

BUSINESS PLAN: BUTTER-AR CAFÉ AND STUDIO

Bunyaporn SILSUNTORN¹

1 Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand; bunyaporn.s67@rsu.ac.th

ARTICLE HISTORY

Received: 9 June 2025

Revised: 23 June 2025

Published: 7 July 2025

ABSTRACT

Butter R Café & Studio is a café that offers a variety of Beverage desserts and birthday cakes while also providing photography services. The café is designed in a modern, minimalist, and nature-inspired style, featuring a color palette of white, beige, and black to create a relaxing, visually pleasing, and spacious atmosphere for customers. For both the café and studio services, we carefully select high-quality ingredients, tools, and skilled staff to ensure customer satisfaction. The pricing for café products ranges from 80 to 1,000 THB, while studio service packages range from 1,000 to 5,000 THB. The total investment for establishing Butter R Café & Studio amounts to 1,610,885 THB, with the entire investment solely funded by the business owner. The investment return analysis indicates a payback period of 1 years, a net present value (NPV) of 16,292,542.50 บาท THB and an internal rate of return (IRR) of 479. These figures demonstrate that Butter R Café & Studio is a promising and worthwhile business investment.

Keywords: Business Plan, Café, Photography Studio

CITATION INFORMATION: Silsuntorn, B. (2025). Business Plan: BUTTER-AR CAFÉ AND STUDIO. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(7), 15

แผนธุรกิจ บั๊ตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ

บุญญาพร ศิลสุนทร¹

1 บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต; bunyaporn.s67@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจบั๊ตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ เป็นคาเฟ่ที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม ขนม เค้กวันเกิด พร้อมให้บริการการถ่ายภาพ มีการตกแต่งร้านแนวโมเดิร์น เน้นความเรียบง่าย และธรรมชาติ เน้นสีขาว เบจ และดำ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย สบายตา ปลอดภัย การให้บริการในส่วนของคาเฟ่ และสตูดิโอ ได้คัดสรรวัตถุดิบ เครื่องมือ รวมถึงพนักงานที่มีคุณภาพ ราคาสินค้าในคาเฟ่จัดจำหน่ายอยู่ระหว่าง 80 ถึง 1,000 บาท และราคาแพ็คเกจในสตูดิโอจัดจำหน่ายอยู่ระหว่าง 1,000 ถึง 3,500 บาท การลงทุนทำธุรกิจร้านบั๊ตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 1,610,885 บาท โดยเงินลงทุนทั้งหมดเป็นของเจ้าของธุรกิจแต่เพียงผู้เดียว การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนพบว่ามีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 16,292,542.50 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 479 ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ และคุ้มค่าแก่การลงทุน

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, คาเฟ่, สตูดิโอถ่ายภาพ

ข้อมูลอ้างอิง: บุญญาพร ศิลสุนทร. (2568). แผนธุรกิจ บั๊ตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(7), 15

บทนำ

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอเริ่มต้นจากความชอบ และความฝันที่อยากมีร้านคาเฟ่เป็นของตนเอง ผู้วิจัยได้มีโอกาสทดลองทำเค้ก และผู้วิจัยชอบในการถ่ายภาพจึงมีความฝันอยากมีสตูดิโอเป็นของตนเอง ซึ่งทั้ง 2 อย่างนี้กลายเป็นแรงบันดาลใจในการจัดทำธุรกิจนี้ขึ้นมา ผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่าเป็นโอกาสที่น่าสนใจในการเปิดร้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มุ่งเน้น ในการคัดสรรวัตถุดิบอย่างดี และเลือกใช้เครื่องมือถ่ายภาพที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าสะดวกสบาย จากข้อมูลข้างต้นเห็นได้ว่า ร้านบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ เป็นร้านที่ครบวงจร จัดจำหน่ายขนม เค้กวันเกิด พร้อมให้บริการการถ่ายภาพ และเป็นธุรกิจซื้อมาขายไปในส่วนของเครื่องดื่ม มีการตกแต่งร้านแนวโมเดิร์น เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่ 09.00 ถึง 16.00 น. ท่าเลที่ตั้งอยู่ติดกับตลาดโกสุมร่วมใจ ติดหน้าถนน จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “แผนธุรกิจ บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ” โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอเพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ

การทบทวนวรรณกรรม

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ หมายถึง ธุรกิจคาเฟ่และสตูดิโอ ซึ่งดำเนินธุรกิจในรูปแบบของการจัดจำหน่าย เบเกอรี่ เครื่องดื่ม และถ่ายภาพหรือวิดีโอภายในสตูดิโอแบบครบวงจร โดยมีการคัดสรรวัตถุดิบ เครื่องมือที่มีคุณภาพมากที่สุด มาให้ผู้บริโภค

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

การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณภัทร อางนานนท์ (2565) กล่าวว่า ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ Co-Working Space ในรูปแบบการทำงานท่ามกลางธรรมชาติ โดยเน้นการออกแบบพื้นที่ที่ผสมผสานระหว่างการทำงานและการพักผ่อน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ

ทิพวรรณ ลิ้มวัฒนา และคณะ (2567) กล่าวว่า วิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในคาเฟ่ที่มีบริการ Co-Working Space ในเขตเมือง พบว่า ความสะดวกในการใช้งานอุปกรณ์ภายในร้าน และบรรยากาศมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

Kim, Park & Lee (2023) กล่าวว่า ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มคนทำงานอิสระและคอนเทนต์ครีเอเตอร์ในเกาหลีใต้ พบว่าผู้ใช้งานมักเลือกคาเฟ่ที่มีความเงียบสงบ มีพื้นที่ส่วนตัว มีปลั๊กไฟและอินเทอร์เน็ตคุณภาพดี รวมถึงมีการตกแต่งที่สร้างแรงบันดาลใจ.

ศิริินภา เรื่องโรจน์ (2566) กล่าวว่า ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการคาเฟ่แนวสร้างสรรค์ในกรุงเทพฯ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีแนวโน้มเลือกคาเฟ่ที่มีบรรยากาศสงบ เหมาะแก่การทำงานหรือการเขียนงาน และต้องการพื้นที่ที่สามารถใช้ได้ทั้งเพื่อพักผ่อนและทำงานร่วมกันได้

นภัสสร หาญมนตรี. (2565) กล่าวว่า "การพัฒนาแนวความคิดคาเฟ่เชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่" เน้นการ ออกแบบประสบการณ์ในร้านที่ไม่ใช่แค่การดื่มกาแฟ แต่รวมถึงกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น มุมถ่ายภาพ พื้นที่ทำงาน และ กิจกรรมเวิร์กช็อปต่างๆ เพื่อเพิ่มความผูกพันกับลูกค้า

กรอบแนวความคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTEL)

1.1) สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political Environment) ร้านบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ สิทธิของพนักงาน เช่น วันหยุดพักผ่อน การลาป่วย และประกันสังคม จะช่วยให้พนักงานมีความพึงพอใจในงาน และ ลดอัตราการลาออก (กระทรวงแรงงาน, 2566)

1.2) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment) ในช่วงที่เศรษฐกิจฟื้นตัวหรือลูกค้าจากต่างประเทศ กลับมาเยือนประเทศไทยเพิ่มขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ส่งผลบวกต่อร้านบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และ สตูดิโอในเรื่องของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับร้านได้

1.3) สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Environment) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคของผู้บริโภคที่มองหาสถานที่ทำงาน ร้านบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอสามารถสร้างบรรยากาศที่เหมาะสม สำหรับการทำงานมีบริการ Wi-Fi ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2566)

1.4) สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technological Environment) เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการดำเนิน ธุรกิจ โดยเฉพาะในด้านการตลาด ร้านบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอสามารถใช้โซเชียลมีเดีย Facebook Instagram ในการโปรโมทร้านและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

1.5) สภาพแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ร้านบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอได้ปรับตัวให้สอดคล้องกับ แนวโน้มความสนใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ร้านได้ใช้ต้นไม้ในการตกแต่งเพื่อเสริมสร้าง บรรยากาศที่สวยงามและให้ความรู้สึกเป็นมิตรกับธรรมชาติ (กรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2566)

