

BUSINESS PLAN: ON BAGAME CAFE

Kamida ANKHAINA¹

1 The Degree of Master of Management in Entrepreneurship, Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand; Kamida.a66@rsu.ac.th

ARTICLE HISTORY

Received: 14 June 2024

Revised: 28 June 2024

Published: 12 July 2024

ABSTRACT

Creating a cafe with board games, food, drinks, bakery products, and also decorating the shop to attract more customers. On BaGame Cafe has selected only good quality products. Every step is clean and safe so that customers are satisfied and able to meet the needs of the target group as much as possible. The goal of the business is Make the On BaGame Cafe business known and accepted by the target group and maintain service quality. And maintain the quality of the products to meet the standards at On BaGame Cafe, with customers coming to use them throughout the day. The main target group that uses the service is the male, female and alternative gender population. In Bangkok those who are in school and working age. Those aged 18-35 years, with an estimated income of 10,000 baht or more, have the habit of eating bakery goods, drinks, and enjoying doing activities. Playing board games in investing in the On BaGame Cafe business this time required an investment of 2,000,000 baht, with the return rate of the project being 59 percent. The return rate is quite high, which can be concluded that The On BaGame Cafe business will receive good returns, and has a payback period of only 1 year and has a positive net present value (NPV) with a value equal to 3,409,255.98 baht.

Keywords: Business Plan, On BaGame Cafe

CITATION INFORMATION: Ankhaina, K. (2024). Business Plan: On BaGame Cafe. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 9

แผนธุรกิจ: ร้านออน เบเกม คาเฟ่

เขมิดา อันไขหน้า¹

1 หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต;
Kamida.a66@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การทำคาเฟ่ที่มีบอร์ดเกมให้บริการ มีอาหาร เครื่องดื่ม เบเกอรี่ และยังมีการตกแต่งร้านให้ดึงดูดลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยร้านออน เบเกม คาเฟ่ ได้คัดสรรเลือกแต่สินค้าที่มีคุณภาพ ทุกขั้นตอนในการทำความสะอาด ปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและสามารถสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุดเป้าหมายของธุรกิจคือ ทำให้ธุรกิจ ออน เบเกม คาเฟ่ เป็นที่รู้จักและยอมรับของกลุ่มเป้าหมายรักษาคุณภาพการให้บริการ และรักษาคุณภาพของสินค้าให้ตรงตามมาตรฐานที่ร้านออน เบเกม คาเฟ่ มีลูกค้าเข้ามาใช้ตลอดทั้งวัน โดยกลุ่มเป้าหมายหลักที่เข้าใช้บริการคือ ประชากรเพศชาย เพศหญิง และเพศทางเลือก ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อยู่ในวัยเรียนและวัยทำงาน ที่มีอายุ 18-35 ปี โดยรายได้ประมาณอยู่ที่ 10,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมชอบทานเบเกอรี่ เครื่องดื่ม และชื่นชอบการทำกิจกรรม การเล่นเกมในการลงทุนทำธุรกิจ ร้านออน เบเกม คาเฟ่ ครั้งนี้ใช้เงินลงทุน 2,000,000 บาท โดยอัตราผลตอบแทนของโครงการอยู่ที่ร้อยละ 59 ผลตอบแทนอยู่ในอัตราที่ค่อนข้างสูง ซึ่งสรุปได้ว่าธุรกิจ ร้านออน เบเกม คาเฟ่ จะได้รับผลตอบแทนที่ดี และมีระยะเวลาคืนทุนเพียง 1 ปี และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 3,409,255.98 บาท

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, ออน เบเกม คาเฟ่

ข้อมูลการอ้างอิง: เขมิดา อันไขหน้า. (2567). แผนธุรกิจ: ร้านออน เบเกม คาเฟ่. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 9

