

แผนธุรกิจ Game & Co-working Space

Business Plan for Game & Co-working Space



แผนธุรกิจ Game & Co-working Space

Business Plan for Game & Co-working Space



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



©2563

ชัชณพงศ์ เอื้ออารีย์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจ Game & Co-working Space

ผู้วิจัย ชินนุพงศ์ เอื้ออารีย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.สมนา อธิกิตติกุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิพรรณ สุภาวรรณ)

(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

4 พฤษภาคม 2563

ชิษณุพงศ์ เอื้ออารีย์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
พฤษภาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
แผนธุรกิจ Game & Co-working Space (65 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. สุนา อีรจิตติกุล

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจ Co-working Space นี้จัดทำขึ้นเพื่อกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน โดยช่วยกำหนดกรอบความคิดและเป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยการวิเคราะห์รายละเอียดภาพรวมของธุรกิจ วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม ภายใน และปัจจัยแวดล้อมภายนอก อีกทั้งการวิเคราะห์คู่แข่งทางธุรกิจ วิเคราะห์สภาพธุรกิจ และวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน สุดท้ายคือการจัดทำกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์สร้างการรับรู้ผ่านช่องทางการตลาด เพื่อขยายกลุ่มลูกค้า และเพื่อสร้างความแตกต่าง โดยการนำเอาสิ่งแปลกใหม่เข้ามาใช้ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการซึ่งมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้

แผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจให้เช่าพื้นที่ทำงานอิสระ เป็นธุรกิจประเภทให้บริการเช่าพื้นที่ทำงาน โดยสามารถเช่าเป็นรายวัน พื้นที่ทำงานประกอบไปด้วยพื้นที่ทำส่วน โซนสำหรับใช้เสียง มุมเครื่องเล่นเกมไวรือรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสำหรับการพูดคุยที่เกิดเสียงดัง มีโซนห้ามส่งเสียงดัง มุมพักผ่อน ห้องประชุมงานเป็นพื้นที่สำหรับความเงียบหรือใช้สมาธิ อีกทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานต่างๆครบครัน ทางเรายังใส่ใจในคุณภาพการบริการให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ และรู้สึกอบอุ่นสะดวกสบายเหมือนทำงานอยู่ที่บ้าน

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ ผู้จัดทำได้ใช้วิธีการวิจัยในรูปแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ (interview) โดยการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google form และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ พื้นที่เช่าทำงานอิสระ Co working space จำนวน 5 คน โดยในการตอบคำถามรวม 13 ข้อ ครอบคลุมการบริหารความต้องการในการใช้บริการ Co-working Space ทั้งในรูปแบบจุดเด่นของพื้นที่ และกลยุทธ์การบริการส่วนเพิ่มเติมที่ผู้ใช้บริการต้องการมากขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการ Co-working Space ซึ่งในปัจจุบัน มีคู่แข่งในตลาดเพิ่มมากขึ้น และมีหลายประเภทมากขึ้น

คำสำคัญ: เช่าพื้นที่ทำงานอิสระ, อำนวยความสะดวก, พื้นที่พักผ่อน

Uaaree,C. M.B.A (Small and Medium-Sized Enterprises), May 2020,
Graduate School, Bangkok University
Business Plan for Game & Co-working Space (65 pp.)
Advisor: Sumana Theerakittikul, Ph.D

ABSTRACT

This Business plan for Co-working Space has been created to provide a conceptual framework and an operational approach by analyzing the business overview, internal factor and external factor. It also includes how to analyze the competitor, market condition and competitive advantage. Lastly, this helps make a way to create the business strategy to promote such service business using marketing channel to expand the target group and to make something new using creative ways to attract the customer followed by our objectives.

The Co-working Space is a service business for working rental room per day or so, which can be divided into 5 section, namely for Convention zone, Game zone (game player), Silent zone, Recreational area and Conference zone. The venue which is designed for satisfied customer with comfortable facilities like working at home can accommodate any required clients for hiring a room or a working place to do as needed.

300 Questionnaires for the respondent were provided online platform (using Google form) while 13 questions for Interview with 5 Co-working space owners regarding co-working space in management including space advantages, other facilities in management to make it different from other Co-working Space service which seems to grow up now a day.

Keywords: Co working Space, convenience, recreational area

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้ได้จัดทำเพื่อประมวลความรู้ทั้งหมดจากที่ผู้จัดทำได้ศึกษามาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยได้รับการอนุเคราะห์และความช่วยเหลือในการทำแผนธุรกิจฉบับนี้ให้ลุล่วงไปได้ด้วยดีจาก ดร.สุนาธีรกิตติกุล ที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขข้อบกพร่องตลอดระยะเวลาในการทำธุรกิจนี้ ผู้จัดทำรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่มอบความรู้ตลอดจนประสบการณ์ดีๆที่ให้แก่ผู้จัดทำแผนธุรกิจนี้ ขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนๆ ที่ให้คำปรึกษาและกำลังใจให้แก่ผู้จัดทำ

ชิษณุพงศ์ เอื้ออารีย์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	2
1.2 สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ	2
1.3 วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / เป้าหมายองค์กร / วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	8
1.4 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	8
1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้	9
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้	10
2.2 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	10
2.3 ผู้ที่ให้ข้อมูล	12
2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	13
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 ปัจจัยแวดล้อมภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ (SWOT)	14
3.2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix	16
3.3 การวิเคราะห์ Five Forces Model	17
3.4 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม	19
3.5 การแก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อโอกาสให้ธุรกิจการวิเคราะห์	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 โมเดลของธุรกิจ	20
4.2 การวิเคราะห์ห้องประกอบแต่ละประเภทข้อมูลที่อยู่ในโมเดล	20
4.3 ลูกค้า/กลุ่มเป้าหมาย	22
4.4 คู่แข่งขัน	22
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	25
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	27
5.3 แผนกลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน	31
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน	33
5.5 สรุปผลการวิจัย	44
5.6 การสังเกตการณ์ธุรกิจ Co-working Space	46
5.7 โอกาสของการขยายธุรกิจ	47
5.8 แผนสำรองกิจการ	48
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก	51
ประวัติผู้เขียน	65
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 : ตารางแสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix	16
ตารางที่ 5.1 : ราคาการให้บริการ	29
ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน	35
ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงรายละเอียดค่าเสื่อมและตัดจ่าย	36
ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ปีที่1-5	37
ตารางที่ 5.5 : ตารางต้นทุนคงที่	38
ตารางที่ 5.6 : ตารางต้นทุนผันแปร	38
ตารางที่ 5.7 : ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน	39
ตารางที่ 5.8 : ตารางแสดงกำไรสะสม	40
ตารางที่ 5.9 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด	40
ตารางที่ 5.10 : ตารางแสดงงบฐานะการเงิน	41
ตารางที่ 5.11 : ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการสร้างการลงทุน	42
ตารางที่ 5.12 : ตารางแสดงข้อมูลการวิเคราะห์โครงการสร้างต้นทุน	43

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : โลโก้ร้าน	2
ภาพที่ 1.2 : สถานที่ตั้ง Game & Co-working Space	3
ภาพที่ 1.3 : PlayStation 4	4
ภาพที่ 1.4 : Xbox One	4
ภาพที่ 1.5 : Nintendo Switch	4
ภาพที่ 1.6 : เครื่องเกมคอมพิวเตอร์ (computer game)	5
ภาพที่ 1.7 : เครื่องเกม VR หรือ Virtual Reality	5
ภาพที่ 1.8 : เกมกระดาน หรือ บอร์ดเกม	6
ภาพที่ 1.9 : พื้นที่ทำงานร่วมกัน	6
ภาพที่ 1.10 : พื้นที่ให้ความบันเทิง	7
ภาพที่ 1.11 : พื้นที่ห้องสำหรับหลับพักผ่อน	7
ภาพที่ 2.1 : กรอบแนวคิดการวิจัย	11
ภาพที่ 3.1 : แสดง SWOT Analysis	14
ภาพที่ 4.1 : Too fast too sleep	23
ภาพที่ 4.2 : Cozy space co-working space	24
ภาพที่ 5.1 : หน้าร้าน Game & Co working Space	30
ภาพที่ 5.2 : ช่องทางการติดต่อทางออนไลน์	30
ภาพที่ 5.3 : ตราสินค้า Game & Co working Space	31

บทที่ 1

บทนำ

เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำธุรกิจ และที่มาของการจัดทำแผน วัตถุประสงค์ การจัดทำแผน วิธีการศึกษาที่นำมาใช้สำหรับการจัดทำแผน โดยมีรายละเอียด เป็นรายชื่อ ดังต่อไปนี้

Co-working Space เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี 2542 โดย Bernie Dekoven ในช่วงแรก ได้รับความนิยมในวงจำกัด เฉพาะกลุ่มที่ทำงานด้านไอที ก่อนจะเริ่มแพร่หลายในกลุ่มอาชีพอื่นในเวลาต่อมาทั้งศิลปิน นักเขียน นักศึกษา นักธุรกิจ ฯลฯ

Co-working Space หมายถึง พื้นที่ทำงานของคนหลากหลายอาชีพ เป็นแหล่งรวมเครือข่ายของผู้ประกอบธุรกิจ ที่ทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดไอเดียใหม่ๆ จากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งภายในพื้นที่แห่งนี้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานอยู่ด้วย เช่น อินเทอร์เน็ต เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องสแกนเอกสาร ห้องประชุม มุมกาแฟเครื่องดื่ม บริการส่งอาหารมาส่ง พื้นที่พักผ่อน ห้องทำงาน ห้องออกกำลังกาย และพื้นที่ให้ความบันเทิง เป็นต้น

ร้าน Game & Co-working Space เป็นธุรกิจบริการเครื่องเล่นเกมและเช่าพื้นที่ทำงานอิสระ โดยบริการหลักเป็นพื้นที่ทำงานอิสระ พร้อมมีพื้นที่สำหรับให้ความบันเทิง ประกอบด้วยพื้นที่พักผ่อน ห้องสำหรับจิบพักผ่อน มุมบริการเครื่องดื่ม พื้นที่ทำงาน ห้องห้องประชุม นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์เครื่องเล่นเกมสำหรับผู้ที่ต้องการผ่อนคลาย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเกมคอนโซล เครื่องเกม VR หรือ Virtual Reality และบอร์ดเกม เป็นต้น

แนวทางการประกอบธุรกิจร้าน Game & Co-working Space เป็นธุรกิจบริการเครื่องเล่นเกมและเช่าพื้นที่ทำงานอิสระ ในช่วงเปิดร้านใหม่นั้น จะเน้นการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ และอาจจะจัดกิจกรรมสำหรับผู้มาใช้บริการครั้งแรก เพื่อให้ผู้บริโภคพบกับประสบการณ์ที่ดีพร้อมที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใหม่ ยังถือว่าเป็นมือใหม่ในธุรกิจประเภทนี้ จึงทำให้ยังไม่มีผู้เชี่ยวชาญในการบริการมากนัก และยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าส่วนแบ่งการตลาดจะเป็นเท่าไรจึงได้ทำการเขียนแผนธุรกิจขึ้นมา

1.1 แนะนำธุรกิจ

ธุรกิจบริการเครื่องเล่นเกมและเช่าพื้นที่ทำงานอิสระ เป็นธุรกิจประเภทบริการ ซึ่งบริการพื้นที่สำหรับพักผ่อนและผ่อนคลาย หรือนัดประชุมสำหรับผู้ที่ต้องการทำงาน

ภาพที่ 1.1 : โลโก้ร้าน



จุดเริ่มต้น ร้าน Game & Co-working Space ธุรกิจบริการเครื่องเล่นเกมและเช่าพื้นที่ทำงานอิสระ เกิดขึ้นจากความชอบในการเล่นเกมนและพื้นที่สำหรับพักผ่อนของผู้ประกอบการเอง และทางผู้ประกอบการได้ลองเดินทางไปใช้บริการธุรกิจที่เป็นพื้นที่สำหรับเล่นเกมและบริการสำหรับเช่าพื้นที่ทำงานอิสระหลากหลายพื้นที่ พบว่าเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยทำงาน วัยรุ่น และนักเรียน นักศึกษาที่ต้องการมาพบปะสังสรรค์ พักผ่อน หรือพื้นที่ในการทำงาน ซึ่งแนวโน้มของการเติบโตในธุรกิจ Game และ Co-Working Space จึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการสร้างรายได้ที่เติบโตและเป็นที่น่าสนใจตามอง เพราะ Co-Working Space สามารถตอบโจทย์กลุ่มคนที่มีไลฟ์สไตล์ที่ต้องการความคล่องตัวในการทำงาน หรือพักผ่อน โดย Co-Working Space จะเติบโตและเป็นที่ต้องการในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมีแนวคิดว่าจะทำธุรกิจบริการเครื่องเล่นเกมและเช่าพื้นที่ทำงานอิสระ

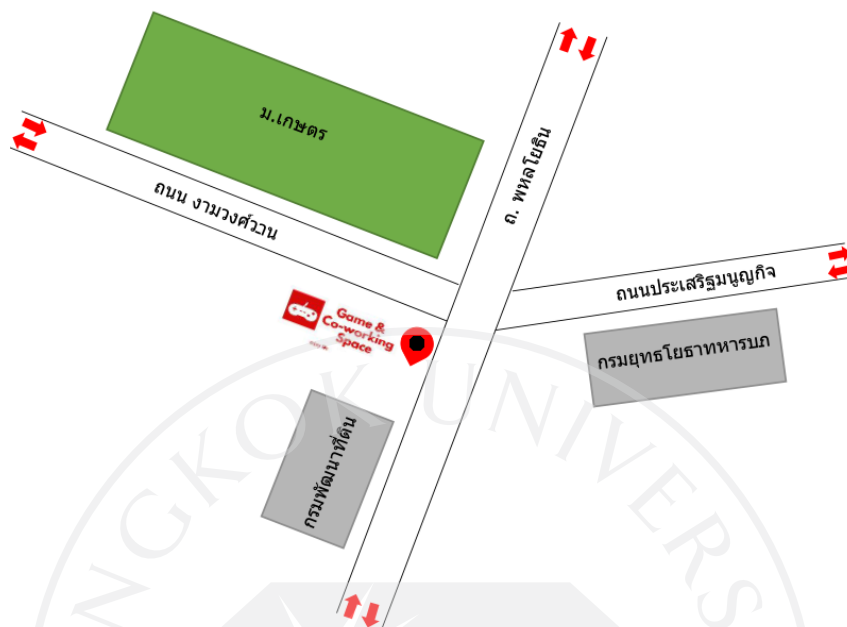
1.2 สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

ที่ตั้ง 2094/2-6 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กทม. 10900

1.2.1 จุดเด่นที่ตั้ง

เป็นพื้นที่ตั้งอยู่บนถนนพหลโยธินมีความสะดวกในการเดินทางอยู่บริเวณใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์บางเขน สามารถมาได้ทั้งทางถนนพหลโยธิน ถนนประดิษฐ์มนูธรรม

ภาพที่ 1.2 : สถานที่ตั้ง Game & Co-working Space



1.2 ประเภทของสินค้า/บริการ

ให้บริการเครื่องเล่นเกมและเช่าพื้นที่ทำงานอิสระ ประเภทให้บริการ และบริการพื้นที่พักผ่อนและประชุมตามความต้องการของลูกค้า

1.2.1 รายละเอียดของสินค้า/บริการ

1.2.1.1 บริการเครื่องเล่นเกม

โดยทางร้าน Game & Co-working Space มีบริการการเครื่องเล่นเกมมากมาย เพื่อให้ได้เลือกตามความต้องการของลูกค้า

1.2.1.1.1 เครื่องเล่นวิดีโอเกม (Video game console)

เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในการเล่นวิดีโอเกม โดยแสดงภาพผ่านทางหน้าจอภายในเครื่องหรือโทรทัศน์ แบ่งเป็น เครื่องเล่นเกมคอนโซลเป็นเครื่องเล่นเกมที่มีไว้เล่นภายในบ้าน ไม่ใช่เครื่องเกมมือถือ เช่น Xbox One PlayStation 4 เครื่องเล่นเกมพกพา เช่น Nintendo Switch

ภาพที่ 1.3 : PlayStation 4



ที่มา : PlayStation 4. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://asia.playstation.com/th-th/ps4/product-lineup/playstation4-pro-jetblack/>

ภาพที่ 1.4 : Xbox One



ที่มา : Xbox One (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://th.priceprice.com/Microsoft-Xbox-One-X-21658/>

ภาพที่ 1.5 : Nintendo Switch



ที่มา : Nintendo Switch (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.nintendo.com/switch/>
1.2.1.1.2 เครื่องเกมคอมพิวเตอร์ (computer game)

เกมคอมพิวเตอร์ หรือ เกมพีซี เกมที่เล่นบนคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล มากกว่าเครื่องเกมคอนโซล หรือเครื่องเกมอาร์เขต เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเล่นเกมออนไลน์ บนเครื่องคอมพิวเตอร์

ภาพที่ 1.6 : เครื่องเกมคอมพิวเตอร์ (computer game)



ที่มา : เครื่องเกมคอมพิวเตอร์ (2560). สืบค้นจาก <https://notebookspec.com/gamescom-2017-three-new-lenovo-legion-gaming-desktops-with-corsair-as-sole-memory-supplier/413868/>

1.2.1.1.3 เครื่องเกม VR หรือ Virtual Reality

เครื่องเกมจำลองสภาพแวดล้อมจริงเข้าไปให้เสมือนจริง โดยผ่านการรับรู้จากการมองเห็น เสียง สัมผัส แม้กระทั่งกลิ่น โดยจะตัดขาดเราออกจากสภาพแวดล้อมปัจจุบันเพื่อเข้าไปสู่ภาพที่จำลองขึ้นมา

ภาพที่ 1.7 : เครื่องเกม VR หรือ Virtual Reality



ที่มา : Virtual Reality (2559). สืบค้นจาก <https://fortune.com/2016/01/05/virtual-reality-game-industry-to-generate-billions/>

1.2.1.1.4 เกมกระดาน หรือ บอร์ดเกม

เกมสื่กระดานรูปแบบหนึ่ง เกมกระดานชนิดนี้จะมีความซับซ้อนในการเล่น มีหลากหลายรูปแบบให้เลือก เหมาะสำหรับลูกค้าที่มาเป็นกลุ่ม

ภาพที่ 1.8 : เกมกระดาน หรือ บอร์ดเกม



ที่มา : บอร์ดเกม (2560). สืบค้นจาก

<https://mgronline.com/online/section/detail/9600000114786>

1.2.1.2 พื้นที่ให้เช่าอิสระ/พื้นที่พักผ่อน

1.2.1.2.1 พื้นที่ทำงานร่วมกัน

พื้นที่สำหรับลูกค้าที่ต้องการความเป็นส่วนตัวในการทำงาน หรือนั่งคุยประชุมเป็นการส่วนตัว

ภาพที่ 1.9 : พื้นที่ทำงานร่วมกัน



ที่มา : พื้นที่ทำงานร่วมกัน (2561). สืบค้นจาก <https://chill.atimeonline.com/post/3123>

1.2.1.2.2 พื้นที่ให้ความบันเทิง

พื้นที่สำหรับลูกค้าที่ต้องการพื้นที่ผ่อนคลายคลายเครียด พบปะนั่งคุยหรือเล่นเครื่องเล่นเกมกับเพื่อน

ภาพที่ 1.10 : พื้นที่ให้ความบันเทิง



ที่มา : พื้นที่ให้ความบันเทิง (2559). สืบค้นจาก

<https://www.siam2nite.com/th/magazine/lifestyle/item/367-game-over-lounge-review>

1.2.1.2.3 พื้นที่ห้องสำหรับพักผ่อน

พื้นที่สำหรับลูกค้าที่ต้องการพื้นที่พักผ่อน สามารถงีบพักได้ในเวลาไม่กี่ชั่วโมง

ภาพที่ 1.11 : พื้นที่ห้องสำหรับหลับพักผ่อน



ที่มา : พื้นที่ห้องสำหรับหลับพักผ่อน (2561). สืบค้นจาก

<https://today.line.me/th/v2/article/G1wjaQ>

1.3 วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / เป้าหมายองค์กร / วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1.3.1 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำการให้บริการ ให้เช่าใช้พื้นที่ในการทำงานและเพื่อการพักผ่อน

1.3.2 พันธกิจ

สร้างพื้นที่ทำงานรวมกันที่มีคุณภาพ และมอบการบริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากที่สุด

1.3.3 เป้าหมายองค์กร

เป้าหมายระยะสั้น

เป้าหมายระยะสั้นในช่วงเวลา 1 ปี คือเน้นการรับรู้ในตราสินค้าให้กับผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย และ เป็นผู้ให้บริการให้เช่าพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าและตลาดในวงกว้าง

เป้าหมายระยะยาว

เปิดสาขา2 ภายในระยะเวลา 5ปี ขยายร้านเพื่อรับรองลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น มุ่งเน้นการพัฒนาการให้บริการของพนักงานที่เต็มเปี่ยมไปด้วยคุณภาพ พื้นที่ให้เช่ามีความ สะอาด ปลอดภัย อาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายภายในร้านมีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

1.4 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1.4.1 เพื่อเตรียมความพร้อมในการประกอบธุรกิจอย่างมีแบบแผน ให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียได้นำไป ปฏิบัติให้เป็นไปตามแนวทางที่ได้วางไว้

1.4.2 เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต ครอบคลุมในเรื่อง ความเสี่ยง ภายในองค์กรอันเกิดจากคนภายในองค์กร และความเสี่ยงที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ ในทุกด้าน

1.4.3 เพื่อนำแผนธุรกิจนี้ไปประกอบเป็นเอกสารสำคัญในการยื่นขอสินเชื่อต่อธนาคาร เพื่อ แสดงแผนใน ปัจจุบันและแผนของธุรกิจ

1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้

1.5.1 เพื่อให้บริการเป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องจากเป็นบริการใหม่ จึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณาให้ตัวผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่รู้จัก

1.5.2 เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดความสับสนในการบริหาร มีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์เป้าหมายอย่างชัดเจน เพื่อให้มีการบริหารจัดการธุรกิจ เป็นไปได้
อย่างดีและเกิดปัญหาน้อยที่สุด

1.5.3 เพื่อจัดการวางแผนทางการเงินให้เกิดผลกำไรสูงสุดและทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

1.5.4 เพื่อเพิ่มช่องทางในการขายให้มากขึ้น ในปัจจุบันมีช่องทางการตลาดและจัดจำหน่ายเป็นจำนวนมากเพื่อที่จะให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารลงสื่อ สังคมออนไลน์ (Social Media) โปรโมทโดยใช้ฟรีเซนต์อร์ที่มีชื่อเสียงและมีจำนวนคนติดตามเป็น จำนวนมากเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในตัวบริการ เพราะว่ากระแสค่านิยมพฤติกรรม เลียนแบบบุคคลที่มีชื่อเสียง

บทที่ 2

วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะเข้าใช้พื้นที่ทำงานอิสระตามความพึงพอใจ โดยพิจารณาจากการมีส่วนร่วมหรือเคยใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับการเช่าพื้นที่ทำงานอิสระที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากบริการพื้นฐานที่ได้รับแล้ว ผู้บริโภคยังคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการใช้บริการพื้นที่เช่าทำงานอิสระในด้านความผ่อนคลาย พักผ่อนหรือพื้นที่ความเป็นส่วนตัว โดยค่าใช้จ่ายในการเลือกใช้บริการสอดคล้องกับรายได้ของผู้บริโภค โดยมีวิธีการสำรวจออกเป็นชั้นต่าง ๆ โดยมีกรอบระเบียบวิธีสำรวจ (Methodology) เพื่อให้การสำรวจมีประสิทธิภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้สำรวจมากที่สุด

2.2 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ตลาดมุ่งเน้นศึกษาและเก็บข้อมูลจากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักและรองลงมาเป็นการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของตลาดและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ อย่างแท้จริง จึงมีความจำเป็นที่ต้องเก็บรวบรวมข้อมูลจริงจากกลุ่มเป้าหมายและผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสัมภาษณ์ (interview) และแบบสังเกตการณ์ (observation)

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google form

แบบสอบถามปลายปิด (Closed Questionnaire) เป็นการให้กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบใช้วิธีการเลือกตอบตามผู้วิจัยที่กำหนดไว้ เช่น ข้อมูลทั่วไป อายุ เพศ อาชีพ รายได้ เป็นต้น และข้อมูลความคิดเห็นต่อตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยเลือกตอบว่า เห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย หรือน้อยที่สุด

แบบสอบถามปลายเปิด (Open Questionnaire) เป็นการให้กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม เช่น ให้แสดงความคิดเห็น เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ โดยส่วนนี้จะอยู่ในตอนท้ายของแบบสอบถาม

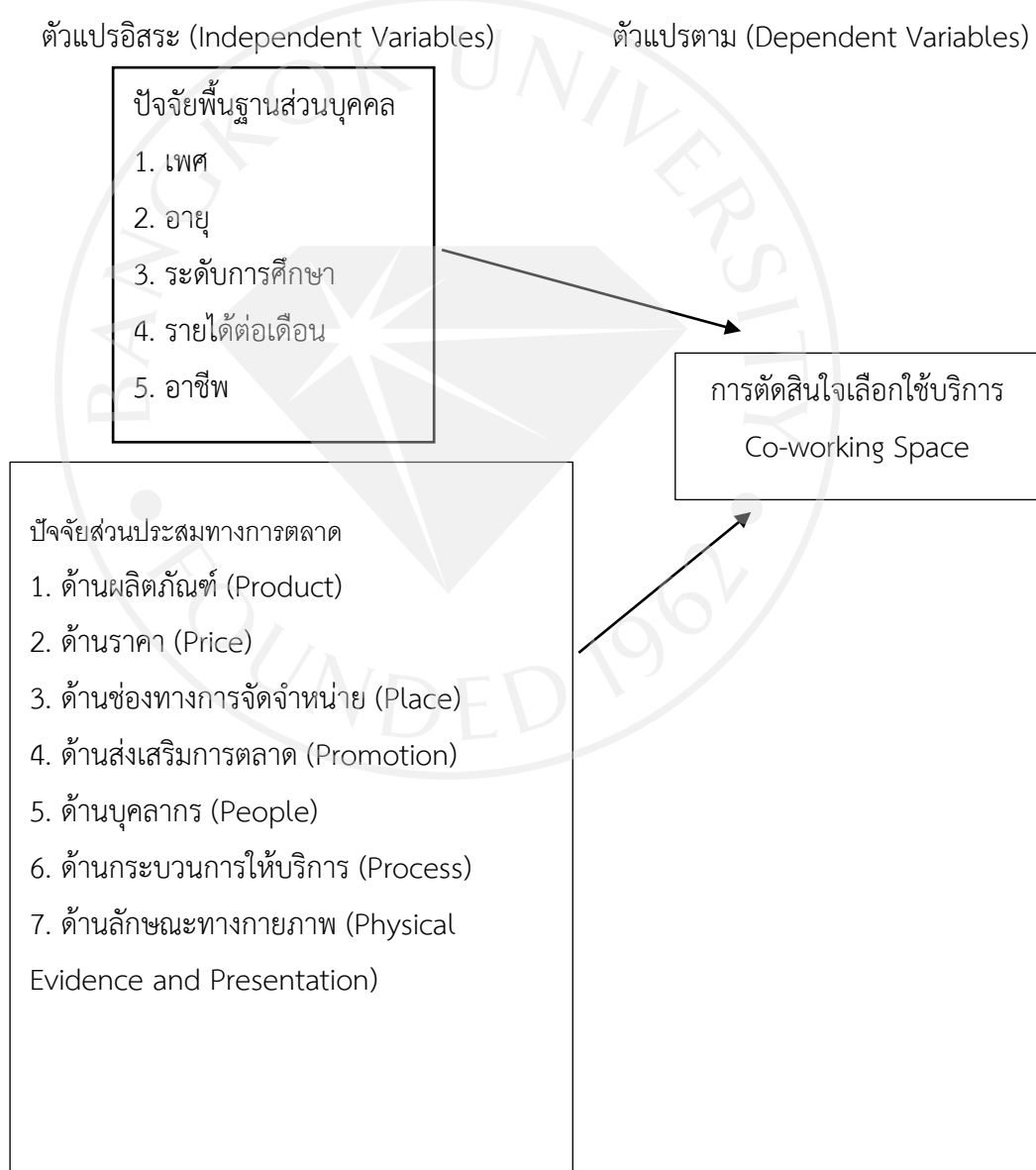
นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาสอดส่องอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาและตรวจสอบ ความเป็นต้อง โดยสร้างแบบสอบถามและแบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ Co working Space

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Co working Space

ภาพที่ 2.1 : กรอบแนวคิดการวิจัย



ในส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ พื้นที่เช่าทำงานอิสระ Co working space จำนวน 5 สถานที่ โดยการใช้แบบสัมภาษณ์ (interview)

การสัมภาษณ์โดยคำถามในการสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด โดยการสัมภาษณ์เป็นแบบการสัมภาษณ์ ตัวต่อตัว ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ 5 นาที โดยผู้ให้สัมภาษณ์ จำเป็นต้องตอบแบบการสัมภาษณ์ตามที่ตนเอง คิดเห็นจริง โดยในเนื้อหาการสัมภาษณ์ประกอบไปด้วย สิ่งที่ถูกน่าสนใจ และตอบโจทย์ความต้องการ และ ข้อคิดเห็นสิ่งที่ควรเพิ่มเติมหรือสิ่งที่ควรปรับปรุงในการประกอบธุรกิจ โดยประกอบด้วยคำถามดังนี้

คำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อสถานที่ ชื่อเจ้าของกิจการ สถานที่ตั้ง จัดตั้งกิจการมาแล้วจำนวนกี่ปี จำนวนพนักงานกี่คน และคำถามเกี่ยวกับการบริหารกิจการของผู้ให้สัมภาษณ์ดังนี้

- ลักษณะของสถานที่ของท่านเป็นอย่างไร
- กลยุทธ์ในการบริหารจัดการสถานที่มีแนวทางอย่างไร
- จุดเด่นของสถานที่ของท่านที่ทำให้ลูกค้านิยมมาใช้บริการ
- ปัจจัยที่ทำให้คนมาใช้บริการคืออะไร
- ปัจจัยที่ทำให้กิจการอยู่รอดและปัญหา อุปสรรค และความเสี่ยงที่ผู้สัมภาษณ์พบเจอ

แบบสังเกตการณ์ (observation) เป็นพฤติกรรมที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา โดยใช้ประสาทสัมผัสของผู้สังเกต โดยเฉพาะตา หู และติดตามศึกษาพฤติกรรมที่บุคคลที่แสดงออกได้ทุกด้าน เพื่อผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลจาก พื้นที่เช่าทำงานอิสระ Co working space ที่อยู่บริเวณใกล้เคียงมาวิเคราะห์ถึงความคล้ายหรือแตกต่างจากคู่แข่งหรือไม่ จำนวน 2 สถานที่

2.3 ผู้ที่ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะทำการสุ่ม แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย 300 คน สอบถามจากผู้บริโภคทั่วไปผ่านช่องทางออนไลน์ Google form

