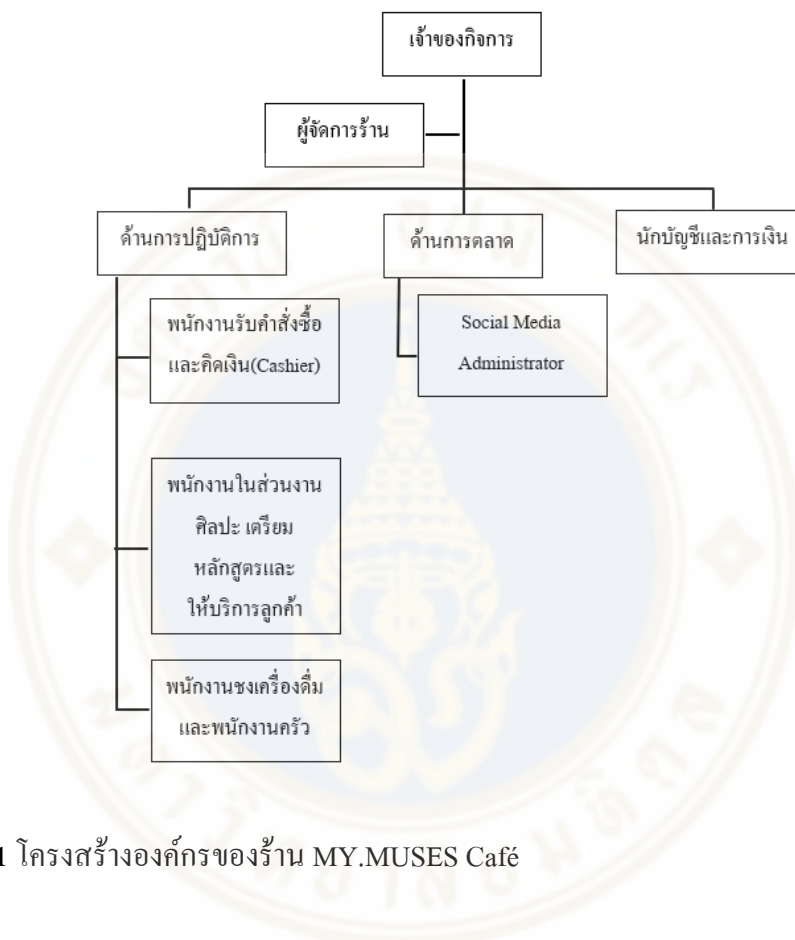
ร้าน MY.MUSES Café จัดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เอ็มเอ็มเอ็ม ซี จำกัด มีทุนจดทะเบียนบริษัททั้งสิ้น จำนวน 1,000,000 บาท มีผู้ร่วมลงทุน 4 คน โดยแหล่งเงินทุนมาจาก 2 ส่วน คือ ส่วนผู้ถือหุ้นจำนวน 30,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท และ กู้ยืมเงินจากธนาคารรวมเป็นเงินลงทุน 6,000,000 บาท มีสัดส่วนของการถือหุ้น ดังนี้

ตารางที่ 5.1 สัดส่วนของการถือหุ้นบริษัท เอ็มเอ็มเอ็ม ซี จำกัด

ลำดับ	ชื่อ – นามสกุล ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	มูลค่าการลงทุน (บาท)
1	นางสาวณัชชา พึ่งนุ่ม	18,000	60%	1,800,000
2	นางสาวฉัตรกนก ขุนทด	6,000	20%	600,000
3	นางสาววนิชยา เลี่ยมอยู่	3,000	10%	300,000
4	นางสาวอลิตา พงษ์ศักดิ์	3,000	10%	300,000
รวมทั้งสิ้น		30,000	100%	3,000,000

5.2 โครงสร้างองค์กร

ร้าน MY.MUSES Café มีโครงสร้างองค์กรแบบ Flat Organization โดยผู้บริหารจะกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ตลอดจนกลยุทธ์ในการบริหารต่าง ๆ พนักงานของบริษัทมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 5.1 โครงสร้างองค์กรของร้าน MY.MUSES Café

5.3 บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ

จากโครงสร้างองค์กรของร้าน MY.MUSES Café เพื่อให้มีแนวทางในการทำงานที่ชัดเจน สร้างระบบที่สอดคล้องกันและมีประสิทธิภาพ จึงกำหนดรายละเอียด หน้าที่และความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่งของร้าน ดังนี้

5.3.1 เจ้าของกิจการ

เจ้าของธุรกิจ หมายถึง ผู้ประกอบการดำเนินการด้วยตนเองแต่เพียงผู้เดียวหรือเป็นกลุ่ม เจ้าของกิจการเป็นผู้ลงทุน คิดและตัดสินใจด้วยตนเอง สามารถวางแผนกำหนดทิศทางและดูแลตรวจสอบภาพรวมธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ

5.3.1.1 ด้านการบริหาร

- กำหนดเป้าหมายของธุรกิจ วางแผนกำหนดวิสัยทัศน์เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และเพื่อลดความเสี่ยงของกิจการ
- ตรวจสอบและวางแผนรายรับ - รายจ่ายของธุรกิจ พร้อมกับจัดหาแหล่งเงินทุน

5.3.1.2 ด้านการตลาด

- มองหาวิธีเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ ติดตามและวิเคราะห์การตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

5.3.1.3 ด้านทรัพยากรมนุษย์

- คัดสรรบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งและหน้าที่
- กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนบุคลากรให้เหมาะสม
- จัดการฝึกอบรมบุคลากร เพื่อพัฒนาทักษะให้ที่มีประสิทธิภาพ

5.3.2 ผู้จัดการร้าน

เป็นผู้จัดวางการทำงานให้กับส่วนงานต่าง ๆ โดยเปรียบเสมือนตัวแทนของเจ้าของกิจการ ผู้จัดการจะมีหน้าที่ในการตรวจสอบดูแลความเรียบร้อยในการทำงานภายในร้าน รวมถึงการให้บริการของพนักงาน

5.3.2.1 ด้านการตลาด

- สามารถวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาด และวางแผนในการทำโปรโมชันเพื่อดึงดูดผู้บริโภค
- ติดตามยอดขายเพื่อประเมินสถานการณ์ และวางแผนการเพิ่มยอดขาย
- วางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ รวมถึงการปรับปรุงเครื่องคั้มหรือการให้บริการในด้านต่าง ๆ
- รับฟังความต้องการของลูกค้า ทั้งข้อเสนอแนะและติชม รับมือและแก้ไขสถานการณ์เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

5.3.2.2 ด้านทรัพยากรมนุษย์

- คัดสรรบุคลากรจัดสรรหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานให้เหมาะสม ให้คำแนะนำในการทำงานแก่พนักงาน
- ประเมินผลการทำงานของพนักงานภายในร้าน โดยวัดจากประสิทธิภาพในการทำงาน

5.3.2.3 ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน

- มอบหมายหน้าที่งานให้เหมาะสมกับตำแหน่งพนักงาน
- ควบคุม ตรวจสอบการทำงาน of พนักงานให้มีประสิทธิภาพและ
เป็นไปตามระบบของร้าน
- วางแผนและตรวจสอบปริมาณของวัตถุดิบให้เพียงพอต่อการบริการ
อยู่เสมอ รวมถึงจัดหาวัตถุดิบเมื่อถึงเวลาที่เหมาะสม
- ประสานงานกับพนักงานในแต่ละฝ่ายเพื่อการผลิตสินค้าควบคุม
คุณภาพของสินค้า และการบริการ

5.3.2.4 ด้านการเงิน

- ดูแลเงินสดและรายได้ที่ได้รับในแต่ละวัน
- ดูแลบันทึกรายรับรายจ่ายและส่งให้ฝ่ายบัญชี และผู้ประกอบการ
- ควบคุมการสั่งซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ในปริมาณที่เหมาะสม

5.3.3 พนักงานรับคำสั่งซื้อและคิดเงิน (Cashier)

บทบาทและหน้าที่ของพนักงานรับคำสั่งซื้อและคิดเงิน (Cashier) มีดังนี้

- แนะนำสินค้า การใช้บริการงานศิลปะ และโปรโมชั่น/เมนูแนะนำของทางร้าน
- รับออเดอร์จากหน้าร้านและออนไลน์
- ตรวจสอบรายการสั่งซื้อ แจ้งยอดชำระกับลูกค้า รับเงินพร้อมส่งเพจเจอร์เรียกคิวให้
ลูกค้าตามหมายเลขโต๊ะนั่งที่พร้อมบริการ
- หากลูกค้าต้องการทำงานศิลปะด้วย พนักงานจะส่งต่อให้กับแผนกศิลปะเพื่อเลือก
อุปกรณ์
- ประสานงานกับพนักงานขงเครื่องดื่มและพนักงานครัว
- กดเพจเจอร์แจ้งลูกค้าและรอเสิร์ฟออเดอร์ให้ลูกค้าที่เคาท์เตอร์/จัดส่งออเดอร์
ออนไลน์ให้ไรเดอร์
- ทำความสะอาดโต๊ะเมื่อลูกค้าใช้บริการเสร็จแล้ว และทำความสะอาดร้าน บริเวณ
โซน Café หลังปิดร้าน

5.3.4 พนักงานในส่วนงานศิลปะ

บทบาทของพนักงานในส่วนงานศิลปะ มีดังนี้

- วางแผนตารางและเตรียมหลักสูตรศิลปะ
- นำเสนอแผนงานศิลปะให้ผู้บริหารและผู้จัดการอนุมัติ
- จัดเตรียมอุปกรณ์และสั่งซื้อวัสดุศิลปะ
- เตรียมสถานที่สำหรับจัดกิจกรรม
- บริการจัดเตรียมอุปกรณ์และโซน D.I.Y ให้ลูกค้า
- ให้คำแนะนำและสอนการใช้อุปกรณ์/เทคนิคต่างๆ
- ทำความสะอาดร้านบริเวณโซนศิลปะ

5.3.5 พนักงานขงเครื่องดืมและพนักงานครัว

บทบาทและหน้าที่ของพนักงานขงเครื่องดืมและพนักงานครัว

- จัดเตรียมเครื่องดืมและอาหารตามคำสั่งซื้อที่ได้รับ
- ดูแล ปรับปรุง ควบคุมความสะอาดและรสชาติ ให้คงที่อยู่เสมอ
- กำหนดปริมาณการสั่งซื้อของให้เพียงพอต่อการใช้งาน
- ทำความสะอาดภาชนะและบริเวณ โซนครัว หลังปิดร้าน

5.3.6 Social Media Administrator

บทบาทและหน้าที่ของ Social Media Administrator

- เป็นตัวกลางสื่อสารกับลูกค้าและดูแลสื่อทางออนไลน์
- จัดทำคอนเทนต์ ตารางการโพสต์ และควบคุมการเคลื่อนไหวในทุกแพลตฟอร์มที่

ใช้ในการประชาสัมพันธ์

- เก็บข้อมูล รวบรวมสถิติ เพื่อวิเคราะห์ร่วมกับผู้จัดการในการวางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์

5.3.7 นักบัญชีและการเงิน

บทบาทและหน้าที่ของนักบัญชีและการเงิน

- จัดเก็บข้อมูลรายรับ - รายจ่าย
- ทำรายงานข้อมูลทางการเงินให้กับเจ้าของกิจการและผู้ถือหุ้น
- บริหารจัดการภาพรวมทางบัญชีและการเงินของร้านทั้งหมด

5.4 การวางแผนกำลังคนและอัตราค่าตอบแทน

ร้าน MY.MUSES Café เปิดทุกวัน เวลา 09.00 – 19.00 น. รวมเป็นชั่วโมงในการปฏิบัติงานจำนวน 10 ชั่วโมง ซึ่งได้มีการแบ่งเวลาทำงานของพนักงานรับคำสั่งซื้อ พนักงานด้านศิลปะ และพนักงานขงเครื่องดื่มและครัว เป็น 2 ช่วงเวลา คือ พนักงานกะเช้า ทำงานเวลา 8.00 – 17.00 น. และพนักงานกะกลางวัน ทำงานเวลา 11.00 – 20.00 น. มีการกำหนดจำนวนคนและเงินเดือนไว้ ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 การวางแผนกำลังคนและอัตราค่าตอบแทน

ตำแหน่ง	จำนวน	ปีที่ 1		ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		เงินเดือน	รวม				
ผู้จัดการร้าน	1	23,000	23,000	24,150	25,358	26,625	27,957
พนักงานรับคำสั่งซื้อและคิดเงิน	2	18,000	36,000	37,800	39,690	41,675	43,758
พนักงานใน ส่วนงานศิลปะ	5	19,000	95,000	99,750	104,738	109,974	115,473
พนักงานขง เครื่องและครัว	4	18,000	72,000	75,600	79,380	83,349	87,516
Social Media Administrator	1	18,000	18,000	18,900	19,845	20,837	21,879
นักบัญชีและการเงิน	1	18,000	18,000	18,900	19,845	20,837	21,879
รวม (ต่อเดือน)			262,000	275,100	288,855	303,298	318,463
รวม (ต่อปี)			3,144,000	3,301,200	3,466,260	3,639,573	3,821,552

อัตราเงินเดือนจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งผู้จัดการร้านจะเป็นผู้ประเมินผลการทำงานส่งให้เจ้าของกิจการพิจารณาและตัดสินใจครั้งหนึ่ง นอกจากค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินเดือนแล้วสวัสดิการต่าง ๆ ที่พนักงานพึงจะมี คือ สิทธิประกันสังคม สิทธิวันลา ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาบุคลากรในองค์กร

สิทธิประกันสังคม ทางร้านจะทำการหักจากเงินเดือนของพนักงานในแต่ละเดือน อัตราร้อยละ 5 ของเงินเดือน เพื่อเป็นการรักษาผลประโยชน์สวัสดิการแห่งรัฐให้กับพนักงาน เช่น กรณีเจ็บป่วย ประสบอุบัติเหตุ ทูพพลภาพ หรือเสียชีวิต เป็นต้น

สิทธิวันลา พนักงานสามารถลาหยุดได้ไม่ต่ำกว่า 13 วันตามวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่กฎหมาย กำหนด และสามารถขอลากิจ ลาป่วยได้อีกไม่เกิน 20 วันต่อปี

5.5 การวางแผนพัฒนาทักษะของพนักงาน

ทางร้านจะทำการส่งพนักงานไปเรียนตามทักษะความรู้ที่ต้องพัฒนา ตามรายละเอียด ดังนี้

5.5.1 พนักงานชงเครื่องดื่มและพนักงานครัว

พนักงานจะได้เรียนด้านการทำเครื่องดื่ม อาหารและขนม ตามแต่ละหลักสูตร เพื่อนำมาพัฒนาเมนูใหม่ของทางร้าน โดยจะมีการอบรมปีละ 2 ครั้ง

5.5.2 พนักงานในส่วน Café

พนักงานจะได้เรียนด้านบริการและทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาทักษะการให้บริการที่ดีขึ้น โดยมีการอบรมปีละ 1 ครั้ง

5.5.3 พนักงานในส่วนงานศิลปะ

พนักงานจะได้เรียนด้านศิลปะ ตามแผนตารางการจัดกิจกรรมศิลปะ เช่น การฝึกแต่งหน้าเค้ก การถักไหมพรม เป็นต้น โดยจะมีการเรียน เดือนละ 1 ครั้ง ทั้งนี้ในแต่ละครั้งจะคัดเลือกพนักงานไปอบรม เพียง 2 คน/ครั้ง การคัดเลือกพนักงานขึ้นอยู่กับอำนาจการตัดสินใจของผู้จัดการตามความเหมาะสมและเท่าเทียมของพนักงานในทีม และผู้ที่เข้าเรียนจะต้องนำความรู้ที่ได้มาสอนพนักงานที่เหลือ เพื่อนำไปบริการลูกค้า

บทที่ 6

แผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการลงทุน

บทนี้ประกอบด้วย สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุน โครงการ แผนการเงินตามกรอบเวลา 5 ปี ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน และผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าลงทุน

6.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการ

6.1.1 สมมติฐานทางการเงิน

เงินลงทุนสำหรับ บริษัท เอ็มเอ็มซี จำกัด ใช้เงินทุนจำนวนทั้งสิ้น 6,000,000 บาท โดยมีแหล่งเงินทุนสำหรับเริ่มต้นธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน จากส่วนของเจ้าของกิจการ 50% และมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงินอีก 50% โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 6.1 ดังนี้

ตารางที่ 6.1 สมมติฐานทางการเงินของบริษัท เอ็มเอ็มซี จำกัด

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
1. เงินลงทุนร้าน MY.MUSES Café	มาจากหุ้นส่วนธุรกิจ จำนวน 4 คน มูลค่าการลงทุน 3,000,000 บาท และ กู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงิน อีก 3,000,000 บาท รวมทั้งสิ้น 6,000,000 บาท
2. ยอดขายของบริษัท	เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี
3. การขายสินค้าและการจัดซื้อวัตถุดิบ	ไม่มีนโยบายเครดิตการชำระเงิน
4. ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์	5 ปี
5. ราคาสินค้าและบริการ	คงที่เป็นเวลา 5 ปี
6. ต้นทุนวัตถุดิบ	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
7. ต้นทุนการดำเนินงาน	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
8. อัตราเงินเดือนพนักงาน	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
9. ภาษีเงินได้นิติบุคคล	ร้อยละ 20 ต่อปี

6.2 โครงสร้างเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และต้นทุนที่เกี่ยวข้อง

ตามการประมาณการ โครงการลงทุนในธุรกิจของบริษัท เอ็มเอ็มซี จำกัด พบว่า ธุรกิจมีความต้องการเงินทุนรวม 6,000,000 บาท มีแหล่งเงินทุนสำหรับเริ่มต้นธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ เงินลงทุนในส่วนของเจ้าของกิจการ 50% และกู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงินอีก 50% โดยบริษัทจะออกหุ้นสามัญจำนวน 30,000 หุ้น หุ้นละ 100 บาท ซึ่งบริษัทมีผู้ร่วมลงทุนจำนวน 4 คน มีรายละเอียดการถือหุ้น จำนวนหุ้นและมูลค่าการลงทุน แสดงในตาราง 6.2 และ 6.3 ดังนี้

ตารางที่ 6.2 แหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ

แหล่งที่มา	สัดส่วน	จำนวนเงิน (บาท)
หุ้นสามัญ	50%	3,000,000
กู้ธนาคาร	50%	3,000,000
รวม	100%	6,000,000

ตารางที่ 6.3 โครงสร้างสัดส่วนผู้ถือหุ้นบริษัท เอ็มเอ็มซี จำกัด

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	มูลค่าการลงทุน (บาท)
1	นางสาวณัชชา พึ่งนุ่ม	18,000	60%	1,800,000
2	นางสาวฉัตรกนก ขุนทด	6,000	20%	600,000
3	นางสาวนิชชา เลี่ยมอยู่	3,000	10%	300,000
4	นางสาวอลิตา พงษ์ศักดิ์	3,000	10%	300,000
รวมทั้งสิ้น		30,000	100%	3,000,000

ตารางที่ 6.4 เงินลงทุนเริ่มต้นกิจการ (ณ ปีที่ 0)

รายละเอียดเงินลงทุน	
รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ที่ดินและการปรับปรุง (ค่ามัดจำล่วงหน้า 3 เดือน)	60,000
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่	2,515,000
ค่าออกแบบ	80,000
อุปกรณ์และเครื่องมือภายในร้าน	470,445

ตารางที่ 6.4 เงินลงทุนเริ่มต้นกิจการ (ณ ปีที่ 0) (ต่อ)

รายละเอียดเงินลงทุน	
รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
อุปกรณ์สำนักงาน	109,000
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	572,500
รวมสินทรัพย์ถาวรทั้งหมด	3,806,945
เงินทุนหมุนเวียน	2,193,000
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	5,995,945

ตารางที่ 6.5 ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการเสื่อมราคา

รายละเอียดเงินทุน			อายุการใช้งาน(ปี)	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)
รายการ				
ค่าที่ดินและการปรับปรุง		60,000		
ค่ามัดที่ดินจำล่วงหน้า 3 เดือน	60,000			
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่		2,450,000	10	251,500
ค่าแรงและวัสดุตกแต่งร้าน	2,100,000			
ป้ายชื่อ, ป้ายเมนู, ป้ายตกแต่งร้าน	50,000			
เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งร้าน	300,000			
ระบบไฟฟ้า	30,000			
ระบบประปา	15,000			
ระบบโทรศัพท์	5,000			
ระบบเก็บเงิน	15,000			
ค่าออกแบบ	80,000	80,000	10	8,000
อุปกรณ์และเครื่องมือภายในร้าน		470,445	5	94,089
เครื่องทำกาแฟ 2 หัวและบดกาแฟ	110,925			
เครื่องปั่น 2 เครื่อง	12,000			
เครื่องผสมแป้ง 2 เครื่อง	27,800			
เตาอบเบเกอรี่ 2 เครื่อง	54,000			

ตารางที่ 6.5 ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการเสื่อมราคา (ต่อ)

รายละเอียดเงินทุน				
รายการ		อายุการใช้ งาน(ปี)	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)	
เครื่องทำโดนัท 2 เครื่อง	12,000			
ตู้แช่เย็น 2 เครื่อง	66,000			
อุปกรณ์เครื่องครัว	30,000			
อุปกรณ์เครื่องเสียง	20,000			
เครื่อง POS และเครื่องเรียกคิวไร้สาย	33,900			
อุปกรณ์ศิลปะ	50,000			
ภาชนะภายในร้าน	53,820			
อุปกรณ์สำนักงาน		109,000	5	21,800
โทรศัพท์มือถือ 2 เครื่อง	40,000			
คอมพิวเตอร์พกพา 2 เครื่อง	60,000			
เมาส์ปากกา 2 เครื่อง	4,000			
เครื่องปริ้นเตอร์ 1 เครื่อง	5,000			
รวมทั้งหมด		3,234,445		375,389

ตารางที่ 6.6 การคำนวณค่าเสื่อมราคาในแต่ละปี

รายการ	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่	251,500	251,500	251,500	251,500	251,500
ค่าออกแบบ	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
อุปกรณ์และเครื่องมือภายในร้าน	94,089	94,089	94,089	94,089	94,089
อุปกรณ์สำนักงาน	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800
รวมค่าเสื่อมราคาทั้งสิ้น	375,389	375,389	375,389	375,389	375,389

ตารางที่ 6.7 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

รายละเอียดเงินลงทุน	
รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท	30,000
ค่าเช่าที่ดิน 5 เดือนแรก (ช่วงก่อสร้าง)	100,000
ค่าเงินเดือนพนักงาน 1 เดือน (ช่วงก่อนเปิดกิจการ)	306,000
ค่ากิจกรรมทางการตลาด	
ค่าโปรโมทบน Social Media	96,500
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด	40,000
รวมค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	572,500

ตารางที่ 6.8 ต้นทุนวัตถุดิบเครื่องดื่ม

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/แก้ว (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เมล็ดกาแฟคั่ว (BonCafé)	10.30	10.82	11.36	11.93	12.52
ผงโกโก้ (Matchazuki)	15.30	16.07	16.87	17.71	18.60
ผงมัทฉะ (Matchazuki)	10.70	11.23	11.79	12.38	13.00
ส้มคั้น	4.33	4.55	4.78	5.02	5.27
คาราเมลไซรัป	5.78	6.07	6.37	6.69	7.02
น้ำผึ้ง	4.94	5.18	5.44	5.71	5.99
สตอว์เบอร์รี่ไซรัป	3.38	3.55	3.73	3.91	4.11
นมสดรสจืด	6.75	7.09	7.44	7.81	8.20
นมข้นหวาน	2.40	2.52	2.64	2.77	2.91
นมข้นจืด	3.70	3.89	4.08	4.29	4.50
สตอว์เบอร์รี่สด	10.2	10.71	11.25	11.81	12.40
ผงชาไทย	12.89	13.53	14.21	14.92	15.67
ผงชาพีช	6.07	6.37	6.69	7.03	7.38
เลมอนไซรัป	3.38	3.55	3.72	3.91	4.11
พีชไซรัป	3.38	3.55	3.72	3.91	4.11

ตารางที่ 6.8 ต้นทุนวัตถุดิบเครื่องดื่ม (ต่อ)

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/แก้ว (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
โซดา	1.46	1.54	1.61	1.69	1.78
น้ำแข็ง	0.25	0.26	0.28	0.29	0.30
น้ำเชื่อม	0.56	0.59	0.62	0.65	0.68
ส้มไซรัป	3.38	3.55	3.72	3.91	4.11
หลอดกระดาษ	0.59	0.62	0.65	0.68	0.72
แก้วเย็น/ฝา พร้อมสายคาดพิมพ์โลโก้	4.15	4.36	4.58	4.80	5.04
แก้วร้อน/ฝา พร้อมสายคาดพิมพ์โลโก้	4.90	5.15	5.40	5.67	5.96
ค่าปิ่น	2.00	2.10	2.21	2.32	2.43

ตารางที่ 6.9 ต้นทุนวัตถุดิบอาหาร

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/จาน (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เส้นสปาเก็ตตี้	14.25	14.96	15.71	16.50	17.32
ไก่ทอดแช่แข็ง	18.50	19.43	20.40	21.42	22.49
เฟรนช์ฟรายส์	11.56	12.14	12.74	13.38	14.05
วิปครีมเทียม	4.30	4.51	4.74	4.97	5.22
เนยเทียมรสจืด	1.11	1.17	1.22	1.28	1.35
กุ้งสด	33.14	34.80	36.54	38.37	40.29
หอมหัวใหญ่	0.58	0.61	0.64	0.67	0.70
กระเทียม	0.89	0.93	0.98	1.03	1.08
ซอสมะเขือเทศ	0.42	0.44	0.46	0.49	0.51
มะเขือเทศ	0.36	0.38	0.40	0.42	0.44
เกลือป่น	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
ซอสซาวครีม	3.71	3.90	4.09	4.30	4.51
ซอสซีท	1.49	1.57	1.64	1.73	1.81
เบคอน	31.20	32.76	34.40	36.12	37.92

ตารางที่ 6.9 ต้นทุนวัตถุดิบอาหาร (ต่อ)

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/จาน (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
พริกแห้ง	2.70	2.84	2.98	3.13	3.28
พริกไทย	0.45	0.47	0.49	0.52	0.54
เชดค้ำชีชนิดเส้น	14.00	14.70	15.44	16.21	17.02
กล่องอาหาร+สายคาดโลโก้	5.60	5.88	6.17	6.48	6.81
ซ็อนส์อม	1.30	1.37	1.43	1.50	1.58
ถุงพลาสติก 8*16นิ้ว	0.34	0.36	0.38	0.40	0.42

ตารางที่ 6.10 ต้นทุนวัตถุดิบของหวาน

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/ชิ้น (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ส้ม	0.43	0.46	0.48	0.50	0.53
มะม่วงสุก	2.25	2.36	2.48	2.60	2.73
เลมอนสด	2.98	3.12	3.28	3.44	3.62
โอรีโอ้คูกี้	1.30	1.37	1.43	1.50	1.58
องุ่นไซมัสคัสสด	3.97	4.17	4.37	4.59	4.82
วิปครีมเทียม	1.43	1.50	1.58	1.66	1.74
น้ำตาลทรายขาว	0.16	0.16	0.17	0.18	0.19
ขนมปังแผ่น	8.00	8.40	8.82	9.26	9.72
แป้งเค้ก	0.45	0.47	0.50	0.52	0.55
สตรอว์เบอร์รี่สด	6.80	7.14	7.50	7.87	8.27
ไข่ เบอร์ 2	0.38	0.40	0.42	0.44	0.46
ยีสต์	0.42	0.44	0.46	0.49	0.51
เนยแท่งรสจืด	0.23	0.24	0.25	0.27	0.28
เกลือป่น	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
กลิ่นวานิลลา	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
นมสดรสจืด	0.32	0.33	0.35	0.36	0.38
แป้งอเนกประสงค์	0.53	0.55	0.58	0.61	0.64

ตารางที่ 6.10 ต้นทุนวัตถุดิบของหวาน (ต่อ)

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/ชิ้น (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผงมัทฉะ	1.07	1.12	1.18	1.24	1.30
ผงโกโก้	1.02	1.07	1.12	1.18	1.24
ครีมชีส	1.64	1.73	1.81	1.90	2.00
กรีกโยเกิร์ต	3.25	3.41	3.58	3.76	3.95
นมข้นหวาน	0.18	0.19	0.20	0.21	0.22
น้ำมะนาว	0.04	0.04	0.04	0.04	0.05

ตารางที่ 6.11 ต้นทุนวัตถุดิบชุดศิลปะ D.I.Y

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/ชิ้น (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า D.I.Y. แต่งหน้าโดนัท					
โดนัทเปล่า (ปกติ)	2.50	2.63	2.76	2.89	3.04
ของตกแต่ง	8.00	8.40	8.82	9.26	9.72
ครีมสด	1.59	1.67	1.75	1.84	1.93
จานสีเซรามิก (ต้องคืนร้าน)	0.68	0.72	0.76	0.79	0.83
ฟูกันแต่งหน้าโดนัท 2 อัน (ต้องคืนร้าน)	3.00	3.15	3.31	3.47	3.65
เกรียงปาดครีม (ต้องคืนร้าน)	0.27	0.28	0.30	0.31	0.33
ที่คีบของตกแต่ง (ต้องคืนร้าน)	0.25	0.26	0.28	0.29	0.30
ผ้ากันเปื้อนสกรีน โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
สีผสมอาหาร	0.32	0.34	0.36	0.37	0.39
ฐานหมุน (ต้องคืนร้าน)	0.33	0.34	0.36	0.38	0.40
สินค้า D.I.Y. สีน้ำ					
กระดาษร้อยปอนด์ (A5)	2.80	2.94	3.09	3.24	3.40
ชุดสีน้ำ 24 สี (เลือกได้ไม่เกิน 6 สี)	9.17	9.63	10.11	10.61	11.14
ชุดถังใส่น้ำกับจานสี (ต้องคืนร้าน)	3.30	3.47	3.64	3.82	4.01

ตารางที่ 6.11 ต้นทุนวัตถุดิบชุดศิลปะ D.I.Y (ต่อ)