บทนำ

ร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่ ดำเนินในรูปแบบคาเฟ่ ขายเบเกอรี่และเครื่องดื่มสไตล์คาเฟ่ และยังมีอาหารในรูปแบบอาหารจานเดียวไว้ให้ลูกค้าที่เล่นเกมได้รับประทาน ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวัยรุ่น เพศและเพศชาย อายุ 18 ถึง 35 ปี ที่ชื่นชอบในการเล่นเกมนและชอบทานเบเกอรี่ เพราะวัยรุ่นสมัยนี้มีการชื่นชอบคาเฟ่มากขึ้น และมีการทำกิจกรรมด้วยกันแบบเป็นกลุ่ม จึงทำให้เกิดธุรกิจขึ้นเป็นการจำหน่ายแบบ B2C (Business-to-Consumer) ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายจะเป็นในรูปแบบของการมีหน้าร้านและมีเพจ Facebook และ Instagram และยังมี Line ไว้ส่งสินค้าทั้งลูกค้าที่สามารถเข้ามารับประทานที่ร้านกับลูกค้าที่ส่งไป รับประทานที่บ้าน ซึ่งทางร้านมีการจัดส่งสินค้าตามบ้าน และสามารถจัดส่งไปรษณีย์ (สินค้าบางรายการ) ตามที่ระบุไว้เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายสูงสุดแก่ลูกค้า

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า ร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่ ดำเนินในรูปแบบคาเฟ่ ขายเบเกอรี่และเครื่องดื่มสไตล์คาเฟ่ และยังมีอาหารในรูปแบบอาหารจานเดียวไว้ให้ลูกค้าที่เล่นเกมได้รับประทาน และในปัจจุบันวัยรุ่นสมัยนี้มีการชื่นชอบคาเฟ่มากขึ้น และมีการทำกิจกรรมด้วยกันแบบเป็นกลุ่มซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “แผนธุรกิจ: ร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่” โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่ เพื่อทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีด้านการตัดสินใจซื้อ

อริจรา แดนวิวัฒน์เดชา และคณะ (2561) การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคจำเป็นต้องมีขั้นตอนในการศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อนผู้บริโภคจะพิจารณาจากความรู้พื้นฐานและแหล่งข้อมูลจากผู้ขาย โดยพิจารณาจากสองทางเลือกขึ้นไปเพื่อให้แน่ชัดว่า เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้วจะสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่

Kotler et al. (2022) กล่าวว่า กระบวนการคิดที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ มีดังนี้

- 1) การรับรู้ความต้องการ (Need arousal) จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคพบเจอปัญหาและต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาแก้ไข
- 2) การค้นหาข้อมูล (Information search) การค้นหาวิธีการว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการสามารถแก้ไขและเติมเต็มความต้องการได้มากน้อยเพียงใด
- 3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternative) นำข้อมูล วิธีการต่างๆ ที่ได้รับมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด
- 4) ตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) เมื่อผู้บริโภคค้นพบวิธีการที่เหมาะสมก็จะตอบสนองโดยการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ
- 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เป็นประสบการณ์ภายหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ หากสามารถตอบสนองได้ดีก็จะนำไปสู่การซื้อครั้งถัดไป

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

ร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่ หมายถึง ชื่อเจ้าของร้านและหุ้นส่วน โดยมีชื่อว่า ออน (Oon) มาจากชื่อเล่นของเจ้าของทั้ง 2 คน ออ และ นน รวมกันเป็น ออน (Oon) เบเกอรี่ (BaGame) โดย เบ มาจาก เบเกอรี่ และ เกม มาจาก บอร์ดเกม

การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter Five Forces Model และ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

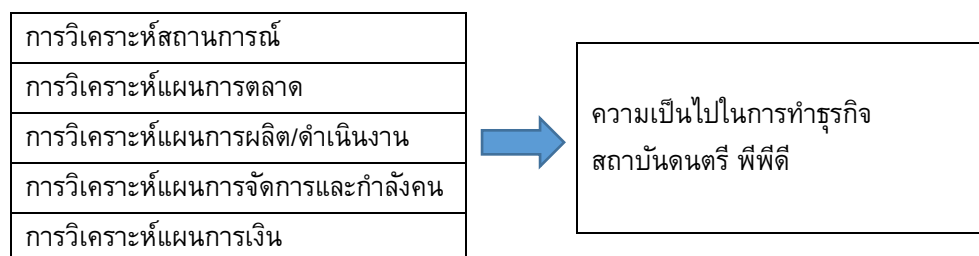
การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภักดพล พิธิบูล และ ภานพ ทศนวัฒน์ (2561) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจ "ร้านบอร์ดเกม" (Board Game Cafe) พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของร้านบอร์ดเกม โดยผู้ประกอบการจะนำเข้าบอร์ดเกมมาจากต่างประเทศ ซึ่งปัญหาที่ผู้ประกอบการพบคือ ปัญหาเรื่องการจ้างพนักงาน เนื่องจากพนักงานในร้านบอร์ดเกมต้องมีทักษะด้านภาษา การสื่อสาร ประกอบกับความไม่มั่นคงในรายได้ของธุรกิจร้านบอร์ดเกม จึงทำให้ส่วนใหญ่เป็นพนักงานที่ทำงานนอกเวลา และสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านบอร์ดเกมของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ กลุ่มเพื่อน ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านตัวเกม และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พิชชาอร กลสิชีวิน และ ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ (2566) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า 1) ผู้ใช้บริการร้านกาแฟที่มีความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการโฆษณาแตกต่างกัน 2) ผู้ใช้บริการร้านกาแฟที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมด้านความเคลื่อนไหวให้ความสำคัญกับการตกแต่งร้าน และบริเวณร้านที่มีจุดตรงแตกต่างกัน การศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงคะแนนความชอบโดยรวมและการจัดอันดับความสำคัญของปัจจัยการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้น ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยแต่ละส่วนได้ เพื่อดำเนินกลยุทธ์ รวมถึงนำไปปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจในอนาคต

กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในวิธีการศึกษา

โดยวิธีการศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาความเป็นไปในการทำธุรกิจ มีหัวข้อที่วิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter Five Forces Model และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PEST)

1.1) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Environment) การดำเนินธุรกิจร้านออน เบเกม คาเฟ่ ซึ่งการจัดตั้งธุรกิจจะจัดในลักษณะบุคคลธรรมดาโดยการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจร้านอาหาร และการขออนุญาตจำหน่ายสินค้า โดยมีการจัดเตรียมสถานที่ มีการคุ้มครองผู้บริโภค (ศุภริน เจริญพานิช, 2566)

1.2) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Environment) ร้านออน เบเกม คาเฟ่ มีโอกาสทำให้ร้านออน เบเกม คาเฟ่ นั้นมีโอกาสที่จะเติบโตต่อไปได้ ทั้งในโซนของคาเฟ่และโซนของบอร์ดเกม และยังมีนโยบายจากรัฐบาลในการสนับสนุน SMEs ทำให้ผู้ประกอบการมีแหล่งเงินทุนมาสนับสนุน จึงถือเป็นโอกาสของทางธุรกิจในการเติบโต (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566)

1.3) ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Environment) ธุรกิจร้านออน เบเกม คาเฟ่ ได้เห็นว่าปัจจุบันคนไทยได้รับอิทธิพลและวัฒนธรรมการดื่มกาแฟอย่างมาก และผู้คนมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มโดยมีสิ่งที่ชอบเหมือนกัน นั่นคือส่วนของกาแฟและบอร์ดเกม ดังนั้นจึงเกิดการตลาดดึงดูดลูกค้าเข้ามาในร้าน (Mercular, 2023)

1.4) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technological Environment) การนำเทคโนโลยีช่วยในการผลิตในด้านต่างๆ แล้วเทรนใหญ่มาแรงที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจกาแฟในปี พ.ศ.2567 ตั้งแต่พฤติกรรมผู้บริโภคสู่การครีเอตเครื่องดื่มรสชาติแหวกแนว ไปจนถึงนวัตกรรมใหม่ๆ (ชาลี วาระดี, 2566)

2) การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน โดยวิธี Porter's Five Force Model มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1) อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers) : ต่ำ

ในเรื่องของการมีอำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีน้อย เนื่องจากวัตถุดิบในการผลิตเป็นสินค้าที่เป็นพื้นฐานทำให้หาได้ไม่ยาก

2.2) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers) : สูง

ธุรกิจคาเฟ่ เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งผู้ประกอบการรายเล็กและรายใหญ่ทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจในการต่อรองที่ค่อนข้างสูง ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกได้

2.3) การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Current Competitors) : สูง

เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้ผู้บริโภคนั้น มีแนวโน้มที่จะเลือกรับประทานอาหารกลับบ้านนั้นเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการคาเฟ่เป็นสถานที่ในการพบปะสังสรรค์ ทำให้ธุรกิจคาเฟ่ ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงมาก

2.4) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products) : สูง

ธุรกิจร้านคาเฟ่ อาหาร และเครื่องดื่มในปัจจุบัน มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหารที่มีการให้บริการที่เต็มรูปแบบที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้บริการค่อนข้างมาก