ในส่วนผู้ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยทางด้านแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะเดินทางไปสถานที่ พื้นที่เช่าทำงานอิสระ Co working space ตามสถานที่ต่างๆ จำนวน 5 สถานที่ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย 5 คน โดยสอบถามจากผู้ประกอบการพื้นที่เช่าทำงานอิสระ Co working space

2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้สำรวจได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสัมภาษณ์ (interview) และแบบสังเกตการณ์ (observation) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจโดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

- 2.3.1 รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น
- 2.3.2 สร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์
- 2.3.3 ตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิและอาจารย์ที่ปรึกษา
- 2.3.4 ทดลองใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์
- 2.3.5 ทำการจัดทำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์



บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ Co working Space ภายใต้แนวคิดและทฤษฎี SWOT ANALYSIS เพื่อเป็นปัจจัยเสี่ยงภายใน และปัจจัยเสี่ยงภายนอก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ปัจจัยแวดล้อมภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ (SWOT)

สำหรับหลักการสำคัญของ SWOT คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ โดยดูข้อมูลจาก Strengths, Weaknesses, Opportunities และ Threats

ภาพที่ 3.1 : แสดง SWOT Analysis



ที่มา : SWOT Analysis (2560). *SWOT Analysis คืออะไร*. สืบค้นจาก
<https://www.ceochannels.com/what-is-swot-analysis/>

จุดแข็ง (Strengths)

- 1.ทำเลที่ตั้งร้านใกล้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ซึ่งเป็นแหล่งของกลุ่มลูกค้าที่จะมาใช้บริการที่ร้าน
- 2.รูปแบบร้านออกแบบ มีความแตกต่างจากทั่วไป เน้นให้มีความทันสมัย ความสะอาดสบาย ใกล้เคียงกับความนิยมในปัจจุบัน มีการใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมต่างๆ และสะดวกต่อการนั่งทำงาน หรือพักผ่อน
- 3.รูปแบบการบริการของร้านมีความแตกต่างจากคู่แข่งทั่วไป เน้นการให้บริการเข้าพื้นที่ทำงานอิสระรวมกับบริการเครื่องเล่นเกม และกิจกรรมต่างๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
- 4.เนื่องจากกิจการให้บริการเข้าพื้นที่ทำงานอิสระรวมกับบริการเครื่องเล่นเกม ทำให้เป็นที่สนใจของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการพักผ่อนหลังจากนั่งทำงาน
- 5.เนื่องจากทางร้านมีการเสริมความบันเทิงหรือสถานที่พักผ่อนให้กับลูกค้า ทำให้รองรับลูกค้าที่มีหลากหลายมากขึ้น

จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1.ผู้ประกอบการทำงานคนเดียวทั้งหมด ต้องผ่านการวิเคราะห์และตรวจสอบงานเสียก่อน ก่อนมีการตัดสินใจในสิ่งนั้น ๆ อาจทำให้เกิดความล่าช้าในธุรกิจ
- 2.เนื่องจากทำเลย่านเกษตรนวมินทร์มี Co-working Space บริเวณใกล้เคียงกัน ทำให้ลูกค้าอาจจะเคยชินกับการใช้บริการที่เดิมอยู่
- 3.เนื่องจากอยู่ในระยะเริ่มต้นธุรกิจ อาจยังไม่ได้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเท่าที่ควร

โอกาส (Opportunities)

- 1.ความนิยมการใช้งาน Co-working Space เพิ่มขึ้น เนื่อง ด้วยความต้องการในการหาสถานที่พบปะ ประชุมหรือสถานที่นั่งทำงาน
- 2.ทางร้านมีความหลากหลายทางด้านการให้บริการที่มีสถานที่พักผ่อนและความบันเทิง
- 3.ลูกค้าสมัยใหม่ นิยมความแตกต่าง ความสะอาดสบาย ตามความนิยมของผู้คนทั่วไป

อุปสรรค (Threats)

1. ในปัจจุบันมีคู่แข่งประเภท Co-working Space เกิดขึ้นมากมาย ภายในพื้นที่ใกล้เคียง จึงทำให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างสูงขึ้น
2. ต้องใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย และลูกค้าของ Co Working Space มีอิสระทางความคิดสูง สามารถย้ายที่ ทำงานได้ตลอดเวลา
3. ประเทศไทยมีค่าแรงที่สูงขึ้น

3.2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

ตารางที่ 3.1 : ตารางแสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix

	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
โอกาส (O)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ผู้ประกอบการมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ในการบริการ Co Working Space และลูกค้านิยมความแตกต่างในการบริการ เปลี่ยนรูปแบบเพื่อสร้างความแปลกใหม่	กลยุทธ์คงตัว-เชิงแก้ไข (WO Strategy) ทางร้านมีโอกาสดึงดูดผู้ประกอบการรายอื่นเข้ามา แทรกแซงได้แต่ในขณะเดียวกัน ทางร้านได้ดำเนินธุรกิจมาไม่นาน ทำให้ยังไม่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง จึงทำให้ผู้ประกอบการรายอื่น มีโอกาสพอสมควรที่จะประสบความสำเร็จของธุรกิจ Co Working Space
อุปสรรค (T)	กลยุทธ์คงตัว-เชิงรับ (ST Strategy) ร้านถือกำเนิดเกิดขึ้นเพียงไม่นาน ยังไม่มีชื่อเสียงมากเท่าที่ควร และลูกค้ายังมีความยึดติดกับผู้ประกอบการรายเดิมทำให้ผู้ประกอบการรายอื่นเล็งเห็น ถึงผลประโยชน์ของการของธุรกิจนี้ และพยายามจะเข้ามาแทรกแซงได้	กลยุทธ์ป้องกัน (WT Strategy) ทางร้านจะต้องพัฒนาแนวคิดหรือสรรหารูปแบบการบริการต่างๆ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเป็นการป้องกันการเข้ามาแทรกแซงของคู่แข่งรายอื่น และสร้างเอกลักษณ์ พร้อมทั้งกับการดึงดูดลูกค้ารายใหม่ไปในตัวอีกด้วย

3.3 การวิเคราะห์ Five Forces Model

3.3.1. สถานะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Firms Within The Industry)

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมธุรกิจให้เช่าพื้นที่ทำงานร่วมกัน หรือที่เรียกว่า Co working Space สร้างแรงกดดันต่อธุรกิจสูง เนื่องจากมี Co working Space หลายแห่งในประเทศไทย ทั้งที่เปิดมานานแล้ว และเพิ่งเริ่มเปิดให้บริการ ให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการเห็นควรที่จะจัดตั้ง Co working Space โดยใช้ชื่อว่า Game & Co-working Space เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจนี้กำลังเป็นที่นิยมในประเทศไทย แม้การลงทุนใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง แต่ได้ผลตอบแทนคุ้มค่าในระยะยาว และคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันมีจุดขายที่ต่างกัน ความแตกต่างของการออกแบบสถานที่ และ บรรยากาศมีอยู่มาก โดย Game & Co-working Space เป็นธุรกิจที่นำเสนอรูปแบบเฉพาะนั้นคือ เป็นพื้นที่ทำงานที่หลากหลายของบริการ ความสะดวกสบาย ทันสมัย และเน้นคุณภาพ ฐานกลุ่มลูกค้าจึงมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษา ฟรีแลนซ์ ชะส่วนใหญ่ โดยเจาะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการพื้นที่ทำงานส่วนตัว

3.3.2. ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)

เนื่องจากเทรนด์ของเด็กจบใหม่ที่อยากมีธุรกิจเป็นของตัวเองค่อนข้างนิยมมาก กลุ่ม Startup ก็กำลังนิยม ทำให้คนทำงานฟรีแลนซ์ก็มากขึ้น เมื่อเทรนด์การทำงานยุคใหม่เป็นแบบนี้ ก็เริ่มมี Co working Space เปิดในกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นหลายแห่งและต่อเนื่องทำให้เกิดผู้ลงทุนเข้าสู่ธุรกิจนี้มาก แรงกดดันจากคู่แข่งรายใหม่ค่อนข้างสูง หากผู้ลงทุนมีความพร้อมเงินลงทุนพร้อมในการทำธุรกิจ ก็สามารถสร้าง Co working Space ได้อย่างง่าย คู่แข่งขันรายใหม่ที่ดำเนินธุรกิจตามต้องมีแหล่งทำเลที่เอื้ออำนวยต่อการจัดสถานที่ให้เหมาะสมต่อการทำงาน ต่อการเดินทาง รวมทั้งการออกแบบพื้นที่ให้สอดคล้องกับการเป็นพื้นที่ทำงานที่ได้มาตรฐานและสะดวกสบาย และให้บริการลูกค้าอย่างดีเยี่ยมเพื่อดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการซ้ำ

3.3.3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

ธุรกิจให้เช่าพื้นที่ทำงานอิสระที่ลูกค้าสามารถเลือกใช้แทนร้านกาแฟ หรือ คาเฟ่มี มากแรงกดดันต่อธุรกิจสูง เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหารฟาสฟูดส์ที่เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ลูกค้า สามารถสั่งซื้อเครื่องดื่มในราคาที่ไม่แพง เช่นกาแฟแก้วละ 80 บาท แต่สามารถนั่งทำงานได้ทั้งวัน และมีอินเทอร์เน็ตบริการฟรี แต่ตามร้านกาแฟก็มีพื้นที่ที่จำกัด มีเวลาจำกัดในการใช้ห้อง สภาวะแวดล้อมทางเสียง ทำให้ลูกค้ามองหาสถานที่ที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปราศจากเสียงรบกวน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆได้ และGame & Co-working Space สร้างคุณลักษณะเด่นของพื้นที่ทำงาน โดยการเลือกโทนสีพื้นที่ห้องทำงานแต่ละห้องก็คำนึงถึงหลักการ ใช้สี โดยเลือกสีที่สุขุม พักสายตา และไม่จัดจ้าน เพราะการทำงานต้องใช้สมาธิ มีห้องสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนจากการทำงาน ห้องสำหรับการคลายเครียดจากสิ่งบันเทิงต่างๆ Game & Co-working Space นับเป็น อีกหนึ่งทางเลือกที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และการบริการที่แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง

3.3.4. อำนาจต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

อำนาจต่อรองของลูกค้าในการเลือกใช้บริการค่อนข้างสูง เนื่องจากในเขต กรุงเทพมหานครมี Co working Space ให้เลือกอย่างมาก ลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการใน Co working Space แต่ละแห่งตามความชอบและความสะดวก Co working Space แต่ละแห่งมุ่งเน้นความ สะดวกสบายของพื้นที่ทำงาน ความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน ต่างจากธุรกิจร้านกาแฟที่มี เครื่องดื่มบริการ แต่มีพื้นที่จำกัดสำหรับลูกค้าในการนั่งทำงาน ดังนั้นลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ Game & Co-working Space สามารถสัมผัสได้ถึงความทันสมัยทางด้าน การออกแบบ การเลือกใช้โทนสี และการบริการที่ดี อัตราราคาไม่แพง สะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีอุปกรณ์เครื่องเล่นเกม ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถเลือกการตัดสินใจใช้ Co working Spaceแห่งอื่นได้ ขึ้นอยู่กับทัศนคติความพอใจแต่ละบุคคล

3.3.5. อำนาจต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Suppliers)

อำนาจการต่อรองของผู้ขายต่ำ เนื่องจาก Game & Co-working Space เป็นธุรกิจขนาดเล็ก การจัดซื้อ สินค้า ทางเจ้าของกิจการเป็นผู้จัดซื้อสินค้าเองโดยไม่ต้องผ่านผู้แทนจำหน่าย ในการที่ต้องสั่งซื้อสินค้า เองทุกครั้งทำให้ไม่ได้ส่วนลดเท่ากับธุรกิจขนาดใหญ่ที่สั่งซื้อทีละมากๆ ส่งผลให้ธุรกิจมีต้นทุนการผลิตสูง

3.4 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

เมื่อผู้บริหารทราบถึงสภาพแวดล้อมของร้านทั้งภายในและภายนอกแล้วนั้น สิ่งที่เราได้ คือ ความสามารถของร้านที่สามารถนำสิ่งเหล่านั้นมาเป็นเป็นจุดแข็ง ร้านมีกระบวนการบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน และเครื่องมือที่มีความทันสมัยและรวดเร็วในการใช้งาน เพื่อให้ทันต่อเวลา ความต้องการของผู้บริโภค และร้านมีพื้นที่ในการทำกิจกรรมต่างๆหลากหลายพื้นที่ ทำให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการบริการที่เพิ่มความสามารถในการทำกำไรและส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น

3.5 การแก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อโอกาสให้ธุรกิจการวิเคราะห์

สภาพแวดล้อมของร้านนอกจากจะสามารถทำให้บริษัททราบถึงจุดแข็งแล้ว ยังสามารถทราบจุดอ่อนของร้านได้อีกด้วย ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของร้านนั้นจะทำให้ เห็นว่าจุดใดที่จะต้องรีบดำเนินการแก้ไข แต่การแก้ไขจุดอ่อนของร้านเหล่านั้นจะสามารถแก้ไขได้ยาก แต่เราสามารถนำจุดแข็งของร้านมาช่วยปรับปรุงจุดอ่อนของร้านได้ เนื่องจากพบว่าผู้บริโภคมีปัญหาเรื่องความแตกต่างที่ผู้บริโภคมีให้กับบริการ ทั้งใน เรื่องของการให้บริการที่ยังมีความใหม่ทำให้มีความเสี่ยงในการเข้าใช้บริการ ดังนั้นร้านจึงจะนำผลการวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือมาโดยใช้การโฆษณาโดยจะเน้นการให้ผู้บริโภครับรู้ถึงการบริการของร้าน เกี่ยวกับพื้นที่การใช้ประโยชน์และพื้นที่การจัดกิจกรรมความบันเทิงต่างๆ และสร้างความมั่นใจในความสะอาดทันสมัยของบริการ เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักและมีการวิจัยอย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ เพื่อพัฒนาให้ผลลัพธ์ของร้านจากพื้นที่ให้ความบันเทิงได้ผลเร็วขึ้นและเป็นที่ยอมรับในระยะยาว ผู้ประกอบการมีการติดตามและสืบค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของ ความต้องการของตลาดผู้บริโภค และนำข้อมูลที่ได้ศึกษามาพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น ทำให้ สามารถตีตลาดคู่แข่งได้ด้วยมีความน่าเชื่อถือของบริการ

บทที่ 4

โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

บทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการทำโมเดลในการดำเนินธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) แบบเครื่องมือธุรกิจเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้เห็นภาพธุรกิจได้อย่างครบถ้วน

4.1 โมเดลของธุรกิจ

โมเดลธุรกิจสำหรับการวิเคราะห์คู่แข่ง มีปัจจัยหลัก ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ดังนี้

4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทข้อมูลที่อยู่ในโมเดล

4.2.1 Value Proposition (คุณค่าที่นำเสนอ)

- รูปแบบบริการที่มีความน่าดึงดูดผู้บริโภคเนื่องจากความหลากหลายของบริการรูปแบบใหม่ที่ร่วมกันระหว่างพื้นที่ทำงานและเครื่องเล่นเกม ทำให้มีรูปแบบที่น่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดลูกค้าให้สนใจที่จะเลือกใช้บริการ
- ตัวอุปกรณ์การใช้งานที่มีครบครัน ทันสมัย ตอบสนองต่อความต้องการเลือกใช้บริการของลูกค้า
- การตอบรับด้วยบริการที่มีพื้นที่ทำงานและเครื่องเล่นเกมตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการทั้งพักผ่อนและทำงาน