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/ชิ้น (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
set พู่กันสีน้ำ (ต้องคืนร้าน)	4.60	4.83	5.07	5.33	5.59
กรอบรูป A5	48.00	50.40	52.92	55.57	58.34
ขาตั้งวาดรูปพกพา (ต้องคืนร้าน)	4.35	4.57	4.80	5.04	5.29
ผ้ากันเปื้อนสกปรก โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
สินค้า D.I.Y. สีโปสเตอร์					
เฟรมผ้าใบ (25*30 cm.)	39.00	40.95	43.00	45.15	47.40
ขาตั้งวาดรูปพกพา (ต้องคืนร้าน)	4.35	4.57	4.80	5.04	5.29
สีโปสเตอร์ 400ml (เลือกได้ไม่เกิน 6 สี)	20.25	21.26	22.33	23.44	24.61
set พู่กันสีโปสเตอร์ (ต้องคืนร้าน)	6.90	7.25	7.61	7.99	8.39
ชุดถังใส่น้ำกับจานสี (ต้องคืนร้าน)	3.30	3.47	3.64	3.82	4.01
ผ้ากันเปื้อนสกปรก โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
สินค้า D.I.Y. ปั้นดิน (เซตเครื่องประดับ)					
ดินเกาหลี (เลือกได้ 5 สี สีละ 10 g)	50.00	52.50	55.13	57.88	60.78
อะไหล่ลวดวงกมูแจ	9.00	9.45	9.92	10.42	10.94
อะไหล่ต่างหู 1 คู่	6.00	6.30	6.62	6.95	7.29
อะไหล่ก๊ีบ	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
อุปกรณ์ปั้น/แม่พิมพ์ (ต้องคืนร้าน)	0.53	0.56	0.58	0.61	0.64
แผ่นซิลิโคนรองปั้น (ต้องคืนร้าน)	5.27	5.53	5.81	6.10	6.41
ผ้ากันเปื้อนสกปรก โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
น้ำยาเคลือบดินเผา/ด้าน	3.54	3.72	3.90	4.10	4.30
สินค้า D.I.Y. จัดดอกไม้ ไม่เกิน 8 ดอก					
กรรไกร (ต้องคืนร้าน)	1.67	1.75	1.84	1.93	2.03
ผ้ากันเปื้อนสกปรก โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
กระดาษสาสีต่างๆ	5.91	6.21	6.52	6.84	7.18
กระดาษกราฟท์	4.50	4.73	4.96	5.21	5.47
แผ่นซิลิโคนรองเปื้อน (ต้องคืนร้าน)	5.27	5.53	5.81	6.10	6.41

ตารางที่ 6.11 ต้นทุนวัสดุศิลปะ D.I.Y (ต่อ)

วัสดุศิลปะ	ราคาต้นทุนวัสดุศิลปะ/ชิ้น (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ดอกกุหลาบสีต่างๆ	18.00	18.90	19.85	20.84	21.88
ดอกไลเซนทัสสีต่างๆ	29.20	30.66	32.19	33.80	35.49
ดอกมัมสีต่างๆ	15.00	15.75	16.54	17.36	18.23
ดอกตัดเตอร์สีต่างๆ	10.00	10.50	11.03	11.58	12.16
ดอกสเตติสสีต่างๆ	8.00	8.40	8.82	9.26	9.72
ดอกแคสเปียร์สีต่างๆ	12.50	13.13	13.78	14.47	15.19
ดอกคาร์เนชั่นสีต่างๆ	7.00	7.35	7.72	8.10	8.51
ใบสนมังกร	10.00	10.50	11.03	11.58	12.16
ใบยูคาลิปตัสใบกลม	16.70	17.54	18.41	19.33	20.30
ริบบิ้นผ้าตัวหนา 30 mm.	0.82	0.86	0.90	0.95	1.00
ริบบิ้นผ้าตัวหนา 12 mm.	0.49	0.51	0.54	0.57	0.60
สินค้า D.I.Y. แต่งหน้าเค้ก					
เค้กเปล่า (1/4ปอนด์)	13.74	14.43	15.15	15.91	16.70
ครีมสด	1.59	1.67	1.75	1.84	1.93
สีผสมอาหาร	0.32	0.34	0.35	0.37	0.39
จานสีเซรามิก (ต้องคืนร้าน)	0.68	0.71	0.75	0.79	0.83
ฟูกันแต่งหน้าเค้ก 2 อัน (ต้องคืนร้าน)	3.00	3.15	3.31	3.47	3.65
เกรียงปาดครีม (ต้องคืนร้าน)	0.27	0.28	0.30	0.31	0.33
ที่คียบของตักแต่ง (ต้องคืนร้าน)	0.25	0.26	0.28	0.29	0.30
ผ้ากันเปื้อนสกปรก โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
สีผสมอาหาร	0.32	0.34	0.35	0.37	0.39
ฐานหมุน (ต้องคืนร้าน)	0.33	0.35	0.36	0.38	0.40
ของตักแต่ง	8.00	8.40	8.82	9.26	9.72

ตารางที่ 6.12 ต้นทุนวัตถุดิบกิจกรรม Workshop

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/ชิ้น (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Workshop ทำโดนัท					
แป้งผสมแล้วร่อนทำโดนัท 6 ชิ้น	15.00	15.75	16.54	17.36	18.23
กล่องใส่โดนัทแบบยาว	8.88	9.32	9.79	10.28	10.79
ครีมสด	9.54	10.02	10.52	11.04	11.60
สีผสมอาหาร	1.94	2.04	2.14	2.24	2.36
ของตกแต่ง	48.00	50.40	52.92	55.57	58.34
ฟูกันแต่งหน้าโดนัท 2 อัน (ต้องคืนร้าน)	3.00	3.15	3.31	3.47	3.65
ที่คีบของตกแต่ง (ต้องคืนร้าน)	0.25	0.26	0.28	0.29	0.30
ฐานหมุน (ต้องคืนร้าน)	0.33	0.34	0.36	0.38	0.40
จานสีเซรามิก (ต้องคืนร้าน)	0.68	0.72	0.76	0.79	0.83
เกรียงปาดครีม (ต้องคืนร้าน)	0.27	0.28	0.30	0.31	0.33
ผ้ากันเปื้อนสกปรน โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
Workshop สีน้ำ					
กระดาษร้อยปอนด์ (A3)	5.94	6.24	6.55	6.88	7.22
ชุดสีน้ำ 24 สี (เลือกได้ไม่เกิน 6 สี)	18.33	19.25	20.21	21.22	22.28
ชุดถังใส่น้ำกับจานสี (ต้องคืนร้าน)	3.30	3.47	3.64	3.82	4.01
set ฟูกันสีน้ำ (ต้องคืนร้าน)	4.60	4.83	5.07	5.33	5.59
กรอบรูป (A3)	112.00	117.60	123.48	129.65	136.14
กระดาษรองวาดรูป(A3) (ต้องคืนร้าน)	0.05	0.05	0.05	0.06	0.06
ขาตั้งวาดรูป (ต้องคืนร้าน)	2.00	2.10	2.21	2.32	2.44
ผ้ากันเปื้อนสกปรน โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
Workshop สีโปสเตอร์					
เฟรมผ้าใบ 40*50 cm.	79.00	82.95	87.10	91.45	96.02
ขาตั้งวาดรูป (ต้องคืนร้าน)	2.00	2.10	2.21	2.32	2.44
สีโปสเตอร์ 400ml (ไม่เกิน 6 สี)	40.50	42.53	44.65	46.88	49.23

ตารางที่ 6.12 ต้นทุนวัตถุดิบกิจกรรม Workshop (ต่อ)

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/ชิ้น (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
set พู่กันสีโปสเตอร์ (ต้องคืนร้าน)	6.90	7.25	7.61	7.99	8.39
ชุดตั้งใส่น้ำกับจานสี (ต้องคืนร้าน)	3.30	3.47	3.64	3.82	4.01
ผ้ากันเปื้อนสกปรก โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
Workshop ปั้นดินทำกระถางต้นไม้					
ดินเกาหลีสีขาว	165.00	173.25	181.91	191.01	200.56
อุปกรณ์ปั้น/แม่พิมพ์ (ต้องคืนร้าน)	0.53	0.56	0.59	0.62	0.65
แผ่นซิลิโคนรองปั้น (ต้องคืนร้าน)	5.27	5.53	5.81	6.10	6.40
ผ้ากันเปื้อนสกปรก โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
น้ำยาเคลือบดินเผา/ด้าน	10.63	11.16	11.71	12.30	12.91
สีโปสเตอร์ 400ml	40.50	42.53	44.65	46.88	49.23
set พู่กันสีโปสเตอร์ (ต้องคืนร้าน)	6.90	7.25	7.61	7.99	8.39
ชุดตั้งใส่น้ำกับจานสี (ต้องคืนร้าน)	3.30	3.47	3.64	3.82	4.01
Workshop จัดดอกไม้					
กรรไกร (ต้องคืนร้าน)	1.67	1.75	1.84	1.93	2.03
ผ้ากันเปื้อนสกปรก โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
กระดาษสาสีต่างๆ	9.85	10.34	10.86	11.40	11.97
กระดาษกราฟท์	7.50	7.88	8.27	8.68	9.12
แผ่นซิลิโคนรองเปื้อน (ต้องคืนร้าน)	5.27	5.53	5.81	6.10	6.40
ดอกกุหลาบสีต่างๆ	36.00	37.80	39.69	41.67	43.76
ดอกไลเซนทัสสีต่างๆ	58.33	61.25	64.31	67.53	70.90
ดอกมัมสีต่างๆ	30.00	31.50	33.08	34.73	36.47
ดอกตัดเตอร์สีต่างๆ	20.00	21.00	22.05	23.15	24.31
ดอกสแตติสสีต่างๆ	16.00	16.80	17.64	18.52	19.45
ดอกแคสเปียร์สีต่างๆ	25.00	26.25	27.56	28.94	30.39
ดอกคาร์เนชั่นสีต่างๆ	14.00	14.70	15.44	16.21	17.02
ใบสนมังกร	20.00	21.00	22.05	23.15	24.31
ใบยูคาลิปตัสใบกลม	33.33	35.00	36.75	38.59	40.52

ตารางที่ 6.12 ต้นทุนวัตถุดิบกิจกรรม Workshop (ต่อ)

วัตถุดิบ	ราคาต้นทุนวัตถุดิบ/ชิ้น (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ริบบิ้นผ้าต่วน หนา 30 mm.	1.37	1.44	1.51	1.58	1.66
ริบบิ้นผ้าต่วน หนา 12 mm.	0.82	0.86	0.90	0.95	1.00
Workshop แต่งหน้าเค้ก					
เค้กเปล่า 1 ปอนด์	54.96	57.71	60.59	63.62	66.80
ครีมสด	9.54	10.02	10.52	11.04	11.60
สีผสมอาหาร	2.15	2.26	2.37	2.49	2.62
หัวและถุงบีบครีม (ต้องคืนร้าน)	1.53	1.61	1.69	1.78	1.86
จานสีเซรามิก 2 อัน (ต้องคืนร้าน)	1.37	1.44	1.51	1.59	1.67
ฟูกันแต่งหน้าเค้ก 2 อัน (ต้องคืนร้าน)	3.00	3.15	3.31	3.47	3.65
ฐานหมุน+ที่ค้ำของตักแต่ง (ต้องคืนร้าน)	0.58	0.60	0.64	0.67	0.70
เกรียงปาดครีม (ต้องคืนร้าน)	0.27	0.28	0.30	0.31	0.33
ผ้ากันเปื้อนสกปรน โลโก้ (ต้องคืนร้าน)	1.20	1.26	1.32	1.39	1.46
กล่องใส่ไส้เค้ก+สติ๊กเกอร์โลโก้	29.60	31.08	32.63	34.27	35.98
ของตักแต่ง	53.33	56.00	58.80	61.74	64.83

ตารางที่ 6.13 ราคาต้นทุนและราคาขายเครื่องดื่ม

รายการ	ราคาขาย	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Coffee						
Orange Caramel Coffee (Cold)	80	29.34	30.81	32.35	33.97	35.67
Espresso (Hot)	55	15.20	15.96	16.76	17.60	18.48
Espresso (Cold)	85	21.39	22.46	23.59	24.76	26.00
Espresso (Frappe)	95	23.39	24.56	25.79	27.08	28.43
Americano (Hot)	55	15.76	16.55	17.38	18.25	19.16
Americano (Cold)	85	15.60	16.38	17.20	18.06	18.97

ตารางที่ 6.13 ราคาต้นทุนและราคาขายเครื่องดื่ม (ต่อ)

รายการ	ราคาขาย	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Cappuccino (Hot)	55	22.51	23.64	24.82	26.06	27.37
Cappuccino (Cold)	85	22.60	23.73	24.92	26.17	27.48
Cappuccino (Frappe)	95	24.60	25.83	27.13	28.48	29.91
Latte (Hot)	55	22.51	23.64	24.82	26.06	27.37
Latte (Cold)	85	22.60	23.73	24.92	26.17	27.48
Latte (Frappe)	95	24.60	25.83	27.13	28.48	29.91
Mocha (Hot)	55	26.79	28.13	29.53	31.01	32.56
Mocha (Cold)	85	26.88	28.22	29.63	31.12	32.67
Mocha (Frappe)	95	28.88	30.32	31.84	33.43	35.10
Caramel macchiato (Hot)	60	27.73	29.12	30.58	32.10	33.71
Caramel macchiato (Cold)	85	27.82	29.21	30.67	32.21	33.82
Caramel macchiato (Frappe)	95	29.82	31.31	32.88	34.52	36.25
Honey black coffee (Hot)	55	20.14	21.15	22.20	23.31	24.48
Honey black coffee (Cold)	85	20.23	21.24	22.30	23.42	24.59
Matcha						
Caramel orange matcha (Cold)	95	29.18	30.63	32.17	33.77	35.46
Caramel orange matcha (Frappe)	105	31.18	32.73	34.37	36.09	37.89
Matcha honey tea (Hot)	65	20.53	21.56	22.63	23.77	24.95
Matcha honey tea (Cold)	90	20.62	21.65	22.73	23.87	25.06
Matcha honey tea (Frappe)	100	22.62	23.75	24.94	26.19	27.49
Matcha milk tea (Hot)	65	24.74	25.98	27.28	28.64	30.07
Matcha milk tea (Cold)	90	24.83	26.07	27.37	28.74	30.18
Matcha milk tea (Frappe)	100	26.83	28.17	29.58	31.06	32.61
Caramel matcha latte (Hot)	70	28.12	29.53	31.01	32.56	34.18

ตารางที่ 6.13 ราคาต้นทุนและราคาขายเครื่องดื่ม (ต่อ)

รายการ	ราคาขาย	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Caramel matcha latte Cold)	95	28.21	29.62	31.11	32.66	34.29
Caramel matcha latte (Frappe)	105	30.21	31.72	33.31	34.98	36.72
Strawberry milk matcha (Cold)	170	36.57	38.40	40.32	42.34	44.46
Strawberry milk matcha (Frappe)	180	38.57	40.50	42.53	44.65	46.89
Tea/Milk/Cocoa						
Caramel orange cocoa (Cold)	95	30.40	31.92	33.52	35.19	36.95
Caramel orange cocoa (Frappe)	105	32.40	34.02	35.72	37.51	39.38
Caramel orange milk (Cold)	90	25.23	26.49	27.82	29.21	30.67
Caramel orange milk (Frappe)	100	27.23	28.59	30.02	31.52	33.10
Thai milk tea (Hot)	60	23.89	25.08	26.34	27.65	29.04
Thai milk tea (Cold)	85	23.98	25.18	26.44	27.76	29.14
Thai milk tea (Frappe)	95	25.98	27.28	28.64	30.07	31.58
Lemon tea (Hot)	55	21.73	22.81	23.95	25.15	26.41
Lemon tea (Cold)	80	21.82	22.91	24.05	25.26	26.52
Lemon tea (Frappe)	90	23.82	25.01	26.26	27.57	28.95
Peach tea (Hot)	55	11.53	12.11	12.71	13.35	14.01
Peach tea (Cold)	80	11.62	12.20	12.81	13.45	14.12
Peach tea (Frappe)	90	13.62	14.30	15.01	15.77	16.55
Strawberry milk (Hot)	65	27.62	29.00	30.45	31.98	33.58
Strawberry milk (Cold)	90	27.71	29.10	30.55	32.08	33.69

ตารางที่ 6.13 ราคาต้นทุนและราคาขายเครื่องดื่ม (ต่อ)

รายการ	ราคาขาย	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Strawberry milk (Frappe)	100	29.71	31.20	32.76	34.40	36.12
Cocoa (Hot)	60	26.30	27.61	28.99	30.44	31.97
Cocoa (Cold)	85	26.39	27.71	29.09	30.55	32.08
Cocoa (Frappe)	95	28.39	29.81	31.30	32.86	34.51
Strawberry milk cocoa (Cold)	170	39.97	41.97	44.06	46.27	48.58
Strawberry milk cocoa (Frappe)	180	41.97	44.07	46.27	48.58	51.01
Soda						
Orange soda (Cold)	85	14.72	15.46	16.23	17.04	17.90
Orange soda (Frappe)	95	16.72	17.56	18.44	19.36	20.33
Lemon soda (Cold)	85	10.39	10.91	11.46	12.03	12.63
Lemon soda (Frappe)	95	12.39	13.01	13.66	14.34	15.06
Strawberry soda (Cold)	85	20.59	21.62	22.70	23.84	25.03
Strawberry soda (Frappe)	95	22.59	23.72	24.91	26.15	27.46
Peach soda (Cold)	85	15.00	15.75	16.53	17.36	18.23
Peach soda (Frappe)	95	17.00	17.85	18.74	19.68	20.66

ตารางที่ 6.14 ราคาต้นทุนและราคาขายอาหาร

รายการ	ราคาขาย	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Cream sauce with shrimp spaghetti	219	75.52	79.29	83.26	87.42	91.79
Tomato sauce with shrimp spaghetti	169	58.00	60.9	63.95	67.15	70.5
Bacon chilies stir fried spaghetti	169	57.32	60.18	63.19	66.35	69.67
Fried chicken and French fries	129	39.16	41.11	43.17	45.33	47.59
Sour Cream Chicken and French fries	139	42.49	44.61	46.84	49.18	51.64

ตารางที่ 6.15 ราคาต้นทุนและราคาขายของหวาน

รายการ	ราคาขาย	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
mini donut set (จำนวน 8 ชิ้น)	169	29.54	31.02	32.57	34.20	35.91
Original donut (mini)	15	2.04	2.14	2.25	2.36	2.48
Original donut	22	4.08	4.29	4.50	4.73	4.96
Strawberry cream cheese donut (mini)	25	5.44	5.71	6.00	6.30	6.61
Strawberry cream cheese donut	59	10.88	11.43	12.00	12.60	13.23
Orange cream cheese donut (mini)	25	4.02	4.22	4.43	4.65	4.89
Orange cream cheese donut	59	8.04	8.44	8.86	9.31	9.77
Mango cream cheese donut (mini)	25	4.93	5.17	5.43	5.71	5.99
Mango cream cheese donut	59	9.86	10.35	10.87	11.41	11.98
Lemon cream cheese donut (mini)	25	5.29	5.56	5.83	6.12	6.43
Lemon cream cheese donut	59	10.58	11.11	11.67	12.25	12.86
Cookie and cream donut (mini)	25	2.69	2.83	2.97	3.12	3.27
Cookie and cream donut	59	5.38	5.65	5.93	6.23	6.54
Cocoa donut (mini)	20	2.55	2.68	2.81	2.95	3.10
Cocoa donut	39	5.10	5.36	5.63	5.91	6.20
Matcha donut (mini)	20	2.58	2.71	2.84	2.98	3.13
Matcha donut	39	5.15	5.41	5.68	5.96	6.26
Fruit Sandwich	99	24.63	25.86	27.15	28.51	29.93
Matcha fruit Sandwich set	120	26.76	28.10	29.51	30.98	32.53

ตารางที่ 6.16 ราคาต้นทุนและราคาขายชุดศิลปะ D.I.Y

รายการ	ราคาขาย	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
D.I.Y. แต่งหน้าโคนัท	99	18.14	19.05	20.00	21.00	22.05
D.I.Y. สีน้ำ	299	73.42	77.09	80.95	84.99	89.24
D.I.Y. สีโปสเตอร์	299	75.00	78.75	82.69	86.82	91.16
D.I.Y. ปั้นดิน (เซตเครื่องประดับ)	259	76.74	80.58	84.61	88.84	93.28
D.I.Y. จัดดอกไม้	599	146.19	153.50	161.17	169.23	177.69
D.I.Y. แต่งหน้าเค้ก	159	29.71	31.20	32.76	34.39	36.11

ตารางที่ 6.17 ราคาต้นทุนและราคาเข้าร่วมกิจกรรม Workshop

รายการ	ราคาขาย	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Workshop ทำโคนัท	500	89.09	93.54	98.22	103.13	108.29
Workshop สีน้ำ	800	147.43	154.80	162.54	170.67	179.20
Workshop สีโปสเตอร์	800	132.90	139.55	146.52	153.85	161.54
Workshop ปั้นดินทำกระดาษต้นไม้	999	233.33	245.00	257.25	270.11	283.61
Workshop จัดดอกไม้	1200	280.33	294.35	309.06	324.52	340.74
Workshop แต่งหน้าเค้ก	800	157.54	165.42	173.69	182.37	191.49

6.3 การประมาณรายได้และต้นทุน

รายได้ของบริษัท เอ็มเอ็มซี จำกัด มาจากการคาดการณ์ปริมาณที่จะจำหน่ายได้ โดยคำนวณจากการหักค่าความเสี่ยงในการขาย ซึ่งมาจากความเสี่ยงในเรื่องกิจการเปิดใหม่ ไม่เป็นที่รู้จัก และไม่มีฐานลูกค้า จึงประมาณการว่าจะจำหน่ายผ่านหน้าร้านได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของปริมาณสูงสุดที่สามารถจำหน่ายได้ และจำหน่ายผ่าน food delivery app ได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของปริมาณการขายผ่านหน้าร้าน ซึ่งจะปรับราคาที่จะจำหน่ายผ่าน food delivery app ให้สูงกว่าจำหน่ายผ่านหน้า

ร้าน เพราะมีค่าบริการ GP ที่ทางร้านต้องชำระเพิ่ม นอกจากนี้ทางร้านจะกำหนดราคาขายคงที่เป็นเวลา 5 ปี และมีอัตราการเติบโตของรายได้อยู่ที่ร้อยละ 10 ต่อปี ตามรายละเอียดในตารางที่ 6.18

ตารางที่ 6.18 การประมาณยอดขายการจำหน่ายเครื่องดื่มผ่านหน้าร้าน

รายการ	ราคาขาย	จำนวนแก้ว/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Coffee							
Orange Caramel Coffee (Cold)	80	635	50,800	55,880	61,468	67,615	74,376
Espresso (Hot)	55	635	34,925	38,418	42,259	46,485	51,134
Espresso (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Espresso (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Americano (Hot)	55	635	34,925	38,418	42,259	46,485	51,134
Americano (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Cappuccino (Hot)	55	635	34,925	38,418	42,259	46,485	51,134
Cappuccino (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Cappuccino (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Latte (Hot)	55	635	34,925	38,418	42,259	46,485	51,134
Latte (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Latte (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Mocha (Hot)	55	635	34,925	38,418	42,259	46,485	51,134
Mocha (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Mocha (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Caramel macchiato (Hot)	60	635	38,100	41,910	46,101	50,711	55,782
Caramel macchiato (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Caramel macchiato (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Honey black coffee (Hot)	55	635	34,925	38,418	42,259	46,485	51,134
Honey black coffee (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025

ตารางที่ 6.18 การประมาณยอดขายการจำหน่ายเครื่องดื่มผ่านหน้าร้าน (ต่อ)

รายการ	ราคาขาย	จำนวนแก้ว/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Matcha							
Caramel orange matcha (Cold)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Caramel orange matcha (Frappe)	105	635	66,675	73,343	80,677	88,744	97,619
Matcha honey tea (Hot)	65	635	41,275	45,403	49,943	54,937	60,431
Matcha honey tea (Cold)	90	635	57,150	62,865	69,152	76,067	83,673
Matcha honey tea (Frappe)	100	635	63,500	69,850	76,835	84,519	92,970
Matcha milk tea (Hot)	65	635	41,275	45,403	49,943	54,937	60,431
Matcha milk tea (Cold)	90	635	57,150	62,865	69,152	76,067	83,673
Matcha milk tea (Frappe)	100	635	63,500	69,850	76,835	84,519	92,970
Caramel matcha latte (Hot)	70	635	44,450	48,895	53,785	59,163	65,079
Caramel matcha latte (Cold)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Caramel matcha latte (Frappe)	105	635	66,675	73,343	80,677	88,744	97,619
Strawberry milk matcha (Cold)	170	635	107,950	118,745	130,620	143,681	158,050
Strawberry milk matcha (Frappe)	180	635	114,300	125,730	138,303	152,133	167,347
Tea/Milk/Cocoa							
Caramel orange cocoa (Cold)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Caramel orange cocoa (Frappe)	105	635	66,675	73,343	80,677	88,744	97,619
Caramel orange milk (Cold)	90	635	57,150	62,865	69,152	76,067	83,673
Caramel orange milk (Frappe)	100	635	63,500	69,850	76,835	84,519	92,970
Thai milk tea (Hot)	60	635	38,100	41,910	46,101	50,711	55,782

ตารางที่ 6.18 การประมาณยอดขายการจำหน่ายเครื่องดื่มผ่านหน้าร้าน (ต่อ)

รายการ	ราคาขาย	จำนวนแก้ว/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Thai milk tea (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Thai milk tea (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Lemon tea (Hot)	55	635	34,925	38,418	42,259	46,485	51,134
Lemon tea (Cold)	80	635	50,800	55,880	61,468	67,615	74,376
Lemon tea (Frappe)	90	635	57,150	62,865	69,152	76,067	83,673
Peach tea (Hot)	55	635	34,925	38,418	42,259	46,485	51,134
Peach tea (Cold)	80	635	50,800	55,880	61,468	67,615	74,376
Peach tea (Frappe)	90	635	57,150	62,865	69,152	76,067	83,673
Strawberry milk (Hot)	65	635	41,275	45,403	49,943	54,937	60,431
Strawberry milk (Cold)	90	635	57,150	62,865	69,152	76,067	83,673
Strawberry milk (Frappe)	100	635	63,500	69,850	76,835	84,519	92,970
Cocoa (Hot)	60	635	38,100	41,910	46,101	50,711	55,782
Cocoa (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Cocoa (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Strawberry milk cocoa (Cold)	170	635	107,950	118,745	130,620	143,681	158,050
Strawberry milk cocoa (Frappe)	180	635	114,300	125,730	138,303	152,133	167,347
Soda							
Orange soda (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Orange soda (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Lemon soda (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Lemon soda (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Strawberry soda (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Strawberry soda (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
Peach soda (Cold)	85	635	53,975	59,373	65,310	71,841	79,025
Peach soda (Frappe)	95	635	60,325	66,358	72,993	80,293	88,322
รวม		39,370	3,502,025	3,852,228	4,237,450	4,661,195	5,127,315

ตารางที่ 6.19 การประมาณยอดขายการจำหน่ายเครื่องดื่มผ่าน food delivery app

รายการ	ราคาขาย	จำนวนแก้ว/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Coffee							
Orange Caramel Coffee (Cold)	99	64	6,336	6,970	7,667	8,433	9,277
Espresso (Hot)	74	64	4,736	5,210	5,731	6,304	6,934
Espresso (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Espresso (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Americano (Hot)	74	64	4,736	5,210	5,731	6,304	6,934
Americano (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Cappuccino (Hot)	74	64	4,736	5,210	5,731	6,304	6,934
Cappuccino (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Cappuccino (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Latte (Hot)	74	64	4,736	5,210	5,731	6,304	6,934
Latte (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Latte (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Mocha (Hot)	74	64	4,736	5,210	5,731	6,304	6,934
Mocha (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Mocha (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Caramel macchiato (Hot)	79	64	5,056	5,562	6,118	6,730	7,402
Caramel macchiato (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Caramel macchiato (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Honey black coffee (Hot)	74	64	4,736	5,210	5,731	6,304	6,934
Honey black coffee (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Matcha							
Caramel orange matcha (Cold)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Caramel orange matcha (Frappe)	124	64	7,936	8,730	9,603	10,563	11,619
Matcha honey tea (Hot)	84	64	5,376	5,914	6,505	7,155	7,871
Matcha honey tea (Cold)	109	64	6,976	7,674	8,441	9,285	10,214

ตารางที่ 6.19 การประมาณยอดขายการจำหน่ายเครื่องดื่มผ่าน food delivery app (ต่อ)

รายการ	ราคาขาย	จำนวนแก้ว/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Matcha honey tea (Frappe)	119	64	7,616	8,378	9,215	10,137	11,151
Matcha milk tea (Hot)	84	64	5,376	5,914	6,505	7,155	7,871
Matcha milk tea (Cold)	109	64	6,976	7,674	8,441	9,285	10,214
Matcha milk tea (Frappe)	119	64	7,616	8,378	9,215	10,137	11,151
Caramel matcha latte (Hot)	89	64	5,696	6,266	6,892	7,581	8,340
Caramel matcha latte (Cold)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Caramel matcha latte (Frappe)	124	64	7,936	8,730	9,603	10,563	11,619
Strawberry milk matcha (Cold)	189	64	12,096	13,306	14,636	16,100	17,710
Strawberry milk matcha (Frappe)	199	64	12,736	14,010	15,411	16,952	18,647
Tea/Milk/Cocoa							
Caramel orange cocoa (Cold)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Caramel orange cocoa (Frappe)	124	64	7,936	8,730	9,603	10,563	11,619
Caramel orange milk (Cold)	109	64	6,976	7,674	8,441	9,285	10,214
Caramel orange milk (Frappe)	119	64	7,616	8,378	9,215	10,137	11,151
Thai milk tea (Hot)	79	64	5,056	5,562	6,118	6,730	7,402
Thai milk tea (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Thai milk tea (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Lemon tea (Hot)	74	64	4,736	5,210	5,731	6,304	6,934
Lemon tea (Cold)	99	64	6,336	6,970	7,667	8,433	9,277
Lemon tea (Frappe)	109	64	6,976	7,674	8,441	9,285	10,214
Peach tea (Hot)	74	64	4,736	5,210	5,731	6,304	6,934
Peach tea (Cold)	99	64	6,336	6,970	7,667	8,433	9,277

ตารางที่ 6.19 การประมาณยอดขายการจำหน่ายเครื่องดื่มผ่าน food delivery app (ต่อ)

รายการ	ราคาขาย	จำนวนแก้ว/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Peach tea (Frappe)	109	64	6,976	7,674	8,441	9,285	10,214
Strawberry milk (Hot)	84	64	5,376	5,914	6,505	7,155	7,871
Strawberry milk (Cold)	109	64	6,976	7,674	8,441	9,285	10,214
Strawberry milk (Frappe)	119	64	7,616	8,378	9,215	10,137	11,151
Cocoa (Hot)	79	64	5,056	5,562	6,118	6,730	7,402
Cocoa (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Cocoa (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Strawberry milk cocoa (Cold)	189	64	12,096	13,306	14,636	16,100	17,710
Strawberry milk cocoa (Frappe)	199	64	12,736	14,010	15,411	16,952	18,647
Soda							
Orange soda (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Orange soda (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Lemon soda (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Lemon soda (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Strawberry soda (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Strawberry soda (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
Peach soda (Cold)	104	64	6,656	7,322	8,054	8,859	9,745
Peach soda (Frappe)	114	64	7,296	8,026	8,828	9,711	10,682
รวม		3,968	428,352	471,187	518,306	570,137	627,150

ตารางที่ 6.20 การประมาณยอดขายการจำหน่ายอาหารผ่านหน้าร้าน

รายการ	ราคาขาย	จำนวนจาน/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Cream sauce with shrimp spaghetti	219	2,363	517,585	569,343	626,277	688,905	757,796
Tomato sauce with shrimp spaghetti	169	2,363	399,415	439,356	483,292	531,621	584,783
Bacon chilies stir fried spaghetti	169	2,363	399,415	439,356	483,292	531,621	584,783
Fried chicken and French fries	129	2,363	304,879	335,366	368,903	405,793	446,373
Sour Cream Chicken and French fries	139	2,363	328,513	361,364	397,500	437,250	480,975
รวม		11,817	1,949,805	2,144,786	2,359,264	2,595,190	2,854,710

ตารางที่ 6.21 การประมาณยอดขายการจำหน่ายอาหารผ่าน food delivery app

รายการ	ราคาขาย	จำนวนจาน/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Cream sauce with shrimp spaghetti	235	236	55,540	61,094	67,203	73,924	81,316
Tomato sauce with shrimp spaghetti	185	236	43,723	48,095	52,905	58,195	64,015
Bacon chilies stir fried spaghetti	185	236	43,723	48,095	52,905	58,195	64,015
Fried chicken and French fries	148	236	34,978	38,476	42,324	46,556	51,212
Sour Cream Chicken and French fries	155	236	36,633	40,296	44,326	48,758	53,634
รวม		1,182	214,597	236,056	259,662	285,628	314,191

ตารางที่ 6.22 การประมาณยอดขายการจำหน่ายของหวานผ่านหน้าร้าน

รายการ	ราคาขาย	จำนวนชิ้น/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
mini donut set (จำนวน 8 ชิ้น)	169	4,727	798,829	878,712	966,583	1,063,242	1,169,566
Original donut (mini)	15	875	13,130	14,443	15,887	17,476	19,224
Original donut	22	875	19,257	21,183	23,301	25,632	28,195
Strawberry cream cheese donut (mini)	25	875	21,883	24,072	26,479	29,127	32,039
Strawberry cream cheese donut	59	875	51,645	56,809	62,490	68,739	75,613
Orange cream cheese donut (mini)	25	875	21,883	24,072	26,479	29,127	32,039
Orange cream cheese donut	59	875	51,645	56,809	62,490	68,739	75,613
Mango cream cheese donut (mini)	25	875	21,883	24,072	26,479	29,127	32,039
Mango cream cheese donut	59	875	51,645	56,809	62,490	68,739	75,613
Lemon cream cheese donut (mini)	25	875	21,883	24,072	26,479	29,127	32,039
Lemon cream cheese donut	59	875	51,645	56,809	62,490	68,739	75,613
Cookie and cream donut (mini)	25	875	21,883	24,072	26,479	29,127	32,039
Cookie and cream donut	59	875	51,645	56,809	62,490	68,739	75,613
Cocoa donut (mini)	20	875	17,507	19,257	21,183	23,301	25,632
Cocoa donut	39	875	34,138	37,552	41,307	45,438	49,981
Matcha donut (mini)	20	875	17,507	19,257	21,183	23,301	25,632
Matcha donut	39	875	34,138	37,552	41,307	45,438	49,981
Fruit Sandwich (Orange/strawberry/mango/grape)	99	875	86,658	95,324	104,856	115,342	126,876
Matcha fruit Sandwich set (Orange/strawberry/mango/grape)	120	875	105,040	115,544	127,098	139,808	153,789
รวม		20,483	1,493,844	1,643,228	1,807,551	1,988,306	2,187,137

ตารางที่ 6.23 การประมาณยอดขายการจำหน่ายของหวานผ่าน food delivery app

รายการ	ราคาขาย	จำนวนชิ้น/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
mini donut set (จำนวน 8 ชิ้น)	199	473	94,063	103,470	113,817	125,198	137,718
Original donut (mini)	20	88	1,751	1,926	2,118	2,330	2,563
Original donut	25	88	2,188	2,407	2,648	2,913	3,204
Strawberry cream cheese donut (mini)	32	88	2,801	3,081	3,389	3,728	4,101
Strawberry cream cheese donut	65	88	5,690	6,259	6,884	7,573	8,330
Orange cream cheese donut (mini)	32	88	2,801	3,081	3,389	3,728	4,101
Orange cream cheese donut	65	88	5,690	6,259	6,884	7,573	8,330
Mango cream cheese donut (mini)	32	88	2,801	3,081	3,389	3,728	4,101
Mango cream cheese donut	65	88	5,690	6,259	6,884	7,573	8,330
Lemon cream cheese donut (mini)	32	88	2,801	3,081	3,389	3,728	4,101
Lemon cream cheese donut	65	88	5,690	6,259	6,884	7,573	8,330
Cookie and cream donut(mini)	32	88	2,801	3,081	3,389	3,728	4,101
Cookie and cream donut	65	88	5,690	6,259	6,884	7,573	8,330
Cocoa donut (mini)	25	88	2,188	2,407	2,648	2,913	3,204
Cocoa donut	50	88	4,377	4,814	5,296	5,825	6,408
Matcha donut (mini)	25	88	2,188	2,407	2,648	2,913	3,204
Matcha donut	50	88	4,377	4,814	5,296	5,825	6,408
Fruit Sandwich	120	88	10,504	11,554	12,710	13,981	15,379
Matcha fruit Sandwich	150	88	13,130	14,443	15,887	17,476	19,224
รวม		2,048	177,220	194,942	214,436	235,880	259,468

ตารางที่ 6.24 การประมาณยอดขายการให้บริการโซน D.I.Y

รายการ	ค่าบริการ	จำนวน คน/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
D.I.Y. แต่งหน้าโดนต์	99	2,750	272,250	299,475	329,423	362,365	398,601
D.I.Y. สีน้	599	2,750	1,647,250	1,811,975	1,993,173	2,192,490	2,411,739
D.I.Y. สีโปสเตอร์	299	2,750	822,250	904,475	994,923	1,094,415	1,203,856
D.I.Y. ปั้นดิน	259	2,750	712,250	783,475	861,823	948,005	1,042,805
D.I.Y. จัดดอกไม้	159	2,750	437,250	480,975	529,073	581,980	640,178
D.I.Y. แต่งหน้าเค้ก	299	2,750	822,250	904,475	994,923	1,094,415	1,203,856
รวม		16,500	4,713,500	5,184,850	5,703,335	6,273,669	6,901,035

ตารางที่ 6.25 การประมาณยอดขายการให้บริการกิจกรรม Workshop

รายการ	ค่าบริการ	จำนวน คน/ปี	รายได้จากการขาย (เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี) (หน่วย:บาท)				
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Workshop ทำโดนต์	500	450	450,000	495,000	544,500	598,950	658,845
Workshop สีน้	800	450	720,000	792,000	871,200	958,320	1,054,152
Workshop สีโปสเตอร์	800	450	720,000	792,000	871,200	958,320	1,054,152
Workshop ปั้นดิน	999	450	899,100	989,010	1,087,911	1,196,702	1,316,372
Workshop จัดดอกไม้	1200	450	1,080,000	1,188,000	1,306,800	1,437,480	1,581,228
Workshop แต่งหน้าเค้ก	800	450	720,000	792,000	871,200	958,320	1,054,152
รวม		2,700	4,589,100	5,048,010	5,552,811	6,108,092	6,718,901

ตารางที่ 6.26 การประมาณการต้นทุนเครื่องดื่ม

รายการ	จำนวน แก้ว/ปี	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Coffee						
Orange Caramel Coffee (Cold)	699	20,512	21,537	22,614	23,745	24,932
Espresso (Hot)	699	10,628	11,159	11,717	12,303	12,918
Espresso (Cold)	699	14,953	15,701	16,486	17,310	18,176
Espresso (Frappe)	699	16,351	17,169	18,027	18,929	19,875
Americano (Hot)	699	11,019	11,570	12,148	12,756	13,394

ตารางที่ 6.26 การประมาณการต้นทุนเครื่องดื่ม (ต่อ)

รายการ	จำนวน แก้ว/ปี	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Americano (Cold)	699	10,907	11,453	12,025	12,626	13,258
Cappuccino (Hot)	699	15,737	16,524	17,350	18,218	19,129
Cappuccino (Cold)	699	15,800	16,590	17,420	18,291	19,205
Cappuccino (Frappe)	699	17,198	18,058	18,961	19,909	20,905
Latte (Hot)	699	15,737	16,524	17,350	18,218	19,129
Latte (Cold)	699	15,800	16,590	17,420	18,291	19,205
Latte (Frappe)	699	17,198	18,058	18,961	19,909	20,905
Mocha (Hot)	699	18,726	19,662	20,645	21,677	22,761
Mocha (Cold)	699	18,788	19,728	20,714	21,750	22,837
Mocha (Frappe)	699	20,186	21,196	22,256	23,368	24,537
Caramel macchiato (Hot)	699	19,385	20,354	21,372	22,441	23,563
Caramel macchiato (Cold)	699	19,448	20,420	21,441	22,513	23,639
Caramel macchiato (Frappe)	699	20,846	21,888	22,983	24,132	25,338
Honey black coffee (Hot)	699	14,077	14,781	15,520	16,296	17,111
Honey black coffee (Cold)	699	14,140	14,847	15,589	16,369	17,187
Matcha						
Caramel orange matcha (Cold)	699	20,393	21,413	22,484	23,608	24,788
Caramel orange matcha (Frappe)	699	21,791	22,881	24,025	25,226	26,488
Matcha honey tea (Hot)	699	14,351	15,068	15,821	16,613	17,443
Matcha honey tea (Cold)	699	14,413	15,134	15,891	16,685	17,520
Matcha honey tea (Frappe)	699	15,811	16,602	17,432	18,304	19,219
Matcha milk tea (Hot)	699	17,293	18,158	19,066	20,019	21,020
Matcha milk tea (Cold)	699	17,356	18,224	19,135	20,092	21,096
Matcha milk tea (Frappe)	699	18,754	19,692	20,676	21,710	22,796
Caramel matcha latte (Hot)	699	19,658	20,641	21,673	22,757	23,895
Caramel matcha latte (Cold)	699	19,721	20,707	21,743	22,830	23,971

ตารางที่ 6.26 การประมาณการต้นทุนเครื่องดื่ม (ต่อ)

รายการ	จำนวน แก้ว/ปี	ราคาค้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Caramel matcha latte (Frappe)	699	21,119	22,175	23,284	24,448	25,671
Strawberry milk matcha (Cold)	699	25,565	26,843	28,185	29,594	31,074
Strawberry milk matcha (Frappe)	699	26,963	28,311	29,726	31,213	32,773
Tea/Milk/Cocoa						
Caramel orange cocoa (Cold)	699	21,251	22,313	23,429	24,601	25,831
Caramel orange cocoa (Frappe)	699	22,649	23,781	24,970	26,219	27,530
Caramel orange milk (Cold)	699	17,636	18,518	19,444	20,416	21,437
Caramel orange milk (Frappe)	699	19,034	19,986	20,985	22,034	23,136
Thai milk tea (Hot)	699	16,697	17,532	18,409	19,329	20,296
Thai milk tea (Cold)	699	16,760	17,598	18,478	19,402	20,372
Thai milk tea (Frappe)	699	18,158	19,066	20,019	21,020	22,071
Lemon tea (Hot)	699	15,187	15,947	16,744	17,581	18,460
Lemon tea (Cold)	699	15,250	16,013	16,813	17,654	18,537
Lemon tea (Frappe)	699	16,648	17,481	18,355	19,272	20,236
Peach tea (Hot)	699	8,059	8,462	8,885	9,329	9,795
Peach tea (Cold)	699	8,122	8,528	8,954	9,402	9,872
Peach tea (Frappe)	699	9,520	9,996	10,495	11,020	11,571
Strawberry milk (Hot)	699	19,309	20,274	21,288	22,352	23,470
Strawberry milk (Cold)	699	19,372	20,340	21,357	22,425	23,546
Strawberry milk (Frappe)	699	20,770	21,808	22,898	24,043	25,246
Cocoa (Hot)	699	18,383	19,302	20,267	21,280	22,344
Cocoa (Cold)	699	18,446	19,368	20,336	21,353	22,421

ตารางที่ 6.26 การประมาณการต้นทุนเครื่องดื่ม (ต่อ)

รายการ	จำนวน แก้ว/ปี	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Cocoa (Frappe)	699	19,844	20,836	21,878	22,971	24,120
Strawberry milk cocoa (Cold)	699	27,937	29,334	30,800	32,340	33,957
Strawberry milk cocoa (Frappe)	699	29,335	30,802	32,342	33,959	35,657
Soda						
Orange soda (Cold)	699	10,292	10,807	11,347	11,914	12,510
Orange soda (Frappe)	699	11,690	12,274	12,888	13,533	14,209
Lemon soda (Cold)	699	7,263	7,626	8,007	8,408	8,828
Lemon soda (Frappe)	699	8,661	9,094	9,549	10,026	10,527
Strawberry soda (Cold)	699	14,393	15,112	15,868	16,661	17,495
Strawberry soda (Frappe)	699	15,791	16,580	17,409	18,280	19,194
Peach soda (Cold)	699	10,483	11,007	11,558	12,136	12,742
Peach soda (Frappe)	699	11,881	12,475	13,099	13,754	14,442
รวมต้นทุนขายเครื่องดื่ม		1,049,447	1,101,919	1,157,015	1,214,866	1,275,609