2.5) ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance) : สูง

คู่แข่งรายใหม่สามารถที่จะเข้าสู่ธุรกิจได้ง่ายมาก เนื่องจากการเป็นการลงทุนจากเงินที่ไม่ค่อยมากมาก และเทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อนซึ่งทำให้สามารถดำเนินงานในธุรกิจได้ง่าย

3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1) จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

- สินค้ามีคุณภาพ และได้คัดสรรมาอย่างดี
- ทำเลที่ตั้ง ที่อยู่ในแหล่งที่เป็นศูนย์กลางของคนทำงานและวัยรุ่น
- ใช้เงินลงทุนต่ำกว่าร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์

- มีช่องทางการบริการ Delivery ที่ทางร้านควบคุมการจัดส่ง ทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย
- มีบริการที่เป็นมิตร เอาใจใส่ลูกค้าและการบริการที่ดี

3.2) จุดอ่อน (Weaknesses)

- ร้านเปิดใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า
- มีขั้นตอนการผลิตแก้วต่อแก้ว ทำให้เกิดความล่าช้า
- เมนูมีความคล้ายคลึงกัน และสามารถเลียนแบบได้ง่าย
- ต้นทุนการผลิตแรกเริ่มมีการใช้ต้นทุนที่สูง
- ผู้ประกอบการขาดประสบการณ์ในการบริหารและการขาย

3.3) โอกาส (Opportunities)

- พฤติกรรมการดื่มกาแฟมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น
- วัยรุ่นหันมาเล่นเกมกันมากขึ้น
- ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความแปลกใหม่และหลากหลาย
- มีการส่งเสริมของรัฐบาลในด้านธุรกิจ SMEs ต้องการขยายกิจการ
- โซเชียลทำให้ลูกค้ารู้จักร้านมากขึ้น

3.4) อุปสรรค (Threats)

- คู่แข่งมีจำนวนมาก ทั้งรายเดิม และรายใหม่
- การจำหน่ายสินค้าแบบเดียวกัน ในราคาที่ต่ำกว่า
- ภาวะเงินเฟ้อ ทำให้ผู้บริโภคใช้เงินน้อยลง
- พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- โซนเช่าพื้นที่ให้เล่นเกมไม่เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มลูกค้าทั่วไป เจาะจงเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ช่วงวัย 18-25 ปี ที่ชื่นชอบในการถ่ายรูป การท่องเที่ยวและเป็นวัยที่นิยมใช้ชีวิตไปพร้อมกับ การท่องเที่ยวกับการซื้อโซเชียลมีเดีย อีกทั้งยังชอบเดินทางสถานที่ท่องเที่ยวประเภทคาเฟ่ และบอร์ดเกม ที่มีความสวยงามและน่าสนใจเพื่อที่จะไปถ่ายรูป และเป็นกลุ่มที่สามารถตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง

2) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

การวางแผนผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายหลัก ทางร้านจึงต้องออกแบบสินค้าและตกแต่งร้านให้มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของร้านตรงความต้องการของผู้บริโภค และทำให้เกิดการรับรู้ ต่อแบรนด์ (Brand awareness)



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคของร้านออน เบเกม คาเฟ่

2.1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

ร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่ จะเลือกใช้กลยุทธ์ด้านความแตกต่าง (Differentiation) โดยจะเน้นการพัฒนาอาหารเครื่องดื่ม และการให้บริการ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า

2.2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ใช้หลักกลยุทธ์การเจาะตลาด (Penetration) โดยใช้หลักการ Gong-Rate Pricing จะเป็นการตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่ง เพื่อเผชิญกับการแข่งขันที่เกิดขึ้น ควบคู่ไปกับการตั้งราคาอ้างอิงกับคุณภาพของสินค้า และบริการ

2.3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่ จะเลือกการใช้ช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านทางหน้าร้าน ซึ่งเป็นการจัดจำหน่ายโดยตรง

2.4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

ใช้กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการขาย โดยการเน้นไปที่การสร้างการรับรู้ละจุดจำของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.5) กลยุทธ์ด้านบุคคล (People Strategy)

ทางร้านได้มีการปรับทัศนคติของพนักงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จะต้องมีความรับผิดชอบหน้าที่ของตนเอง และปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด รวมถึงการแต่งกาย ความสะอาด การบริการที่ดีเอาใจใส่ลูกค้า