4.2.2 Customer Segment (การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)

- ผู้หญิง ผู้ชาย ในช่วงวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา (ช่วงอายุ 18-25 ปี) ที่ต้องการพื้นที่ส่วนตัวในการทำงาน
- กลุ่มลูกค้าออนไลน์ ที่ได้โฆษณาผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อมุ่งหวังกลุ่มลูกค้าทางออนไลน์มากขึ้น

4.2.3 Channel (ช่องทางการนำเสนอ)

- ร้านจะนำเสนอทั้งบุคคลและแบบหน้าร้าน ลูกค้าสามารถติดต่อผ่านทาง Social Media ทั้ง Line และ Facebook ของทางร้าน

4.2.4 Customer Relationships (การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า)

- มีการให้ข้อมูลบริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยจะมี เจ้าหน้าที่คอยให้บริการตอบคำถามแก่ลูกค้าที่มีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการ

- การให้ส่วนลดทางการบริการ หากลูกค้ามีการใช้งานตามที่ร้านกำหนด โดยจะมีส่วนลดการค่าให้ในอัตราที่ร้านได้กำหนดไว้แก่ลูกค้า
- กิจกรรมร่วมสนุกต่างๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อให้เป็นการแนะนำและให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในการมาใช้บริการ

4.2.5 Key Activities (กิจกรรมหลักของบริษัท)

- สิ่งที่ต้องทำเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจบริการ โดยสร้างมาตรฐานในการให้บริการเพื่อให้ได้การบริการที่มีคุณภาพ และใช้พื้นที่บริการอย่างคุ้มค่า ในด้านการติดต่อลูกค้า จะมีการจัดทำและวิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อนำไปจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการบริการอย่างเหมาะสม

4.2.6 Key Resources (ทรัพยากรหลักในการดำเนินธุรกิจ)

- ทรัพยากรที่จำเป็นของธุรกิจ Co Working Space มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการใช้งาน มีพนักงาน ที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้า

4.2.7 Key Partners (พันธมิตรคู่ค้าทางธุรกิจ)

- ร่วมมือกับผู้ประกอบการด้านไอที เพื่อจัดหาอุปกรณ์ คุณภาพดี มาให้เพื่อที่ร้านจะได้อุปกรณ์ที่ดีที่สุดในการใช้งานและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนด้านโฆษณา ให้กระจายถึงกลุ่มลูกค้าในระดับต่างๆและสร้างทางเลือกใหม่ๆให้กับลูกค้า หรือใช้ควบคู่กัน เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย

4.2.8 Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)

- ต้นทุนขายของร้านนั้นจะมีต้นทุนที่เด่นชัดคือ ต้นทุนค่าการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้า ต้นทุนการบำรุงรักษา ค่าใช้จ่ายในการบริหาร
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร เป็นค่าใช้จ่ายทั่วไปที่ใช้ในการบริหาร เช่น ค่าไฟฟ้า ค่า น้ำประปา ค่าสอบบัญชี เงินเดือนพนักงาน

4.2.9 Revenue Streams (รายได้ที่เกิดจากการค้า)

- รายได้จากการบริการหลักและบริการรอง โดยแยกตามช่องทางการบริการได้ดังนี้
- รายได้จากการเช่าพื้นที่ทำงาน ตามขนาดและพื้นที่ในการเช่า
- รายได้จากการใช้งานเครื่องเล่นเกมตามรายชั่วโมงหรือรายวัน
- รายได้จากการใช้งานพื้นที่พักผ่อนตามรายชั่วโมงหรือรายวัน
- รายได้จากการขายอุปกรณ์เล่นเกมหรือบอร์ดเกม

4.3 ลูกค้า/กลุ่มเป้าหมาย

4.3.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) คือ เป็นกลุ่มคนที่กำลังศึกษาปริญญาตรี ที่ต้องการสถานที่ไหนก็ได้ไว้สำหรับนัดทำงานกลุ่ม หรือทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนๆ เนื่องจากไม่สะดวกที่จะเดินไปยังมหาวิทยาลัย โดยพื้นที่นั้นจะต้องสามารถส่งเสียงดังได้ในระดับหนึ่ง โดยที่ผู้รอบข้างไม่รู้สึกรำคาญ เนื่องจากการทำงานกลุ่ม หรือทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนๆ จำเป็นที่จะต้องใช้เสียงดังระดับหนึ่งเพื่อจบบทเรียน การเลือกใช้สถานที่ที่จะเลือกใช้สถานที่ที่มีความสะดวกในการเดินทาง หรือบริเวณใกล้เคียงเพื่อความสะดวกในการนัดพบ หรือสำหรับพักผ่อนหลังจากนัดทำงานกลุ่มเสร็จ

4.3.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) คือ เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีอิสระในการทำงาน สามารถที่จะเลือกทำงานที่ไหนเวลาใดก็ได้

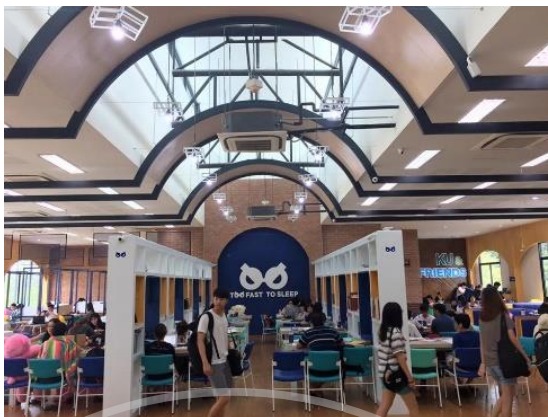
โดยจะมุ่งเน้นที่ผลงานที่ได้เป็นหลัก คนกลุ่มนี้ต้องการ บรรยากาศในการทำงานที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ไม่เครียดจนเกินไป ในขณะเดียวกันก็ต้องการ การพักผ่อนไปด้วยในเวลาเดียวกัน การเลือกใช้บริการ Co working Space จะทดลองเลือกใช้บริการ Co working Space ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ราคาเหมาะสม อยู่ในสถานที่ที่ตนเองเดินทางได้อย่างสะดวกหรืออยู่ในละแวกที่อยู่ของตนเอง

4.4 คู่แข่งขัน

4.4.1 คู่แข่งขันหลัก (ทางตรง)

ร้าน Too fast too sleep at ku เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง โดย แบ่งเป็นโซน Living Room ห้องนั่งเล่น เปิดให้บริการจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.00-24.00 น. และเสาร์-อาทิตย์ เวลา 12.00-24.00 น. ส่วนพื้นที่ Library ห้องอ่านหนังสือ เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง และโซน Balcony ห้องระเบียง เปิดให้บริการเวลา 15.00-24.00 น.

ภาพที่ 4.1 : Too fast too sleep



ที่มา : Too fast too sleep (2552.). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/toofasttosleep>

จุดแข็ง

1. สถานที่ตั้งร้าน อยู่ใกล้โซนอาคารหอพักนิสิตและบุคลากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน)

2. เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง 365 วัน ไม่มีวันหยุด
3. มีโซนพื้นที่บริการ แบ่งเป็นหลากหลายโซน

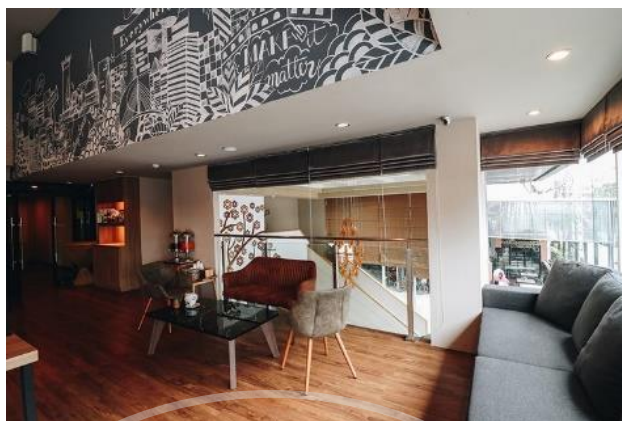
จุดอ่อน

1. เวลาสามทุ่มจะเป็นเวลาที่มีลูกค้าแน่นร้านที่สุด มีปัญหาโต๊ะไม่พอนั่งทำให้ต้อง กำหนดให้นั่งได้คนละหนึ่งชั่วโมงเพื่อให้คนอื่นได้มีโอกาสเข้ามาใช้บริการ
2. เนื่องจากร้านเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ทางร้านต้องแบ่งการทำงานเป็นสองช่วง ซึ่งใช้กำลังคนค่อนข้างเยอะ เพื่อการดูแลที่ทั่วถึง

4.4.2 คู่แข่งขันรอง (ทางอ้อม)

Cozy space co-working space เป็น Co working Space ที่มีที่นั่งทำงาน นั่งอ่านหนังสือ มีขนม น้ำบริการ และมีบอร์ดเกมส์ให้เล่นคลายเครียด โดยอยู่ที่ ชั้น 2 โรงแรม The Riche Boutique Hotel ถ.งามวงศ์วาน เขตหลักสี่

ภาพที่ 4.2 : Cozy space co-working space



ที่มา : Cozy space co-working space (2561.). สืบค้นจาก <https://th.readme.me/p/18265>

จุดแข็ง

1. มีอาหารไว้คอยบริการลูกค้า สำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้เวลาในการทำงานอย่างต่อเนื่อง
2. พื้นที่ที่มีความทันสมัย ค่อนข้างกว้าง โปร่ง สบายตา มีความเรียบง่าย ทำให้การนั่งทำงาน-อ่านหนังสือ ได้สะดวกสบาย
3. มีโซนพื้นที่บริการ แบ่งเป็นหลากหลายโซน

จุดอ่อน

1. เวลาเปิดทำการ ตั้งแต่ 7.00 – 23.00 น. โดยส่วนใหญ่ ลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ เป็นฟรีแลน ดังนั้นการทำงานของเหล่าฟรีแลน ไม่ได้ขึ้นตรงต่อพระอาทิตย์เหมือนคนทั่วไป หลายคนชอบทำงานกลางคืนที่ติดเครื่องแล้วหยุดไม่ได้
2. มีพื้นที่อยู่ภายในโรงแรม ทำให้ขาดความสะดวกในการเข้าใช้บริการหรือเดินทางไปใช้บริการ

4.4.3 ข้อได้เปรียบระหว่างคู่แข่ง

จุดที่ทำให้ธุรกิจ Game & Co working Space ดึงดูดลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่งอื่น คือ ความได้เปรียบ ทางด้านความหลากหลายทางด้านบริการ การให้บริการเกี่ยวกับพื้นที่พักผ่อน พื้นที่ทำงาน พื้นที่ให้ความบันเทิง อีกทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย และ เครื่องเล่นเกม เป็นจุดเด่นที่คู่แข่งอื่นยังไม่มี ซึ่งทำให้ลูกค้ามีความสนใจในการเข้าใช้บริการธุรกิจมากขึ้น

บทที่ 5

แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ในบทสุดท้ายนี้ จะนำเสนอการจัดทำกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ และแผนงานด้านการเงิน งบประมาณจากแหล่งเงินทุน รวมทั้งการดำเนินตัวชี้วัดเพื่อประเมินผล และแผนการรองรับการขยาย ธุรกิจในอนาคตของธุรกิจให้เข้าพื้นที่ทำงานอิสระ Game & Co working Space โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

5.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากธุรกิจประเภท Co-Working Space กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมใช้ เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา เป็นอย่างมาก แต่เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับทั้งกลุ่มธุรกิจ ประเภทเดียวกัน และธุรกิจ อื่นที่สามารถให้บริการทดแทนกันได้ จึงต้องจัดทำกลยุทธ์เพื่อให้ รับทราบผลการดำเนินกิจการของ ตัวเอง และเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ ในสถานะที่สภาพการแข่งขัน สภาพ เศรษฐกิจ สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

5.1.2 การจัดโครงสร้างองค์กร และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

การจัดการโครงสร้างองค์กรของ ร้าน Game & Co working Space เป็น การจัดการโดย เจ้าของธุรกิจคนเดียว เป็นศูนย์กลางในการตัดสินใจทั้งหมด จึงทำให้ลำดับการสั่งการ จะผ่านเพียงตัว เจ้าของเพียงผู้เดียว อีกทั้งช่วยในการลดต้นทุนการบริหาร ได้อีกด้วย

5.1.3 เกณฑ์ในการรับบุคลากร

ร้าน Game & Co working Space ประกอบไปด้วยบุคลากร 3 คน คือ เจ้าของร้าน และ พนักงานหน้าร้าน ในส่วนของเจ้าของร้านนั้น จะเป็นตัวของข้าพเจ้าเอง ทำให้หน้าที่ความรับผิดชอบ ทั้งหมด อยู่ที่เจ้าของร้านเพียงผู้เดียว จะเน้นปฏิบัติในสิ่งที่เหมาะสมและสอดคล้องกับลูกค้ามากที่สุด อีกทั้งด้านการเงิน การจัดส่งสินค้า และพนักงานหน้าร้าน เป็นพนักงานที่เราคัดสรรแล้วในการ ให้บริการลูกค้าด้านบริการ เป็นพนักงานที่สามารถพูดคุย สื่อสาร มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ และ สำหรับอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้น การเพิ่มบุคลากรนั้น อาจจะไม่มีการเปลี่ยนแปลง นอกเสียจากจะมี การขยายธุรกิจ

5.1.4 เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

หลักการประเมินผลการทำงานนั้นจะเป็นรูปแบบโดยภาพรวม จากการสังเกตถึงการทำงานของพนักงานหน้าร้านรวมถึงเรื่องบริการ สื่อสารกับลูกค้าที่มาใช้บริการทั้งหน้าร้านและเมื่อสิ้นเดือนก็จะมีการประเมินจากเจ้าของร้านอย่างสม่ำเสมอ

ทางร้านให้ความสำคัญอย่างยิ่งเกี่ยวกับงานบริการภายในร้าน ดังนั้นการประเมินการทำงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะพนักงานหน้าร้าน นั้นถือเป็นตัวแทนร้านที่มีความใกล้ชิดกับลูกค้าที่สุดนั่นเอง การประเมินนั้นเมื่อทำการประเมินแล้วจะทำการแจ้งให้พนักงานทราบ ถ้าพนักงานคนไหนทำผิดเจ้าของร้านจะทำการตักเตือนเป็นอันดับแรก แต่ถ้ายังผิดในเรื่องเดิมซ้ำ จะให้ออกจากการเป็นพนักงานทันทีตามข้อตกลงที่ได้ทำก่อนเริ่มทำงาน

5.1.5 วิธีการจูงใจ และรักษาบุคลากร

ทาง Game & Co working Space จะมีพนักงานหน้าร้านสองคน ทำให้เราให้ความสำคัญกับพนักงานค่อนข้างมาก ซึ่งทางร้านของเรามีการบริหารจัดการ บุคลากรที่สะดวก เนื่องจากอำนาจการปกครองอยู่ที่เจ้าของร้านเท่านั้น ทำให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานค่อนข้างราบรื่น ถ้าพนักงานมีชีวิตการทำงานที่ดี ย่อมทำงานได้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

5.1.6 การบริหารเงินเดือน และสวัสดิการ

ร้านของเรามีการบริหารจัดการเรื่องเงินเดือนที่กำหนดเป็นมาตรฐาน เช่นกำหนดเป็นแรงงานขั้นต่ำ คุณกับจำนวนวันที่ปฏิบัติงาน สัปดาห์ละ 6 วัน โดยเป็นไปตามแรงงานขั้นต่ำและตามอายุงาน โดยทางร้านมีการจัดทำสวัสดิการต่างๆ ให้สวัสดิการค่าอาหาร เบี้ยขยัน เป็นต้น เพื่อเป็นเพียงกำลังใจในการทำงานให้กับทางร้าน