1.6) สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย (Legal) เนื่องจากทางร้านมีการศึกษากฎหมายก่อนการลงทุน และมีการปรับตัว วางแผนล่วงหน้าเกี่ยวกับ เงื่อนไขต่างๆ และถือว่าเป็นเรื่องดีเพราะสร้างความน่าเชื่อถือที่ดีให้กับธุรกิจ (สำนักงาน ประกันสังคม, 2566)

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

2.1) ความเข้มข้นของการแข่งขันของบริษัทที่มีอยู่ (Intensity of Rivalry among Existing Firms) : สูง

ธุรกิจของเราต้องเผชิญกับแรงกดดันในเรื่องต้นทุนการตลาดเพิ่มขึ้น เพราะต้องใช้กลยุทธ์ทางโฆษณา ธุรกิจร้านบัต เตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอจึงนำเอาในส่วนของสตูดิโอเข้ามาเพื่อให้ธุรกิจมีความแตกต่าง และพัฒนาคุณภาพสินค้า

2.2) อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ (Threats of Entrants) : ปานกลาง

ในปัจจุบันธุรกิจคาเฟ่และสตูดิโอมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดมากขึ้น แต่ธุรกิจของเราจะมีจุดแข็งในเรื่องของการเป็นคาเฟ่ที่มีบริการสตูดิโอถ่ายภาพแบบครบวงจร

2.3) แรงกดดันจากสินค้าทดแทน (Pressure from Substitute Products) : สูง

ในอุตสาหกรรมคาเฟ่และสตูดิโอ ในตลาดมีเครื่องดื่ม ขนม และบริการถ่ายภาพที่สามารถทดแทนกันได้หลากหลาย ธุรกิจของเราต้องสร้างความแตกต่าง เช่น การใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง และประสบการณ์ที่ไม่สามารถหาทดแทนได้ง่าย

2.4) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers) : สูง

เนื่องจากในตลาดมีตัวเลือกที่หลากหลาย และบริการถ่ายภาพที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ พฤติกรรมของลูกค้าในยุคปัจจุบันเปลี่ยนไป บัตรเดบิต อาร์ คาเฟ่ เนื่องจากมีการพัฒนาเมนูตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา

2.5) อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Suppliers) : ต่ำ

ในการดำเนินธุรกิจคาเฟ่และสตูดิโอ หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้าน คือ อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ เนื่องจากมีซัพพลายเออร์จำนวนมากที่สามารถจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้ในธุรกิจได้

3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1) จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

- ทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตที่คนสัญจรไปมา
- คาเฟ่สามารถสร้างจุดขายที่แตกต่างโดยการมีสตูดิโอถ่ายภาพที่ครบวงจร
- คุณภาพของวัตถุดิบที่จัดหามาอย่างพิถีพิถันจากแหล่งจำหน่ายที่มีคุณภาพ
- การจัดร้านที่ทันสมัย มีพื้นที่รองรับลูกค้าทั้งภายใน และภายนอกร้าน
- พนักงานที่มีความเป็นมืออาชีพ และให้บริการด้วยความใส่ใจ

3.2) จุดอ่อน (Weaknesses)

- เป็นร้านคาเฟ่ใหม่ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค
- ไม่มีประสบการณ์ทางด้านธุรกิจมาก่อน ทำให้ต้องเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา
- ต้นทุนการก่อตั้งธุรกิจในช่วงแรกใช้ต้นทุนที่สูง
- อำนาจการต่อรองกับซัพพลายเออร์ต่ำ เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่
- รายการขนมเค้กสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย

3.3) โอกาส (Opportunities)

- ธุรกิจคาเฟ่ที่มีสตูดิโอถ่ายภาพ และครบวงจร ยังมีอยู่น้อย จึงนำมาเป็นจุดเด่นของร้าน
- ในทำเลที่ตั้งยังไม่มีร้านคาเฟ่และสตูดิโอที่เหมือนกันทำให้มีโอกาสสูงในการที่ผู้บริโภคมาใช้บริการ
- การขยายบริการเดลิเวอรี่ในอนาคต
- ผู้บริโภคที่เป็นเจ้าของธุรกิจสามารถเช่าสตูดิโอ หรือพื้นที่ภายในร้านเพื่อถ่ายสินค้าของตนเองได้
- ปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเป็นร้านนั่งชิลยามค่ำ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค

3.4) อุปสรรค (Threats)

- การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนวัตถุดิบในตลาด ทำให้ส่งผลของต้นทุนสินค้าในร้าน
- ธุรกิจคาเฟ่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีร้านคาเฟ่จำนวนมากในตลาด
- สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง ภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี
- ต้นทุนรองในอุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับการผลิตสื่อมีราคาสูง
- ผลกระทบจากสินค้าทดแทน เช่น ตู้เครื่องดื่มอัตโนมัติ และร้านสะดวกซื้อ

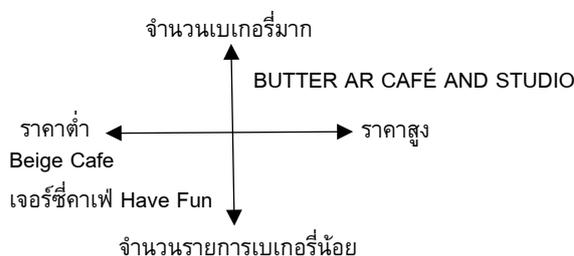
การวิเคราะห์ด้านการตลาด

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของร้านบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ คือ ประชากรเพศหญิง เพศชายและเพศทางเลือก อายุ 18 ถึง 60 ปี มีรายได้มากกว่า 5,000 บาทต่อเดือน อาชีพนักเรียน นักศึกษา เจ้าของธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน และพนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีสถานภาพ โสด สมรส หรือ หม้าย/หย่าร้าง เป็นผู้ที่ชื่นชอบเบเกอรี่ และการสร้างคอนเทนต์ ชอบบรรยายกาตร้านคาเฟ่ และชอบทำงานนอกสถานที่ อยู่ในเขตตอนเมือง และกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่นๆ

2) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ ได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการรองรับกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดของร้านบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ

2.1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ เลือกใช้กลยุทธ์ด้านความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) โดยมีรายการเครื่องดื่มประเภท กาแฟ ชา ในรูปแบบเย็น ของร้านบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ จำนวนทั้งหมด 10 รายการ รายการเบเกอรี่ทั้งหมด 15 รายการ และรายการแพ็คเกจสตูดิโอทั้งหมด 4 รายการ

2.2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ มีรายการเครื่องดื่ม ราคาเริ่มต้นที่ 80 ถึง 95 บาท รายการรายการเบเกอรี่ ราคาเริ่มต้นที่ 80 ถึง 1,000 บาท และรายการแพ็คเกจในสตูดิโอราคาเริ่มต้นที่ 1,000 ถึง 3,500 บาท

2.3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ เลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง (Direct Distribution) ในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่ม เบเกอรี่ และการให้บริการถึงผู้บริโภค โดยการนำช่องทางการจัดจำหน่ายแบบผู้ให้บริการส่งถึงผู้บริโภค โดยตรงแบบ (Business to Consumer : B2C) และไม่ผ่านคนกลาง

2.4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ เน้นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างการรับรู้แบรนด์ ดึงดูดลูกค้าใหม่ โดยมีรายละเอียดการส่งเสริมการตลาด เช่น เสนอแพ็คเกจการถ่ายภาพที่แปลกใหม่ ร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์ และบล็อกเกอร์

2.5) กลยุทธ์ด้านบุคคล (People Strategy)

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ เลือกใช้กลยุทธ์ด้านการอบรมพนักงาน (Training) เพราะพนักงานจะเป็นผู้พบปะผู้บริโภคเป็นอันดับแรก ซึ่งทางร้านจะใส่ใจตั้งแต่การคัดเลือกพนักงาน และยักรวมถึงสัมพันธไมตรีที่ดี

2.6) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process Strategy)

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ เลือกใช้กลยุทธ์ด้านการสร้างมาตรฐานในการทำงาน เพื่อให้พนักงานในร้านมีมาตรฐานเท่ากันทุกคน กระบวนการบริการหลักของร้าน บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ ทั้งหมด 6 ขั้นตอน

2.7) กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์และการบริการ (Physical Evidence Strategy)

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ เลือกใช้กลยุทธ์ด้านการมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า (Customer Experience) เรื่องที่ทางร้านให้ความสำคัญอันดับเป็นหนึ่งของบรรยากาศภายในร้าน ด้วยการตกแต่งที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายรวมถึงมาตรฐานในการบริการลูกค้าที่สม่ำเสมอ ตั้งแต่เดินเข้ามาใช้บริการภายในร้าน และหลังใช้บริการ

การวิเคราะห์แผนการผลิต

1) กำลังการผลิต/บริการ ปริมาณการผลิต/บริการ และ อัตราการผลิต/บริการ

ตารางที่ 1 แสดงกำลังการผลิตสูงสุด ปริมาณการผลิตจริง และ อัตราการผลิต ของเบเกอรี่

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำลังการผลิต (ชิ้น)	120,960	120,960	120,960	120,960	120,960
ปริมาณการผลิต (ชิ้น)	36,000	42,048	48,096	54,144	60,192
อัตราการผลิต	29.75%	34.75%	39.75%	44.75%	49.75%

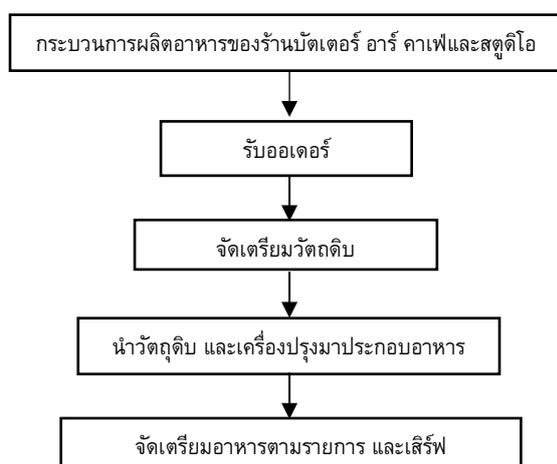
ตารางที่ 2 แสดงกำลังการผลิตสูงสุด ปริมาณการผลิตจริง และ อัตราการผลิต ของเครื่องดื่ม

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำลังการผลิต (แก้ว)	108,000	108,000	108,000	108,000	108,000
ปริมาณการผลิต (แก้ว)	61,200	64,443.6	67,683.6	70,923.6	74,163.6
อัตราการผลิต	56.67%	59.67%	62.67%	65.67%	68.67%

ตารางที่ 3 แสดงกำลังการผลิตสูงสุด ปริมาณการผลิตจริง และ อัตราการผลิต ของสตูดิโอ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำลังการผลิต (งาน)	2,520	2,520	2,520	2,520	2,520
ปริมาณการผลิต (งาน)	1,080	1,138	1,197	1,234	1,271
อัตราการผลิต	42.86%	45.15%	47.50%	48.93%	50.40%

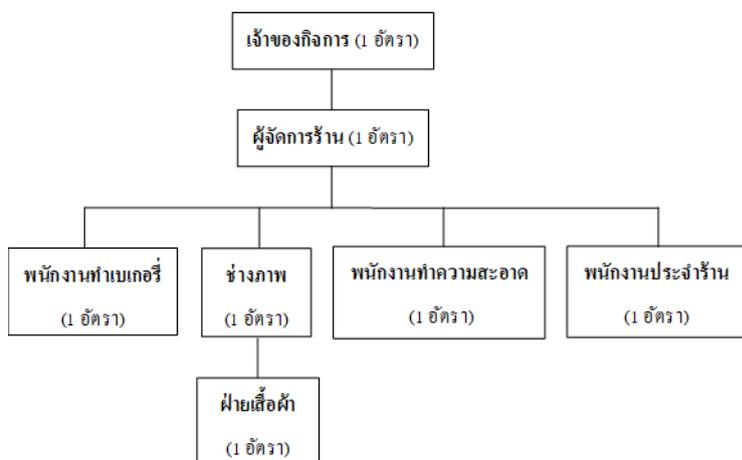
2) ขั้นตอนการผลิต/บริการ



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการผลิตในส่วนของคาเฟ่

การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ เลือกใช้รูปแบบองค์กรแยกตามหน้าที่ (Functional Organization) เพื่อเน้นทักษะความชำนาญเฉพาะด้านของพนักงาน เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็กทำให้การจัดรูปแบบองค์กรในลักษณะนี้สามารถควบคุมได้ทุกส่วน และสามารถบริหารการจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 4 แสดงถึงแสดงถึงโครงสร้างองค์กรของร้าน ร้านบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอมีทั้งหมด 7 คน

การวิเคราะห์แผนการเงิน

บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 1,610,885 บาท โดยเงินลงทุนทั้งหมดเป็นของเจ้าของกิจการแต่เพียงผู้เดียว โดยมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 1 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มากกว่าเป็นบวกเท่ากับ 16,292,542.50 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ร้อยละ 479 งบกำไรขาดทุน โดยกำไรสุทธิในปีที่ 0 เท่ากับ 0 บาท ปีที่ 1 เท่ากับ 5,739,357.12 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 7,249,895.84 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 8,874,611.52 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 10,618,964.18 บาท ปีที่ 5 เท่ากับ 12,488,634.68 บาท และงบกำไรสะสม โดยกำไรสะสม โดยกำไรสะสม ปลายงวดในปีที่ 0 เท่ากับ 0 บาท ปีที่ 1 เท่ากับ 5,739,357.12 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 9,364,305.04 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 13,801,610.80 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 19,111,092.89 บาท ปีที่ 5 เท่ากับ 25,355,410.23 บาท

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจบัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ ภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ บัตเตอร์ อาร์ คาเฟ่และสตูดิโอ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ ควรเน้นการสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งด้วยการผสมคาเฟ่กับสตูดิโอถ่ายภาพในที่เดียว ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด ควรวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่ครอบคลุมทั้งออฟไลน์และออนไลน์ โดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการสร้างการรับรู้แบรนด์ พร้อมออกโปรโมชั่นจูงใจให้เกิดการตลาดลองใช้บริการและกลับมาใช้ซ้ำ
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการ ทั้งเมนูเครื่องดื่ม ขนม และคุณภาพการถ่ายภาพ พร้อมจัดระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับลูกค้าได้ในทุกช่วงเวลา
- 4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน ควรวางแผนโครงสร้างทีมงานให้ชัดเจน แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งอบรมพนักงานให้มีทักษะด้านการบริการ และสร้างแรงจูงใจในการทำงานอย่างต่อเนื่อง

5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน ควรวางแผนงบประมาณอย่างรอบคอบ มีการควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน และวางแผนการคืนทุนให้ชัดเจน โดยควรมีแหล่งเงินทุนสำรองในกรณีที่รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายในช่วงแรกของ การดำเนินธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อธุรกิจคาเฟ่และสตูดิโอ. สืบค้นจาก www.tourism.go.th.

กระทรวงแรงงาน. (2566). พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม. สืบค้นจาก www.mol.go.th.

กรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2566). ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและมลพิษทางอากาศต่อธุรกิจร้านอาหารและคาเฟ่. สืบค้นจาก <https://www.dnp.go.th>.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2566). แนวโน้มการบริโภคคาเฟ่และพฤติกรรมของลูกค้าในตลาดคาเฟ่. สืบค้นจาก <https://www.ditp.go.th>.

สำนักงานประกันสังคม. (2566). กฎหมายประกันสังคมและสิทธิของพนักงาน. สืบค้นจาก <https://www.sso.go.th>.

ณภัทร อางนันทน์. (2565). การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ Co-Working Space ในรูปแบบการทำงานท่ามกลางธรรมชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ทิพวรรณ ลิ้มวัฒนา, วรัญญา สุทธิกุล และ พิชญ์สินี สมบูรณ์. (2567). ความพึงพอใจของลูกค้าในคาเฟ่ที่มีบริการ Co-Working Space ในเขตเมือง. วารสารการจัดการธุรกิจและนวัตกรรม, 10(1), 45-60.

นภัสสร หาญมนตรี. (2565). การพัฒนาแนวคิดคาเฟ่เชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ศิริณา เรืองโรจน์. (2566). พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการคาเฟ่แนวสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร. วารสารนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร, 15(2), 88-102.

Kim, J., Park, H., & Lee, S. (2023). Preferences of freelancers and content creators for work-friendly cafes in South Korea. *Journal of Urban Lifestyle and Culture*, 12(3), 112-129.

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: © 2025 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).