2.6) กลยุทธ์ด้านการนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence Strategy)

ร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่ มีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ เนื่องจากมีโซนบอร์ดเกม เป็นโซนให้เข้าพื้นที่ในการเล่นบอร์ดเกม

2.7) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process Strategy)

ร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่ มีกลยุทธ์ด้านกระบวนการ ในการทำงานเพื่อให้พนักงานปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

การวิเคราะห์แผนการผลิต

1) อัตราการให้บริการสูงสุด

ในการบริการภายในร้าน มีพนักงานประจำหน้าร้าน 3 คน โดยมีการประมาณการอัตราหมุนเวียนต่อคนเฉลี่ย 15 นาที ร้านเปิดให้บริการ 09:00 ถึง 00:00 น 15 ชม/วัน อัตราการหมุนเวียนสูงสุดต่อวันเท่ากับ 60 คน/วัน ปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี (4 วัน) คือ ร้อยละ 70 เท่ากับ $60 \times 70\% = 42$ คน/วัน ปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการวันศุกร์ถึงวันอาทิตย์ (3 วัน) คือ ร้อยละ 90 เท่ากับ $60 \times 90\% = 54$ คน/วัน ดังนั้น การประมาณการอัตราคนที่มาเข้าใช้บริการต่อปี สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$(42 \times 208 \text{ วัน}) + (54 \times 156 \text{ วัน}) = 8,736 + 8,424 = 17,160 \text{ คน / ปี}$$

จากสมการ (42×208) มาจากประมาณการลูกค้าที่มาใช้บริการวันจันทร์-วันพฤหัสบดี

(54×156) มาจากการประมาณการลูกค้าที่มาใช้บริการวันศุกร์-วันอาทิตย์

2) ขั้นตอนการให้บริการหน้าร้าน

ขั้นตอนการให้บริการหน้าร้านของร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่ โดยขั้นตอนของการบริการดังกล่าว สามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1) เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน พนักงานกล่าวต้อนรับลูกค้า “ออน เบเกอรี่คาเฟ่ สวัสดีค่ะ/ครับ รับอะไรดีค่ะ/ครับ” จากนั้นจะเป็นการแนะนำสินค้าหรือโปรโมชั่นๆ ให้แก่ลูกค้าด้วย

2.2) พนักงานจะทำการทวนออเดอร์ที่ลูกค้าสั่ง เมื่อพนักงานได้คำตอบจากลูกค้า พนักงานจะแจ้งยอดที่ลูกค้าต้องชำระเงิน

2.3) ทำการเก็บเงินกับลูกค้า โดยสามารถจ่ายได้หลายช่องทาง เงินสด QR Code บัตรเครดิต และบัตรเดบิต

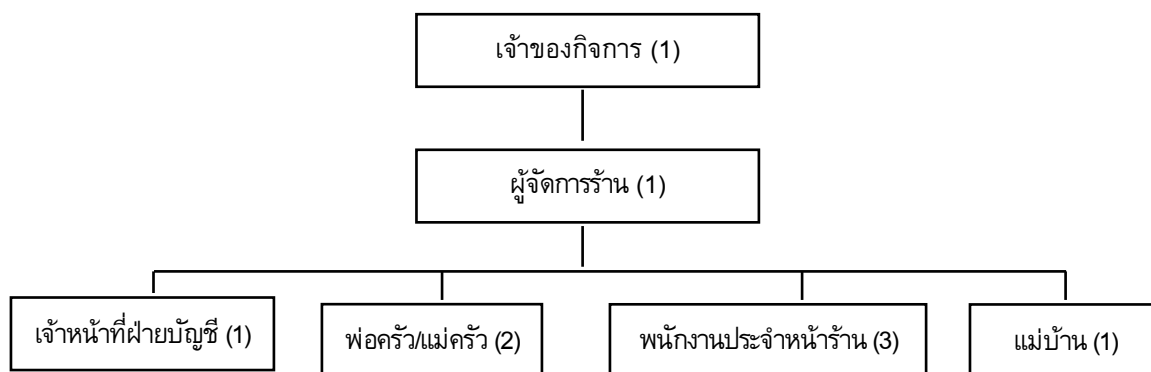
2.4) การเสิร์ฟอาหาร และเครื่องดื่มให้กับลูกค้า

2.5) ทำความสะอาดพื้นที่ หลังจากลูกค้าใช้บริการ จะมีการทำความสะอาดในพื้นที่ เพื่อรองรับลูกค้าคนถัดไป

การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

ร้านออน เบเกม คาเฟ่ ใช้ลักษณะโครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะมีขนาดเล็ก จึงทำให้การจัดโครงสร้างองค์กรง่ายต่อการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 แสดงแผนภูมิองค์กรของร้านออน เบเกม คาเฟ่

การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 2 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 2,840,500 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 3,124,550 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 3,437,005 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 3,952,556 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 4,545,439 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 6,368,166 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 7,020,821 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 7,738,625 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 9,315,775 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 11,208,055 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 1 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 3,409,255.98 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) เท่ากับ ร้อยละ 59

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจร้านออน เบเกม คาเฟ่ ภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคพล พิธิบูล และ ภานพ ทศนวัฒน์ (2561) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจ "ร้านบอร์ดเกม" (Board Game Cafe) พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของร้านบอร์ดเกม และสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านบอร์ดเกมของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมา คือ กลุ่มเพื่อน ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านตัวเกม และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านออน เบเกม คาเฟ่ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ จากการศึกษาควรเน้นที่แนวโน้มในด้านกฎหมายและเทคโนโลยีที่มีผลต่อธุรกิจ รวมถึงโอกาสและอุปสรรคในตลาดปัจจุบัน การปรับตัวต่อแนวโน้มในการบริการและผลิตภัณฑ์ เป็นประเด็นสำคัญที่ธุรกิจควรพิจารณา เพื่อให้สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด จากการศึกษาด้านการตลาดพบว่าร้านออน เบเกม คาเฟ่ เน้นกลุ่มลูกค้าช่วงวัย 18 ถึง 25 ปีที่ชอบการท่องเที่ยวและการถ่ายรูป โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผ่านผลิตภัณฑ์คุณภาพ เทรทราคาเป็นมิตร การจัดจำหน่ายโดยตรง และการส่งเสริมที่เน้นทางสื่อสารและประสบการณ์
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต จากข้อมูลการผลิตและบริการของร้านออน เบเกม คาเฟ่ พบว่า ทางร้านควรเน้นการจัดการอัตราค่าบริการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละวัน

- 4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน การจัดการและกำลังคนในธุรกิจร้านออน เบเกอรี่ คาเฟ่ ควรเน้นการปรับปรุงแผนการจัดการเพื่อสร้างความเข้าใจและความชัดเจนในบทบาทและหน้าที่ของแต่ละตำแหน่ง เพื่อให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จ
- 5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน พบว่า การวิเคราะห์การเงินแสดงให้เห็นถึงการเพิ่มมูลค่าและกำไรสุทธิของบริษัทตามปีค่า NPV และ IRR ซึ่งว่าโครงการมีความคุ้มค่าและมีโอกาสได้รับกำไรสูงขึ้น แนะนำให้บริษัทพัฒนาแผนธุรกิจเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ชาลี วาระดี. (2565). *Coffee Trend 2023* เมื่อเทคโนโลยีพลิกโฉม “ธุรกิจร้านกาแฟ”. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/food>.
- พิชชาอร กลีชีวิน และ ญญา ประดิษฐ์สุวรรณ. (2566). การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภักพณ พิระบูล และ ภานพ ทศนวัฒน์. (2561). โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจร้าน บอร์ดเกม (Board Game Cafe). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภกริน เจริญพานิช. (2566). 7 ข้อกฎหมายต้องรู้ก่อนเปิดร้านอาหาร คาเฟ่. สืบค้นจาก <https://www.truelookpanya.com>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). ธุรกิจร้านอาหารทั้งปี 2566 คาดขยายตัวร้อยละ 7.1 ขณะที่ในระยะข้างหน้า การบริการจัดการอาหารเหลือทิ้ง นอกจากช่วยลดต้นทุนยังสอดคล้องไปกับเป้าหมาย Net Zero. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/business/Pages>.
- อรจิรา แคนวิวัฒน์เดชา และคณะ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลพญาไท 2 ของลูกค้าชาวจีน. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย ระดับชาติและนานาชาติ, 1(9), 1488-1495. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Pearson.
- Mercular. (2023). ทำความรู้จักกับบอร์ดเกม หนึ่งในกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน 2566. สืบค้นจาก <https://www.meralar.com/review-article/type-of-board-game>.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).