5.1.7 การจ้างบุคลากร

การจัดจ้างบุคลากรในการทำงาน จะทำการต่อก็เมื่อพนักงานหน้าร้านลาออก หรือจำเป็นต้องมีพนักงานมากกว่าสองคนขึ้นไป โดยเกณฑ์การพิจารณาบุคคลต่าง ๆ นั้น จะดูตามความเหมาะสม ทักษะคติต่างๆในการทำงาน และจะทำเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

5.2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ส่วนประสมการตลาดบริการ 7 Ps โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น ได้แก่ รายการที่ให้บริการ การบริการจากพนักงาน เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ
2. ราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ รวมถึงความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม ซึ่งต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็น ตัวเงิน ได้แก่ อัตราค่าบริการ ค่าบริการเสริมต่าง ๆ
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่จะนำเสนอบริการให้แก่ ลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาในส่วนของที่ตั้ง สถานที่ในการบริการให้แก่ลูกค้า ช่องทางในการนำเสนอการ ให้บริการ แก่ลูกค้าที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย การสื่อสารโดยผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้มากขึ้น
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่าง ผู้ขายกับผู้ซื้อ การสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย เข้าใจและเห็นคุณค่าของสิ่งที่เสนอขาย
5. บุคคล (People) หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจดังนั้นต้อง อาศัยการสรรหา การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่างจาก คู่แข่งขัน พนักงานต้องมีทัศนคติที่ดีมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ดี
6. กระบวนการบริการ (Process) หมายถึง การอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อบริการให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้าประกอบด้วย ความรวดเร็วในการให้บริการ การตอบรับจากพนักงานในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาดเป็นต้น ทั้งหมดจะส่งผลต่อความรู้สึก นึกคิดของลูกค้าซึ่งมาใช้บริการทั้งสิ้นกระบวนการบริการจึงถูกยอมรับว่ามีความสำคัญต่อธุรกิจ บริการสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าได้

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

หมายถึง การแสดงให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าและรู้สึกพึงพอใจในการให้บริการได้แก่ สภาพการให้บริการ ลักษณะการแต่งกายของพนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ ภายในสถานประกอบการที่ผู้ให้บริการสามารถมองเห็นจากภายนอกและสร้างความประทับใจ ให้แก่ลูกค้า

เป็นหลักการล่าสุดที่วิเคราะห์ออกมาได้พร้อม กับการเริ่มประกอบธุรกิจ ผสานด้วยหลักการของ SWOT, TOWS Matrix, Five Force Model และ Business Model Canvas เพื่อครอบคลุมกลุ่มลูกค้า การมองกลุ่มลูกค้า การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าให้ครอบคลุมมากที่สุด โดยสิ่งสำคัญของทางเรา คือตัวบริการที่มีความไม่ซ้ำใคร และเป็นบริการที่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

5.2.2 นวัตกรรมที่นำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ / บริการ

สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางร้านนั้น เป็นสินค้าที่ส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย ให้กับผู้บริโภค เช่น เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องสำหรับเล่นเกม อุปกรณ์สำหรับพักผ่อน เป็นต้น โดยใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยสะดวกสบาย ใช้งานง่ายต่อสภาพแวดล้อมปัจจุบัน

ในส่วนของการบริการ ทางร้านเน้นเป็นพิเศษในเรื่องการสื่อสาร จะต้องมีความสามารถพูดคุยด้วยความใกล้ชิด โดยเป็นการสื่อสารที่รวดเร็ว และบริการที่ดี ทั้งหน้าร้าน หรือทางช่องทางออนไลน์ เพื่อความพึงพอใจกับการใส่ใจลูกค้ามากที่สุด

5.2.3 การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ / บริการ

จุดเด่นที่ทางร้านมีคือ ตัวร้านที่มีความโดดเด่นทางด้านการให้บริการเครื่องเล่นเกมและเช่าพื้นที่ทำงานอิสระ ที่มีการบริการที่ดีและประสบการณ์ที่ดี เป็นเรื่องสำคัญมากที่สุดของร้าน ผลิตภัณฑ์ทุกอย่างมีเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับบริการ เมื่อลูกค้าใช้บริการ จะมีพนักงานบอกถึงวิธีการใช้งานต่างๆ โดยทั้งหมดที่ทำมาเพื่อสนับสนุนการบริการที่ดีภายในร้าน

5.2.4 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ / บริการ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ทางร้านจะเน้นการบริการที่รวดเร็ว ประสิทธิภาพที่ดี เป็นที่ต้องการ ตามกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และการอัปเดตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ของทางร้าน ทำให้การผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วถึง ทั้งนี้ร้านจะพัฒนาตัวร้านและบริการอยู่ตลอดเวลาเพื่อการรับรู้ที่ดีของลูกค้าต่อร้าน

5.2.5 การตั้งราคา / บริการ

หลักการตั้งราคาบริการภายในร้าน ใช้หลักการตั้งราคาจากคู่แข่งบางราย เนื่องจากธุรกิจเป็นการก่อสร้างเพิ่มเติม เพียงการตกแต่งภายในและภายนอกบางส่วน ต้นทุนจึงต่ำกว่ารายอื่น ขณะที่ทำเลที่ตั้งเป็นของตนเอง ไม่ได้เช่าพื้นที่จากเจ้าของที่ดินอื่น จึงทำให้ได้เปรียบในเรื่องของต้นทุน ดังนั้นการตั้งราคาจึงมีความสำคัญต่อการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า โดยราคาการให้บริการเป็นดังนี้

ตารางที่ 5.1 : ราคาการให้บริการ

รูปแบบ	ระยะเวลาการเช่า	อัตราค่าเช่า
พื้นที่ทำงานและพักผ่อน	1 ชั่วโมง	100
	1 วัน	500
เครื่องเล่นเกม	1 ชั่วโมง	150
	1 วัน	600
ราคาสมาชิก	1 เดือน	5,000

Game & Co working Space ได้จัดทำรูปแบบสำหรับสมาชิกรายเดือนเพื่อเพิ่ม ศักยภาพทางการแข่งขันในกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานเป็นประจำ เพื่อสร้างรายได้ที่แน่นอนรายเดือนโดยจัดทำเป็นรายเดือนเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มเป้าหมาย ที่ต้องการใช้พื้นที่การทำงานและพักผ่อน ระยะยาวกว่าการเช่ารายวันเป็นครั้งคราว โดยคิดค่าใช้จ่ายเดือนละ 5,000 บาท โดยราคานี้ได้ รวมค่าบริการในการใช้ห้องพักผ่อน เครื่องเล่นเกม แล้วพื้นที่ต่างๆภายในร้านแล้ว

ดังนั้นรายการให้บริการที่มีความสำคัญกับลูกค้ามาใช้บริการ โดยการแบ่งให้บริการเป็นดังนี้ บริการหลัก จากการให้เช่าพื้นที่ในการทำงาน เช่าพื้นที่สำหรับพักผ่อน เช่าใช้บริการเครื่องเล่นเกม และการสมัครสมาชิก

บริการรอง จากการขายอุปกรณ์เล่นเกม เกมกระดาน หรือ บอร์ดเกม อุปกรณ์เครื่องเล่นเกมอื่น ที่ไม่ได้ใช้ในการให้บริการหลัก โดยการแยกขายตามความสนใจของลูกค้า

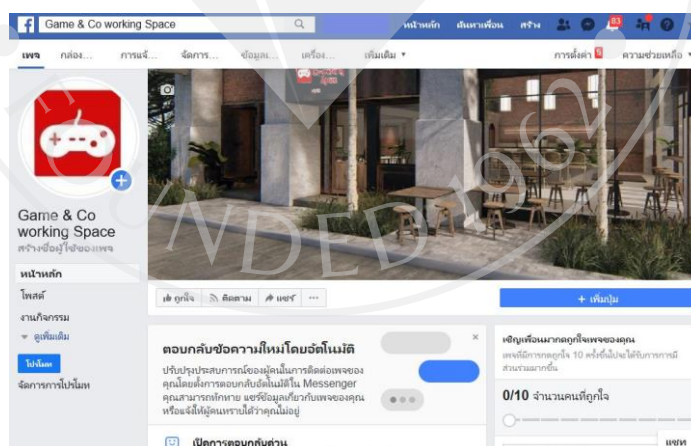
5.2.6 การบริหารช่องทางจำหน่ายบริการ

การจัดจำหน่ายของทางร้านนั้นคือ ทางหน้าร้านที่เกษตร-นวมินทร์ และช่องทางออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก และไลน์

ภาพที่ 5.1 : หน้าร้าน Game & Co working Space



ภาพที่ 5.2 : ช่องทางการติดต่อทางออนไลน์



5.2.7 การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

ร้าน เช่าพื้นที่ทำงานอิสระ Game & Co working Space เป็นบริการให้เช่าสถานที่ทำงาน และพักผ่อน โดยสร้างการจดจำได้ตั้งแต่ชื่อร้าน ที่มีการใช้คำที่ตรงตัวตามบริการ เพื่อการจดจำได้ง่ายขึ้น ทำให้ลูกค้าสร้างการจดจำตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้ยินหรือเห็นตราสินค้าธุรกิจนี้

ภาพที่ 5.3 : ตราสินค้า Game & Co working Space



5.2.8 การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

ทางร้านสร้างแรงจูงใจในการบริการของลูกค้าด้วยการบริการ การกตัตติตาม กดไลค์ แฟนเพจเฟซบุ๊ก เพื่อรับโปรโมชั่นในครั้งนั้นๆที่มาใช้บริการ อีกทั้งสร้างการพูดคุย นำเสนอการบริการใหม่ๆอยู่ตลอด โดยทางร้านมีนโยบายว่า ให้เปรียบเสมือนเราเป็นเพื่อน เพื่อเพิ่มสัมพันธ์ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการมากกว่าการบริการอย่างเดียว เป็นส่วนที่สามารถเพิ่มแรงจูงใจให้กับลูกค้าได้ในระดับนี้

5.2.9 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ร้านเรามีการดูแลโดยตรงจากเจ้าของร้านที่มีความชอบในการบริการ การพูดคุยกับลูกค้าได้ดี อีกทั้งพนักงานหน้าร้านของเรา เหมือนตัวแทนของร้าน มีความรู้ ความสามารถในการแนะนำการบริการได้ดี ฉะนั้นร้านเรามุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอันดับแรก และการบริการของทางร้านจำเป็นต้องอาศัยการแนะนำในเบื้องต้น เช่นการอธิบายลักษณะการใช้บริการแต่ละพื้นที่ การอธิบายการใช้งานเครื่องเล่นเกมแต่ละชนิด และการพูดคุยเพื่อสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้า เป็นต้น มีการขอรีวิวการบริการ การแนะนำการใช้งานผ่านทางออนไลน์เช่น ไลน์ของทางร้าน ลูกค้าสามารถสอบถามลักษณะการบริการต่าง หรือค่าบริการได้โดยตรง โดยการตอบลูกค้านี้ มีทั้งเจ้าของร้านและพนักงานที่สามารถอธิบายได้ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่ดี

5.3 แผนกลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน

5.3.1 การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ของร้าน

พื้นที่ของร้าน Game & Co working Space มีการแบ่งพื้นที่การใช้งานออกเป็น 5 ส่วนด้วยกันดังนี้

5.3.1.1 โชนสำหรับใช้เสียง โชนสำหรับใช้เสียงเป็นโชนพื้นที่ที่อยู่ใกล้ทางเข้าของร้าน เป็นพื้นที่ไว้สำหรับนัด ทำงานเป็นกลุ่มหรืออ่านหนังสือของลูกค้า ในแต่ละโต๊ะจะออกแบบมีปลั๊กสามตาติดตั้งไว้กลางโต๊ะ พร้อมการให้บริการ Free High Speed WIFI

5.3.1.2 โชนห้ามส่งเสียงดัง โชนห้ามส่งเสียงดัง คือ พื้นที่ไว้สำหรับทำงานหรืออ่านหนังสือที่ต้องใช้สมาธิ ค่อนข้างมาก เพื่อความเหมาะสมในการทำงานเป็นระยะเวลานาน พร้อมกับการให้บริการ Free High Speed WIFI

5.3.1.3 มุมพักผ่อน มุมพักผ่อนมีโต๊ะขนาดเล็กไว้สำหรับวางวารสารที่มีเนื้อหาสบายๆ มีชุดโซฟา ไว้สำหรับพักผ่อนในระยะเวลาสั้น

5.3.1.4 ห้องประชุมงาน โชนห้องประชุมจะเป็นพื้นที่ข้างในสุดเพื่อความเป็นส่วนตัว เนื่องจากผู้คนเดิน ผ่านน้อย โดยจะมีห้องประชุมจำนวน 1 ห้อง ภายในห้องจะประกอบไปด้วย ไวท์บอร์ด 1 แผ่น เครื่องโปรเจคเตอร์ 1 เครื่องไว้คอยให้บริการ

5.3.1.5 มุมเครื่องเล่นเกม จะอยู่บริเวณโชนสำหรับใช้เสียง เป็นพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมต่างๆ ไว้สำหรับผ่อนคลาย โดยในแต่ละที่จะมีเกมแต่ละชนิดแตกต่างกันตามความชอบ

5.3.2 การออกแบบพื้นที่ทำงานให้มีความแตกต่าง

5.3.2.1 การบริหารจัดการออกแบบพื้นที่ทำงานให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวตกแต่งพื้นที่ภายในและภายนอกให้เรียบหรูทันสมัย เลือกอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

5.3.2.2 บริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้เกิดประสิทธิภาพต่อการดำเนินงาน จัดให้มีการประชุมทีมเพื่อศึกษาและทำความเข้าใจตรงกันถึง หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายในแต่ละตำแหน่งหน้าที่ จัดให้มีการอบรมพนักงาน และจัดให้มีการสัมมนา ส่งพนักงานไปเทรนนิ่ง เพื่อเสริมสร้างการทำงานในแง่บุคคล

5.3.3 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

Game & Co working Space มีการจัดทำโปรโมชั่นราคามุมเครื่องเล่นเกม สำหรับลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิกกับเรา โดยลูกค้าจะได้ราคาพิเศษ และของสมนาคุณเล็กๆน้อยๆ - มีความหลากหลายในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมพิเศษผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต (เช่น Facebook และ line เป็นต้น) เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์กับลูกค้าเกี่ยวกับบริการของเรา - ทาง Game & Co working Space จะมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการมี ส่วนร่วม (เช่น การจัดกิจกรรมในหัวข้อต่างๆ เป็นต้น)

5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน

5.4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง/แหล่งเงินทุน

หลักการการจัดการ การเงินและทรัพย์สินต่างๆจะได้มาจากส่วนของผู้บริหารเพียงอย่างเดียวและสามารถบริหารจัดการได้คล่องตัว ดังนั้นการตัดสินใจต่างๆทั้งหมดขึ้นอยู่กับที่ เจ้าของกิจการเพียงคนเดียวเท่านั้น

5.4.2 การประมาณจุดคุ้มทุน

เมื่อธุรกิจได้เริ่มลงทุนแล้ว จะมีการประเมินการคุ้มทุนเพื่อตรวจสอบความคุ้มในการลงทุน เพื่อจะหา จุดคุ้มทุนของกิจการ โดยดูจากยอดขายกับระยะเวลาที่ประมาณไว้ว่าจะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1ปี 3เดือน

สูตรการคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน

$$= 5,350,000/4,125,000$$

$$= 1.3$$

5.4.3 การประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน

ทางร้านได้มีการบริการที่หลากหลาย โดยการบริการของทางร้านนั้นเป็นการบริการเพื่อลูกค้าที่มาใช้งาน โดยการคิดกำไร จะคำนวณตามราคาของต้นทุน