ตารางที่ 6.27 การประมาณการต้นทุนอาหาร

รายการ	จำนวน จาน/ปี	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Cream sauce with shrimp spaghetti	2,600	196,328	206,145	216,452	227,275	238,638
Tomato sauce with shrimp spaghetti	2,600	150,794	158,333	166,250	174,562	183,291
Bacon chilies stir fried spaghetti	2,600	149,011	156,461	164,284	172,498	181,123
Fried chicken & French fries	2,600	101,793	106,883	112,227	117,838	123,730
Sour Cream Chicken & French fries	2,600	110,454	115,976	121,775	127,864	134,257
รวมต้นทุนขายอาหาร		708,379	743,798	780,988	820,038	861,040

ตารางที่ 6.28 การประมาณการต้นทุนของหวาน

รายการ	จำนวน ชิ้น/ปี	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
mini donut set (จำนวน 8 ชิ้น)	5,199	153,604	161,284	169,348	177,816	186,707
Original donut (mini)	963	1,966	2,064	2,167	2,276	2,389
Original donut	963	3,932	4,128	4,335	4,551	4,779
Strawberry cream cheese (mini)	963	5,240	5,502	5,777	6,065	6,369
Strawberry cream cheese donut	963	10,479	11,003	11,553	12,131	12,737
Orange cream cheese donut (mini)	963	3,871	4,064	4,268	4,481	4,705
Orange cream cheese donut	963	7,742	8,129	8,535	8,962	9,410
Mango cream cheese donut (mini)	963	4,745	4,983	5,232	5,493	5,768
Mango cream cheese donut	963	9,491	9,965	10,464	10,987	11,536
Lemon cream cheese donut (mini)	963	5,094	5,349	5,617	5,897	6,192
Lemon cream cheese donut	963	10,189	10,698	11,233	11,795	12,385
Cookie and cream donut (mini)	963	2,592	2,721	2,857	3,000	3,150
Cookie and cream donut	963	5,183	5,442	5,715	6,000	6,300
Cocoa donut (mini)	963	2,457	2,580	2,709	2,844	2,986
Cocoa donut	963	4,914	5,159	5,417	5,688	5,973
Matcha donut (mini)	963	2,481	2,605	2,735	2,872	3,015
Matcha donut	963	4,961	5,209	5,470	5,743	6,031
Fruit Sandwich	963	23,711	24,897	26,141	27,448	28,821
Matcha fruit Sandwich set	963	25,771	27,059	28,412	29,833	31,324
รวมต้นทุนขายของหวาน		288,421	302,842	317,984	333,884	350,578

ตารางที่ 6.29 การประมาณการต้นทุน โชนศิลปะ D.I.Y

รายการ	จำนวน คน/ปี	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
D.I.Y. แต่งหน้าโดนต์	2,750	49,896	60,250	63,262	66,425	69,746
D.I.Y. สีน้ำ	2,750	201,896	211,991	222,590	233,720	245,406
D.I.Y. สีโปสเตอร์	2,750	206,250	216,563	227,391	238,760	250,698
D.I.Y. ปั้นดิน (เซตเครื่องประดับ)	2,750	211,040	221,592	232,671	244,305	256,520
D.I.Y. จัดดอกไม้	2,750	402,015	422,116	443,222	465,383	488,652
D.I.Y. แต่งหน้าเค้ก	2,750	81,695	85,779	90,068	94,572	99,300
รวมต้นทุนบริการ โชนศิลปะ D.I.Y		1,152,791	1,218,289	1,279,204	1,343,164	1,410,322

ตารางที่ 6.30 การประมาณการต้นทุนกิจกรรม Workshop

รายการ	จำนวน คน/ปี	ราคาต้นทุน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Workshop ทำโดนต์	450	40,090	42,095	44,199	46,409	48,730
Workshop สีน้ำ	450	66,342	69,659	73,142	76,799	80,639
Workshop สีโปสเตอร์	450	59,807	62,797	65,937	69,234	72,696
Workshop ปั้นดิน (กระดาษต้นไม้)	450	104,996	110,246	115,758	121,546	127,624
Workshop จัดดอกไม้	450	126,150	132,458	139,081	146,035	153,337
Workshop แต่งหน้าเค้ก	450	70,891	74,436	78,158	82,066	86,169
รวมต้นทุนบริการกิจกรรม Workshop		468,278	491,693	516,279	542,093	569,199

ตารางที่ 6.31 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (หน่วย:บาท)

ตำแหน่ง	จำนวน	ค่าใช้จ่ายพนักงาน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)						
		เงินเดือน /คน	รวม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผู้จัดการร้าน	1	23,000	23,000	276,000	289,800	304,290	319,505	335,480
พนักงานรับคำ สั่งซื้อและคิดเงิน	2	18,000	36,000	432,000	453,600	476,280	500,094	525,099
พนักงานในส่วน งานศิลปะ	5	19,000	95,000	1,140,000	1,197,000	1,256,850	1,319,693	1,385,677

ตารางที่ 6.31 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (หน่วย:บาท) (ต่อ)

ตำแหน่ง	จำนวน	ค่าใช้จ่ายพนักงาน (เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี)						
		เงินเดือน /คน	รวม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
พนักงานช่างเครื่อง และคริว	4	18,000	72,000	864,000	907,200	952,560	1,000,188	1,050,197
Social Media Administrator	1	18,000	18,000	216,000	226,800	238,140	250,047	262,549
นักบัญชีและ การเงิน	1	18,000	18,000	216,000	226,800	238,140	250,047	262,549
รวม (ต่อปี)				3,144,000	3,301,200	3,466,260	3,639,573	3,821,552

ตารางที่ 6.32 ต้นทุนการดำเนินงาน (หน่วย:บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนทำกิจกรรมทางการตลาด	756,100	655,200	655,200	685,200	685,200
ค่า GP	287,059	315,765	347,341	382,076	420,283
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	741,600	778,680	817,614	858,495	901,419
รวมต้นทุนการดำเนินงาน	1,784,759	1,749,645	1,820,155	1,925,770	2,006,903

6.4 การประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)

ตารางที่ 6.33 การประมาณการงบกำไรขาดทุน (หน่วย:บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	17,068,443	18,775,287	20,652,816	22,718,097	24,989,907
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรได้	3,667,317	3,858,542	4,051,470	4,254,044	4,466,747
- แรงงานในการบริการ	2,868,000	3,011,400	3,161,970	3,320,069	3,486,072
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	353,589	353,589	353,589	353,589	353,589
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	287,059	315,765	347,341	382,076	420,283
รวมต้นทุนการให้บริการ	7,175,965	7,539,296	7,914,370	8,309,777	8,726,691
กำไรขั้นต้น	9,892,478	11,235,991	12,738,445	14,408,320	16,263,215

ตารางที่ 6.33 การประมาณการงบกำไรขาดทุน (หน่วย:บาท) (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แร่งงานในการขายและบริหาร	276,000	289,800	304,290	319,505	335,480
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	756,100	655,200	655,200	685,200	685,200
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	741,600	778,680	817,614	858,495	901,419
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,795,500	1,745,480	1,798,904	1,884,999	1,943,899
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	8,096,978	9,490,511	10,939,541	12,523,320	14,319,316
ดอกเบี้ยจ่าย	300,000	240,000	180,000	120,000	60,000
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	7,796,978	9,250,511	10,759,541	12,403,320	14,259,316
ภาษีเงินได้	1,559,396	1,850,102	2,151,908	2,480,664	2,851,863
กำไรสุทธิ	6,237,582	7,400,409	8,607,633	9,922,656	11,407,453

6.5 การประมาณงบดุล (Balance Sheet)

ธุรกิจมีสินทรัพย์ประเภทสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากปริมาณกระแสเงินสดที่ได้รับจากผลการดำเนินงาน และสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนมีต้นทุนไม่สูงนัก

ตารางที่ 6.34 การประมาณงบดุล (หน่วย:บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	6,185,659	13,188,942	21,384,247	30,877,235	41,836,017
- ลูกหนี้การค้า	1,422,370	1,564,607	1,721,068	1,893,175	2,082,492
- งานระหว่างทำ	597,997	628,275	659,531	692,481	727,224
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	305,610	321,545	337,623	354,504	372,229
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	8,511,636	15,703,369	24,102,468	33,817,395	45,017,962
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
- สิ่งปลูกสร้าง	2,595,000	2,595,000	2,595,000	2,595,000	2,595,000

ตารางที่ 6.34 การประมาณงบดุล (หน่วย:บาท) (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	470,445	470,445	470,445	470,445	470,445
- อุปกรณ์สำนักงาน	109,000	109,000	109,000	109,000	109,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	572,500	572,500	572,500	572,500	572,500
รวมสินทรัพย์ถาวร	3,806,945	3,806,945	3,806,945	3,806,945	3,806,945
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	375,389	750,778	1,126,167	1,501,556	1,876,945
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,431,556	3,056,167	2,680,778	2,305,389	1,930,000
รวมสินทรัพย์	11,943,192	18,759,536	26,783,246	36,122,784	46,947,962
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	305,610	321,545	337,623	354,504	372,229
รวมหนี้สินหมุนเวียน	305,610	321,545	337,623	354,504	372,229
หนี้สินระยะยาว	2,400,000	1,800,000	1,200,000	600,000	-
รวมหนี้สิน	2,705,610	2,121,545	1,537,623	954,504	372,229
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
- กำไรสะสม	6,237,582	13,637,991	22,245,624	32,168,280	43,575,733
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	9,237,582	16,637,991	25,245,624	35,168,280	46,575,733
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	11,943,192	18,759,536	26,783,246	36,122,784	46,947,962

6.6 การประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of cashflow)

ตารางที่ 6.35 การประมาณการงบกระแสเงินสด (หน่วย:บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	3,000,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	3,000,000	-	-	-	-
- รายได้	17,068,443	18,775,287	20,652,816	22,718,097	24,989,907
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	305,610	15,935	16,077	16,881	17,725
รวมแหล่งที่มา (ก.)	23,374,052	18,791,222	20,668,893	22,734,978	25,007,632

ตารางที่ 6.35 การประมาณการงบกระแสเงินสด (หน่วย:บาท) (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	3,806,945	-	-	-	-
- ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	6,822,376	7,185,707	7,560,781	7,956,188	8,373,102
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	1,773,700	1,723,680	1,777,104	1,863,199	1,922,099
- ดอกเบี้ยจ่าย	300,000	240,000	180,000	120,000	60,000
- ภาษีเงินได้	1,559,396	1,850,102	2,151,908	2,480,664	2,851,863
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	1,422,370	142,237	156,461	172,107	189,317
- งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น	597,997	30,278	31,256	32,951	34,743
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	305,610	15,935	16,077	16,881	17,725
- ชำระคืนเงินกู้	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	17,188,393	11,787,939	12,473,588	13,241,990	14,048,850
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	6,185,659	13,188,942	21,384,247	30,877,235
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	6,185,659	7,003,283	8,195,305	9,492,988	10,958,782
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	6,185,659	13,188,942	21,384,247	30,877,235	41,836,017

6.7 การประเมินความคุ้มค่าโครงการลงทุน

ผลตอบแทนของการลงทุนสำหรับธุรกิจ MY.MUSES CAFÉ จะพิจารณาโดยการเปรียบเทียบเงินลงทุนกับผลตอบแทนที่ได้รับ ดังตารางที่ 6.36

ตารางที่ 6.36 การประเมินความคุ้มค่าโครงการลงทุน

รายการ	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital: WACC)	19.86%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV)	19,898,454 บาท
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)	122.39%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	11 เดือน
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	1 ปี 1 เดือน

6.7.1 ต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital: WACC)

จากผลการคำนวณต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) ของการลงทุนธุรกิจ MY.MUSES Café อยู่ที่ 19.86% ซึ่งเป็นอัตราที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากต้องเงินทุนจากผู้ถือหุ้นและการกู้ยืมธนาคารที่สูงเพื่อนำไปลงทุนธุรกิจ และต้องจ่ายดอกเบี้ยจากการกู้ยืมอีกด้วย ดังนั้นจึงต้องมีการคำนึงถึงความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อวางแผนจัดการความเสี่ยงของธุรกิจอย่างครอบคลุม

6.7.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value : NPV)

สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจ MY.MUSES Café มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 19,898,454 บาท ซึ่งมีมูลค่ามากกว่าการลงทุนในปีแรกของธุรกิจที่มีมูลค่าอยู่ที่ 6,000,000 บาท ดังนั้นธุรกิจนี้จึงมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าและสามารถสร้างกำไรได้

6.7.3 อัตราผลตอบแทนจากโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

จากผลการคำนวณอัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) โดยนำข้อมูลจากที่ประมาณการได้มาคำนวณ พบว่า อัตราผลตอบแทนของโครงการอยู่ที่ 122.39% เป็นอัตราที่ค่อนข้างสูงและมีค่าที่มากกว่าต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) ที่มีค่าอยู่ที่ 19.86% แสดงให้เห็นว่าธุรกิจนี้มีความสามารถในการสร้างกำไรและมีประสิทธิภาพในการใช้ทุนมากกว่าอัตราค่าเงินทุนที่ใช้ในการลงทุน จึงมีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่ดีและมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง

6.7.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

การพิจารณาระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) จากการคำนวณกระแสเงินสดสุทธิและทำการเปรียบเทียบกับการลงทุน พบว่าธุรกิจมีระยะเวลาที่ใช้ในการเปลี่ยนสินทรัพย์ที่ลงทุนให้กลับเป็นเงินสดได้อย่างรวดเร็ว ใช้เวลาเพียง 11 เดือน

6.7.5 ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)

จากผลการคำนวณระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period) เพื่อลดจุดอ่อนของการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนที่ได้คำนึงถึงค่าของเงินตามเวลา หรือกระแสเงินสดที่เกิดขึ้นต่างเวลากัน โดยใช้อัตราคิดลด (Discount Rate) ตาม WACC ในแต่ละปี พบว่าธุรกิจจะสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 1 เดือน

6.7.6 สรุปผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าการลงทุน

จากการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าการลงทุน พบว่าธุรกิจ MY.MUSES Café มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก และมีอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) สูงกว่าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของธุรกิจ (WACC) ในส่วนของระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) และระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period) มีผลคำนวณออกมาอยู่ภายในระยะเวลา 1 ปี 1 เดือน ซึ่งถือเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมกับการลงทุน

จากผลรวมของการวิเคราะห์และประเมินดังกล่าวนี้ สรุปได้ว่า การจัดตั้งธุรกิจ MY.MUSES Café มีโอกาสที่จะเกิดผลตอบแทนที่มีมูลค่าสูงและความคุ้มค่าต่อการลงทุน แต่อย่างไรก็ตามควรมีการพิจารณาถึงความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจและวางแผนการดำเนินธุรกิจและจัดการความเสี่ยงอย่างรอบคอบ เพื่อให้มั่นใจว่าการลงทุนจะเป็นไปตามผลที่คาดหวัง

บทที่ 7

แผนการจัดการความเสี่ยงและแนวทางการรองรับความเสี่ยง

บทนี้ประกอบด้วย การวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง เมื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องแล้ว จะมีการวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อจำกัดของแผนธุรกิจนี้

7.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินธุรกิจนั้น อาจมีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นได้เสมอ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทำให้ธุรกิจไม่เป็นไปตามคาดการณ์ ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนบริหารความเสี่ยงและแนวทางในการรองรับความเสี่ยงไว้ เพื่อปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ความเสี่ยงต่างๆ และลดโอกาสที่จะทำให้เกิดความเสียหาย โดยบริษัทได้มีการประเมินความเสี่ยง และได้สรุปประเด็นความเสี่ยงมาจำแนกความเสี่ยงออกเป็นหัวข้อหลัก ดังนี้

- ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation risk)
- ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market risk)
- ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial risk)
- ความเสี่ยงด้านการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ (Quality risk)

7.2 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation risk)

7.2.1 ความเสี่ยงในเรื่องความผิดพลาดของพนักงานในการให้บริการลูกค้า

เนื่องจากธุรกิจ MY.MUSES CAFÉ มีการดำเนินงานหลักเป็นการให้บริการลูกค้า ทั้งในส่วนของ การรับคำสั่งซื้อ การให้คำแนะนำด้านศิลปะในโซน D.I.Y และการสอนศิลปะในโซน Workshop ซึ่งอาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการรับคำสั่งซื้อ การสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าในความรู้ด้านศิลปะและงานฝีมือ ดังนั้นความผิดพลาดในส่วนนี้จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมีแนวทางในการจัดการ ดังนี้

7.2.1.1 ผู้จัดการร้านรับหน้าที่ในการคลี่คลายปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อให้ร้านสามารถดำเนินงานต่อไปได้และกลับสู่สถานการณ์ปกติ อาทิ เช่น ทำการปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตรงตามคำสั่งซื้อของลูกค้าทันที ซึ่งแจ้งรายละเอียดในส่วนที่ลูกค้าไม่เข้าใจในเรื่องงานศิลปะ เป็นต้น

7.2.1.2 ผู้จัดการร้านอบรมและตักเตือนพนักงานให้ระมัดระวังและรอบคอบในการทำงานครั้งต่อไป

7.2.1.3 มอบหมายให้ผู้จัดการร้านบันทึกความผิดพลาดของพนักงาน เพื่อทำแบบประเมินพฤติกรรมของพนักงานและมีการลงโทษหากทำผิดพลาดบ่อยครั้งและไม่มีการปรับปรุงตัว

7.2.2 ความเสี่ยงในเรื่องพนักงานลาออกหรือหยุดงาน โดยไม่แจ้งล่วงหน้า

ความเสี่ยงนี้มีผลต่อการทำงานของร้านโดยตรง เพราะทำให้จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการ การทำงานไม่เป็นระบบ และเกิดความล่าช้าในการให้บริการจนอาจจะสร้างความไม่พึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ดังนั้นแนวทางในการบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากพนักงานลาออกหรือหยุดงานโดยไม่แจ้งล่วงหน้า ได้มีการวางแผนเตรียมรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

7.2.2.1 จัดตารางแบ่งเวลาทำงานของพนักงานออกเป็น 2 ช่วงอย่างชัดเจนทั้งในส่วนของพนักงานครัว พนักงานรับออเดอร์ และพนักงานด้านศิลปะ หากเกิดกรณีที่พนักงานขาดหายไป จะเรียกพนักงานที่ทำในอีกช่วงเวลามาทำงานแทน และมีการให้เป็นค่าล่วงเวลากับพนักงาน

7.2.2.2 ผู้จัดการอบรมและตักเตือนพนักงานที่ทำผิดระเบียบ และทำการบันทึกความผิดพลาดของพนักงาน เพื่อทำแบบประเมินพฤติกรรม หากมีการประพฤติแบบเดิมซ้ำจะทำการลงโทษพนักงาน

7.2.2.2 คัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติครบถ้วน มีทัศนคติในการทำงานที่ดี มีความรับผิดชอบ มีเหตุผล มีใจรักการบริการ และในช่วงการทดลองงาน ผู้จัดการและเพื่อนร่วมงานควรทำการประเมินพนักงานใหม่ตามความจริง เพื่อหลีกเลี่ยงบุคคลที่จะก่อให้เกิดปัญหาขึ้นในการทำงาน

7.2.3 ความเสี่ยงในเรื่องการจัดการวัตถุดิบ

เนื่องจากทางร้านมีการใช้วัตถุดิบที่หลากหลาย ทั้งวัตถุดิบในห้องครัว และวัตถุดิบในงานศิลปะ ซึ่งการคำนวณการใช้วัตถุดิบในแต่ละครั้งอาจมีวัตถุดิบบางอย่างหมดหรือจัดส่งไม่ทันที่กำหนด ดังนั้นจึงได้มีการวางแผนแนวทางการบริหารความเสี่ยงเพื่อรับมือกับสถานการณ์ ดังนี้

7.2.3.1 มอบหมายพนักงานแผนกครัวและแผนกศิลปะ ตรวจสอบสต็อกของร้านในทุกวันก่อนเลิกงาน เพื่อป้องกันความเสี่ยงเรื่องวัตถุดิบไม่เพียงพอ หากพบว่าวัตถุดิบส่วนไหนใกล้หมด ให้แจ้งผู้จัดการเพื่อทำการสั่งซื้อวัตถุดิบเพิ่มในวันถัดไป

7.2.3.2 มอบหมายพนักงานแผนกครัวและแผนกศิลปะ เตรียม Supplier สำรองที่อยู่พื้นที่ใกล้เคียงกับร้าน สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวกเมื่อเกิดปัญหาวัตถุดิบหมดกระทันหัน ทั้งนี้อาจต้องคำนึงถึงรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นด้วย เช่น ค่าเดินทาง หรือราคาวัตถุดิบที่อาจราคาสูงกว่า Supplier ที่ร้านสั่งเป็นประจำ

7.2.3.3 มอบหมายพนักงานแผนกครัวและแผนกศิลปะ วางแผนการเปลี่ยนวัตถุดิบอื่นมาใช้แทน ในกรณีที่วัตถุดิบหลักไม่สามารถหาซื้อได้ทันเวลา และแจ้งผู้จัดการร้านรวมทั้งลูกค้าให้ทราบ เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดจากความไม่พึงพอใจของลูกค้า

7.3 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market risk)

7.3.1 ความเสี่ยงในเรื่องจำนวนคู่แข่งในตลาดเพิ่มขึ้น

เนื่องจากธุรกิจ Café เป็นที่นิยมและมีการแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง จึงทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาในธุรกิจนี้เริ่มให้ความสนใจในเรื่องการสร้างความแตกต่างและสร้างเอกลักษณ์ให้กับ Café ของตน การเพิ่มคุณค่าให้กับ Café ด้วยการมีกิจกรรมศิลปะให้ลูกค้าได้เข้าร่วมจึงเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ผู้ประกอบการรายใหม่ให้ความสนใจ ซึ่งหากในอนาคตมี Art & Craft Café เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จะส่งผลกระทบต่อการทำงานการตลาดของธุรกิจ MY.MUSES Café ที่วางแผนไว้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่คาดการณ์ ดังนั้นจึงได้มีการวางแผนแนวทางการบริหารความเสี่ยงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

7.3.2.1 ควบคุมสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามที่ร้านกำหนด

7.3.2.1 จัดประชุมร้านเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อพัฒนารูปแบบของสินค้าและบริการตามเทรนด์ใหม่ ๆ สร้างความแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์ เพื่อรักษาความนิยมของลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่

7.3.2 ความเสี่ยงในเรื่องการสร้าง Brand Awareness ไม่ประสบผลตามที่ต้องการ

เนื่องจากธุรกิจ MY.MUSES Café เป็นร้านจัดตั้งใหม่ ไม่มีฐานลูกค้า การทำการตลาดร้านให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า อาจไม่เป็นไปตามแผนที่หวังไว้ ดังนั้นจึงได้มีการวางแผนแนวทางการบริหารความเสี่ยงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

7.3.2.1 มอบหมาย Social Media Administrator ออกแบบ Content Marketing ให้ตรงตามความนิยมของกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ผลลัพธ์หลังจากลง Content เพื่อนำประยุกต์ให้ตรงตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

7.3.2.2 มอบหมาย Social Media Administrator เลือก Influencer ที่ตรงตามเป้าหมายของร้าน มีการอัปเดตเทรนด์ความนิยมของ Influencer อยู่เสมอ

7.3.2.3 ทำการตลาดหลายช่องทาง เพื่อสร้างการมองเห็นของร้านไปสู่ลูกค้าในวงกว้าง

7.3.3 ความเสี่ยงในเรื่องลูกค้าไม่กลับมาใช้บริการซ้ำ

เนื่องจากธุรกิจ Café มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกจำนวนมาก ธุรกิจ Café จึงต้องสร้างฐานลูกค้าประจำ ดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้นจึงได้มีการวางแผนแนวทางการบริหารความเสี่ยงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

7.3.3.1 มอบหมายผู้จัดการร้านวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าใช้บริการของลูกค้า เพื่อหาเหตุผลที่ลูกค้าไม่เข้ามาใช้บริการซ้ำ อาจทำการสังเกตหรือทำแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลแล้วนำมาปรับปรุงรูปแบบสินค้าหรือบริการที่ทำให้เกิดการไม่กลับมาใช้ซ้ำ

7.3.3.2 สร้าง Brand Loyalty ด้วยการสร้างช่องทางสำหรับลูกค้าที่สมัครสมาชิกผ่าน Line Official หรือช่องทางการสะสมคะแนนต่างๆ ของทางร้าน เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่และมอบโปรโมชั่นพิเศษให้กับลูกค้าที่เป็นสมาชิกของร้าน

7.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial risk)

7.4.1 ความเสี่ยงต่อสภาพคล่องทางการเงินในกรณีที่ค่าใช้จ่ายสูงเกินกว่าที่คาดการณ์ไว้
ราคาต้นทุนต่างๆ เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าเช่าสถานที่ ค่าพนักงาน ค่าน้ำ-ค่าไฟ เกิดการผันผวน ซึ่งการผันผวนของเศรษฐกิจอาจส่งผลให้เกิดต้นทุนสูงเกินกว่าที่ได้คาดการณ์ไว้และมีผลไปสู่กำไรของธุรกิจ ดังนั้นจึงได้มีการวางแผนแนวทางการบริหารความเสี่ยงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

7.4.1.1 มอบหมายพนักงานจัดหาวัตถุดิบทดแทนที่มีต้นทุนและคุณภาพใกล้เคียงวัตถุดิบเดิม ในกรณีที่วัตถุดิบขาดแคลน

7.4.1.2 ลดต้นทุนในส่วนของการดำเนินงานอื่น ๆ โดยมีการปรึกษากับผู้ถือหุ้นของธุรกิจ

7.4.1.3 มอบหมายพนักงานบัญชี จัดทำบัญชีรายรับ - รายจ่ายอย่างละเอียด และผู้ถือหุ้นต้องตรวจสอบและติดตามรายงานทางการเงิน หากการเงินมีโอกาสที่จะขาดสภาพคล่องในอนาคตควรเตรียมหาแหล่งเงินทุนสำรอง

7.5 ความเสี่ยงด้านการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ (Quality risk)

7.5.1 ความเสี่ยงในเรื่องการรักษาคุณภาพของวัตถุดิบ

เนื่องจากทางร้านมีวัตถุดิบที่ต้องรักษาอุณหภูมิ ความชื้น ความร้อน และแสง เนื่องจากง่ายต่อการเสื่อมสภาพ ทำให้การรักษาสภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นจึงได้มีการวางแผนแนวทางการบริหารความเสี่ยงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

7.5.1.1 พนักงานแผนกครัวและแผนกคิลปะ จัดซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ในปริมาณที่พอต่อการใช้ไม่เกิน 1 เดือน เพื่อคุณภาพที่ดีของวัตถุดิบและอุปกรณ์

7.5.1.2 พนักงานแผนกครัวและแผนกคิลปะ ตรวจสอบสภาพวัตถุดิบและอุปกรณ์ หากพบของหมดอายุหรือเสียหาย ควรทิ้งและจัดซื้อใหม่

7.5.1.3 รักษาสุขอนามัยและสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและอุปกรณ์ ตรวจสอบสถานที่โดยรอบและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในการจัดเก็บ

7.6 ข้อจำกัดของแผนธุรกิจ

7.6.1 การศึกษาธุรกิจ Art & Craft Café

การศึกษาธุรกิจ Art & Craft Café มีการศึกษาในมุมมองกว้างเพื่อครอบคลุมทุกบริการที่มีการดำเนินธุรกิจ ทำให้การคำนวณต้นทุน อาจยังไม่ละเอียดตามต้นทุนจริงได้ทุกส่วน เช่น ต้นทุนการทำเครื่องดื่ม อาหาร ของหวาน และอุปกรณ์คิลปะ อาจมีการคาดเคลื่อนขึ้นอยู่กับราคาวัตถุดิบ อุปกรณ์และปริมาณของสินค้าที่ขายจริง

7.6.2 การเก็บแบบสอบถาม

การเก็บแบบสอบถามมีข้อมูลให้ผู้ทำแบบสอบถามพิจารณาได้จากรูปภาพหน้าร้าน และตัวอย่างสินค้าและบริการเท่านั้น ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะมองไม่เห็นภาพรวมของร้านได้อย่างครบถ้วน

7.6.3 การดำเนินงานสถานการณ์จริง

การดำเนินงานอาจไม่เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้ เนื่องจากมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่มาส่งผลกระทบต่อ ดังนั้นแผนธุรกิจที่กำหนดขึ้นจะต้องมีการวางกลยุทธ์ที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น

7.6.4 การออกแบบโครงสร้างร้านค้า สินค้าและบริการ

การออกแบบโครงสร้างร้านค้า สินค้าและบริการ เพื่อแสดงภาพเสมือนจริงต้องใช้งบประมาณสูง จึงจำเป็นต้องใช้ภาพตัวอย่างในการแสดงข้อมูลตัวอย่างธุรกิจ



บรรณานุกรม

- ณัชชา วิเชียร. (2565). *ไต้บ้าน คาเฟ่ย่านหัวลำโพง ที่อยากชวนคนมาจิบกาแฟและวาดรูป*. สืบค้นจาก <https://themomentum.co/outandabout-taibanbkk/>
- นางสาวฮานะ ชิดไปไหน. (2561). *ร้านนนทบุรี : อัปเดตล่าสุด 25 ร้านนั่งชิล ร้านกาแฟ ร้านอาหาร ในนนทบุรี*. สืบค้นจาก <https://chillpainai.com/scoop/10279>
- พิพรรษพร เกตุโกมุท. (2565). *แผนธุรกิจร้านกาแฟ Three Sis Coffee and Co.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร
- รสิตา เกกานนท์. (2566). *แผนทางธุรกิจสัตว์เลี้ยงแบบครบวงจรร้าน "PREP-PET"*. (วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร
- วรรษชล ศิริจันทน์. (2562). *Grazia Gelato and Coffee ความรักและความอร่อยนี้มีอิตาลีเป็น พยาน*. สืบค้นจาก <https://adaymagazine.com/grazia-gelato-and-coffee/>
- ศิริพจน์ เหล่ามานะเจริญ. (2566). *คณะเทศนิคมวิสต์ กับดนตรีพิธีกรรม ความรู้ในยุคคลาสสิกของ โลกตะวันตก*. สืบค้นจาก https://www.maticchonweekly.com/culture/article_694175
- สไนต์ดีดีreview (2566). *Cafe เปิดใหม่ ย่านนนทบุรี ใช้คำว่าสวยเปลืองมาก*. สืบค้นจาก <https://www.lemon8-app.com/sntyzy/7246411109354193410?region=th>
- A.A.D.C. (ม.ป.ป.). *Project retail cafe*. สืบค้นจาก http://www.aadc.me/project/retail/cafe/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwwMqvBhCtARIsAIXsZpYpoU7gPkKOOhfafNFSxOPmik5ocTuWWLv4xT2b461uI6qcBSfXGGKoaApZfEALw_wcB
- BAIBUABUBUBU. (2566). *ไปเที่ยว Art Café Workshop กรุงเทพกัน!*. สืบค้นจาก <https://fahfahs.world.com/blog/art-cafes-and-workshops-in-bangkok/>
- Baitong13. (2567). *มอระดก CAFE*. สืบค้นจาก <https://www.lemon8-app.com/baitong13/7203751758437319170?region=th>
- BKK.EAT. (2562). *Grazia Gelato and Coffee*. สืบค้นจาก <https://www.bkkmenu.com/eat/we-recommend/grazia-gelato-and-coffee.html>
- BKK.EAT. (2561). *A Clay Cafe*. สืบค้นจาก <https://www.bkkmenu.com/eat/we-recommend/a-clay.html>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- BKK.EAT. (2564). *Soul Salt River City* แกลเลอรีและพื้นที่บาร์เปิดใหม่ในบรรยากาศสุดชิลล์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา. สืบค้นจาก <https://www.bkkmenu.com/eat/news/soul-salt-rivercity.html>
- BKK.EAT. (2561). Nahim Café. สืบค้นจาก <https://www.bkkmenu.com/eat/we-recommend/nahim-cafe.html>
- BKK.EAT. (2565). ใต้บ้าน. สืบค้นจาก <https://www.bkkmenu.com/eat/we-recommend/taiban-bkk.html>
- Boncafe. (ม.ป.ป.). เครื่องทำกาแฟ. สืบค้นจาก <https://www.boncafe.co.th/th/product-category>
- Datawarehouse. (2567). ข้อมูลโอกาสทางธุรกิจการบริการด้านเครื่องคั่วที่ไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลักในร้าน. สืบค้นจาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/bizopp/56302>
- Easydee. (ม.ป.ป.). ยุคนี้ทำไมร้านค้าต้องใช้ EasyDee POS ?. สืบค้นจาก <https://easydee.co>
- Ecomirst. (2564). *The Glasshouse Cafe* (นนทบุรี). สืบค้นจาก https://ecomirst.com/holiday/the-glasshouse-cafe/#google_vignette
- Ingjira.s. (2566). ถักเพลินเจริญอาหารที่ Bigknit Café คาเฟ่กระเป๋าไหมพรมยักษ์สุดฮิต สุขุมวิท 49. สืบค้นจาก https://www.gourmetandcuisine.com/going_out_eating/detail/2040
- Lndytraveler. (2566). คาเฟ่ศิลปะเปิดใหม่ย่านนนทบุรี Hey Dude Art Station. สืบค้นจาก <https://th.readme.me/p/46543>
- Machine65. (ม.ป.ป.). เครื่องตีไข่ เครื่องผสมแป้ง เครื่องผสมอาหาร. สืบค้นจาก <https://machine65.tarad.com/products>
- Natpromise. (2565). รีวิว Monday To Sunday Art Cafe (กาแฟมินิมอลสไตล์เกาหลี) ย่านทองหล่อ. สืบค้นจาก <https://food.trueid.net/detail/BI6XVnP6NP2o>
- RealPetal. (2564). “FUN Cafe Bangkok” คาเฟ่สีขาวที่พร้อมชวนก้าวเข้าสู่ความฝันแห่งหัวลำโพง. สืบค้นจาก https://www.gourmetandcuisine.com/going_out_eating/detail/1314
- Ryoiireview. (ม.ป.ป.). คาเฟ่บางกรวย 10 ร้านสวยนำไปถ่ายรูป มองแล้วฟินน่าเช็คอินทุกร้าน @ นนทบุรี. สืบค้นจาก https://www.ryoiireview.com/article/cafe-bangkrauy-nonthaburi/#rest_comment_div_detial_rest_8086

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Ryt9 (2566). อินฟอร์มา แนะนำผู้ประกอบการและผู้สนใจร่วมจับทิศทางธุรกิจบริการเติบโตในโซนกาแฟ-เบเกอรี่ และ โซนร้านอาหาร-บาร์ ในงาน *Food & Hospitality Thailand 2023*. สืบค้นจาก <https://www.ryt9.com/s/prg/3444271>
- SandSky. (2567). ปาก Café ร้านอาหารปาสไต์โมเดิร์นลือฟ กลมกลืนไปกับธรรมชาติ. สืบค้นจาก <https://www.wandeehouse.com/travel/925>





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

แบบสอบถามเรื่อง โอกาสทางธุรกิจและส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Art & Craft Café ในจังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการและกลยุทธ์ วิทยาลัยการจัดการมหิดล เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งธุรกิจ Art & Craft Café และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลประกอบการศึกษาตามความเป็นจริงที่ท่านคิดเห็น ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวผู้ศึกษาจะเก็บเป็นความลับ ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด และใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

จึงขอความกรุณามา ณ ที่นี้ และขอขอบพระคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม

ลักษณะของแบบสอบถาม มีทั้งหมด 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการ Art Workshop ในจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 4 ทักษะคิของผู้บริโภคต่อแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MY.MUSES Café

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี

1.1 ท่านเคยใช้บริการร้าน Café หรือไม่

เคย

ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)

- 1.2 ท่านใช้บริการร้าน Café โดยเฉลี่ยกี่ครั้งใน 1 เดือน
- น้อยกว่า 1 ครั้ง 1 - 2 ครั้ง
- 3 - 4 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง
- 1.3 ท่านใช้บริการร้าน café ซ้ำที่เดิม เฉลี่ยกี่ครั้งใน 1 เดือน
- ไม่เคยใช้บริการซ้ำ 2 - 3 ครั้ง
- 4 - 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง
- 1.4 เพราะเหตุใดท่านจึงใช้บริการร้าน café ซ้ำที่เดิม (หากไม่เคยไปซ้ำที่เดิม แล้วเหตุผลอะไรที่จะ
ทำให้ท่านเลือกใช้บริการซ้ำได้) (ตอบเพียง 1 ข้อ)
- ชอบเครื่องดื่ม/อาหารในร้าน ชอบบรรยากาศ/การตกแต่งร้าน
- ชอบการบริการของพนักงาน อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 1.5 โดยปกติท่านไปใช้บริการร้าน Café กับผู้อื่น โดยเฉลี่ยประมาณกี่ท่าน
- ไม่เคยไปกับผู้อื่น 2 - 3 คน
- 4 - 5 คน มากกว่า 5 คน
- 1.6 เหตุผลในการใช้บริการร้าน Café (ตอบได้หลายข้อ)
- พบปะสังสรรค์ ใช้พื้นที่ในการทำงาน/ประชุม
- ผ่อนคลาย โอกาสพิเศษ
- อยากลองใช้บริการร้าน Café ที่กำลังเป็นที่นิยม อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 1.7 โดยเฉลี่ยแล้วท่านมักจะใช้บริการร้าน Café ในช่วงเวลาใด
- 08.00 – 09.00 น. 09.00 – 12.00 น.
- 12.00 – 17.00 น. 17.00 – 21.00 น.
- 1.8 เวลาโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้บริการอยู่ในร้าน Café ต่อ 1 ครั้ง
- น้อยกว่า 1 ชม. 1 - 2 ชม.
- 2 - 3 ชม. มากกว่า 3 ชม.
- 1.9 ท่านบริโภคเครื่องดื่มประเภทใดบ่อยที่สุด เมื่อใช้บริการร้าน Café (ตอบข้อเดียว)
- เครื่องดื่มประเภทชา/โกโก้/นม กาแฟ
- น้ำผลไม้ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 1.10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าใช้บริการร้าน Café
- ต่ำกว่า 100 บาท/คน 100 – 300 บาท/คน
- 301 – 500 บาท/คน มากกว่า 500 บาท/คน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการ Art Workshop ในจังหวัดนนทบุรี

2.1 ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรม Art workshop หรือไม่

- เคย โปรดระบุกิจกรรมที่เคยเข้าร่วม..... ไม่เคย

2.2 ประเภทงานกิจกรรม Art workshop งานใดบ้างที่ท่านสนใจเข้าร่วม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- งานเพนต์สีบนผ้าใบ งานเพนต์สีน้ำ
 งานอบขนม/แต่งหน้าเค้ก งานถักไหมพรม/โครเชต์/เชือก
 งานประดิษฐ์เรซิน งานปั้นดินเผา/ปั้นงาน/เพนต์งาน
 งานจัดดอกไม้ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2.3 ท่านคิดว่าสนใจเข้าร่วมกิจกรรม Art workshop ได้เวลาใดบ้าง (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- วันธรรมดา (เวลา 16.30 – 18.00 น.) วันธรรมดา (เวลา 18.00 – 21.00 น.)
 วันเสาร์-อาทิตย์ (เวลา 09.30 – 12.00 น.) วันเสาร์-อาทิตย์ (เวลา 12.00 – 16.00 น.)
 วันเสาร์-อาทิตย์ (เวลา 16.30 – 18.00 น.) วันเสาร์-อาทิตย์ (เวลา 18.00 – 21.00 น.)
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ในจังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง ในการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café ปัจจัยใดที่ท่านคิดว่ามีความสำคัญ โปรดเลือกคำตอบที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม มีความสำคัญและตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยให้ระดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้

(1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการธุรกิจ Café	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3.1 ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ					
บรรยากาศและการตกแต่ง					
การบริการของพนักงาน					
จำนวนที่นั่งและการแบ่งพื้นที่ภายในร้าน					
รสชาติที่ถูกปาก					

การตกแต่งเมนูเครื่องดื่มและอาหารที่มี ความสวยงาม					
3.2 ปัจจัยด้านราคา					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น					
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับการบริการ					
3.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย					
ตำแหน่งที่ตั้งร้าน					
สะดวกในการเดินทาง					
มีพื้นที่จอดรถ					
สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์					
3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการขาย					
มีโปรโมชันสำหรับลูกค้าหรือโอกาสพิเศษ					
สามารถทดลองชิมสินค้าก่อนซื้อ					
มีการรีวิวร้านผ่านช่องทางออนไลน์					
คำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักรอบข้าง					

ส่วนที่ 4 ทักษะของผู้บริโภคต่อแนวคิดของร้าน MY.MUSES Café

คำชี้แจง โปรดเลือกคำตอบที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมและตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โปรดอ่านข้อความดังต่อไปนี้แล้วตอบคำถาม

- MY. MUSES Café เป็นร้าน Café ประเภท Art & Craft Café
- ตั้งอยู่ที่ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
- เปิดทุกวัน เวลา 07.30 น. – 21.00 น.
- แบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ เวลา 7.30 น. – 16.00 น. จำหน่ายเครื่องดื่ม ขนมทานเล่น และ โชน D.I.Y ศิลปะ
- เวลา 16.30 น. – 21.00 น. จัดกิจกรรม Workshop งานศิลปะ



ภาพตัวอย่างจำลอง ร้าน MY.MUSES Café (ภาพโดย : ผู้วิจัย)



ภาพตัวอย่าง เมนูเครื่องดื่ม ขนมนภายในร้าน MY.MUSES Café



ภาพตัวอย่าง โจน D.I.Y ศิลปะ ภายในร้าน MY.MUSES Café

4.1 หากร้าน MY.MUSES Café เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการ ท่านสนใจที่จะใช้บริการหรือไม่

- สนใจ
- ไม่สนใจ
- ไม่แน่ใจ เพราะ.....

4.2 หากท่านต้องการใช้บริการร้าน Café ท่านจะเลือกเข้าใช้บริการร้านกาแฟร้านสไตล์ใด

ร้านสไตล์ Luxury



ร้านสไตล์ Art



ร้านสไตล์ Home Café



ร้านสไตล์ Minimal



4.3 ท่านคิดว่าลักษณะของร้านที่ชอบหรือต้องการให้ทางร้าน MY.MUSES Café มีบริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น คราฟเบียร์ ค็อกเทล เป็นต้น
- จำหน่ายเมนูอาหารเช้า สำหรับก่อนไปทำงานหรือเรียน
- จำหน่ายเมนูอาหารจานหลัก
- มีดนตรีภายในร้าน
- บริการ Wi-fi
- แยกโซนพื้นที่รับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มกับโซนคิลปะ
- บริการ Delivery
- ห้องน้ำสะอาด
- เปิดให้บริการ 24 ชม.
- สามารถใช้บริการพื้นที่ในการจัดงานต่างๆ เช่น วันครบรอบ โอกาสพิเศษ เป็นต้น
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4.4 ท่านคิดว่าราคาที่เหมาะสมในการบริโภคเครื่องดื่ม ควรอยู่ในราคาเท่าใด

90 –180 บาท/แก้ว

181 –250 บาท/แก้ว

- มากกว่า 250 บาท/แก้ว อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 4.5 ท่านคิดว่าราคาที่เหมาะสมในการบริโภคอาหารหรือของหวาน ควรอยู่ในราคาเท่าใด (เมนูสำหรับ 1 ท่าน)
- 60 –100 บาท/จาน 101 –150 บาท/จาน
- 151 –250 บาท/จาน อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 4.6 ท่านคิดว่าราคาที่เหมาะสมในการซื้อสินค้า โชน D.I.Y ศิลปะ ควรอยู่ในราคาเท่าใด
- 150 –300 บาท/set 301 –500 บาท/set
- มากกว่า 500 บาท/set อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 4.7 ท่านคิดว่าราคาที่เหมาะสมในการเข้าร่วมกิจกรรม Workshop งานศิลปะ ควรอยู่ในราคาเท่าใด (สำหรับเวลา 2 ชม.)
- 501 –800 บาท/คน 801 –1000 บาท/คน
- มากกว่า 1000 บาท/คน อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 4.8 ร้าน MY. MUSES Café ควรมีการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาผ่านสื่อใดมากที่สุด
- โฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Tiktok
- โฆษณาผ่านการแจกแผ่นพับ
- โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 4.11 ข้อเสนอเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของร้าน MY. MUSES Café ให้ตอบ
 โจทย์ ผู้บริโภคมากที่สุด (กรุณาพิมพ์คำตอบของท่าน)
-
-

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1 เพศ

- ชาย หญิง ไม่ต้องการระบุ

5.2 อายุ

- 18–22 ปี 23 –30 ปี 31–40 ปี 40 ปีขึ้นไป

5.3 อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขาย

ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ

ไม่ได้ประกอบอาชีพ

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5.4 รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน

ต่ำกว่า 9,000 บาท

9,001 - 15,000 บาท

15,001-20,000 บาท

20,001 -40,000 บาท

40,001 -50,000 บาทขึ้นไป