5.4.4 การประเมินระยะเวลาในการคืนทุน

ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ในตอนเริ่มต้นธุรกิจการนั้นการลงทุนค่อนข้างสูงและลงทุนเพียงครั้งเดียว ดังนั้นสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1ปี 6เดือน โดยการหารายได้มาจากการบริการ

5.4.5 งบประมาณกำไรระยะการคืนทุน และหนี้สิน

งบประมาณรายได้จากการบริการและขาดทุนทางร้าน การบริการใช้หลักการคำนวณโดยใช้รายได้หักกับ ค่าใช้จ่ายของทางร้านเป็นงบประมาณเงินสด ทางร้าน ไม่มีนโยบายในการให้เครดิตกับลูกค้า ดังนั้นเงินหมุนเวียนของทางร้านนั้นจะเป็นเงินสดทั้งสิ้น รายการค่าใช้จ่ายในการลงทุน

1. ค่าอาคารสถานที่ โดยสถานที่เป็นอาคารพาณิชย์ 2 คูหา 5 ชั้น ที่เดิมเป็นสถานที่ดำเนินธุรกิจ Co-working Space ซึ่งได้มีการขายอาคารพาณิชย์ต่อ มีมูลค่าราคาขาย 3,500,000 บาท
2. การจดทะเบียน โดยสถานที่นั้นมีค่าใช้จ่ายในการขึ้นทะเบียน มีมูลค่า 70,000 บาท
3. ออกแบบตกแต่งสถานที่ของธุรกิจ โดยสถานที่ที่ซื้อนั้นมีค่าใช้จ่ายในการออกแบบภายใน และซื้อเฟอร์นิเจอร์บางส่วนจากการตกแต่งในส่วนที่เป็นพื้นที่ให้บริการ ได้แก่ ค่าอุปกรณ์ตกแต่งร้าน มีมูลค่า 600,000 บาท
4. อุปกรณ์สำนักงานมีการลงทุนซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานต่างๆเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการส่วนเสริม เช่น อุปกรณ์เครื่องเขียน เครื่องปริ้นเอกสาร เครื่องฉายภาพ คอมพิวเตอร์สำนักงาน โทรศัพท์ โต๊ะ เก้าอี้ มีมูลค่า 350,000 บาท
5. อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ ได้ใช้เครื่องเล่นเกมที่ทันสมัยที่สุด มาบริการในโซนมุมเล่นเกม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงและได้มาตรฐานโดยได้ใช้ เครื่องเล่นเกมที่มีความหลากหลาย ตามพื้นที่ที่จัดวางขนาดของร้าน ได้แก่ เครื่องเกมคอมพิวเตอร์ (computer game) โดยราคาเครื่องละ 30,000 บาท รวม 10 ตัว เป็นราคา 300,000 บาท เครื่องเกม PlayStation 4 โดยราคาเครื่องละ 10,000 บาท รวม 5 เครื่อง เป็นราคา 50,000 บาท เครื่องเกม Nintendo Switch โดยราคาเครื่องละ 10,000 บาท รวม 5 เครื่อง เป็นราคา 50,000 บาท เครื่องเกม VR หรือ Virtual Reality โดยราคาเครื่องละ 20,000 บาท รวม 2 เครื่อง เป็นราคา 40,000 บาท เกมกระดาน หรือ บอร์ดเกม โดยราคาอันละ 1,000 บาท รวม 10 อัน เป็นราคา 10,000 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 450,000 บาท

หลังจากได้คาดการณ์เงินลงทุนเบื้องต้นของธุรกิจ ดังนั้นจึงสามารถสรุปผลตอบแทนทางการเงินได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของ เจ้าของ	เจ้าหนี้(เงิน กู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
ค่าอาคารสถานที่	3,500,000.00	3,500,000.00	
ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่	600,000.00	600,000.00	-
อุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์ที่ใช้ในการ ให้บริการ	800,000.00	800,000.00	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	4,900,000.00	4,900,000.00	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ			
ค่าจดทะเบียน	50,000.00	50,000.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	400,000.00	400,000.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	5,350,000.00	5,350,000.00	-
สัดส่วนโครงสร้างต้นทุน (%)	100%	100%	-

ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงรายละเอียดค่าเสื่อมและตัดจ่าย

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์ถาวรรวม	4,900,000	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	980,000	980,000	980,000	980,000	980,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	980,000	1,960,000	2,940,000	3,920,000	4,900,000

โอนไปงบดุล

สินทรัพย์ถาวร	4,900,000	4,900,000	4,900,000	4,900,000	4,900,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	980,000	1,960,000	2,940,000	3,920,000	4,900,000
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,920,000	2,940,000	1,960,000	980,000	0
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าจดทะเบียน	50,000	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและตัดจ่าย	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ตัดจ่ายสะสม	10,000	20,000	30,000	40,000	50,000

โอนไปงบดุล

ค่าจดทะเบียน	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
หัก ค่าตัดจ่ายสะสม	10,000	20,000	30,000	40,000	50,000
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่งสำนักงานสุทธิ	40,000	30,000	20,000	10,000	0

ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ปีที่1-5

การบริการหลัก

การประมาณยอดขาย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รวมยอดขายต่อวัน	15,000	18,000	21,600	25,920	31,104
ยอดขายต่อเดือน	450,000	540,000	648,000	777,600	933,120
ยอดขายต่อปี	5,400,000	6,480,000	7,776,000	9,331,200	11,197,440

การประมาณการยอดขายที่เพิ่มขึ้น 20%

การบริการรอง

การประมาณยอดขาย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รวมยอดขายต่อวัน	8000	9600	11520	13,824	16,589
ยอดขายต่อเดือน	240,000	288,000	345,600	414,720	497,664
ยอดขายต่อปี	2,880,000	3,456,000	4,147,200	4,976,640	5,971,968

การประมาณการยอดขายที่เพิ่มขึ้น 20%

การประมาณยอดขาย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สรุบบอกขายของรายปี	8,280,000	9,936,000	11,923,200	14,307,840	17,169,408

ตารางที่ 5.5 : ตารางต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 10%)	360,000	396,000	435,600	479,160	527,076
ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ (เพิ่มขึ้น 5%)	108,000	113,400	119,070	125,024	131,275
ค่าโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ (เพิ่มขึ้น 5%)	36,000	37,800	39,690	41,675	43,758
ค่าอินเทอร์เน็ต	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าเสื่อมราคา	980,000	980,000	980,000	980,000	980,000
ค่าใช้จ่ายต่อวัน	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
รวมต้นทุนคงที่	1,523,000	1,566,200	1,613,360	1,664,858	1,721,109
ยอดขาย	8,280,000	9,936,000	11,923,200	14,307,840	17,169,408

ตารางที่ 5.6 : ตารางต้นทุนผันแปร

ต้นทุนผันแปร	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนขาย	4,140,000	4,968,000	5,961,600	7,153,920	8,584,704
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	15,000	15,750	16,538	17,364	18,233
รวมต้นทุนผันแปร	4,155,000	4,983,750	5,978,138	7,171,284	8,602,937

ตารางที่ 5.7 : ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน

คำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรส่วนเกิน	4,125,000	4,952,250	5,945,063	7,136,556	8,566,471
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
จุดคุ้มทุนต่อปี	3,057,076	3,142,362	3,235,696	3,337,818	3,449,544
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	254,756	261,864	269,641	278,151	287,462
จุดคุ้มทุนต่อวัน	8,492	8,729	8,988	9,272	9,582
งบกำไรขาดทุน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ยอดขาย	8,280,000	9,936,000	11,923,200	14,307,840	17,169,408
หัก ต้นทุนผันแปร	4,155,000	4,983,750	5,978,138	7,171,284	8,602,937
กำไรส่วนเกิน	4,125,000	4,952,250	5,945,063	7,136,556	8,566,471
หัก ต้นทุนคงที่	1,523,000	1,566,200	1,613,360	1,664,858	1,721,109
กำไรก่อนการดำเนินงาน	2,602,000	3,386,050	4,331,703	5,471,698	6,845,363
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	2,602,000	3,386,050	4,331,703	5,471,698	6,845,363
หัก ภาษี 20%	520,400	677,210	866,341	1,094,340	1,369,073
กำไรสุทธิ	2,081,600	2,708,840	3,465,362	4,377,358	5,476,290

ตารางที่ 5.8 : ตารางแสดงกำไรสะสม

ยกยอดไปงบดุล	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรสะสมต้นปี	-	2,081,600	4,790,440	8,255,802	12,633,160
บวก กำไรสุทธิ	2,081,600	2,708,840	3,465,362	4,377,358	5,476,290
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-
กำไรสะสมปลายงวด	2,081,600	4,790,440	8,255,802	12,633,160	18,109,450
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ภาษีเงินได้	520,400	677,210	866,341	1,094,340	1,369,073
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	520,400	156,810	189,131	227,999	274,733

ตารางที่ 5.9 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรสุทธิ	2,081,600	2,708,840	3,465,362	4,377,358	5,476,290
บวก ค่าเสื่อมราคา	980,000	980,000	980,000	980,000	980,000
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	520,400	156,810	189,131	227,999	274,733
เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	3,632,000	3,895,650	4,684,493	5,635,357	6,781,023
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์ถาวร	(4,900,000)	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียน	(50,000)	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	(4,900,000)	-	-	-	-
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.9 (ต่อ) : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจากการจัดหา					
ทุนหุ้นสามัญ	5,350,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	5,350,000	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	4,032,000	3,895,650	4,684,493	5,635,357	6,781,023
บวก เงินสดต้นงวด	-	4,032,000	7,927,650	12,612,143	18,247,500
เงินสดปลายงวด	4,032,000	7,927,650	12,612,143	18,247,500	25,028,523

ตารางที่ 5.10 : ตารางแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	4,032,000	7,927,650	12,612,143	18,247,500	25,028,523
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,032,000	7,927,650	12,612,143	18,247,500	25,028,523
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,920,000	2,940,000	1,960,000	980,000	-
ค่าลดทอนสินทรัพย์ถาวร	40,000	30,000	20,000	14,000	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	3,960,000	2,970,000	1,980,000	994,000	-
รวมเงินสินทรัพย์	7,992,000	7,927,650	14,592,143	19,241,500	25,028,523

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.10 (ต่อ) : ตารางแสดงฐานะการเงิน

หนี้สินและส่วนของเจ้าของ					
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	520,400	677,210	866,341	1,094,340	1,369,073
หนี้สินระยะสั้น	520,400	677,210	866,341	1,094,340	1,369,073
รวมหนี้สิน	520,400	677,210	866,341	1,094,340	1,369,073
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	5,350,000	5,350,000	5,350,000	5,350,000	5,350,000
กำไรสะสม	2,081,600	2,708,840	3,465,362	4,377,358	5,476,290
ส่วนของผู้ถือหุ้น	7,431,600	8,058,840	8,815,362	9,727,358	10,826,290
รวมหนี้สินและส่วน ของเจ้าของ	7,952,000	8,736,050	9,681,703	10,821,698	12,195,363

ตารางที่ 5.11 : ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการสร้างการลงทุน

กระแสเงินสดรับตลอดโครงการ	
ปีที่	
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	(5,350,000)
1 กระแสเงินสดรับ	4,032,000
2 กระแสเงินสดรับ	4,790,440
3 กระแสเงินสดรับ	8,255,802
4 กระแสเงินสดรับ	12,633,160
5 กระแสเงินสดรับ*	18,109,450
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด	30%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	19,427,450.11
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	(5,350,000)
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	14,077,450.11
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)	104%

ตารางที่ 5.12 : ตารางแสดงข้อมูลการวิเคราะห์โครงการสร้างต้นทุน

รายงานการวิเคราะห์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	7.75	11.7	14.6	16.67	18.28
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	7.75	11.7	14.6	16.67	18.28
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราส่วนการหมุนเวียนของ สินค้า (รอบ)	2.11	3.38	6.08	14.60	-
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	1.04	1.25	0.82	0.74	0.69
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.07	0.09	0.06	0.06	0.05
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนตอบแทนต่อ สินทรัพย์ (ROA)	0.26	0.34	0.24	0.23	0.22
อัตราส่วนตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.28	0.34	0.34	0.34	0.34
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	50	50	50	50	50
อัตราส่วนกำไรจากการ ดำเนินงาน (%)	0.31	0.34	0.36	0.38	0.40
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	0.25	0.27	0.29	0.31	0.32
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	฿14,077,450.11				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	104%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	1.59				

5.5 สรุปผลการวิจัย

5.5.1 บทสรุปทางการวิจัย ในการศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Co working Space ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งแบบสอบถามปลายปิดและแบบสอบถามปลายเปิด นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามเพื่อวิจัยเชิงปริมาณกับผู้บริโภคทั่วไปผ่านช่องทางออนไลน์

สรุปผลวิจัยแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 300 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 18-25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา และรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท

ผลจากการสอบถามการใช้บริการ Co working Space มีผู้เคยใช้บริการ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 53 และผู้ไม่เคยใช้บริการ 141 คน คิดเป็นร้อยละ 47 ซึ่งผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ มีผู้สนใจมาใช้บริการ 79 คน จากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ 141 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการ 159 คน มีผู้สนใจการใช้บริการ Co working Space ที่เปิดใหม่ 145 คนจากทั้งหมด 159 คิดเป็นร้อยละ 48.3

ผลจากการสอบถามการใช้บริการ Co working Space ผู้เคยใช้บริการทั้งหมด 159 คน มีผู้เคยใช้บริการ Co working Space ที่มีบริการเครื่องเล่นเกม จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 โดยมาใช้บริการกับเพื่อนเป็นส่วนมาก จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ผู้บริโภคส่วนมากมาใช้บริการเพื่อ พักผ่อน ร้อยละ 17.7 ซึ่งจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อสัปดาห์ อยู่ที่ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23 และใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 20

ปัจจัยที่มีผลต่ออยากเข้ามาใช้บริการ Co working Space มากที่สุดคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น อินเทอร์เน็ต บริ้นเตอร์ รองลงมาคือ มีราคาที่เหมาะสมต่อการใช้บริการ

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Co working Space ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน (เช่น อินเทอร์เน็ต ความเร็วสูง, เครื่องบริน , เครื่องถ่ายเอกสาร, ห้อง ประชุม, มุมรับแขก และห้องนั่งเล่น) มีคุณภาพ และระดับราคาค่าบริการเหมาะสมต่อการเข้าใช้บริการ ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือระยะเวลาในการเปิดให้บริการมีความเหมาะสม

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Co working Space ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ มีการระบุราคาค่าบริการอย่างชัดเจน ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพของการใช้ บริการ

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Co working Space ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ มีความสะดวกในการหาที่รับประทานอาหาร (เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร)

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Co working Space ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ มีความหลากหลายในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม พิเศษผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต (เช่น Facebook, Instagram และ Webpage เป็นต้น) ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการมีส่วนร่วม (เช่น บริการเครื่องเล่นเกม เป็นต้น)

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Co working Space ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ มีพนักงานมีความรู้ความสามารถในการบริการ และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการบริการ

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Co working Space ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ กระบวนการของการให้บริการในขั้นตอนต่างๆมีความถูกต้อง แม่นยำ (เช่น การให้ข้อมูลของทางร้าน และการแจ้งอัตราค่าบริการ) ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ การบริการของผู้ให้บริการมีความรวดเร็ว (เช่น การแก้ปัญหาการใช้งานอินเทอร์เน็ต)

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Co working Space ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ พื้นที่ทำงานมีความสะอาด ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ พื้นที่ทำงานมีความกว้างขวาง

สรุปผลวิจัยแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ผลจากการตอบแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ Co-working Space ผู้ตอบคำถามส่วนใหญ่ มีกลยุทธ์บริหาร ให้น้ำหนักกับความต้องการด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นนักศึกษา และพนักงานบริษัท ส่วนใหม่เข้าใช้บริการเพื่อความสะดวกสบายพักผ่อนสำหรับการทำงานมากที่สุด และปัจจัยที่มีผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จคือการเข้าใจถึงความต้องการของตัวผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ซึ่งปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการสถานที่คือพื้นที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการและแนวทางในการบริหารความเสี่ยงของกิจการต้องตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยอัตราค่าบริการที่ใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งของลูกค้า Co Working Space ในราคาเฉลี่ย 150 – 500 บาทต่อครั้ง และคิดว่าราคาเฉลี่ยการใช้บริการ Co working Space ที่เหมาะสม ควรจะอยู่ที่ประมาณ 250 บาท

5.6 การสังเกตการณ์ธุรกิจ Co-working Space

การสังเกตการณ์ธุรกิจ Co-working Space เป็นการเข้าถึงเรียนรู้ในฐานะผู้รับบริการเพื่อสังเกตการณ์ธุรกิจ ว่ามีภาพส่วนรวมในการให้บริการมีลักษณะแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของผู้ศึกษาจำนวน 2 แห่ง โดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อ คือ 1.รูปแบบการบริการ 2.สถานที่ 3.เปรียบเทียบความแตกต่าง โดยมีข้อมูลดังต่อไปนี้

5.6.1 ชื่อร้าน XYZT cafe & co-working space เป็นพื้นที่สะดวกครบครัน เหมาะสำหรับคนรุ่นใหม่ ด้วยขนาดที่กว้างขวาง ใจกลางมหาวิทยาลัยเกษตร ทำให้พื้นที่แห่งนี้เป็นที่สามารถเข้ามาพักผ่อน

1.รูปแบบการบริการ

มีรูปแบบการให้บริการ เป็นร้านอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงเป็นพื้นที่ทำงานอิสระ ที่มีทั้งห้องประชุม และพื้นที่ในการอ่านหนังสือหรือพบปะพูดคุย

2.สถานที่

ร้านอยู่ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน ใต้ตึกวิทยาสวน (SCL) คณะวิทยาศาสตร์ มีพื้นที่กว้างขวาง

3.เปรียบเทียบความแตกต่าง

ร้านมีความได้เปรียบในด้านสถานที่ที่อยู่บริเวณในมหาวิทยาลัย ทำให้ลูกค้าที่เป็นนักศึกษาใช้บริการได้ง่าย ซึ่งความแตกต่างทางธุรกิจที่เห็นได้คือทางร้าน game & co-working space มีความหลากหลายทางด้านการบริการที่มากกว่า

5.6.2 ชื่อร้าน FitB Fuel in the Blank เป็นพื้นที่ที่มีอยู่ในการรังสรรค์ ให้ทุกคนได้มาเติมเต็มแนวคิด แรงบันดาลใจ และสิ่งใหม่ๆในชีวิต

1.รูปแบบการบริการ

มีรูปแบบการให้บริการ เป็นร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีพื้นที่ในการนั่งพักผ่อน หรือพื้นที่สำหรับนั่งพบปะพูดคุย ที่มีการบริการทั้งในร้านและนอกร้าน รวมถึงพื้นที่ในการนั่งถ่ายรูป

2.สถานที่

ร้านตั้งอยู่ที่ ซอยท่านผู้หญิงพลฯ บริเวณปากซอย งามวงศ์วาน 54 แยก 3

3.เปรียบเทียบความแตกต่าง

ร้านมีพื้นที่ดูทันสมัย อาหารรสชาติดี มีอาหารที่หลากหลาย เป็นพื้นที่เหมาะแก่การนั่งรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม แต่ร้านค่อนข้างอยู่ภายในซอยและมีพื้นที่จอดรถน้อยค่อนข้างไกลจากมหาวิทยาลัย ซึ่งมีความแตกต่าง คือ ร้าน game & co-working space มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อการมาใช้บริการ และการเดินทางไม่ห่างไกลจากมหาวิทยาลัย ดังนั้นการมาใช้บริการที่ร้านได้ค่อนข้างสะดวกกว่า

5.7 โอกาสของการขยายธุรกิจ

โอกาสในการขยายธุรกิจของ Game & Co working Space ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตหากธุรกิจมีการขยายตัวและเติบโตไปในทิศทางที่ดี อาจมีปัญหาในเรื่องของการหาทำเลใหม่ๆ ในพื้นที่ในเมือง และสะดวกต่อการเดินทางของ นักเรียน นักศึกษา เนื่องจากต้องหาทำเลที่ตั้งที่มาพร้อมอาคาร ใกล้สถานีรถไฟฟ้า เพื่อให้การเดินทางคล่องตัว จึงต้องมีความจำเป็นหาทำเลและอาคารที่มีต้นทุนต่ำ-กลาง ซึ่งหาได้ยากในปัจจุบัน โดยพบว่า ค่าเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานในเมือง โดยพบว่า พื้นที่สำนักงานที่เพิ่มขึ้นใหม่ มีปริมาณจำกัด ขณะที่ปริมาณการใช้พื้นที่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ค่าเช่าพื้นที่อาคาร สำนักงานสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และอัตราพื้นที่ว่างของอาคารสำนักงานน้อยลง

5.8 แผนสำรองกิจการ

ในกรณีที่ไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้ เพื่อรักษาให้กิจการอยู่รอดต่อไปได้ แม้จะมีปัจจัยเสี่ยงทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้จัดทำได้จัดเตรียมแผนรับมือไว้ดังนี้

- 1.กรณีที่พนักงานซึ่งมีความเชี่ยวชาญลาออก บริษัทสามารถหากับบริษัทจัดหางาน เพื่อเข้ามาช่วยแก้ปัญหาให้ได้ อาจมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยผู้บริหารจะได้สำรองค่าใช้จ่าย ส่วนนี้
- 2.กรณีที่ระบบไอทีขัดข้อง บริษัทมีที่ปรึกษาด้านการติดตั้งระบบไอทีสำรองซึ่งอยู่ใกล้กับ ที่ตั้งของบริษัท
- 3.กรณีที่เกิดโรคระบาดจำเป็นต้องอนุญาตให้พนักงานหยุดงานในช่วงที่มีการระบาดใหญ่ ซึ่งในกรณีนี้อาจเกิดจากหลายสาเหตุ เช่น บุคลากรป่วยเอง คนในครอบครัวป่วย เป็นต้น ต้องมีมาตรการการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานที่หยุดงานจากการเจ็บป่วยในช่วงโรคระบาด
- 4.กรณีที่เกิดโรคระบาดและไม่สามารถมีพนักงานมาทำงาน ในกรณีนี้เจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องหาแนวทางแก้ไขปัญญา โดยการปรับเปลี่ยนการให้บริการเป็นช่องทางออนไลน์

บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการ ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2559). "โคเวิร์กิ้งสเปซ" ฟรี... ปั่นสตาร์ตอัพเชียงใหม่
ยึดหัวหาด "นิมมานฯ-ศิริมั่งคณาจารย์". สืบค้นจาก
http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1471844873
- กาญจนา พาหะ. (2559). เทรนด์เปิดCo-working Spaceระบาดหนักในเมืองใหญ่ทั่วโลก. สืบค้นจาก
<https://shorturl.asia/cYOse>
- เครื่องเกมคอมพิวเตอร์ (2560). สืบค้นจาก <https://notebookspec.com/gamescom-2017-three-new-lenovo-legion-gaming-desktops-with-corsair-as-sole-memory-supplier/413868/>
- บอร์ดเกม (2560). สืบค้นจาก <https://mgronline.com/online/section/detail/9600000114786>
- พื้นที่ให้ความบันเทิง (2559). สืบค้นจาก
<https://www.siam2nite.com/th/magazine/lifestyle/item/367-game-over-lounge-review>
- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (2561). สืบค้นจาก <https://chill.atimeonline.com/post/3123>
- พื้นที่ห้องสำหรับหลับพักผ่อน (2561). สืบค้นจาก <https://today.line.me/th/v2/article/G1wjaQ>
- สุทธิพร บุญช่วย. (2559). เมื่อธุรกิจ 'Co working Space' พัฒนาไปไกลกว่าที่คิด. สืบค้นจาก
<http://www.voicetv.co.th/watch/400278>
- สุวิทย์ วงศ์จุริราวนิชย์. (24 มีนาคม 2547). เจาะลึกเทรนด์ Co working Space ตอนที่ 1: ทำไม
ฟรี แลนซ์ถึงติดใจห้องทำงานรูปแบบใหม่นี้ [Web blog message]. สืบค้นจาก
<http://www.tcdc.or.th/articles/others/18005>
- เอกวรรณ หาญมนตรี. (2558). การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน. สืบค้นจาก
<http://ektawangm301.blogspot.com/>
- Cozy space co-working space (2561.). สืบค้นจาก <https://th.readme.me/p/18265>
- FORBES THAILAND STAFF. (,17 สิงหาคม 2559). การขยายตัวเพิ่มขึ้นของพื้นที่ Co-working
Space ในเอเชียแปซิฟิก [Web blog message].
สืบค้นจาก <https://forbesthailand.com/news/property>
- Nintendo Switch (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.nintendo.com/switch/>
- PITCHAYUT WANGSUKIT. (6 กุมภาพันธ์ 2562). SWOT คืออะไร การวิเคราะห์ SWOT อย่างไร.
สืบค้นจาก <https://www.thinkaboutwealth.com/swot-swot-analysis/>

PlayStation 4. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://asia.playstation.com/th-th/ps4/product-lineup/playstation4-pro-jetblack/>

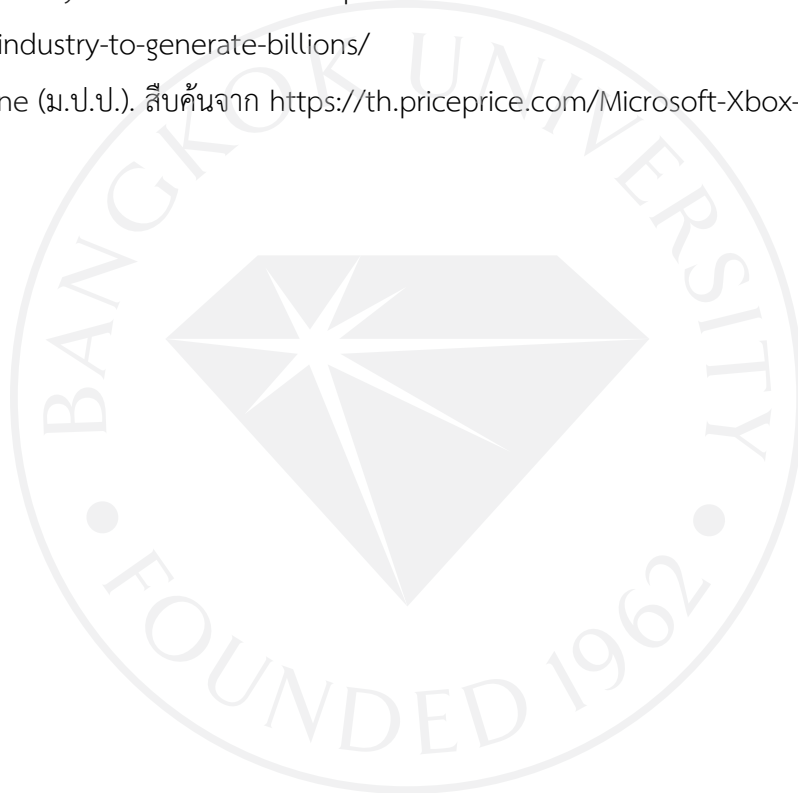
Preecha Asawakosinchai. (25 เม.ย. 2560). *7Ps ที่จะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพ*. สืบค้นจาก <http://www.thaipt.org/index.php?module=knowledge&id=619>

SWOT Analysis (2560). *SWOT Analysis คืออะไร*. สืบค้นจาก <https://www.ceochannels.com/what-is-swot-analysis/>

Too fast too sleep (2552.). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/toofasttosleep>

Virtual Reality (2559). สืบค้นจาก <https://fortune.com/2016/01/05/virtual-reality-game-industry-to-generate-billions/>

Xbox One (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://th.priceprice.com/Microsoft-Xbox-One-X-21658/>





แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Co working Space

คำชี้แจง : แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Co-working Space จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดย ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น กรุณาตอบแบบสอบถาม ตามความจริง และขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านกรุณาสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

คำจำกัดความ : Co-working Space หรือ พื้นที่ทำงานร่วมกัน เป็นวิธีการ ความคิดในการทำงาน รูปแบบใหม่ เป็นการเปลี่ยนการทำงานที่ต้องนั่งอยู่ในออฟฟิศเล็กๆ แคๆ โดย Co-working สามารถ ตอบโจทย์การทำงาน หรือการใช้ชีวิตดีกว่าที่กล่าวมาข้างต้น ด้วยความรู้ ด้วยศักยภาพการทำงานที่มี บวกกับเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์เครื่องเดียว กับอินเทอร์เน็ต สามารถสร้างรายได้ มีไลฟ์สไตล์ที่ ทำงานเมื่อไหร่ก็ได้ ที่ไหนก็ได้ และสามารถทำในสิ่งที่มีความสนใจ มากกว่าการเป็นลูกจ้าง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ Co-working Space

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Co-working Space

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 18-25 ปี

☐ 26-33 ปี

☐ 34-40 ปี

☐ 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท

☐ ปริญญาเอก

4. อาชีพ

☐ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ

☐ อาชีพอิสระ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐ 10,001 – 20,000 บาท

☐ 20,001 – 30,000 บาท

☐ 30,001 – 40,000 บาท

☐ 40,001 – 50,000 บาท

☐ 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2: ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ Co-working space

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับพฤติกรรมของท่านมากที่สุด

6. ท่านเคยใช้บริการ Co-working Space หรือไม่ (ถ้าไม่เคย ให้ข้ามไปทำข้อ 13)

☐ เคย

☐ ไม่เคย

7. ท่านเคยใช้บริการ Co-working Space ที่มีบริการเครื่องเล่นเกม หรือไม่

☐ เคย

☐ ไม่เคย

8. ท่านใช้บริการ Co-working Space กับใครบ้าง

☐ คนเดียว

☐ ครอบครัว

☐ เพื่อน

☐ คู่ครอง

9. ท่านใช้บริการ Co-working Space เพื่อจุดประสงค์ใดบ้าง

☐ พบปะเพื่อนฝูง

☐ นั่งทำงาน

☐ พักผ่อน

☐ ประชุม

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ท่านใช้บริการ Co-working Space (จำนวนครั้ง / สัปดาห์)

☐ น้อยกว่า 1 ครั้ง

☐ 1-2 ครั้ง

☐ 3-4 ครั้ง

☐ 5-6 ครั้ง

☐ มากกว่า 6 ครั้ง

11. ค่าบริการที่ท่านใช้จ่ายในการใช้บริการ Co-working Space โดยเฉลี่ย (บาท / ครั้ง)

☐ น้อยกว่า 150 บาท

☐ 150 – 200 บาท

☐ 201 – 250 บาท

☐ 251 – 300 บาท

☐ 301 บาทขึ้นไป

12. ถ้ามี Co-working Space เปิดใหม่ ท่านสนใจที่จะลองเข้าใช้บริการหรือไม่

☐ สนใจ

☐ ไม่สนใจ

13. ถ้าท่านไม่เคยใช้บริการ Co-working Space มาก่อน ท่านสนใจที่จะลองเข้าใช้บริการหรือไม่ (ถ้าสนใจ ให้ไปที่ข้อ 14)

☐ สนใจ

☐ ไม่สนใจ

14. ถ้าท่านสนใจที่จะเข้าใช้บริการ ปัจจัยใดที่ท่านคำนึงถึงมากที่สุดที่ทำให้ท่านอยากเข้ามาใช้บริการ (กรุณาเลือก 5 คำตอบ)

- ☐ มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น อินเทอร์เน็ต ปริ้นเตอร์
- ☐ ราคาเหมาะสม
- ☐ ทำเลที่ตั้ง มีความสะดวกในการเดินทาง
- ☐ มีบริการที่จอดรถ
- ☐ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการมีส่วนร่วม
- ☐ บุคลากร พนักงานมีความกระตือรือร้น และดูแลเอาใจใส่
- ☐ การบริการของผู้ให้บริการมีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ
- ☐ พื้นที่ทำงานมีความสะดวกสบาย สะอาด ปลอดภัย
- ☐ มีโปรโมชั่น บัตรสมาชิก
- ☐ มีเครื่องดื่ม น้ำเปล่า / ชา และกาแฟ ไว้อย่างบริการ
- ☐ การตกแต่งภายใน และภายนอกพื้นที่ทำงานที่ดูทันสมัย
- ☐ มีสถานที่พักผ่อน เพื่อผ่อนคลายคลายเครียด
- ☐ สามารถจองออนไลน์ได้
- ☐ คำติชมจากลูกค้าที่เคยเข้าใช้บริการ

ส่วนที่ 3 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Co-working Space (ส่วนนี้สำหรับผู้ที่เคยเข้าใช้บริการเท่านั้น)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือข้อเท็จจริง

มากที่สุด 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = ไม่เห็นด้วย

ข้อ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	1.1 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน (เช่น อินเทอร์เน็ต ความเร็วสูง, เครื่องปริ้น , เครื่องถ่ายเอกสาร, ห้องประชุม, มุมรับแขก และห้องนั่งเล่น) มีคุณภาพ					
	1.2 จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกมีเพียงพอต่อการใช้งาน					
	1.3 สิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัย					
	1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกตรงตามความต้องการใช้ งาน					

1.5	พื้นที่ให้บริการ (เช่น ห้องนั่งเล่น ห้องจิบหลัก มุมกาแฟ) มีความหลากหลาย และ สะดวกสบาย					
1.6	ขนาดพื้นที่ให้บริการมีเพียงพอ และเหมาะสมกับจำนวนผู้ใช้บริการ					
1.7	ระดับราคาค่าบริการเหมาะสมต่อการเข้าใช้ บริการ					
1.8	ระยะเวลาในการเปิดให้บริการมีความเหมาะสม					

ข้อ	ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
2.	2.1 มีการระบุราคาค่าบริการอย่างชัดเจน					
	2.2 อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพของการใช้ บริการ					
	2.3 อัตราค่าบริการมีความน่าสนใจเมื่อเปรียบเทียบกับ คู่แข่ง					

ข้อ	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
3.	3.1 มีความสะดวกในการเดินทาง					
	3.2 มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ					
	3.3 มีความสะดวกในการหาที่รับประทานอาหาร (เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร)					
	3.4 มีความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ (เช่น อยู่ใน แหล่งธุรกิจ)					

ข้อ	ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
4.	4.1 มีความหลากหลายในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม พิเศษผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต (เช่น Facebook, Instagram และ Webpage เป็นต้น)					

	4.2 มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการมีส่วนร่วม (เช่น บริการเครื่องเล่นเกม เป็นต้น)					
--	---	--	--	--	--	--

ข้อ	ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
5.	5.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการบริการ					
	5.2 พนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการ					
	5.3 พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ					
	5.4 พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					

ข้อ	ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
6.	6.1 การบริการของผู้ให้บริการมีความรวดเร็ว (เช่น การแก้ปัญหาการใช้งานอินเทอร์เน็ต)					
	6.2 กระบวนการของการให้บริการในขั้นตอนต่างๆ มีความถูกต้อง แม่นยำ (เช่น การให้ข้อมูลของทางร้าน และการแจ้งอัตราค่าบริการ)					

ข้อ	ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
7.	7.1 พื้นที่ให้บริการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
	7.2 พื้นที่ทำงานมีความสะอาด					
	7.3 พื้นที่ทำงานมีความปลอดภัย					
	7.4 พื้นที่ทำงานมีความกว้างขวาง					
	7.5 พื้นที่ทำงานมีความสะดวกสบาย					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ Co-working Space

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเก็บข้อมูลแนวทางการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Co-working Space จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดย ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอ ความอนุเคราะห์กับผู้ที่สัมภาษณ์ให้ข้อมูลตามความคิดเห็นของท่าน โดยให้เนื้อที่เป็นความจริง และการสื่อสารที่ กระชับ ชัดเจน และสื่อความหมายได้มากที่สุดโดยการใช้เวลาในการสัมภาษณ์แต่ละท่านจะใช้เวลาท่านละ ประมาณ 30-45 นาที และผู้วิจัยขออนุญาตในการบันทึกเสียงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนที่สุด โดยมีคำถามใน การสัมภาษณ์ ประกอบด้วย

1. ชื่อสถานที่.....
2. ชื่อเจ้าของกิจการ.....
3. สถานที่ตั้ง.....อายุกิจการ.....ปี
4. จำนวนพนักงาน.....คน
5. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งของลูกค้าราคาเท่าไรบ้าง
6. ลักษณะของสถานที่ของท่านเป็นอย่างไร
7. กลยุทธ์ในการบริหารจัดการสถานที่มีแนวทางอย่างไร
8. ลูกค้าสถานที่ของท่านแบ่งออกเป็นกี่ประเภท อะไรบ้าง
9. จุดเด่นของสถานที่ของท่านที่ทำให้ลูกค้านิยมมาใช้บริการคืออะไร เพราะเหตุใด
10. ท่านคิดว่าปัจจัยที่ทำให้คนมาใช้บริการคืออะไร
11. ปัจจัยความสำเร็จในการบริหารสถานที่คืออะไร
12. ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการสถานที่มีอะไรบ้าง
13. ท่านมีแนวทางในการบริหารความเสี่ยงของกิจการอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการรายที่ 1

1. ชื่อสถานที่ Too Fast To Sleep at KU
2. ชื่อเจ้าของกิจการ คุณ อนันต์ จงเสถียร
3. สถานที่ตั้ง KU VILLE โซนอาคารหอพักนิสิตและบุคลากร ม.เกษตรศาสตร์ บางเขน
อายุกิจการ 4 ปี
4. จำนวนพนักงาน 5 คน
5. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งของลูกค้าราคาเท่าไรบ้าง
- 200 – 300 บาท
6. งานออกแบบที่นึ่ง ที่คำนึงถึง Life style ของนิสิต-นักศึกษาเป็นหลัก ทำให้ใครหลายคน
ใช้ชีวิตที่นี่ได้ทั้งวัน และยังมีหลายมุมหลายโซนให้เลือกนั่ง
7. เปลี่ยนแปลงตาม Life style ของนิสิต-นักศึกษาเป็นหลัก และเข้าใจถึงความต้องการของ
นิสิต-นักศึกษา
8. ส่วนมากจะเป็น นิสิต-นักศึกษา
9. เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง เพราะ การให้บริการ 24 ชั่วโมงมีน้อยสถานที่
10. การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง
11. การเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของวัยรุ่นยุคปัจจุบัน
12. การดูแลพนักงานและบุคลากรไม่ทั่วถึงเนื่องจากการเปิด 24 ชั่วโมง
13. ต้องยอมที่จะลงทุนสนับสนุน ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ผลการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการรายที่ 2

1. ชื่อสถานที่ Cozy Space Co-Working Space
2. ชื่อเจ้าของกิจการ คุณ ดวงพร สังข์เกตุ
3. สถานที่ตั้ง ชั้น 2 โรงแรม The Riche Boutique Hotel ถ.งามวงศ์วาน เขตหลักสี่ กทม.
อายุกิจการ 2 ปี
4. จำนวนพนักงาน 3 คน
5. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งของลูกค้าราคาเท่าไรบ้าง
- 150 – 200 บาท
6. มีความทันสมัย และมีความเรียบง่าย
7. สร้างความสะดวกสบาย ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการและทำพื้นที่ค่อนข้างกว้าง โปร่ง สบาย
ตา
8. 2 ประเภท 1. กลุ่มลูกค้าที่ทำงานอิสระ 2. กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรม
9. ความหลากหลายของการใช้บริการ เพราะมีพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมหรือนั่งทำงาน
หลากหลายพื้นที่
10. ความสะดวกสบาย ทันสมัย และมีพื้นที่หลากหลาย
11. ความเข้าใจถึงกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
12. พื้นที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนัก มีลูกค้าเฉพาะกลุ่ม
13. โฆษณาตาม ช่องทางออนไลน์ ให้เป็นที่รู้จัก

ผลการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการรายที่ 3

1. ชื่อสถานที่ Seatz station Cafe & Co working space
2. ชื่อเจ้าของกิจการ คุณ อัฐพงษ์
3. สถานที่ตั้ง ถนนงามวงศ์วานฝั่งตรงข้ามกับม.เกษตรฯ ประตูนงามวงศ์วาน 3
อายุกิจการ 2 ปี
4. จำนวนพนักงาน 4 คน
5. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งของลูกค้าราคาเท่าไรบ้าง
- 150-1000 บาท
6. มีเอกลักษณ์โดดเด่น ด้วยการคุมโทนสีภายนอกเป็นสีดำ จึงทำให้สะดุดตา สังเกตได้ไม่ยาก
ภายในร้านตกแต่งให้มีความร่มรื่น สบายตา ใช้ต้นไม้ตกแต่งด้านบนเพดาน ทำให้ไม่รู้สึกร้อน
อัด
7. มีการบริการที่ครบครัน ทั้งด้านพื้นที่ทำงาน อาหาร สถานที่พักผ่อน
8. 4 ประเภท 1.นักเรียน-นักศึกษา 2.ผู้ที่ทำงานอิสระ 3.ผู้ที่มารับประทานอาหาร 4.ผู้ที่มา
พักผ่อน
9. เป็น cafe ที่มีอาหารและเครื่องดื่มให้บริการรวมถึงสถานที่นั่งทำงานและพักผ่อน
10. สะดวกต่อการเดินทาง มีการบริการที่หลากหลาย
11. ความหลากหลายของการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
12. การที่พื้นที่ไม่ได้เปิดบริการ 24 ชั่วโมง และลูกค้าต้องการการบริการตลอดเวลา
13. ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ

ผลการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการรายที่ 4

1. ชื่อสถานที่ READ Cafe BKK
2. ชื่อเจ้าของกิจการ คุณ อาร์ม
3. สถานที่ตั้ง 21/50, ซอยงามวงศ์วาน 54, ลาดยาว, กรุงเทพมหานคร
อายุกิจการ 4 ปี
4. จำนวนพนักงาน 4 คน
5. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการให้บริการต่อครั้งของลูกค้าราคาเท่าไรบ้าง
- 200-300 บาท
6. ตกแต่งให้สบายเหมาะกับการอ่านหนังสือ
7. คือการเปิด 24 ชม.เพราะร้านที่เปิด 24ชม.ไม่ค่อยมีและนักศึกษาต้องการหาที่สำหรับดูหนังสือ
8. ลูกค้ามี 4 ประเภท ได้แก่ 1.คนที่มาชิมอาหารหรือมาตามรีวิว 2.คนที่มาอ่านหนังสือพักผ่อนยังอ่านไม่จริงจังมาก 3.คนที่มาหาพื้นที่พักผ่อนกับเพื่อนๆ 4.คนที่มาอ่านดูหนังสือจริงจังหรือมาประชุม
9. จุดเด่นมาจากการที่เปิด 24 ชม. และคุณภาพอาหารอร่อยคนกลับมากิน เพราะร้านอาหารมีหลากหลายเมนูแล้วเมนูยอดนิยมนี่ก็มีหลายอย่าง
10. สะดวกสำหรับนักศึกษาหรือคนที่ต้องการพื้นที่อ่านหนังสือตลอด24ชม. รวมถึงความอร่อยของอาหาร
11. ปัจจัยความสำเร็จมาจากการความอร่อยของอาหารที่ไม่เปลี่ยนแปลง และอยู่ไม่ไกลกับคนที่ต้องการใช้บริการสถานที่
12. ร้านมีพื้นที่น้อยเกินความต้องการของลูกค้าทำให้ไม่สามารถรับลูกค้าเพิ่มได้ในช่วงเวลามีลูกค้าจำนวนมาก
13. จัดกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงจัดโปรโมชั่นต่างๆ

ผลการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการรายที่ 5

1. ชื่อสถานที่ Insomnia 24Hrs. Cafe' & Co-Working Space
2. ชื่อเจ้าของกิจการ คุณ แอม
3. สถานที่ตั้ง 85 ถ.งามวงศ์วาน ลาดยาว จตุจักร กรุงเทพฯ
อายุกิจการ 3 ปี
4. จำนวนพนักงาน 3 คน
5. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งของลูกค้าราคาเท่าไรบ้าง
- 200-300 บาท
6. เป็นร้านกาแฟและมีสถานที่นั่งทำงาน พร้อมทั้งมีอาหารและเครื่องดื่มอื่นๆ ให้ลูกค้าได้
เลือกรับประทาน ร้านอยู่ติดกับ สถานีรถไฟสายสีเขียว สถานี ม.เกษตรฯ บางเขน หาเจอได้
ง่ายและเดินทางสะดวก
7. เป็นร้านที่เปิด 24 ชั่วโมง ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้ตลอดเพราะแถวนี้อยู่ใกล้
มหาวิทยาลัยและมีออฟฟิศเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการตลอดเวลาหรือ
เข้ามารับประทานอาหาร
8. ลูกค้ามีหลากหลายประเภท ส่วนใหญ่ก็จะเป็น นักศึกษา ข้าราชการ ผู้ปกครองโรงเรียน
อนุบาล และลูกค้าประจำ ที่พักอาศัยภายในซอยและหอพักบริเวณใกล้เคียง
9. เปิด 24 ชั่วโมง ตกแต่งเป็นสถานที่สามารถมาอ่านหนังสือหรือนั่งทำงานได้พร้อมกับมี
อาหารและกาแฟให้เลือกรับประทาน
10. เปิด 24 ชั่วโมง มีพื้นที่ความเป็นส่วนตัวและสามารถนั่งทำงานได้โดยไม่จำกัดเวลา
11. เปิดร้านแล้วได้รับการตอบรับที่ดี มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการตลอดเวลาในร้านมีบรรยากาศ
ที่สงบ การจัดแต่งร้านที่สวยงาม ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าได้
12. พื้นที่อาจจะไม่เยอะมาก พอที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมาก ทำให้ไม่มีพื้นที่เพียงพอรองรับ
ลูกค้า
13. โปรโมทร้าน ทั้งหน้าร้านและในสื่อออนไลน์รวมทั้งจัดโปรโมชั่นอาหารและเครื่องดื่ม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

ชัชณพงศ์ เอื้ออารีย์

อีเมล

chisanupong.uaar@bumail.net

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี คณะดิจิทัลมีเดียและศิลปภาพยนตร์
สาขาภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 14 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/น/ง/นางสาว) ธิษณุพงศ์ เอื้ออารีย์ อยู่บ้านเลขที่ 717/6
ชอย พหลโยธิน ตำบล/แขวง สายไหม
อำเภอ/เขต สายไหม จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10220
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 710200300

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจทอานันท์ สาขาวิชา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนีเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนีเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจ Game & Co-Working Space

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจทอานันท์ ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนีเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับสิทธิ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ชัยณรงค์ เอื้ออารีย์)

ลงชื่อ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิพรรณ สุภาวรรณ)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ พยาน

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย