

แผนธุรกิจ Monkey Tree Café and Farm

Business Plan for Monkey Tree Café and Farm



แผนธุรกิจ Monkey Tree Café and Farm

Business Plan for Monkey Tree Café and Farm



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2564  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง Business Plan for Monkey Tree Café and Farm

ผู้วิจัย รวิพรรณ ปาसानะเก

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.วรวรรณ เลาะห์พลวัฒนา

ผู้เชี่ยวชาญ

อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภัค

รวิพรรณ ปาसानะเก. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต (สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ),  
ธันวาคม 2564, บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ Monkey Tree Café and Farm (77 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.วรวรรณ เลหาทะพลวัฒนา

## บทคัดย่อ

ปัจจุบันพ่อแม่และกลุ่มคนมีครอบครัวที่มีบุตรหลาน กำลังนิยมการพาบุตรหลานออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน เพื่อเป็นการใช้เวลาอยู่ร่วมกันในครอบครัว และเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการที่ดีให้กับเด็ก พ่อแม่และกลุ่มคนมีบุตรหลานจึงมองหากิจกรรมสร้างสรรค์แบบใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากเดิม ที่พาไปสวนสัตว์ หรือห้างสรรพสินค้า จึงมองหาสถานที่ใหม่ที่เหมาะสมในการให้เด็กออกมาทำกิจกรรมนอกบ้าน อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับทุกคนในครอบครัว จึงทำให้ผู้เขียนเล็งเห็นโอกาสในการทำให้เกิดธุรกิจนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนมีบุตรหลานที่ชื่นชอบการพาบุตรหลานออกไปทำกิจกรรมนอกสถานที่ จึงทำให้เกิดเป็นธุรกิจนี้ ร้าน Monkey Tree Café and Farm ซึ่งเป็นธุรกิจที่ให้บริการขายอาหาร ขนมหวาน เครื่องดื่ม และมีการจัดกิจกรรมสำหรับเด็กที่หลากหลาย เช่น การสอนเลี้ยงไก่ไข่ วิธีการปลูกผักสวนครัว วิธีการทำไข่เค็ม วิธีการทำผ้ามัดย้อม และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งในการทำกิจกรรมจะเหมาะสมกับเด็กทุกเพศที่มีช่วงอายุระหว่าง 3-10 ปี และยังเป็นสถานที่ที่ทุกคนในครอบครัวสามารถใช้เวลาอยู่ร่วมกันได้

แผนธุรกิจ Monkey Tree Café and Farm ฉบับนี้จัดทำขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ Café ในรูปแบบที่มีการจัดกิจกรรมสำหรับเด็ก เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการที่ดีทั้งทางร่างกายและจิตใจ อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมความสุขของทุกคนในครอบครัว

โดยเมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของการลงทุนเพื่อจัดทำธุรกิจ พบว่าใช้เงินลงทุน 5,000,000 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ 10,038,607 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายในที่ 109% และพบว่ามีระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ที่ 1.6 ปี

คำสำคัญ: ร้านกาแฟ, กิจกรรมสำหรับเด็ก, ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

Pasanake, R. Master of Management in Entrepreneurship, December 2021,  
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Monkey Tree Café and Farm (77 pp.)

Advisor: Worrawan Laohapolwatana, Ph.D.

## ABSTRACT

Today, parents and families with children are taking their children out for activities to spend time with the family and to foster good development for children. Parents and young people are looking for new creative activities different from the original taking to the zoo or department store. Therefore, looking for a new place that is suitable for children to do activities outside the home. It is also a suitable place for the whole family. Therefore, the author saw the opportunity to cause this business. To meet the needs of people with children who like to take their children out for outdoor activities. Thus, this business is born. Monkey tree café and farm is a business that offers food, dessert, beverages and a variety of activities for children such as laying hens. How to plant vegetable garden?. How to make salted egg? How to make tie dye and many more in which the activities are suitable for children of all genders aged between 3-10 years old and is also a place where everyone in the family can spend time together?

This Monkey tree café and farm business plan is prepared for the purpose of running a café business in the form of activities for children. To promote good development both physically and mentally it is also the center of happiness for everyone in the family.

When considering the possibility of investing in business it was found that the investment was 5,000,000 baht, the net present value was 10,038,607 baht, the internal rate of return was 109%, and the payback period of the project was 1.6 years.

*Keywords: Cafes, Kids Activities, Food and Beverage Businesses*

## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจเรื่อง Monkey Tree Café and Farm ฉบับสมบูรณ์เล่มนี้ เป็นงานค้นคว้าอิสระ เป็นการแสดงออกของพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปประกอบการคิดและตัดสินใจในการลงทุนเพื่อทำธุรกิจต่อไป

การค้นคว้าอิสระสำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความอนุเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เป็นอย่างดีจาก ดร.วรวรรณ เลหาพลวัฒนา ที่ช่วยให้ความช่วยเหลือ และให้คำแนะนำข้อมูลในด้านต่าง ๆ จนสำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้จัดทำจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

รวิพรรณ ปาसानะเก



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและแนวคิดของการดำเนินธุรกิจ	1
1.2 ลักษณะ และขอบเขตธุรกิจ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการทำรายงาน	3
1.4 โครงสร้างธุรกิจ	3
บทที่ 2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (PEST Analysis)	7
2.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขัน (Five Forces Analysis)	9
2.3 การวิเคราะห์ตลาดและโครงสร้างการแข่งขัน	11
2.4 วิเคราะห์ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Key Success Factors)	15
บทที่ 3 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน	
3.1 ตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจ	17
3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	17
3.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน และอุปสรรคของธุรกิจ	18
3.4 แนวทางกลยุทธ์ของธุรกิจ	20
บทที่ 4 การวิจัยตลาด	
4.1 วัตถุประสงค์การวิจัย	22
4.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	22
4.3 ระเบียบวิธีวิจัย	22
4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	22
4.6 สรุปผลการวิจัย	23
4.7 ประเด็นผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนธุรกิจ	32

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 แผนการตลาด	
5.1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด	33
5.2 การแบ่งส่วนทางการตลาด	33
5.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Targeting)	34
5.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)	34
5.5 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	36
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ	44
6.2 แผนการดำเนินงานก่อนการเปิดให้บริการ	44
6.3 การจัดสรรพื้นที่ภายใน	44
6.4 กระบวนการให้บริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ	47
6.5 กระบวนการจัดซื้อและจัดเก็บวัตถุดิบสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม	48
บทที่ 7 แผนจัดองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคล	
7.1 วัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรบุคคล	49
7.2 การจัดองค์กร	49
7.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	52
7.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร	53
บทที่ 8 แผนการเงิน	
8.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน	54
8.2 เป้าหมายทางการเงิน	54
8.3 นโยบายทางการเงิน	54
8.4 โครงสร้างเงินลงทุน	54
8.5 สมมติฐานทางการเงิน	55
8.6 การประมาณการงบทางการเงิน	63
8.7 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ	67
8.8 การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุน	68



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 9 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต	
9.1 แผนฉุกเฉิน	70
9.2 แผนในอนาคต	70
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	72
ประวัติผู้เขียน	77



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: แสดง Business Model Canvas ของธุรกิจร้าน Monkey Tree Café and Farm	3
ตารางที่ 4.1: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
ตารางที่ 4.2: แสดงปัจจัยในการตัดสินใจเข้ามาเลือกซื้อและใช้บริการ	31
ตารางที่ 5.1: แสดงรายการเมนูอาหารของร้าน	36
ตารางที่ 5.2: แสดงรายการเมนูของหวานของร้าน	37
ตารางที่ 5.3: แสดงราคาอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม	39
ตารางที่ 5.4: แสดงแผนกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจร้าน Monkey Tree Cafe and Farm	42
ตารางที่ 7.1: อัตราเงินเดือนพนักงาน	52
ตารางที่ 8.1: แสดงการประมาณการเงินลงทุนของร้าน Monkey Tree Café and Farm	54
ตารางที่ 8.2: ประมาณการราคาและต้นทุนอาหาร	55
ตารางที่ 8.3: ประมาณการราคาและต้นทุนเครื่องดื่มและขนม	56
ตารางที่ 8.4: ประมาณการราคาและต้นทุนกิจกรรม	56
ตารางที่ 8.5: ประมาณการราคาและต้นทุนวัตถุดิบที่ใช้ในกิจกรรมหลัก	56
ตารางที่ 8.6: ประมาณการราคาและต้นทุนกิจกรรมเสริม	57
ตารางที่ 8.7: ประมาณการรายได้และต้นทุนต่อวัน	58
ตารางที่ 8.8: ประมาณการรายได้และต้นทุนของการเข้าร่วมกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม ปีที่ 1	59
ตารางที่ 8.9: ประมาณการรายได้และต้นทุนของค่าอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม ต่อเดือน	60
ตารางที่ 8.10: ประมาณการรายได้และต้นทุนหนึ่งปี	61
ตารางที่ 8.11: ประมาณการงบประมาณในพื้นที่สื่อออนไลน์	61
ตารางที่ 8.12: สรุปค่าใช้จ่าย ปีที่ 1	62
ตารางที่ 8.13: ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์	63
ตารางที่ 8.14: ประมาณการงบกำไรขาดทุนกิจการ ปีที่ 1-5	64
ตารางที่ 8.15: ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินของกิจการในปีที่ 1-5	65

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 8.16: ประมาณการงบกระแสเงินสดของกิจการในปีที่ 1-5	66
ตารางที่ 8.17: ประมาณการความเป็นไปได้ของโครงการ	67
ตารางที่ 8.18: ประมาณการแสดงงบกระแสเงินสด 5 ปี ในสถานการณ์ที่ดีที่สุด	68
ตารางที่ 8.19: ประมาณการแสดงงบกระแสเงินสด 5 ปี ในสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด	69



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: รูปถ่ายที่ดินของครอบครัว	1
ภาพที่ 2.1: ป่าจิบฟาร์ม	11
ภาพที่ 2.2: แสดงหน้า Facebook: บ้าน ๑,๐๐๐ ไร่ Cafe' & Farm	12
ภาพที่ 2.3: แสดงหน้า Facebook: Montreux Café and Farm	13
ภาพที่ 2.4: แสดงหน้า Facebook: G Farm at Sam Khok	14
ภาพที่ 2.5: แสดงหน้า Facebook: Janacafe & Bistro	15
ภาพที่ 3.1: ตราสัญลักษณ์ธุรกิจ Monkey Tree Café and Farm	17
ภาพที่ 4.1: แสดงพฤติกรรมพาเด็กออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน	26
ภาพที่ 4.2: แสดงสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายมักจะเลือกพาเด็กออกไปทำกิจกรรม	26
ภาพที่ 4.3: แสดงวัตถุประสงค์หลักในการพาเด็กไปเข้าร่วมกิจกรรม	27
ภาพที่ 4.4: แสดงผลการเลี้ยงดูส่งผลต่อจิตใจของเด็ก	28
ภาพที่ 4.5: แสดงผลการใช้เวลาอยู่ร่วมกันของพ่อแม่ลูกส่งผลต่อพัฒนาการเด็ก	28
ภาพที่ 4.6: แสดงผลดีหรือผลเสียต่อพัฒนาการของเด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี	29
ภาพที่ 4.7: แสดงผลการมีพื้นที่ที่จำกัดส่งผลต่อการทำกิจกรรมของเด็ก	29
ภาพที่ 4.8: แสดงพฤติกรรมว่าเด็กควรหรือไม่ควรออกไปทำกิจกรรมนอกสถานที่	30
ภาพที่ 4.9: แสดงพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านการเล่นส่งผลดีหรือไม่ส่งผลต่อพัฒนาการของเด็ก	30
ภาพที่ 5.1: แผนภาพแสดงการรับรู้ (Brand Perceptual Map)	35
ภาพที่ 5.2: แสดงตัวอย่างเครื่องตุ้ม	37
ภาพที่ 6.1: ร้าน Sundance แสดงภาพตัวอย่างบรรยากาศภายในร้าน	45
ภาพที่ 6.2: EDTGuide ป่าจิบฟาร์ม แสดงภาพตัวอย่างโซนจัดกิจกรรมสำหรับเด็ก	46
ภาพที่ 6.3: ธุรกิจเศรษฐกิจ แสดงภาพตัวอย่างพื้นที่จัดรถสำหรับลูกค้า	47
ภาพที่ 6.4: ขั้นตอนการให้บริการลูกค้า	48
ภาพที่ 7.1: แผนผังโครงสร้างองค์กร	49

## บทที่ 1 บทนำ

### 1.1 ที่มาและแนวคิดของการดำเนินธุรกิจ

ภาพที่ 1.1: รูปถ่ายที่ดินของครอบครัว



ที่มาของธุรกิจนี้เริ่มต้นจากครอบครัวที่มีที่ดินที่ไม่ได้ทำประโยชน์อะไร เป็นที่ดินรกร้าง ทางคุณพ่อและคุณแม่จึงอยากให้ผู้เขียนมองหาระบบธุรกิจอื่นที่นอกเหนือจากการทำธุรกิจในปัจจุบันที่ทำอยู่ เพื่อเป็นการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์และทำให้ครอบครัวมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกช่องทางหนึ่งอีกด้วย และเนื่องจากตัวผู้วิจัยมีบุตรแล้ว 1 คน ซึ่งชอบการพาลูกออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านในช่วงวันหยุดเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการ และการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่อยู่รอบตัวนอกเหนือจากสิ่งที่ต้องเจอในชีวิตประจำวัน และทำให้ได้มีเวลาอยู่ร่วมกับลูกมากขึ้นอีกด้วย ทุกครั้งที่ไปจะพบเจอคุณแม่ ๆ ที่ชื่นชอบการพาลูกออกมาทำกิจกรรมที่หลากหลายรูปแบบ ทั้งกิจกรรมการเรียนรู้ เสริม ไม่ว่าจะเป็นว่ายน้ำ เล่นดนตรี หรือการพาไปทำกิจกรรมต่าง ๆ นอกสถานที่ เช่น คาเฟ่ และคาเฟ่ที่มีการจัดกิจกรรม Workshop ต่าง ๆ สำหรับเด็ก ซึ่งกำลังได้รับความนิยมในหมู่คุณแม่ที่มีลูกในช่วงวัยที่กำลังเริ่มการเรียนรู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 3-10 ปี ทำให้ผู้เขียนเล็งเห็นในการทำธุรกิจนี้ เพราะนอกเหนือจากการเรียนพิเศษ เรียนดนตรี ออกกำลังกายแล้ว การทำกิจกรรมนอกสถานที่และใช้ชีวิตร่วมกับธรรมชาติ ได้ออกมาทำกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการเล่น ซึ่งกำลังเป็นรูปแบบการสอนที่พ่อแม่และผู้ปกครองกำลังให้ความสนใจกันมากขึ้น เพราะในปัจจุบันพ่อแม่บางครอบครัวไม่มีเวลาเลี้ยงดู

เท่าที่ควร จึงทำให้เด็กหันไปสนใจการใช้หน้าจอ และใช้เวลากับหน้าจอมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเล่นเกม โทรศัพท์ หรือดูทีวี ทำให้ไม่ได้มีการทำกิจกรรมอย่างอื่นมากนัก จึงทำให้เด็กส่วนใหญ่พบปัญหาทาง พัฒนาการต่าง ๆ ทั้งทางร่างกายและจิตใจที่พัฒนาการช้ากว่าที่ควรจะเป็น จึงทำให้พ่อแม่บางส่วนที่ พบปัญหานี้อยู่ หันมาให้ความสนใจกับลูกมากขึ้น และมองหากิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาการต่าง ๆ ให้ ลูกมาเข้าร่วมทำกิจกรรมโดยมองกิจกรรมที่สามารถใช้เวลาหลายชั่วโมง เพื่อเป็นการลดเวลาการใช้ หน้าจอของเด็กด้วย

ในปัจจุบันพบว่าเด็กที่ใช้หน้าจอมีพัฒนาการช้ากว่าที่ควรจะเป็นตามช่วงอายุ ปัจจัยหลัก เกิดจากการเลี้ยงดูเป็นสำคัญ พบว่าเด็กส่วนหนึ่งพ่อแม่ไม่มีเวลาในการเลี้ยงดูเท่าที่ควร ต้องทำงานหา เลี้ยงครอบครัว ไม่สามารถใช้เวลาอยู่ร่วมกันได้ ซึ่งทำให้ส่งผลกระทบต่อเด็ก บางครอบครัวเลี้ยงลูก ด้วยโทรศัพท์มือถือ แล้วพบว่าเกิดผลเสียมากกว่าผลดี โดยมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญออกมาให้คำแนะนำคือ ไม่แนะนำให้เด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี เล่นโทรศัพท์เพราะจะส่งผลเสียมากกว่าผลดี ทำให้เกิดผลกระทบต่อ พัฒนาการของเด็กทั้งทางร่างกายและจิตใจ เช่น ทำให้เด็กผู้ช้ากว่าวัยที่ควรจะเป็น ไม่สามารถสื่อสาร สิ่งที่ต้องการได้ พูดไม่เป็นภาษาที่เข้าใจได้ ก้าวร้าวและอารมณ์รุนแรงเป็นต้น แพทย์จึงแนะนำให้พ่อ แม่หากิจกรรมอื่น ๆ ให้เด็กทำนอกบ้านบ้าง เพื่อให้เด็กลดการใช้โทรศัพท์มือถือและพ่อแม่ได้มีเวลา และอยู่ร่วมทำกิจกรรมกับลูกมากขึ้น จึงทำให้เกิดธุรกิจนี้ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในหมู่คนมีบุตรหลานที่ กำลังประสบปัญหานี้อยู่ และในปัจจุบันการเลี้ยงลูกสมัยใหม่ที่นิยมให้เด็กได้ออกมาเรียนรู้โลก ภายนอกมองเห็นสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเรียนรู้ผ่านการเล่น และลงมือปฏิบัติจริง ออกมาใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น มากขึ้น สร้างความสนุกสนาน ความประทับใจและสร้างสานสัมพันธ์กันในครอบครัวอีกด้วย ปัญหา เหล่านี้จะหมดไปหากทุกคนในครอบครัวมีเวลาเลี้ยงดูบุตรหลานและใช้เวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้น พร้อม ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาทั้งครอบครัว ทาง Monkey Tree Café and Farm จึงเล็งความสำคัญ และทำ ให้เกิดเป็นธุรกิจสำหรับเด็กและทุกคนในครอบครัวเพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้เด็กทุกคนมีพัฒนาการที่ ดีหากไกลหน้าจอ อีกทั้งยังทำให้ทุกคนในครอบครัวได้ทำกิจกรรมและมีเวลาอยู่ร่วมกันเพื่อให้เกิดการ สานสัมพันธ์อันดีกับทุกคนในครอบครัวได้มีความสุขกันทุกคน

## 1.2 ลักษณะ และขอบเขตธุรกิจ

Monkey Tree Café and Farm เป็นคาเฟ่ที่เปิดให้บริการขายอาหารไทยและอาหาร ต่างประเทศ ขนมหวาน และเครื่องดื่ม และมีการจัดกิจกรรม Workshop สำหรับเด็กและทุกคนใน ครอบครัว ตั้งอยู่บนพื้นที่ 5 ไร่ สถานที่ตั้ง ตำบลบึงบอน อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี โดยจะ แบ่งการให้บริการเป็น 2 ส่วนดังนี้

1) ส่วนของคาเฟ่ที่ให้บริการอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม เหมาะสำหรับทุกคนใน ครอบครัว มีทั้งอาหารไทย และอาหารต่างประเทศ เครื่องดื่มสำหรับเด็ก และผู้ใหญ่

2) พื้นที่การจัดสอนทำกิจกรรม Workshop สำหรับเด็ก โดยใน 1 วันจะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม 2 รอบ ต่อวัน และกิจกรรมเสริม 2 กิจกรรมต่อวัน เหมาะสำหรับเด็กช่วงอายุตั้งแต่ 3-10 ปี

### 1.3 วัตถุประสงค์ของการทำรายงาน

รายงานแผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจร้าน Monkey Tree Café and Farm เพื่อศึกษาและเตรียมความพร้อมในทุกด้าน เรียนรู้กลยุทธ์ต่าง ๆ รับผิดชอบต่อลูกค้าและคู่แข่งของธุรกิจ รวบรวมการทำวิจัยที่ได้มาใช้ และนำกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาหาข้อมูลในครั้งนี้ มาใช้เพื่อดำเนินงานในธุรกิจนี้อย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด

### 1.4 โครงสร้างธุรกิจ

อธิบายโครงสร้างของธุรกิจร้าน Monkey Tree Café and Farm โดยใช้ Business Model Canvas

ตารางที่ 1.1: แสดง Business Model Canvas ของธุรกิจร้าน Monkey Tree Café and Farm

พันธมิตร (Key Partners) - ผู้จำหน่าย วัตถุดิบ - ผู้จำหน่าย อุปกรณ์ - ผู้จำหน่าย อาหารสัตว์	กิจกรรมหลัก (Key Activities) - ขายอาหาร ขนม หวาน และเครื่องดื่ม - จัดกิจกรรม Work shop สำหรับ เด็ก	คุณค่าสินค้า หรือบริการ (Value Propositions) ลูกค้าจะได้รับ คุณค่าสูงสุด จากทั้งสินค้า และการบริการ	ความสัมพันธ์กับ ลูกค้า (Customer Relationships) - ระบบสมาชิก - สอบถามความ พึงพอใจ ช่องทาง (Channels) - ทางโทรศัพท์ - Facebook - Line Official - Website - Instagram	กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) - ผู้มีบุตรอายุ 3-10 ปี - โรงเรียน เอกชน - ผู้มีบุตรติด หน้าจอ
	ทรัพยากรหลัก (Key Resources) - ที่ดินและอาคาร - วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ - สัตว์เลี้ยง - ทรัพยากรบุคคล			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): แสดง Business Model Canvas ของธุรกิจร้าน Monkey Tree Café and Farm

โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	รายได้หลัก (Revenue Streams)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าอาคารและสถานที่</li> <li>- ค่าวัตถุดิบ วัสดุและอุปกรณ์</li> <li>- ค่าเฟอร์นิเจอร์</li> <li>- ค่าโฆษณาและจัดกิจกรรม</li> <li>- ค่าซื้อสัตว์ และอาหารสัตว์</li> <li>- เงินเดือนพนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าเข้าร่วมกิจกรรมหลัก 800 บาท/คน</li> <li>- ค่าเข้าร่วมกิจกรรมเสริม 250 บาท/คน</li> <li>- ค่าขายอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม</li> </ul>

#### 1.4.1 พันธมิตร (Key Partners)

สำหรับพันธมิตรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของร้าน ได้แก่ ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ สำหรับประกอบอาหาร และเครื่องดื่ม ผู้จำหน่ายอุปกรณ์เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรม และผู้จำหน่ายอาหารสัตว์

#### 1.4.2 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

ทางร้านเปิดในรูปแบบคาเฟ่ที่ให้บริการอาหารไทย และอาหารต่างประเทศ ขนมหวาน และเครื่องดื่ม โดยใช้วัตถุดิบที่สด สะอาด และมีคุณภาพ ทางร้านยังมีการจัดกิจกรรม Work Shop สำหรับเด็ก เพื่อส่งเสริมและสร้างพัฒนาการที่ดีสำหรับเด็ก และทุกคนในครอบครัว

โดยกิจกรรม Work Shop จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน มีดังนี้

ส่วนที่ 1 กิจกรรมหลัก จะประกอบไปด้วยการทำ 4 กิจกรรมต่อรอบ ดังนี้

- 1) กิจกรรมเรียนรู้การเลี้ยงไก่ไข่ เก็บไข่ไก่ นำมาทำเป็นไข่เจียว
- 2) กิจกรรมเพนท์สีลงบนกระถางต้นไม้ และนำไปปลูกพืชผักสวนครัว
- 3) กิจกรรมเรียนรู้การเลี้ยงเป็ด เก็บไข่เป็ด นำมาทำเป็นไข่เค็ม
- 4) กิจกรรมเรียนรู้เรื่องต้นข้าว วิธีการปลูกข้าว และการดำนา

ส่วนที่ 2 กิจกรรมเสริม 1 กิจกรรมต่อรอบ โดยกิจกรรมจะสลับเปลี่ยนกันไป ดังนี้

- 1) กิจกรรมทำพิซซ่า
- 2) กิจกรรมทำผ้ามัดย้อม
- 3) กิจกรรมทำเทียนหอม
- 4) กิจกรรมทำสบู่ DIY



#### 1.4.3 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

ทรัพยากรหลักที่สำคัญสำหรับธุรกิจนี้และเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

- 1) ที่ดินและอาคารก่อสร้างบนพื้นที่ 5 ไร่ ปลูกสร้างอาคารถูกต้องตามหลักได้มาตรฐาน ความปลอดภัย และตกแต่งอย่างสวยงาม มีการแบ่งสัดส่วนการทำงานอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุดกับธุรกิจ
- 2) การเลือกวัสดุและอุปกรณ์ที่นำมาใช้ต้องมีมาตรฐานและแข็งแรงปลอดภัยที่สุด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างคุ้มค่า
- 3) สัตว์เลี้ยง ประกอบไปด้วย ไก่ไข่ เป็ด และปลา เพื่อใช้ในการประกอบการทำธุรกิจ
- 4) วัตถุดิบอาหารและเครื่องดื่ม ต้องสด สะอาด และมีคุณภาพ เพื่อให้คุ้มค่ากับราคา ที่ลูกค้าต้องจ่ายเสมอ
- 5) ทรัพยากรบุคคลมีบทบาทที่สำคัญทุกส่วนประกอบไปด้วย ทีมผู้บริหาร คุณครู แม่ คราว พนักงานเสิร์ฟ พนักงานขาย พนักงานบริการ ที่จะช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้

#### 1.4.4 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ต้นทุนของธุรกิจ มีดังนี้

- 1) ค่าก่อสร้างอาคารและสถานที่
- 2) ค่าเฟอร์นิเจอร์ และค่าตกแต่งสถานที่
- 3) ค่าซื้อสัตว์ และอาหารสัตว์
- 4) ค่าอุปกรณ์ และวัตถุดิบสำหรับค่าเช่า
- 5) ค่าอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในจัดทำกิจกรรม Workshop สำหรับเด็ก
- 6) ค่าโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ
- 7) ค่าจัดกิจกรรมโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย
- 8) เงินเดือนพนักงาน
- 9) ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในสำนักงาน
- 10) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

#### 1.4.5 คุณค่าสินค้าหรือบริการ (Value Propositions)

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะได้รับคุณค่าสูงสุดจากทางสินค้าและการบริการของทางร้าน อีกทั้งทุกคนในครอบครัวยังได้รับความสุข สนุกสนานกลับไป

#### 1.4.6 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

ทางร้านมีการจัดอบรมพนักงานอยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้รับบริการที่ดี สามารถสร้างความประทับใจได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้าใช้บริการเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อย่างที่สุด อีกทั้งทางร้านยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีการสอบถาม

ความพึงพอใจผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขให้ตรงตามความต้องการลูกค้าสูงสุด อีกทั้งทางร้านยังมีระบบสมาชิกสะสมแต้มเพื่อรับของรางวัลอีกด้วย

#### 1.4.7 ช่องทางการเข้าถึง (Channels)

ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดต่างๆที่ต้องการได้จากหลายช่องทาง ดังนี้

- 1) ติดต่อสอบถามข้อมูลด้วยตนเอง หรือโทรสอบถามทางโทรศัพท์
- 2) ช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ประกอบไปด้วย

Facebook: Monker tree café and farm

Line Official: @Monkeytree

Website: Monkey Tree Café and Farm

Instagram: Monkeytree

#### 1.4.8 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

- 1) กลุ่มพ่อแม่ผู้ปกครองที่มีบุตรหลาน ช่วงอายุ 3-10 ปี ทั้งเพศ ชาย และหญิง ฐานะครอบครัวปานกลาง รายได้ตั้งแต่ 20,000 บาท/เดือน อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพ และปริมณฑล
- 2) กลุ่มโรงเรียนเอกชนจัดกิจกรรมทัศนศึกษานอกโรงเรียน (ระดับชั้นอนุบาล-ประถม)
- 3) กลุ่มพ่อแม่ที่พบปัญหาลูกติดหน้าจอหรือโทรศัพท์มือถือ
- 4) กลุ่มพ่อแม่ที่ชอบให้ลูกทำกิจกรรมนอกสถานที่เพื่อเสริมพัฒนาการ

#### 1.4.9 รายได้หลัก (Revenue Streams)

รายได้หลักมาจาก 2 ช่องทาง ดังนี้

- 1) รายได้ค่าเข้าร่วมกิจกรรม มีกิจกรรมหลัก และกิจกรรมเสริม
- 2) รายได้จากการขายอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม

## บทที่ 2

### การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

#### 2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (PEST Analysis)

##### 2.1.1 สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political Factors)

ในปัจจุบันมีผู้สนใจในการประกอบธุรกิจส่วนตัวกันมากขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจรายย่อยเกิดขึ้นมากมาย จึงทำให้รัฐบาลออกมาให้การสนับสนุนธุรกิจ SME ขนาดเล็ก-กลางรายใหม่เพื่อให้มีการเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศ อีกทั้งรัฐบาลยังให้การช่วยเหลือ โดยการลดการเสียภาษีให้น้อยลงจากเดิม ทำให้เป็นผลดีต่อผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการเริ่มต้นทำธุรกิจ และทำให้ธุรกิจคาเฟ่ต่างเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

##### 2.1.2 สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)

เนื่องจากสถานการณ์ในปัจจุบันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด ทำให้ส่งผลกระทบต่อปัญหาทางด้านเศรษฐกิจอย่างรุนแรงกับร้านอาหาร เนื่องจากทางรัฐบาลมีประกาศห้ามนั่งทานในร้านหรือจัดกิจกรรมทุกประเภท ทำให้ร้านต้องปิดเป็นการชั่วคราวไม่สามารถเปิดให้บริการได้จนกว่าจะมีประกาศจากทางรัฐบาล แต่ถ้าหากทางร้านจำเป็นต้องขายสินค้าสามารถขายได้แต่ต้องเป็นแบบใส่ห่อกลับบ้าน หรือดีลิเวอรี่เท่านั้น ส่งผลกระทบต่อร้านค้าหลาย ๆ ร้านทำการปิดตัวอย่างรวดเร็ว เพราะไม่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายที่ยังดำเนินต่อไปอีกได้ ไม่ว่าจะเป็นค่าเช่า และค่าพนักงานที่ต้องจ่ายอยู่ทุกเดือน แต่ทางร้านยังสามารถแบกรับค่าใช้จ่ายได้เพราะทางร้านไม่ต้องเสียค่าเช่าพื้นที่ และทางร้านมีการปรับเปลี่ยนมาขายในรูปแบบดีลิเวอรี่ผ่านช่องทาง Grab Food อีกทั้งมีเงินทุนสำรอง และแผนสำรองฉุกเฉินหากเกิดวิกฤตต่าง ๆ เกิดขึ้น

##### 2.1.3 สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Factors)

ในอดีตเด็กเติบโตขึ้นมาในครอบครัวที่มีความพร้อมหน้าพร้อมตากันพ่อแม่ลูก และญาติผู้ใหญ่ที่คอยอบรมสั่งสอน ทุกคนมีเวลาเลี้ยงดูเอาใจใส่คนในครอบครัวและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่มีวัตถุ หรือปัจจัยในการเลี้ยงดูมากนัก ดำเนินชีวิตแบบเรียบง่าย อยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ การเลี้ยงดูเด็กในอดีตจึงไม่ใช่เรื่องที่ยากนัก แต่ในปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้คนต้องใช้ชีวิตแข่งกับเวลา อยู่ในสังคมที่มีการแข่งขันที่สูง พ่อแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน ผูกถูกไว้กับคนอื่น บางครอบครัวต้องอาศัยอยู่ในสังคมเมืองไม่มีพื้นที่ใช้สอยอาศัยอยู่บนคอนโด หรือ อพาร์ทเมนท์ทำให้เด็กมีพื้นที่ในการทำกิจกรรมที่จำกัด ทำให้พ่อแม่ไม่มีเวลาเลี้ยงลูกเท่าที่ควร เพราะต้องทำงานหนักเพื่อหาเงินมาใช้จ่ายเลี้ยงดูครอบครัว ทำให้บางครอบครัวเลี้ยงลูกด้วยโทรศัพท์หรือหน้าจอ ทำให้ในปัจจุบันพบว่า เด็กสมัยใหม่เข้าถึงการใช้สมาธิโฟนตั้งแต่อายุยังไม่ถึง 1 ขวบ ส่งผลให้เด็กมีพัฒนาการที่ช้ากว่าปกติที่ควรจะเป็นตามช่วงอายุ สุวรรณชัย

วัฒนา ยิ่งเจริญชัย (2563 อ้างใน ปัญจวรา บุญสร้างสม, 2563) กล่าวไว้ในงานวิจัยว่า กรมอนามัย เตือน เด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี หลีกเลี่ยงการใช้สื่อมีจอทุกชนิด อย่างเช่นมือถือ แท็บเล็ต หรือโทรทัศน์ อาจส่งผลให้พัฒนาการล่าช้าในหลาย ๆ ด้านเน้นพ่อแม่ใช้เวลาาร่วมกันในครอบครัวให้มาก ช่วย ส่งเสริมพัฒนาการที่ดีของเด็กได้

นพ .สุวรรณชัย วัฒนา ยิ่งเจริญชัย รักษาการแทนอธิบดีกรมอนามัย กล่าวว่า ทุกวันนี้ หลาย ๆ ครอบครัวมักจะนำเทคโนโลยีเข้ามาเลี้ยงลูกกันมากขึ้น หรือปล่อยให้เด็กอยู่กับสื่อเทคโนโลยี เช่น มือถือ แท็บเล็ต หรือให้ดูทีวีทั้งวัน เพื่อให้เด็กสงบนิ่ง หรือหยุดร้องไห้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ควรทำ เพราะในเด็กวัยต่ำกว่า 2 ปี ไม่ควรเล่นหรือดูสื่อเหล่านี้เด็ดขาด เพราะมีผลทำให้พัฒนาการล่าช้า และ ในเด็กแรกเกิดถึง 3 ปี เป็นช่วงวัยที่สำคัญที่สุด ในการเรียนรู้ เนื่องจากสมองของเด็กจะพัฒนาสูงสุด ซึ่งมีสิ่งแวดล้อมโดยรอบจะเป็นตัวกระตุ้นส่งเสริมพัฒนาการทางด้านสมองในช่วงต้น หากปล่อยให้เด็ก ใกล้เคียงสื่อเหล่านี้มากเกินไปโดยไม่กำหนดเวลาดูหรือเลือกสื่อ ที่ไม่เหมาะสม (ปัญจวรา บุญสร้างสม, 2563)

จะส่งผลเสียหลายด้าน คือ 1) ด้านการสื่อสาร พูดช้า พูดไม่ชัด ขาดความคิดสร้างสรรค์ และการจ้องมองจอภาพเป็นเวลานานจะส่งผลเสียกับดวงตาได้ เช่น ทำให้สายตาสั้น ดวงตาแห้ง 2) ด้านร่างกาย จะไม่แข็งแรง เหนื่อยง่าย ขาดการเคลื่อนไหวออกกำลังกายตามที่ควรจะเป็น หรือ อาจส่งผลให้เป็นเด็กขี้เกียจได้ 3) ด้านอารมณ์ ไม่สามารถควบคุมอารมณ์ได้ เพราะเด็กแยกแยะโลก ของอินเทอร์เน็ตกับความจริงไม่ได้ หงุดหงิดง่าย ใจร้อน รอคอยไม่เป็น เด็กขาดสมาธิไม่จดจ่อหรือ ตั้งใจทำกิจกรรมใด และ 4) ด้านพฤติกรรม จะก้าวร้าว ขน สมาธิสั้น มีพฤติกรรมคล้ายออทิสติก คือ ตื้อ ต่อต้าน โลกส่วนตัวสูง สื่อสารกับคนอื่นน้อย

นายแพทย์สุวรรณชัย (2563 อ้างใน ปัญจวรา บุญสร้างสม) กล่าวไว้ในงานวิจัยว่า “เวลาใน การใช้สื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสมควรคำนึงถึงช่วงอายุเป็นหลักคือ เด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี ให้หลีกเลี่ยง การใช้สื่อมีจอทุกชนิด (ยกเว้นวิดีโอแชท) สำหรับเด็กอายุ 2-5 ปี ให้จำกัดเวลาการใช้สื่อมีจอ ไม่ควร เกินวันละ 1 ชั่วโมง และควรเลือกโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันที่มีคุณภาพให้เหมาะสมกับวัยและใช้ไป ด้วยพร้อมกันกับเด็ก ซึ่งจะช่วยให้เด็กเข้าใจสิ่งที่เห็นได้มากขึ้น สิ่งสำคัญคือพ่อแม่หรือผู้ปกครองเด็ก ควรหลีกเลี่ยง การใช้สื่อมีจอเพื่อให้เด็กสงบนิ่ง หรือหยุดร้องไห้ ถึงแม้ว่าจะเป็นการใช้แค่ช่วงเวลาสั้น ๆ ก็ตาม เนื่องจากการใช้ สื่อมีจออาจทำให้เด็กสงบได้จริง แต่นำมาซึ่งปัญหาการไม่สามารถจำกัด เวลาการเล่นได้ และที่สำคัญพ่อแม่หรือผู้ปกครองควรตระหนักถึงคือช่วงพัฒนาการของเด็กตั้งแต่แรก เกิด ถึง 5 ปี ถือเป็นรากฐานของชีวิต พ่อแม่จึงควรหลีกเลี่ยงการเลี้ยงลูกด้วยมือถือ แล้วหันมาใช้เวลา สร้างความสัมพันธ์ร่วมกันในครอบครัว เพราะพัฒนาการที่ดีของเด็ก ๆ เริ่มต้นจากสิ่งเล็ก ๆ ที่ได้ เรียนรู้ พาลูกเล่น เรียน ทำกิจกรรมร่วมกัน และไม่ลืมที่จะโอบกอดแสดงความรักระหว่างกันใน ครอบครัว สิ่งเหล่านี้ จะส่งเสริมให้พัฒนาการต่าง ๆ ของเด็กได้ดีกว่าวิธีอื่น”

จากสภาพแวดล้อมดังกล่าวทำให้พ่อแม่หรือครอบครัวที่มีบุตรหลานสนใจหากิจกรรมนอกสถานที่เพื่อช่วยให้บุตรหลานตนเองมีพัฒนาการที่ดี หากไกลจากหน้าจอ และมีเวลาอยู่ร่วมกันในครอบครัวอีกด้วย จึงส่งผลให้ร้านที่มีกิจกรรมสำหรับเด็กเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้พ่อแม่หรือคนที่มีบุตรหลานมาใช้บริการมากขึ้น

#### 2.1.4 สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technological Factors)

ปัจจุบันนี้ต้องบอกได้เลยว่าเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้มนุษย์สะดวกสบาย และมีบทบาทมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อย่างเช่นสถานการณ์โควิดเทคโนโลยีได้เข้ามาเป็นส่วนช่วยที่สำคัญสำหรับทุกคนที่กำลังศึกษาอยู่ แต่ไม่สามารถไปโรงเรียน หรือสถานศึกษาได้ แต่ยังได้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเป็นส่วนสำคัญทำให้ทุกคนยังได้เรียนหนังสือผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ มากมาย ทำให้การเรียนรู้ไม่ได้หยุดอยู่กับที่ อยู่ที่ไหนก็สามารถเรียนหนังสือ หรือหาข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ได้ตลอดเวลา หรือแม้แต่ผู้ปกครองเองก็ยังสามารถใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนช่วยในการเลี้ยงดูลูก ๆ อีกด้วย เช่น การใช้นาฬิกาข้อมือกันเด็กหาย กล้องวงจรปิดสำหรับดูความปลอดภัยเวลาที่เด็ก ๆ อยู่ที่บ้าน และที่สามารถยังสามารถใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารหาครอบครัวที่ห่างไกลกันได้ง่ายเพียงแค่วิดีโอคอลหาเท่านั้น ในส่วนของการค้าขายปัจจุบันเทคโนโลยีมีส่วนช่วยให้เรื่องการจัดการระบบต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดายและเป็นระบบง่ายต่อการใช้งานมากขึ้น เช่น รับคิวนำร้าน การจัดส่งสินค้า เพียงแค่คุณมีระบบก็สามารถจัดการได้อย่างง่ายดาย อีกทั้งยังมีความแม่นยำ ช่วยประหยัดเวลา และทรัพยากรอีกด้วย จะเห็นได้ว่าชีวิตเราในปัจจุบันรายล้อมไปด้วยการใช้เทคโนโลยี

“เปิดสถิติ! คนไทยใช้ 'โซเชียลมีเดีย' อันดับ 1 ของโลก” (2564) กล่าวไว้ในงานวิจัยว่าทาง Global Digital Report 2021 เผยรายงานล่าสุด สถิติการใช้งาน "โซเชียลมีเดีย" ทั่วโลก มีผู้ใช้งาน 4.48 พันล้านคน เพิ่มขึ้นกว่า 500 ล้านคน ในเวลาเพียง 1 ปี ส่วนคนไทยใช้โซเชียลมีเดียเป็นอันดับ 1 ของโลก คิดเป็น 78%

## 2.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขัน (Five Forces Analysis)

### 2.2.1 อุปสรรคสำหรับผู้เล่นรายใหม่ (Threat of New Entrance)

2.2.1.1 อุปสรรคในด้านการลงทุน เนื่องจากธุรกิจที่ให้บริการในส่วนของคาเฟ่แล้ว ยังมีการให้บริการในส่วนของการจัดกิจกรรม Work Shop สำหรับเด็กจึงทำให้ต้องลงทุนในการจัดหาซื้อพื้นที่ที่ใช้ในการก่อสร้างที่มีขนาดที่ค่อนข้างใหญ่ เพราะต้องมีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ในการก่อสร้างในแต่ละโซนที่จัดกิจกรรมออกอย่างชัดเจนเพื่อให้ง่ายต่อการบริการ อีกทั้งยังต้องมีการตกแต่งร้านให้มีความสวยงามและปลอดภัยต่อเด็กและลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ทางร้านจึงต้องเลือกวัสดุอุปกรณ์ที่ปลอดภัยต่อเด็กอีกด้วย จึงทำให้ผู้ประกอบการที่จะเข้ามาทำในธุรกิจนี้มีการลงทุนที่ค่อนข้างสูง

2.2.1.2 อุปสรรคในด้านคู่แข่งรายใหม่ เนื่องจากเป็นธุรกิจเกี่ยวกับเด็กและครอบครัว ทำให้ผู้บริโภคยังให้ความสนใจอย่างเนื่องทุกปี จึงอาจทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ขึ้นได้เสมอที่มองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจนี้เช่นกัน ทำให้เราต้องปรับกลยุทธ์ให้ทันสถานการณ์ ปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามความต้องการของลูกค้าแต่ละช่วง รักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเดิม เพื่อให้เกิดการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำบอกต่อจากลูกค้าเดิมที่มีอยู่ อีกทั้งยังต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งอยู่เสมอ

#### 2.2.2 อำนาจต่อรองของคู่ค้าทางธุรกิจ (Power of Suppliers)

อำนาจการต่อรองของคู่ค้าทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ

วัตถุดิบ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการประกอบธุรกิจ เช่น ผักสด อาหารสด อาหารสัตว์ กล่องบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ สามารถหาซื้อได้ง่าย มีหลากหลายผู้ผลิต ที่สามารถเลือกได้ตรงตามความต้องการ และราคาที่ต้องการได้ เพราะเป็นสิ่งที่หาได้ง่าย มีหลากหลายผู้ผลิต ทำให้ผลิตไม่สามารรถต่อรองได้มากนัก หากมีการต่อรองมากจนเราสามารถรับได้สามารถเปลี่ยนผู้ผลิตได้ง่าย ทำให้มีอำนาจการต่อรองอยู่พอสมควร

#### 2.2.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Power of Customers)

อำนาจการต่อรองของลูกค้าอยู่ในระดับกลาง

เนื่องจากอุตสาหกรรมธุรกิจนี้ยังมีไม่มากนัก ทำให้ลูกค้ายังมีตัวเลือกที่จะไปใช้บริการยังน้อยอยู่ เราจึงต้องสร้างให้ธุรกิจมีความแตกต่างจากธุรกิจเดียวกัน เพิ่มความหลากหลายทำให้ลูกค้าสามารถเลือกได้และเข้ามาใช้บริการจากเราไม่ว่าจะเป็นในด้านสินค้าและบริการ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้ามากที่สุด

#### 2.2.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับสูง

เนื่องจากมีสินค้าทดแทนมากมาย เช่น ร้านค่าเฟสตัวเลี้ยง หรือคาเฟ่ที่มีพื้นที่กว้างขวางให้เดินเล่น ถ่ายรูป และยังมีสัตว์เลี้ยงให้ชม พร้อมทั้งกิจกรรมการให้อาหารสัตว์ต่าง ๆ ซึ่งเหมาะกับการพาครอบครัวไปทำกิจกรรมเช่นกัน และไม่ต้องมีค่าร่วมกิจกรรมมากนัก มีเพียงค่าเข้าสถานที่ หรือค่าให้อาหารสัตว์เท่านั้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่มากขึ้น ที่จะเข้าใช้บริการตามความต้องการในช่วงนั้น ๆ

#### 2.2.5 สภาพการแข่งขันแข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Competitive Rivalry within an Industry)

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ

เนื่องจากอุตสาหกรรมธุรกิจนี้ ยังมีไม่มากนักทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล พบว่ามีธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่ถึง 40 ร้าน และกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพราะในปัจจุบันพ่อแม่สมัยใหม่นิยมให้ลูก ๆ เรียนรู้ผ่านการเล่น เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการที่ดีทั้งทางร่างกายและจิตใจ

ทำให้ธุรกิจนี้ ยังคงเป็นที่นิยมในหมู่คนครอบครัวที่มีบุตรหลาน การพาครอบครัวออกมาทำกิจกรรมข้างนอกเพื่อเป็นการสานสัมพันธ์ในครอบครัวและใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์อีกด้วย

#### 2.2.6 สรุปประเด็นสำคัญจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรม

- 1) ภัยคุกคามจากผู้แข่งรายใหม่อยู่ในระดับปานกลาง
- 2) อำนาจการต่อรองของคู่ค้าทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ
- 3) อำนาจการต่อรองของลูกค้าอยู่ในระดับกลาง
- 4) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับสูง
- 5) การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ

### 2.3 การวิเคราะห์ตลาดและโครงสร้างการแข่งขัน

#### 2.3.1 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitors)

##### 2.3.1.1 คู่แข่งทางตรง รายที่ 1 ร้าน PaJeep Farm

ภาพที่ 2.1: ป่าจี้ปฟาร์ม



ที่มา: ป่าจี้ปฟาร์ม. (2561). สืบค้นจาก <https://www2.edtguide.com/index.php/www/edtwitkids/465215/Pa-Jeep-farm>.

ค่าเฟ่ที่เปิดให้บริการอาหารและเครื่องดื่มพร้อมกับมีกิจกรรมสำหรับเด็ก คือ เรียนรู้การปลูกข้าวดำนา เลี้ยงไก่เก็บไข่ไก่ ป้อนอาหารสัตว์ เก็บผักปลอดสารพิษ จับกบ และทำไอศกรีม

จุดเด่น: มีการจัดกิจกรรมสำหรับเด็กที่หลากหลาย

จุดด้อย: สถานที่เน้นการตกแต่งแบบธรรมชาติ ไม่สวยงามมากนัก

ร้านตั้งอยู่ ต. บางใหญ่ จ. นนทบุรี เปิดบริการทุกวันเสาร์ และอาทิตย์

เวลา 08.00-17.00 น.

2.3.1.2 คู่แข่งทางตรง รายที่ 2 ร้าน บ้าน ๑,๐๐๐ ไม้ Café and Farm

ภาพที่ 2.2: แสดงหน้า Facebook: บ้าน ๑,๐๐๐ ไม้ Cafe' & Farm



ที่มา: บ้าน ๑,๐๐๐ ไม้ Cafe & Farm. (2564). สืบค้นจาก. <https://m.facebook.com/บ้าน๑๐๐๐ไม้cafefarm-624351667704047/>.

ค่าเฟ่ที่เปิดให้บริการอาหารและเครื่องดื่มพร้อมกับมีการกิจกรรมสำหรับเด็ก คือ ทำไข่เค็ม ปลูกผัก เก็บผัก รดน้ำ ให้อาหารเป็ด และมีลานกิจกรรมเครื่องเล่นสำหรับเด็ก

จุดเด่น: สถานที่สวยงามติดริมน้ำและร่มรื่นมีต้นไม้เยอะ มีอุปกรณ์ให้เด็ก ๆ สำหรับปั่นปายได้หลายส่วน

ราคาในการทำกิจกรรมไม่แพง เช่น ทำไข่เค็มฟองละ 15 บาท ระบายสีชุดละ 70 บาท

จุดด้อย: เปิดให้บริการเฉพาะวันเสาร์อาทิตย์เท่านั้น

ร้านตั้งอยู่ที่ อ.สามโคก จ.ปทุมธานี เปิดบริการทุกวันเสาร์ และอาทิตย์

เวลา 09.00-17.00 น.



## 2.3.2 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitors)

### 2.3.2.1 คู่แข่งทางอ้อมรายที่ 1 ร้าน Montreux Café and Farm

ภาพที่ 2.3: แสดงหน้า Facebook: Montreux Café and Farm



ที่มา: Montreux cafe' and farm. (2564). สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/Montreuxcafeandfarm/>.

ร้าน Montreux Café and Farm เปิดให้บริการอาหารและเครื่องดื่มพร้อมกับการกิจกรรมสำหรับเด็กเช่น เรียนรู้การทำนาปลูกข้าว ทำเล็มด้อย้อม บรรยากาศดีพื้นที่กว้างขวาง แต่จะเน้นในส่วนของคาเฟ่เป็นหลักที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม และในส่วนของการจัดกิจกรรมนั้นจะจัดเป็นช่วง ๆ ไม่ได้มีบริการตลอดทุกวัน

จุดเด่น: สถานที่กว้างสวยงาม มีหลายโซนทั้งห้องแอร์ และ Open Air ให้ลูกค้าสามารถเลือกนั่งได้

จุดด้อย: เปิดให้บริการในส่วนของการทำกิจกรรมสำหรับเด็กเป็นช่วง ๆ เท่านั้น

ร้านตั้งอยู่ที่ ต. องครักษ์ จ. นครนายก เปิดบริการทุกวันอังคาร-อาทิตย์

เวลา 09.00-19.00 น.

### 2.3.2.2 คู่แข่งทางอ้อมรายที่ 2 ร้าน G Farm Café & Gallery

ภาพที่ 2.4: แสดงหน้า Facebook: G Farm at Sam Khok



ที่มา: *G Farm at Sam Khok*. (2563). สืบค้นจาก  
<https://www.facebook.com/gfarm.samkhok/>.

ค่าเฟ่ที่เปิดให้บริการอาหารและเครื่องดื่มพร้อมกับการกิจกรรมสำหรับเด็กทุกวันเสาร์และอาทิตย์เช่นกัน มีการสอนทำวาฟเฟิล วาดรูป ปลูกพืชผัก เลี้ยงไก่ เก็บไข่ แต่จะเพิ่มพิเศษคือมีการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษในทุกวันเสาร์ ส่วนวันอาทิตย์จะเป็นภาษาไทย

จุดเด่น: กิจกรรมสำหรับเด็กมีการสอนรูปแบบภาษาอังกฤษ สามารถให้อาหารสัตว์ได้หลายอย่าง เช่น แพะ เป็ด

จุดด้อย: การตกแต่งสถานที่ยังไม่ค่อยสวยงาม เน้นความเป็นธรรมชาติมากกว่า  
 ร้านตั้งอยู่ที่ อ. สามโคก จ. ปทุมธานี เปิดบริการทุกวันอังคาร-อาทิตย์

เวลา 09.00-19.00 น.

### 2.3.3 สินค้าทดแทน (Substitute Product)

ร้าน Jana Café & Bistro

ภาพที่ 2.5: แสดงหน้า Facebook: Janacafe & Bistro



ที่มา: Jana Cafe & Bistro. (2564). สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/JanaCafeBistro66/>.

คาเฟ่ที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมกับมีสัตว์ให้เด็ก ๆ เข้าชม และให้อาหาร เช่น กวาง นกยูง และปลาการ์ฟ พื้นที่กว้างถึง 25 ไร่

จุดเด่น: สถานที่สวยงามกว้างถึง 25 ไร่ มีสัตว์หลากหลาย เช่น กวาง นกยูง ปลาการ์ฟ เมนูอาหารมีหลากหลายถึง 50 เมนู

จุดด้อย: สถานที่กว้างแต่ไม่ค่อยร่มรื่น ต้นไม้ไม่ค่อยเป็นลานกว้างไม่มีที่ร่มเท่าที่ควร  
ร้านตั้งอยู่ที่ อ. ลำลูกกา คลอง 5 จ. ปทุมธานี เปิดทุกวันอังคาร-อาทิตย์

เวลา 08.00-21.00 น.

## 2.4 วิเคราะห์ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Key Success Factors)

### 2.4.1 ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จที่ 1 คือด้านการเงิน

เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง เงินจึงถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจนี้ ทางร้านจึงต้องมีการวางแผนบริหารทางการเงินให้เป็นระบบ เพื่อให้มีเงินมาหมุนเวียน พร้อมทั้งจะช่วยหล่อเลี้ยงให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดปัญหาน้อยที่สุด โดยจะ

แบ่งเงินทุนออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ใช้สำหรับลงทุนก่อสร้างและตกแต่งสถานที่ ส่วนที่ 2 ใช้สำหรับลงทุนซื้อวัตถุดิบ และอุปกรณ์ที่จำเป็นภายในร้าน นอกจากนี้เงินทุนหมุนเวียนแล้วทางร้านยังต้องมีเงินทุนสำรองไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉินหรืออาจเกิดเหตุการณ์ที่ไม่อาจควบคุมได้ และนอกจากเงินลงทุนแล้ว ทางร้านมีการจัดกระบวนการในร้านให้เป็นระบบและมีมาตรฐาน เพื่อให้ง่ายต่อการบริการและประหยัดทรัพยากรมากที่สุด

#### 2.4.2 ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จที่ 2 คือ ด้านการบริหารจัดการที่ดี

ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ซึ่งสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าเข้ามาเลือกใช้บริการและสร้างความประทับใจเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำนั้นคือการบริหารจัดการที่ดี โดยทางร้านจะมีการเลือกวัตถุดิบ อุปกรณ์ที่ดี และมีคุณภาพ รสชาติที่อร่อย สดใหม่เสมอ และการใส่ใจในทุกรายละเอียด ไม่ว่าจะเป็นพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรม และให้บริการที่ดีก็ถือเป็นส่วนสำคัญของงานบริการ ทางร้านจะมีการบริหารจัดการแบ่งแยกหน้าที่พนักงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพสูงสุดในการบริการ และต้องมีการอบรมพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพอยู่เสมอ และหลังจากที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการแล้วทางร้านยังพร้อมรับฟังปัญหาการเข้ามาใช้บริการจากลูกค้าและพร้อมแก้ไขปรับปรุงพัฒนาให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ทันต่อโลกในปัจจุบันและตรงตามความต้องการของลูกค้าที่สุด

## บทที่ 3 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน

### 3.1 ตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจ

ภาพที่ 3.1: ตราสัญลักษณ์ธุรกิจ Monkey Tree Café and Farm



### 3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

ธุรกิจคาเฟ่ที่มีการจัดกิจกรรมสำหรับเด็กเหมาะสำหรับทุกคนในครอบครัวก่อตั้ง โดยมีวัตถุประสงค์คือ ต้องการให้เด็กที่มาเข้าร่วมทำกิจกรรมทุกคนได้เสริมสร้างพัฒนาการที่ดี เพิ่มความรู้ให้มีความสุขสนุกสนาน และให้ทุกคนในครอบครัวมีเวลาอยู่ร่วมกัน

#### 3.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

ความสุขที่เป็นสวนสวรรค์ของเด็ก ๆ คาเฟ่ที่เป็นมากกว่าคาเฟ่ พัฒนาเพิ่มทักษะการเรียนรู้ให้กับเด็ก ๆ สร้างความสุขให้กับทุกคนในครอบครัว

#### 3.2.2 พันธกิจ (Mission)

คาเฟ่และศูนย์การเรียนรู้สำหรับเด็กที่จะช่วยพัฒนาเด็กให้มีทักษะการเรียนรู้สิ่งรอบตัวผ่านการเล่น และทำกิจกรรมร่วมกับธรรมชาติ มุ่งมั่นสารสัมพันธ์กันในครอบครัว ตระหนักถึงสถาบันครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญ

#### 3.2.3 เป้าหมาย (Goals)

1) สร้างการรับรู้แบรนด์ให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ และทำให้มียอดขายกิจกรรมเต็มทุกสัปดาห์ตั้งแต่ 6 เดือนแรก

2) หลักจาก 1 ปี เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้อีก 1 ช่องทาง โดยจะขยายเพิ่มกิจกรรม แคมป์ 1 วันในช่วงปิดเทอม

3) ธุรกิจสามารถสร้างกำไรและคืนทุนได้ภายใน 2 ปี

4) สามารถสร้างกำไรเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10% ทุกปี

### 3.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน และอุปสรรคของธุรกิจ

#### 3.3.1 SWOT Analysis

##### 3.3.1.1 จุดแข็ง (Strength)

1) ทางร้านมีการจัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบที่ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความต้องการ และตามงบประมาณของลูกค้าเอง โดยทางร้านมีการจัดกิจกรรมหลักที่มีค่าบริการอยู่ที่ 800 บาทต่อคน สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีงบประมาณและสามารถจ่ายได้ในราคานี้ และกิจกรรมเสริมที่มีค่าบริการอยู่ที่ 250 บาทต่อคน เพื่อเป็นการรองรับสำหรับกลุ่มลูกค้าที่น้อยแต่อยากให้เด็กได้ร่วมทำกิจกรรม

2) ทางร้านจะมีการจัดรอบการสอนแบบภาษาอังกฤษโดยจะใช้ครูเจ้าของภาษา เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

3) ทางร้านเลือกใช้บุคลากรคุณครูผู้สอนที่จบการศึกษาปริญญาตรีโดยเฉพาะ เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในการสอนสำหรับเด็กเฉพาะ

##### 3.3.1.2 จุดอ่อน (Weakness)

1) ธุรกิจใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง เพราะต้องใช้พื้นที่ในการก่อสร้างขนาด 5 ไร่ และทำการก่อสร้างสถานที่ให้แข็งแรงปลอดภัยตามมาตรฐาน และดูสวยงามปลอดภัยสำหรับเด็ก

2) เนื่องจากทางร้านมีการจัดกิจกรรมสำหรับเด็กที่หลากหลาย จึงต้องใช้พนักงานในการให้บริการในหลายส่วนทำให้ต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

##### 3.3.1.3 โอกาส (Opportunity)

1) ปัจจุบันคู่แข่งทางธุรกิจยังมีน้อย ทำให้ลูกค้าไม่มีตัวเลือกที่มากนัก

2) การเดินทางมาร้านสะดวกสบายไม่ไกลจากกรุงเทพ ใช้เวลาในการเดินทางไม่ถึง 1 ชม. ทำให้เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกสำหรับลูกค้าย่านกรุงเทพ และปริมณฑล

3) ธุรกิจเป็นสถานที่ที่ทำให้ทุกคนในครอบครัวสามารถมาทำกิจกรรมร่วมกันได้ และมีเวลาอยู่ร่วมกันในครอบครัว

##### 3.3.1.4 อุปสรรค (Threats)

1) อาจมีคู่แข่งเกิดขึ้นในภายหลังได้ หากธุรกิจได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการมากขึ้น แต่ธุรกิจยังเป็นความต้องการเฉพาะกลุ่มคนที่มิบุตรหลานเท่านั้น

- 2) ในช่วงฤดูฝนอาจจะทำให้ไม่สะดวกต่อการทำกิจกรรมนอกสถานที่
- 3) สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทำให้ต้องปิดกิจการ

ชั่วคราว

### 3.3.2 การวิเคราะห์กลยุทธ์ของธุรกิจโดยใช้ TOWS Matrix

#### 3.3.2.1 (S+O) กลยุทธ์เชิงรุก

ทางร้านจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดประชาสัมพันธ์ในสื่อโซเชียลมีเดียทุกช่องทางที่มีสร้างให้เกิดการรับรู้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โฆษณาคาเฟ่ที่มีการจัดกิจกรรม Work Shop สำหรับเด็กที่หลากหลาย สามารถเลือกได้ตามความต้องการและงบประมาณของของแต่ละคน เหมาะสมกับทุกคนในครอบครัว เป็นที่ที่ทุกคนในครอบครัวสามารถมาทำกิจกรรมและใช้เวลาอยู่ร่วมกันได้ และยังมีการสอนในรูปแบบภาษาอังกฤษ ที่สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้ในปัจจุบันได้ สามารถเดินทางได้สะดวกสบาย อยู่ใกล้กรุงเทพใช้เวลาในการเดินทางไม่ถึง 1 ชม.

#### 3.3.2.2 (S+T) กลยุทธ์เชิงป้องกัน

ในส่วน of สถานะที่จัดสร้างให้สถานที่ที่เหมาะสมกับการทำกิจกรรมในทุกช่วงฤดู เช่น การสร้างทางเดินที่มีหลังคาบังฝนและแดดตลอดทางเดิน และหากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคต่าง ๆ ต้องเรียนรู้และปรับตัวให้สามารถอยู่ได้ในสถานการณ์นั้น เช่น หากสถานที่ถูกปิดชั่วคราวทำให้ไม่สามารถเปิดและจัดกิจกรรมได้ ทางร้านจะจัดทำสินค้าเสริมพัฒนาการที่สามารถซื้อไปทำเองได้ที่บ้าน หรือจัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ เช่น ชุดพื้นที่กระถางต้นไม้พร้อมเมล็ดผักสวนครัว ชุดอุปกรณ์ทำเทียนหอม และชุดอุปกรณ์ทำเสียมัดย้อม

#### 3.3.2.3 (W+O) กลยุทธ์เชิงแก้ไข

วางแผนบริหารและจัดการการเงินอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดปัญหาน้อยที่สุด มีเงินทุนสำรองเพื่อเกิดปัญหาที่ไม่สามารถควบคุมได้ในอนาคต วางแผนบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อไม่ให้เกิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เพิ่มมากขึ้น

#### 3.3.2.4 (W+T) กลยุทธ์เชิงรับ

หากเกิดคู่แข่งขึ้นในภายหลัง ทางร้านต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการจัดกิจกรรมให้มีการรูปรูปใหม่อยู่ตลอดเวลา และเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในช่วงนั้น ๆ ปรับปรุงสถานที่ให้สะอาดใหม่และสวยงามเสมอ เน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดกิจกรรมร่วมสนุกผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น การแจกรางวัลให้ลูกค้าได้ทดลองใช้บริการ หรือได้กลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

### 3.4 แนวทางกลยุทธ์ของธุรกิจ

#### 3.4.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

ทางร้านจะจัดทำสินค้าเสริมพัฒนาการที่สามารถซื้อไปทำเองได้ที่บ้าน หรือให้จัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ เช่น ชุดฟันท์กระดาษต้นไม้ พร้อมเมล็ดผักสวนครัว ชุดอุปกรณ์ทำเทียนหอม และชุดอุปกรณ์ทำเส้นมด้อย่อม ขายผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook หรือขยายเข้าสู่ตลาดใหม่อย่าง Shopee และจะมีการจัดกิจกรรมแคมเปญ 1 วันในช่วงปิดเทอม โดยจะมีการกิจกรรมให้เด็กพร้อมทั้งมีอาหารและเครื่องดื่มบริการตลอดทั้งวัน และจะจัดทำโปรโมชั่นลดราคาช่วงปิดเทอมเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายอีกด้วย

#### 3.4.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

ในช่วงแรกทางร้านจะใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจากธุรกิจอื่นที่มีอยู่ในตลาดเดียวกัน เช่น การจัดสอนภาคภาษาอังกฤษโดยคุณครูเจ้าของภาษาโดยเฉพาะ และสอนโดยครูที่จบการศึกษาด้านปฐมวัยโดยเฉพาะ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าเด็กที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับการสอนที่ดีและถูกต้องตามมาตรฐาน เพื่อให้เด็กได้เรียนรู้และเสริมสร้างพัฒนาการอย่างตรงจุด และทางร้านจะมีการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ สร้างความหลากหลายของการจัดกิจกรรม ที่มีราคาที่ถูกลูกค้าสามารถจับต้องได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม และจะมีการสอบถามความคิดเห็นจากลูกค้าหลังใช้บริการ และนำความคิดเห็นที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาธุรกิจต่อไปเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าต่อไป

#### 3.4.3 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy)

##### 3.4.3.1 กลยุทธ์ระดับแผนกการขายและการตลาด

ทำกิจกรรมทางการตลาดกระตุ้นลูกค้าให้เกิดความสนใจ การรับรู้ และตัดสินใจเลือกซื้อบริการ ในส่วนของการขายกิจกรรมจะมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบคำถามลูกค้าอยู่ตลอดเวลา โดยลูกค้าสามารถทำการจองเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมและชำระค่าบริการได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย ผ่านการโอนทางโมบายแอปพลิเคชัน หรือชำระผ่านบัตรเครดิต

- 1) โดยทางเราจะมีจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ลดราคาช่วงปิดเทอม
- 2) กิจกรรมหลักจากราคา 800 บาท เหลือเพียง 699 บาท
- 3) จัดโปรโมชั่นซื้อกิจกรรมหลัก 800 บาท จำนวน 5 ใบ แถมฟรีกิจกรรมพิเศษ 2 กิจกรรม สามารถเก็บคูปองได้ 1 ปี
- 4) จัดกิจกรรมเล่นเกมผ่าน Facebook แจกของรางวัลฟรี



#### 3.4.3.2 กลยุทธ์ระดับแผนกบัญชีและการเงิน

จัดทำแผนรายรับรายจ่ายอย่างมีระบบและให้ตรงตามความเป็นจริงที่สุด มีการเสียภาษีถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด มีการวางแผนด้านเงินทุนสำรองหมุนเวียนที่เหมาะสม หากเกิดปัญหาฉุกเฉินขึ้น ต้องพร้อมรับมือในภายภาคหน้า

#### 3.4.3.3 กลยุทธ์ระดับแผนกจัดซื้อและบริหารผลิตภัณฑ์

จัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์จากต้นทางการผลิตเพื่อให้ได้ในราคาที่ถูกที่สุด โดยจะจัดซื้อและสต็อกสินค้าตามความเหมาะสมกับการเข้ามาบริการของลูกค้าในแต่ละช่วงเพื่อไม่ให้สินค้าขาดตลาด และรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า

#### 3.4.3.4 กลยุทธ์ระดับแผนกบริการลูกค้าสัมพันธ์

ทางร้านมีช่องทางการติดต่อที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น ผ่าน Messenger Inbox Facebook หรือ Line Official ซึ่งทางร้าน มีแอดมินสำหรับตอบคำถามและให้คำแนะนำกับลูกค้าทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00-18.00 น. และจะมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ลูกค้าสามารถพูดคุย สอบถามข้อมูลที่ต้องการ และยังสามารถทำการจองเพื่อเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย หรือหากลูกค้าไม่พอใจในการได้รับบริการด้านใด ลูกค้าสามารถติดต่อและพูดคุยถึงปัญหาได้ ทางร้านยินดีรับฟังและแก้ไขปัญหาเพื่อให้เกิดบริการที่ดีที่สุด

## บทที่ 4 การวิจัยตลาด

### 4.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

4.1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคาเฟ่ที่มีการจัดกิจกรรม Workshop สำหรับเด็กของผู้มีบุตรอายุตั้งแต่ 20-40 ปี

4.1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการคาเฟ่ที่มีการจัดกิจกรรม Workshop สำหรับเด็ก เพื่อนำผลการวิจัยไปกำหนดรูปแบบธุรกิจได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

### 4.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการคาเฟ่ที่มีการจัดกิจกรรม Workshop สำหรับเด็ก และสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปเป็นแนวทางวางกลยุทธ์ และรูปแบบของธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าหลักได้อย่างตรงจุด

### 4.3 ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยตลาดครั้งนี้ได้ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 82 คน

### 4.4 ขอบเขตการวิจัย แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยตลาดครั้งนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มพ่อแม่ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่มาใช้บริการร้าน Monkey Tree Cafe and Farm คาเฟ่ที่มีการจัดกิจกรรม Workshop สำหรับเด็ก จำนวนทั้งสิ้น 82 คน

### 4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการทำแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากกลุ่มเป้าหมาย คือ ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่ เดือนตุลาคมถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 โดยคำถามที่ใช้ในการสอบถามจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

4.5.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเลี้ยงดูและการพาเด็กออกไปทำกิจกรรมนอกร้านของผู้ทำแบบสอบถาม

#### 4.5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

#### 4.6 สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนตามแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน 82 คน	ร้อยละ
1. เพศ		
เพศชาย	25	30.50
เพศหญิง	57	69.50
2. อายุ		
อายุ 20-25 ปี	4	4.90
อายุ 25-30 ปี	7	8.60
อายุ 30-35 ปี	56	68.00
อายุ 35-40 ปี	14	17.30
มากกว่า 40 ปี	1	1.20
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	17	20.70
ปริญญาตรี	56	68.30
ปริญญาโท	9	11.00
ปริญญาเอก		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน 82 คน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน-นักศึกษา	2	2.50
ข้าราชการ	2	2.50
พนักงานบริษัทเอกชน	25	30.90
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	2.50
ธุรกิจส่วนตัว	43	51.30
อาชีพอื่น ๆ	8	10.30
5. รายได้รวมต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	16	19.50
15,000-20,000 บาท	11	13.40
20,000-30,000 บาท	16	19.50
30,000-40,000 บาท	16	19.50
40,000 บาทขึ้นไป	23	28.10
6. สถานภาพ		
โสด	36	43.90
สมรส	42	51.20
หย่าร้าง	4	4.90
7. มีบุตร หรือยังไม่มีบุตร		
ไม่มีบุตร	20	24.40
มีบุตร	54	65.80
ไม่มีบุตรแต่มีหลาน	8	9.80

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

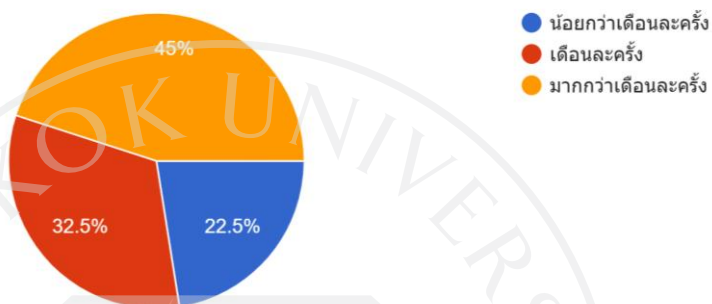
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน 82 คน	ร้อยละ
8. มีบุตร/หลานจำนวนกี่คน		
1 คน	32	41.00
2 คน	24	30.80
มากกว่า 2 คน	22	28.20
ไม่ได้ตอบคำถาม	4	-
9. มีบุตร/หลาน เพศอะไร		
เพศหญิง	20	25.60
เพศชาย	32	41.10
ทั้งเพศหญิงและชาย	26	33.30
ไม่ได้ตอบคำถาม	4	-
10. อายุของบุตร/หลาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ต่ำกว่า 1 ขวบ	10	12.80
1-5 ขวบ	36	46.20
5-10 ขวบ	27	34.60
มากกว่า 10 ขวบ	13	16.70

สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามออนไลน์ ได้มีกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทั้งหมด 82 ราย แบ่งเป็น เพศชาย 25 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 เพศหญิง 57 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 ส่วนใหญ่อายุเฉลี่ย 30-35 ปี ร้อยละ 68 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 68.3 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 51.3 มีรายได้ต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 28.1 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 51.2 และมีบุตร ร้อยละ 65.8 จำนวนบุตร/หลาน 1 คน ร้อยละ 41 เป็นบุตรเพศชาย ร้อยละ 41.1 และมีอายุเฉลี่ยของบุตร/หลาน 1-5 ขวบ ร้อยละ 46.2

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลี้ยงดูและการพาเด็กออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านของผู้ทำแบบสอบถาม

ภาพที่ 4.1: แสดงพฤติกรรมการพาเด็กออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน

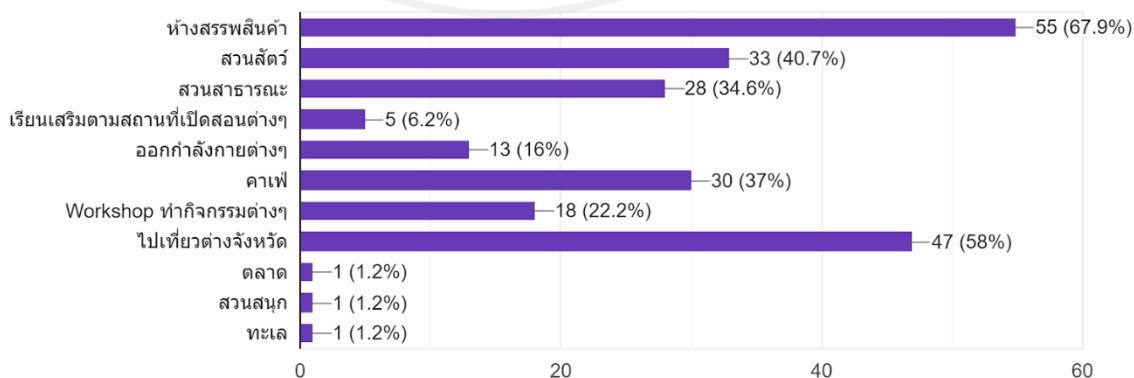
11. ท่านพาเด็กๆออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านบ่อยหรือไม่ (ช่วงปกติที่ไม่มีสถานการณ์โควิด)  
คำตอบ 80 ข้อ



ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ร้อยละ 45 ของกลุ่มตัวอย่าง พาเด็กออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านมากกว่าเดือนละครั้ง รองลงมา คือ เดือนละครั้ง ร้อยละ 32.5 และน้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

ภาพที่ 4.2: แสดงสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายมักจะเลือกพาเด็กออกไปทำกิจกรรม

12. ท่านจะพาเด็กๆออกไปทำกิจกรรมที่ไหน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)  
คำตอบ 81 ข้อ

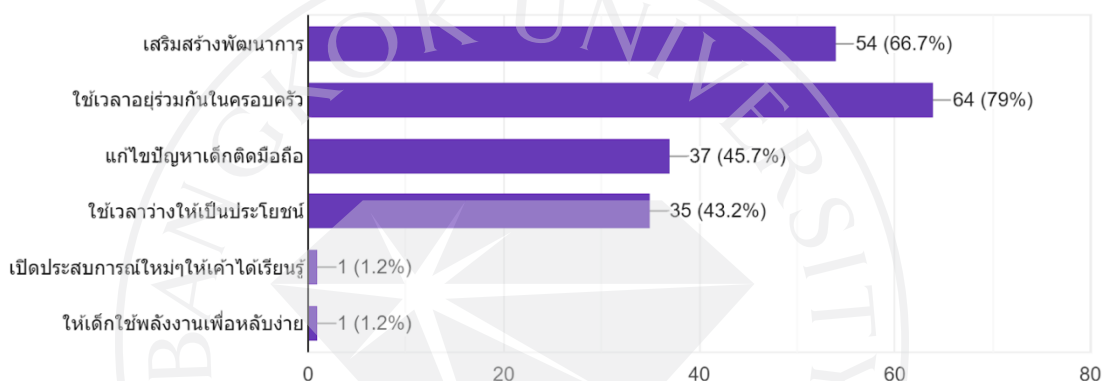


ผลการวิจัยสรุปได้ว่า สถานที่ในการพาเด็กออกไปทำกิจกรรม คือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 67.9 รองลงมา คือ ไปเที่ยวต่างจังหวัด ร้อยละ 58 และสวนสัตว์ ร้อยละ 40.7 ค่าเฟ่ ร้อยละ 37 สวนสาธารณะ ร้อยละ 34.6 Workshop ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร้อยละ 22.2 ออกกำลังกายต่าง ๆ ร้อยละ 16 เรียนเสริม ร้อยละ 6.2 ตามลำดับ และยังมีอื่น ๆ อีก ได้แก่ ตลาด สวนสนุก และทะเล

ภาพที่ 4.3: แสดงวัตถุประสงค์หลักในการพาเด็กไปเข้าร่วมกิจกรรม

### 13. วัตถุประสงค์หลักในการพาไปเด็กเข้าร่วมกิจกรรม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

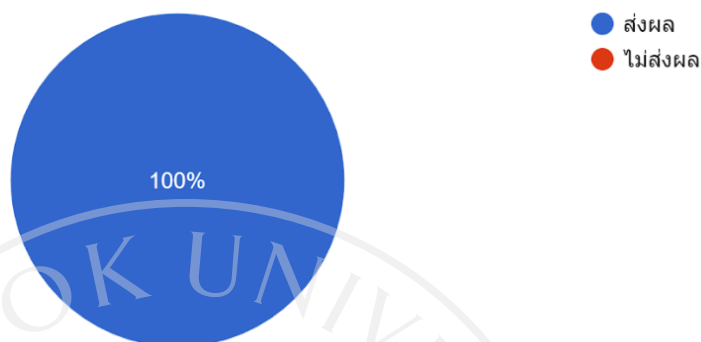
คำตอบ 81 ข้อ



ผลการวิจัยสรุปได้ว่า สำหรับวัตถุประสงค์หลักในการพาไปเด็กเข้าร่วมกิจกรรม คือ ต้องการใช้เวลาอยู่ร่วมกันในครอบครัว ร้อยละ 79 รองลงมา คือ เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการ ร้อยละ 66.7 และเพื่อแก้ไขปัญหาเด็กติดมือถือร้อยละ 45.7 และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ร้อยละ 43.2 และอื่น ๆ อีก ได้แก่ เปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้เด็กได้เรียนรู้ และให้เด็กได้ใช้พลังงานเพื่อหล้ง่าย

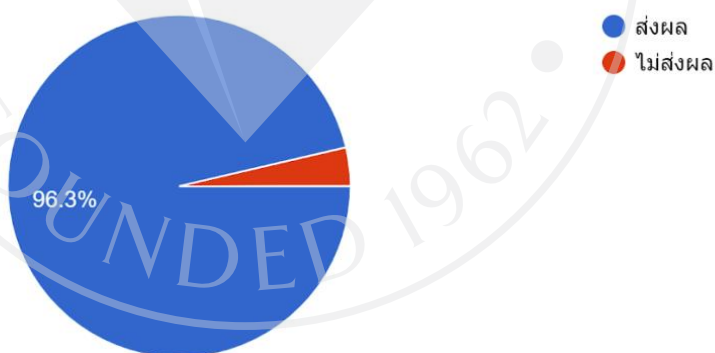
ภาพที่ 4.4: แสดงผลการเลี้ยงดูส่งผลต่อจิตใจของเด็ก

14. ท่านคิดว่าการเลี้ยงดูของคนในครอบครัวส่งผลต่อจิตใจของเด็กหรือไม่  
คำตอบ 82 ข้อ



ภาพที่ 4.5: แสดงผลการใช้เวลาอยู่ร่วมกันของพ่อแม่ลูกส่งผลต่อพัฒนาการเด็ก

15. ท่านคิดว่าการใช้เวลาอยู่ร่วมกันระหว่างพ่อแม่ลูกส่งผลต่อพัฒนาการของเด็กหรือไม่  
คำตอบ 82 ข้อ



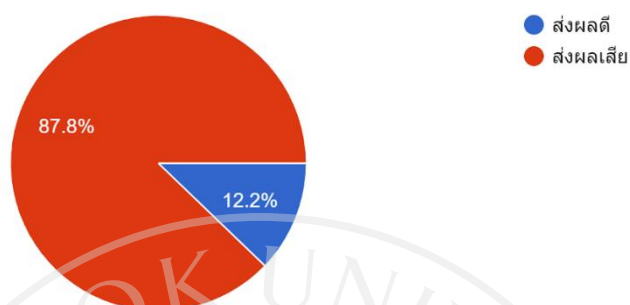
ผลการวิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 100 คิดว่าการเลี้ยงดูของคนในครอบครัวส่งผลต่อจิตใจของเด็ก

และคิดว่าการใช้เวลาอยู่ร่วมกันระหว่างพ่อแม่ลูกส่งผลต่อพัฒนาการของเด็ก ร้อยละ 96.3



ภาพที่ 4.6: แสดงผลดีหรือผลเสียต่อพัฒนาการของเด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี

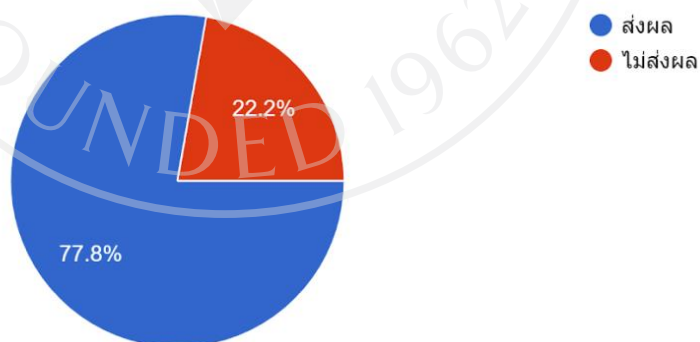
16. ท่านคิดว่าเด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี ดูหน้าจอทีวี หรือโทรศัพท์มือถือส่งผลดีหรือผลเสียต่อพัฒนาการ  
คำตอบ 82 ข้อ



ผลการวิจัยสรุปได้ว่าการให้เด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี ดูหน้าจอทีวีหรือโทรศัพท์มือถือส่งผลเสียต่อพัฒนาการ ร้อยละ 87.8

ภาพที่ 4.7: แสดงผลการมีพื้นที่ที่จำกัดส่งผลต่อการทำกิจกรรมของเด็ก

17. ท่านคิดว่าหากมีพื้นที่ในการเลี้ยงดูที่จำกัดส่งผลต่อการทำกิจกรรมของเด็กหรือไม่  
คำตอบ 81 ข้อ

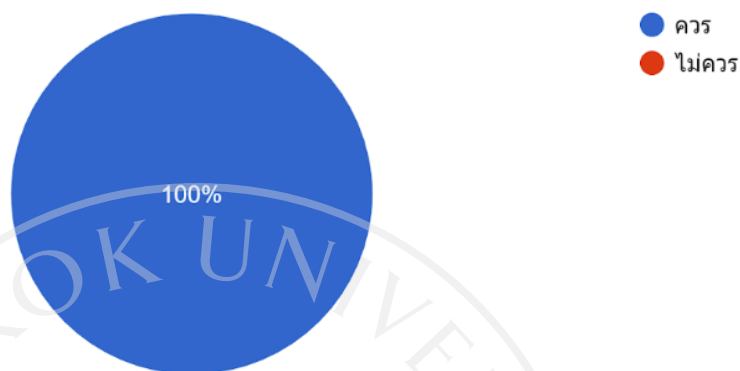


ผลการวิจัยสรุปได้ว่าหากมีพื้นที่ในการเลี้ยงดูที่จำกัดจะส่งผลต่อการทำกิจกรรมของเด็ก ร้อยละ 77.8

ภาพที่ 4.8: แสดงพฤติกรรมว่าเด็กควรหรือไม่ควรออกไปทำกิจกรรมนอกสถานที่

### 18. ท่านคิดว่าเด็กๆควรออกไปทำกิจกรรมนอกสถานที่หรือไม่

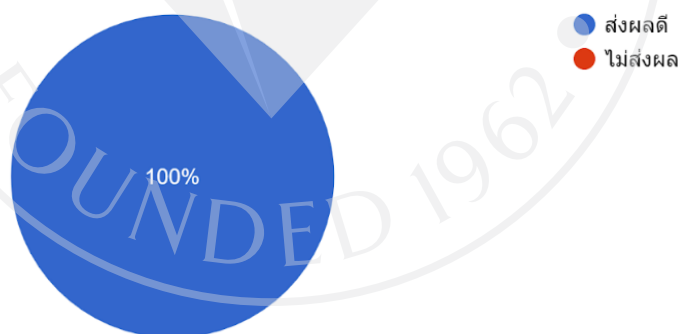
คำตอบ 82 ข้อ



ภาพที่ 4.9: แสดงพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านการเล่นส่งผลดีหรือไม่ส่งผลต่อพัฒนาการของเด็ก

### 19. ท่านคิดว่าการเรียนรู้ผ่านการเล่น หรือการทำกิจกรรมต่างๆส่งผลดีต่อพัฒนาการของเด็กหรือไม่

คำตอบ 82 ข้อ



ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 100 เห็นควรให้เด็ก ๆ ได้ออกไปทำกิจกรรมนอกสถานที่ และนอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 100 คิดว่าการเรียนรู้ผ่านการเล่นหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ จะส่งผลดีต่อพัฒนาการของเด็ก

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

ตารางที่ 4.2: แสดงปัจจัยในการตัดสินใจเข้ามาเลือกซื้อและใช้บริการ

ปัจจัยในการเข้ามาใช้บริการ	มีผลน้อย	มีผลปานกลาง	มีผลมาก
การจัดกรรม Work Shop ที่หลากหลาย	-	-	100%
การเลือกใช้บริการในการสอน	8.50%	-	91.50%
รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษ	-	-	100%
ความสนใจในการเด็กเข้ามาใช้บริการ	-	-	100%
ราคาสินค้าและบริการ	11%	-	89%
การจัดกรรมลดราคา	7.40%	-	92.60%
การเดินทางมาใช้บริการ	14.60%	-	85.40%

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 100 คิดว่าการจัดกิจกรรมสำหรับเด็กที่มีกิจกรรมให้เลือกหลากหลายเป็นตัวเลือกให้เข้ามาใช้บริการ โดยการเลือกใช้บริการที่มีคุณภาพ เช่น ครูที่จบจากปฐมวัยโดยเฉพาะเป็นผู้สอนเด็ก ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้อยละ 91.5 และกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 100 คิดว่าการสอนรูปแบบภาษาอังกฤษน่าสนใจ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ต้องการให้เด็กเข้าร่วมกิจกรรมเรียนในรูปแบบภาษาอังกฤษ ร้อยละ 61 และหากมีคาเฟ่ที่จัดกิจกรรมสำหรับเด็กแบบนี้จะสนใจพาบุตรหลานเข้ามาใช้บริการ ร้อยละ 100 สำหรับรายละเอียดของตัวกิจกรรมหลักดังกล่าว กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 65.9 ยินดีจ่ายในราคา 600-700 บาท รองลงมาคือราคา 700-800 บาท ร้อยละ 20.7 และ ราคา 800-900 บาท ร้อยละ 13.4 ตามลำดับ และสะดวกพาเด็ก ๆ มาร่วมทำกิจกรรมในวัน วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์มากที่สุด ร้อยละ 82.9

จากการศึกษาพบว่า การจัดกิจกรรมลดราคา ส่งผลต่อการเลือกซื้อบริการเพิ่มขึ้น ร้อยละ 96.2 และสามารถจ่ายเงินค่าเข้าร่วมกิจกรรมหลักในราคา 800 บาทได้ ร้อยละ 89 คิดว่าการเดินทางไม่ถึง 1 ชม. ใกล้หรือไกลในการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการหรือไม่ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการเดินทางไม่ถึง 1 ชม. มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ สถานที่จัดกิจกรรมที่ใกล้สะดวกเดินทาง ร้อยละ 85.4

#### 4.7 ประเด็นผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนธุรกิจ

ผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนธุรกิจ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

##### ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการวิจัยพบว่าการจัดกิจกรรม Work Shop ที่หลากหลาย และเลือกบุคลากรครูที่จบจากปริญญ์เป็นผู้สอนโดยเฉพาะ เป็นตัวเลือกที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการ และหากมีการเพิ่มการสอนในรูปแบบภาษาอังกฤษเข้าไปด้วย จะทำให้กลุ่มเป้าหมายมีตัวเลือกในการพาบุตรหลานเข้ามาใช้บริการเพื่อเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้นอีกอีกด้วย

##### ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านราคา

จากผลการวิจัยพบว่าราคาค่าเข้าร่วมกิจกรรมหลักราคา 800 บาท เป็นราคาในกลุ่มเป้าหมายสามารถจ่ายได้ แต่ถ้าหากทางร้านมีการจัดกรรมลดราคาจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจในการซื้อบริการที่เพิ่มมากขึ้น

##### ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการวิจัยพบว่า การเดินทางมาที่ร้านเพื่อซื้อสินค้าและเข้าใช้บริการ ใช้เวลาในการเดินทางไม่ถึง 1 ชั่วโมง กลุ่มเป้าหมายสะดวกและสามารถเดินทางมาเพื่อซื้อสินค้าและบริการได้

##### ส่วนที่ 4 ด้านการส่งเสริมการขาย

จากผลการวิจัยพบว่า หากมีการจัดกรรมลดราคาจะส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น ทางร้านจึงจะจัดกรรมลดราคาค่าเข้าร่วมกิจกรรมในช่วงปิดเทอมในราคา 699 บาท ซึ่งจะตรงกับผลสำรวจที่กลุ่มเป้าหมายยินดีที่จะจ่ายได้ในราคา 700 บาท

## บทที่ 5 แผนการตลาด

### 5.1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด

- 5.1.1 เพื่อจัดแบ่งกลุ่มลูกค้าให้ตรงตามเป้าหมาย
- 5.1.2 เพื่อสร้างการรับรู้ของกลุ่มลูกค้า
- 5.1.3 ทำให้ร้านเป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายภายใน 3 เดือน
- 5.1.4 เพื่อให้มียอดจองกิจกรรมเต็มทุกสัปดาห์ภายใน 6 เดือน

### 5.2 การแบ่งส่วนทางการตลาด

สามารถแบ่งส่วนตลาดได้จาก 3 ปัจจัยหลัก ดังนี้

#### 5.2.1 การแบ่งกลุ่มด้านประชากรศาสตร์ (Demographics Segmentation)

ข้อมูลจากการสำรวจด้านประชากรศาสตร์พบว่า กลุ่มลูกค้าเพศหญิงและชาย อายุระหว่าง 20-35 ปี, 35-50 ปีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี สถานภาพโสด และสมรส ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้บุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 15,000-40,000 และ 40,000 บาทขึ้นไป

#### 5.2.2 การแบ่งกลุ่มด้านจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)

ข้อมูลจากการสำรวจด้านจิตวิทยาพบว่ากลุ่มพ่อแม่ชอบพาลูกออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน เป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 เพื่อต้องการใช้เวลาอยู่ร่วมกันในครอบครัว

กลุ่มที่ 2 เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

กลุ่มที่ 3 เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการให้กับเด็ก

#### 5.2.3 การแบ่งกลุ่มด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Segmentation)

จากข้อมูลการสำรวจด้านพฤติกรรมศาสตร์พบว่า

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มพ่อแม่ที่ชอบพาลูกออกมาทำกิจกรรมนอกบ้าน

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรหลาน และชอบพาลูกออกมาทำกิจกรรมนอกบ้าน

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มโรงเรียนเอกชนที่จัดกิจกรรมทัศนศึกษานอกสถานที่ให้กับเด็กนักเรียน

กลุ่มที่ 4 คือ กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการไปคาเฟ่

### 5.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Targeting)

#### 5.3.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

กลุ่มคนทั้งหญิงและชาย อายุ 25-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อบุคคล 20,000-40,000 บาทขึ้นไป มีบุตรช่วงอายุ 3-10 ปี อาศัยอยู่ย่านกรุงเทพฯ และปริมณฑล

กลุ่มคนที่มีบุตรช่วงอายุ 3-10 ปี ชอบพาลูกออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน เพื่อใช้เวลาอยู่ร่วมกันในครอบครัว

#### 5.3.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

กลุ่มลูกค้าเพศหญิงและชาย ช่วงอายุ 25-35 ปี อาศัยอยู่ย่านชานเมืองจังหวัดปทุมธานี รายได้ต่อเดือน 15,000-40,000 บาทต่อเดือน เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการทานอาหาร ขนม และเครื่องดื่มในส่วนของคาเฟ่เป็นหลัก

กลุ่มโรงเรียนเอกชนย่านกรุงเทพฯ และปริมณฑลจัดกิจกรรมทัศนศึกษานอกสถานที่ให้กับเด็กนักเรียนช่วงอายุ 3-10 ปี เพื่อให้ได้กลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้ทำกิจกรรมในช่วงวันธรรมดาจันทร์-ศุกร์ เป็นการเพิ่มยอดขายอีกช่องทางหนึ่ง

### 5.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

คาเฟ่ที่เป็นมากกว่าคาเฟ่ เป็นสวนสนุกของเด็กที่ได้มาร่วมทำกิจกรรมที่หลากหลาย และมีคาเฟ่ที่เป็นที่พึงใจและสามารถนั่งทำงานได้ของพ่อแม่ เป็นสถานที่ที่พ่อแม่ เด็ก และทุกคนในครอบครัวมาเพื่อใช้เวลาอยู่ร่วมกัน และเด็กที่มาร่วมกิจกรรมจะได้เสริมสร้างพัฒนาการที่ดีทั้งทางร่างกายและจิตใจ เพิ่มความรู้ ความสนุกสนาน และอิมเมอร์ซีฟทั้งครอบครัว อีกทั้งพ่อแม่ยังได้เห็นพัฒนาการของบุตรหลานที่เข้ามาใช้บริการกลับไปพร้อมกับความสุขของทุกคนในครอบครัว ทำให้ทุกคนในครอบครัวมีเวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้น

#### 5.4.1 Brand DNA

1) Benefits คือ สิ่งสำคัญที่เด็กทุกคนที่มาร่วมทำกิจกรรมที่ร้าน ต้องได้รับความรู้ ได้รับการเสริมสร้างพัฒนาการที่ดีทั้งทางร่างกายและจิต พร้อมกับได้รับความสนุกสนานกลับไปทุกคน อีกทั้งพ่อแม่ยังได้เห็นความสามารถในด้านต่าง ๆ ของลูกที่โตมากขึ้นที่มีผลต่อพัฒนาการที่ดีของลูก เป็นสำคัญ

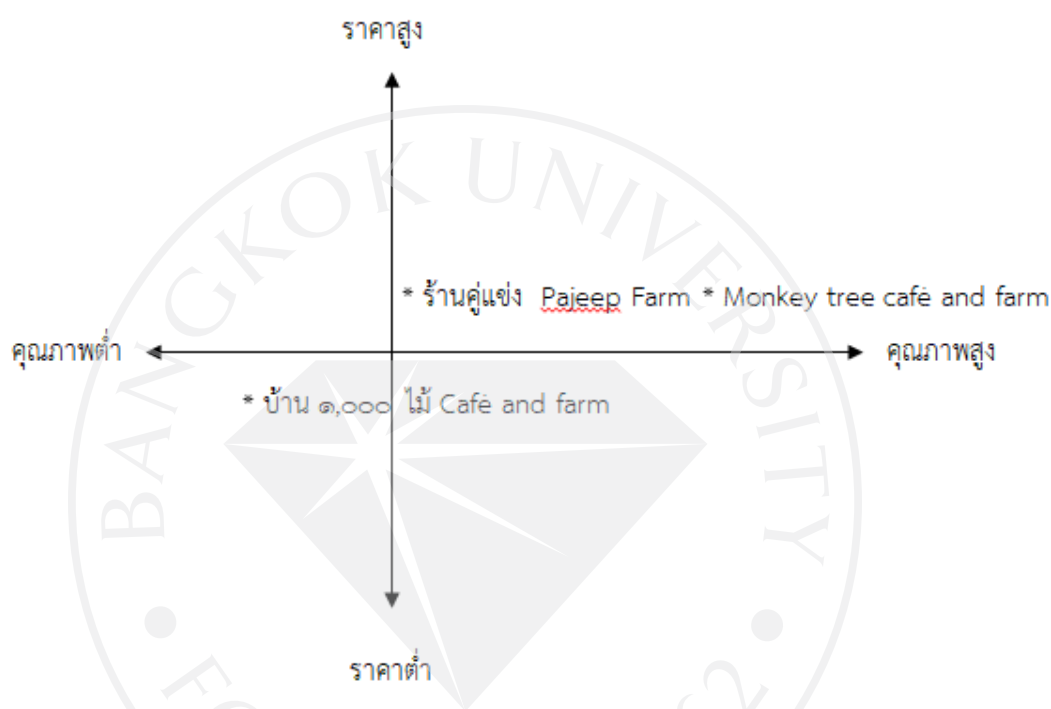
2) Variety ความหลากหลายของการทำกิจกรรมที่พ่อแม่และเด็กทุกคนสามารถเลือกได้ตามความต้องการ

3) Quality คุณภาพที่เราจัดสรรให้กับผู้บริโภครู้ทุกคนไม่ว่าจะเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพในการสอน อีกทั้งสถานที่ยังปลอดภัยสำหรับเด็กและทุกคนในครอบครัว

#### 5.4.2 การจัดวางตำแหน่งตราสินค้า (Brand Positioning Statement)

เป็นศูนย์รวมความสนุกของเด็กที่มีกิจกรรมหลากหลายให้ร่วมสนุก และยังมีบริการอาหารและเครื่องดื่มที่อร่อยล้นไปด้วยความเป็นธรรมชาติและดูแลอย่างเป็นกันเองแบบครอบครัว

ภาพที่ 5.1: แผนภาพแสดงการรับรู้ (Brand Perceptual Map)



จากแผนภาพแสดงการรับรู้ของร้านค้า Monkey Tree Café and Farm สรุปได้ว่า สินค้าและบริการของแบรนด์อยู่ในตำแหน่งของสินค้าที่มีราคาเท่ากับร้าน Pajeeep Farm แต่มีคุณภาพสูงกว่า และเมื่อเทียบกับร้าน บ้าน ๑,๐๐๐ ไม้ Café and Farm มีราคาค่อนข้างถูก และมีคุณภาพปานกลาง ทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการจากทางร้านเป็นสินค้าที่ดีและมีคุณภาพเมื่อเทียบกับคู่แข่งหลายร้าน

## 5.5 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

### 5.5.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product)

โดย Monkey Tree Café and Farm เปิดให้บริการเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เปิดให้บริการขายอาหารทั้งไทยและต่างประเทศ ขนมหวาน เค้ก และเครื่องดื่ม ที่ให้บริการทั้งทานที่ร้าน ซื้อมากลับบ้าน และส่งดีลิเวอรี่ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน Grab และ Robinhood

เมนูอาหารของร้านจะมีทั้งอาหารไทยและอาหารต่างประเทศ จะมีรายละเอียดเมนู ดังนี้

ตารางที่ 5.1: แสดงรายการเมนูอาหารของร้าน

รายการอาหารไทย	
ข้าวไข่เจียวหมูสับ	ต้มยำรวมมิตร
ข้าวไข่ข้นกุ้ง	ต้มจืดเต้าหู้หมูสับ
ข้าวกระเพราหมู/ไก่	ปีกไก่ทอดน้ำปลา
ข้าวหมู/ไก่ทอดกระเทียม	ยำวุ้นเส้นรวมมิตร
ข้าวผัดกุ้ง	ไข่ระเบิด
ผัดไทยกุ้งสด	ไข่ตุ๋นหม้อไฟทะเล
รายการอาหารต่างประเทศ	
สปาเก็ตตี้คาโบนาล่า	สลัดกุ้งทอด
สปาเก็ตตี้ซอสไก่	พิสแอนด์ชิฟ
ข้าวผัดอเมริกัน	เฟรนฟราย
ผัดมัคกะโรนีซอสไก่	ไส้กรอกทอด
ซูปมัคกะโรนีไก่	ชีสสติ๊ก



เมนูขนมหวานของร้านจะมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.2: แสดงรายการเมนูของหวานของร้าน

รายการขนมหวาน	
บราวนี่	เค้กมะพร้าว
วาฟเฟิล	เค้กช็อคโกแลตหน้านิ่ม
แพนเค้ก	เค้กส้ม
บานอฟฟี่	บูลเบอร์รี่ชีสพาย

เมนูเครื่องดื่มของร้านจะมีรายละเอียด ดังนี้

ภาพที่ 5.2: แสดงตัวอย่างเครื่องดื่ม



ทางร้านมีเครื่องดื่ม ดังนี้ กาแฟสดต่าง ๆ เช่น อเมริกาโน่ เอสเพรสโซ่ ลาเต้ คาปูชิโน่ ใน ส่วนของชาจะมีทั้ง ชาดำ ชามะนาว ชาเย็น และชาเขียว ส่วนเมนูผสมนมต่าง ๆ ได้แก่ โกโก้ และนม เย็น ส่วนเครื่องดื่มผสมโซดาได้แก่ บิวรี่โซดา มะนาวโซดา น้ำผึ้งมะนาวโซดา เครื่องดื่มจะมีทั้งแบบ ร้อน เย็น และปั่น

ส่วนที่ 2 เปิดให้บริการจัดกิจกรรม Workshop สำหรับเด็กช่วงอายุ 3-10 ปี โดยจะมีการ จัดกิจกรรมหลักที่มีกิจกรรมให้ทำหลากหลายมากถึง 4 กิจกรรมใน 1 รอบ โดยเราจะเน้นกิจกรรมนี้ เป็นหลัก และส่วนของกิจกรรมเสริมจะมีการทำกิจกรรมเพียง 1 กิจกรรมใน 1 รอบ เพื่อเป็นการเสริม

และตอบสนองตามความต้องการให้กับคนที่มั่งงำจำกัด แต่อยากให้เด็กได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม โดยจะมีรายละเอียดที่ต่างกัน ดังนี้

1) กิจกรรมหลัก รับเด็กรอบละ 25-30 คน

โดยกิจกรรมแบ่งออกเป็น 2 รอบ (รอบละ 3 ชั่วโมง) รอบเช้า 09.00-12.00 น. และรอบบ่าย 13.00-16.00 น.

โดยรอบเช้าวันเสาร์ และวันอาทิตย์สำหรับภาษาไทย และรอบบ่ายวันเสาร์สำหรับภาษาอังกฤษ

กิจกรรมหลักประกอบไปด้วยการทำ 4 กิจกรรม ดังนี้

- กิจกรรมเรียนรู้การเลี้ยงไก่ไข่ ให้อาหาร เก็บไข่ไก่ นำมาทำไข่เจียว โดยเด็กที่ร่วมกิจกรรมจะได้ไข่ไก่ใส่ชะลอมกลับบ้านคนละ 5 ฟอง และได้ทานข้าวไข่เจียว 1 กล่อง

- กิจกรรมปลูกพืชผักสวนครัว จะมีกระถางต้นไม้ให้เด็กได้พนท์สีลงบนกระถาง และนำพืชผักสวนครัวมาปลูกลงกระถาง และนำกลับไปปลูกต่อที่บ้าน คนละ 1 กระถาง

- กิจกรรมเรียนรู้การเลี้ยงเป็ด เก็บไข่เป็ด นำมาทำไข่เค็ม สอนเด็กเรียนรู้การทำไข่เค็ม โดยเด็กที่ร่วมกิจกรรมจะได้ไข่เค็มกลับบ้านคนละ 10 ฟอง/กล่อง

- กิจกรรมเรียนรู้การดำนา ปลูกข้าว และเรียนรู้เรื่องต้นข้าว

2) กิจกรรมเสริม จะมีทั้งหมด 2 รอบ รอบ 12.00-13.00 น. และ 16.00-17.00 น.

(รอบละ 1 กิจกรรม) กิจกรรมจะเปลี่ยนไปทุกเดือน อาทิเช่น

- กิจกรรมทำพิซซ่า (ได้พิซซ่าขนาด 6 ชั้น กลับบ้านคนละ 1 ถาด)

- กิจกรรมทำผ้าผัดย้อม (ได้เสื้อหรือกระเป๋าผ้ากลับบ้านคนละ 1 ตัว)

- กิจกรรมทำเทียนหอม (ได้เทียนหอมกลับบ้านคนละ 1 อัน)

- กิจกรรมทำสบู่ DIY (ได้สบู่กลับบ้านคนละ 1 ก้อน)

#### 5.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

การตั้งราคาในการเข้าร่วมการทำกิจกรรมจะไม่ต่ำและสูงกว่าคู่แข่ง ตั้งราคาตามความเหมาะสมกับสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ โดยที่ลูกค้าสามารถเลือกกิจกรรมตามราคาที่ลูกค้าสามารถจ่ายให้เด็ก ทำกิจกรรมได้ตามงบประมาณของลูกค้า ในส่วนของราคาอาหาร ขนม และเครื่องดื่ม ตั้งในราคาที่เหมาะสม ลูกค้าสามารถเลือกทานได้หลากหลาย เหมาะสมกับคุณภาพที่สดใหม่เสมอ

โดยในส่วนของการตั้งราคาการเข้าร่วมกิจกรรมทางร้านตั้งจากการสำรวจราคาคู่แข่งที่มีการจัดกิจกรรม Workshop สำหรับเด็กเหมือนกัน จึงตั้งราคาเป็นพื้นฐานเดียวกัน

โดยจะมีราคาขายกิจกรรมหลักและเสริม ดังนี้

1) กิจกรรมหลัก ค่าร่วมกิจกรรมสำหรับเด็กคนละ 800 บาท

2) กิจกรรมเสริม ค่าร่วมกิจกรรมคนละ 250 บาท

โดยในส่วนราคาของอาหารและเครื่องดื่มทางร้านตั้งจากการคิดการคำนวณโดยใน 100% ได้คำนวณเป็นต้นทุนของวัตถุดิบ 40% แล้วบวกด้วยกำไรขั้นต้นที่ต้องการอีก 60% โดยจะมีราคาขายอาหารและเครื่องดื่ม ดังนี้

ตารางที่ 5.3: แสดงราคาอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม

รายการอาหารจานเดียว	ราคา
ข้าวไข่เจียวหมูสับ	79
ข้าวไข่ชั้นกุ้ง	129
ข้าวกระเพราหมู/ไก่	99
ข้าวหมู/ไก่ทอดกระเทียม	99
ข้าวผัดกุ้ง	129
ผัดไทยกุ้งสด	129

รายการอาหารเป็นกับข้าว	ราคา
ต้มยำรวมมิตร	199
ต้มจืดเต้าหู้หมูสับ	159
ไข่ตุ๋นหม้อไฟทะเล	159
ยำวุ้นเส้นรวมมิตร	129
ไข่ระเบิด	129
ปีกไก่ทอดน้ำปลา	129

รายการอาหารต่างประเทศ	ราคา
สปาเก็ตตี้คาโบนาล่า	199
สปาเก็ตตี้ซอสไก่	159
ข้าวผัดอเมริกัน	159
ผัดมกกะโรนีซอสไก่	129

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ): แสดงราคาอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม

รายการอาหารต่างประเทศ	ราคา
ซูมัมกกะโรนีไก่	129
สลัดกุ้งทอด	129
พิซแอนต์ชิปส์	129
เฟรนช์ฟรายส์	99
ไส้กรอกทอด	99
ชีสสตีก	99

รายการเครื่องดื่ม	ราคา
เครื่องดื่มร้อน	55
เครื่องดื่มเย็น	65
เครื่องดื่มปั่น	75

รายการขนมหวาน	ราคา
เค้ก	89
แพนเค้ก และวาฟเฟิล	129
บูลเบอร์รี่ชสพาย	129

### 5.5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายลูกค้าสามารถเดินทางมาได้ด้วยตนเองที่อำเภอหนองเสือ คลอง 8 จังหวัดปทุมธานี หรือลูกค้าสามารถเข้ามาดูหรือสอบถามข้อมูลของร้านค้า บริการต่าง ๆ และสามารถทำการจองเข้าร่วมกิจกรรมผ่านทางแอดมินได้หลายช่องทาง ดังนี้

- 1) เว็บไซต์ [www.monkeytree.com](http://www.monkeytree.com)
- 2) Line Official Account: @monkeytree
- 3) สั่งซื้อบริการผ่าน Line My Shop
- 4) Instagram: Monkeytree

หากลูกค้าได้ทำการจองเข้าร่วมกิจกรรมลูกค้าสามารถชำระค่าบริการผ่านการโอนเงินทาง โบบายแอปพลิเคชันของทุกธนาคาร หรือชำระผ่านบัตรเครดิตได้ตลอด 24 ชั่วโมง และไม่มี ค่าธรรมเนียมในการบริการในการโอนแต่อย่างใด

#### 5.5.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ละยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง อีกทั้งที่ตั้งสถานที่ตั้งยังไม่ได้ อยู่ติดถนนจึงไม่สามารถมองเห็นได้ง่าย ต้องอาศัยกลยุทธ์ที่สร้างการรับรู้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและ คนทั่วไปในช่องทางที่เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารของบริการที่ถูกต้อง และอยากพาลูกหลานเข้ามาทดลองใช้บริการและร่วมทำกิจกรรม และสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าตั้งแต่ครั้งแรก ที่เข้ามาใช้บริการเพื่อให้มาเป็นลูกค้าประจำ กลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำบอกต่อกับผู้อื่นต่อไป

- 1) โฆษณาเพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จัก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด
- 2) การประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของร้านผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียที่มี
- 3) สร้างความประทับใจครั้งแรก เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

##### 5.5.4.1 การโฆษณา (Advertising)

ทางร้านจะมีการเปิด Facebook Page, Instagram, Line Official เพื่อใช้ในการแจ้ง ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์เวลาจัดกิจกรรมโปรโมชั่นลดราคา หรือจัดกิจกรรมแจกของรางวัล โดยให้มาร่วมสนุกหน้าเพจอย่าสม่ำเสมอ โดยทางร้านจะมีแอดมินให้บริการตอบคำถามและให้ข้อมูล ตลอดเวลา และยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน Line My Shop ที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ทางร้านจะมีการตลาดผ่านช่องทาง ดังนี้

- 1) การทำการตลาดผ่านช่องทาง Facebook
  - ซื้อโฆษณาเจาะกลุ่มเป้าหมายสำหรับคนมีครอบครัวและมีบุตรหลาน
  - ทำการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการที่มีผ่านหน้าเพจ Facebook อย่าง

สม่ำเสมอ

- จัดโปรโมชั่นลดราคาช่วงปิดเทอม หรือหน้าฝน
- จัดกิจกรรมเล่นเกมร่วมสนุก Like & Share และแจกของรางวัล ผ่านหน้าเพจ

Facebook

- 2) การทำการตลาดผ่านช่องทาง Instagram
  - โปรโมตผ่านช่องทาง Instagram โพสต์ภาพกิจกรรมต่าง ๆ
  - ลงโฆษณาเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่น ณ ช่วงเวลานั้น ๆ
  - อัปเดตภาพการทำกิจกรรมลงบนสตอรี่

### 3) การทำการตลาดผ่านช่องทาง Youtube

ทางเราจะทำการถ่ายทำวิดีโอแนะนำธุรกิจ ถ่ายบรรยากาศโดยรอบของสถานที่ เพื่อเป็นการเปิดตัวธุรกิจให้คนรู้จักเรามากขึ้นเห็นภาพบรรยากาศสถานที่จริง และจะมีการแจก ส่วนลดให้กับลูกค้าที่ดูวิดีโอตอนท้ายคลิป และทางช่องจะมีการอัปเดตคลิปเด็ก ๆ ที่เข้ามาร่วมทำ กิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ (โดยทำการขออนุญาตผู้ปกครองก่อนนำมาลงคลิปวิดีโอ) เชิญดาราคู่แม่ลูก เช่น แพท ฌนปภา กับน้องเรซซึ่งมาร่วมทำกิจกรรม พร้อมกับถ่ายคลิปวิดีโอเพื่อนำมาเป็นสื่อโฆษณา รวมถึงมีการลงคลิปโปรโมตโปรโมชันต่าง ๆ ในช่วงเวลานั้น ๆ เพื่อให้ลูกค้าที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม สามารถเข้ามาดูบรรยากาศสถานที่ผ่านรูปแบบวิดีโอ และร่วมสนุกเล่นเกมเพื่อรับของรางวัลได้อีกด้วย

แผนกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจร้าน Monkey Tree Cafe and Farm

ซึ่งในปีแรกทางร้านจะทำการซื้อโฆษณาเป็นจำนวน 40,000 บาท ทุกเดือน โดยในปีถัดไปอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงงบประมาณและระยะเวลาลดลงจากเดิม

ตารางที่ 5.4: แสดงแผนกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจร้าน Monkey Tree Cafe and Farm

กิจกรรมทางการตลาด	ช่วงเวลาในการดำเนินกิจกรรม	งบประมาณที่ใช้
โฆษณาบน Facebook	ทุกเดือน/ตลอดปี	เดือนละ 20,000 บาท
โฆษณาบน Instagram	ทุกเดือน/ตลอดปี	เดือนละ 10,000 บาท
โฆษณาบน Youtube Channel	ทุกเดือน/ตลอดปี	เดือนละ 10,000 บาท

#### 5.5.4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

##### 1) การจัดทำ Marketing Campaigns

จัดกิจกรรมแคมป์ปิ้งช่วงปิดเทอม 1 Day Camp โดยจะมีกิจกรรมให้เด็กร่วมสนุก ตลอดทั้งวัน พร้อมอาหาร 2 มื้อ และเครื่องดื่มตลอดทั้งวัน ตั้งแต่ 09.00–18.00 น. ในวันธรรมดา เท่านั้น รับประทาน 30-40 คนเท่านั้น ราคา 1,599 บาท

##### 2) การมอบคูปองส่วนลด On-Top

- จัดโปรโมชันลดราคาเอาใจช่วงปิดเทอม กิจกรรมหลักจากราคา 800 บาท เหลือเพียง 699 บาท!!

- ขายคูปองกิจกรรมหลัก 800 บาท จำนวน 5 ใบ แคมป์กิจกรรมเสริม 2 กิจกรรม สามารถเก็บคูปองไว้ใช้ได้ 6 เดือน

### 3) การจัดโปรโมชั่น Flash Sale

จัดโปรโมชั่น Flash Sale ช่วงฤดูฝน ขายเพียงวันเดียว ลดราคาทำฝน เหลือเพียง 599 บาทเท่านั้น ใช้คูปองภายใน 3 เดือน โดยทางร้านจะทำการขายคูปองผ่านทาง Line My Shop

### 4) การพัฒนาระบบ Membership Rewards

ทางร้านมีบัตรสมาชิกสะสมแต้มสมัครฟรีสำหรับเด็กทุกคนที่เข้าร่วมกิจกรรมหลัก โดยจะได้รับคะแนนสะสม 1 ดวง ทุกๆยอดการซื้อกิจกรรมหลักเท่านั้น โดยจะสะสมไว้ในระบบ Line Official Account ของลูกค้า

เมื่อสะสมครบ 10 ดวง สามารถนำมาแลก กิจกรรมเสริมได้ฟรี 1 กิจกรรม หรือ แลกรับส่วนลด 30% ครั้งถัดไป



## บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

### 6.1 การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ

จดทะเบียนพาณิชย์เป็นนิติบุคคล ทุกจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบไปด้วยกรรมการ 2 คน

#### 6.1.1 การจัดตั้งธุรกิจ

เป็นธุรกิจขนาดเล็กภายในครอบครัว โดยมีผู้ร่วมก่อตั้ง 2 คน ดังนี้

- 1) นางวิพรรณ ปาसानะเก
- 2) นายวุฒิชัย ปาसानะเก

#### 6.1.2 การขออนุญาตประกอบกิจการ

ธุรกิจวางแผนที่จะทำการจดทะเบียนพาณิชย์เป็นนิติบุคคล ประเภทบริษัทจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท มังกี้ทรี จำกัด

#### 6.1.3 ภาษีและประกันสังคม

บริษัทจะทำเรื่องขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และยื่นเสียภาษีทุกรูปแบบของภาษีนิติบุคคลประจำปีอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีประกันสังคมให้กับพนักงานทุกคน

### 6.2 แผนการดำเนินงานก่อนการเปิดให้บริการ

ทำการปรับปรุงพื้นที่ และทำการก่อสร้างสถานที่ตามแบบแผนการก่อสร้างที่ได้วางไว้ ซึ่งจะใช้เวลาในการก่อสร้างและปรับปรุงสถานที่พร้อมตกแต่งให้แล้วเสร็จประมาณ 1 ปี วางแผนบริหารงานอย่างมีมาตรฐานและเป็นระบบในเรื่องการจูงใจกิจกรรม และทำสต็อกสินค้าให้มีพร้อมตามความเหมาะสม จัดเตรียมสถานที่ให้สะอาดพร้อมใช้งานและเป็นระเบียบปลอดภัย เรียกประชุมและอบรมพนักงานทุกคนในทราบถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละคน

การเลือกทำเลที่ตั้ง และการจัดเตรียมพื้นที่

ร้าน Monkey Tree Café and Farm ตั้งอยู่ที่ ตำบลบึงบอน อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ขนาดกว้าง 5 ไร่ เดินทางสะดวกสบาย มีความเป็นธรรมชาติแต่อยู่ใกล้จังหวัดกรุงเทพฯ

### 6.3 การจัดสรรพื้นที่ภายใน

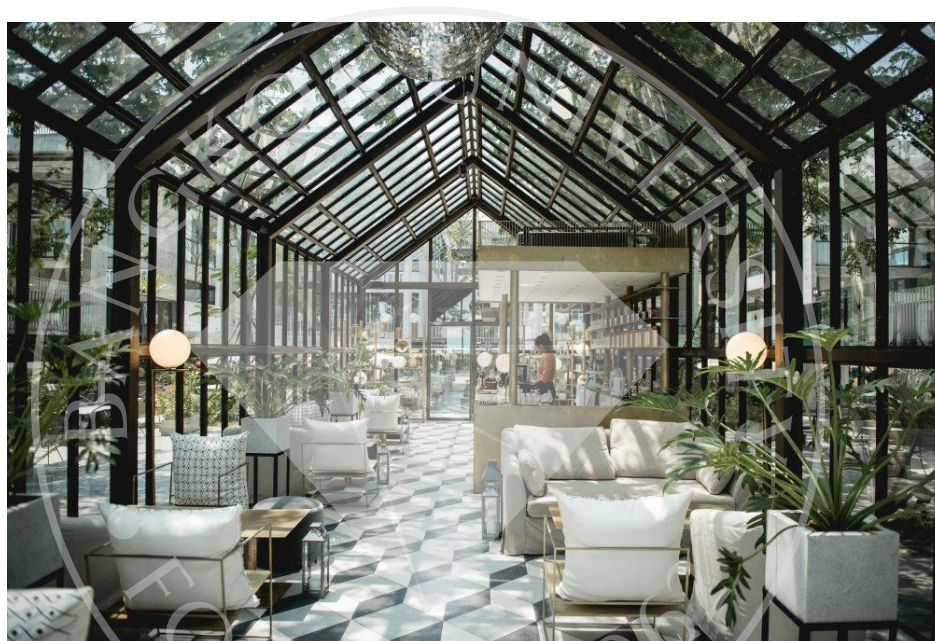
พื้นที่ภายในของร้านแบ่งออกเป็น 3 โซน ดังนี้

โซนที่ 1 จะเป็นในส่วนของคาเฟ่ และห้องครัว สามารถรับรองลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในส่วนของอาหาร ขนมหวานและเครื่องดื่ม ก่อสร้างด้วยกระจกล้อมรอบเพื่อความสวยงาม และ



ผู้ปกครองสามารถมองเห็นเด็กที่ทำกิจกรรมอยู่ภายนอกจากข้างในห้องอาหารได้ด้วย ตกแต่งด้วยโตะไม้ เก้าอี้และโซฟาโทนสีขาวครีมสะอาดตา ดูหรูหรา นั่งสบาย เหมาะแก่การนั่งทำงานและสังสรรค์กับครอบครัวได้ ทางร้านมีทั้งแบบนั่งในห้องแอร์ และแบบนั่งภายนอกค่าเฟ่ที่ไม่มีแอร์ด้วยเหมาะสำหรับลูกค้าที่ชื่นชมความเป็นธรรมชาติ ในส่วนของภายในคาเฟ่ทางร้านจะมีคอน์เตอร์ที่ให้บริการในส่วน of เครื่องดื่ม พร้อมตู้แช่สำหรับขนมเค้กต่าง ๆ

ภาพที่ 6.1: ร้าน Sundance แสดงภาพตัวอย่างบรรยากาศภายในร้าน



ที่มา: ร้าน Sundance. (2561.). สืบค้นจาก <https://www.bkkmenu.com/eat/we-recommend/sundance.html>.

โซนที่ 2 โซนที่ใช้สำหรับการจัดกิจกรรมสำหรับเด็ก โดยในโซนนี้จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนของห้องกิจกรรม ใช้สำหรับทำกิจกรรม ทอดไข่เจียว ทำไข่เค็ม และปลูกผักสวนครัวลงกระถาง มีโตะและอุปกรณ์สำหรับเด็กเพื่อให้สะดวกสบายต่อการทำกิจกรรม

1) ส่วนของลานสำหรับทำกิจกรรมดำนา ปลูกข้าว ที่สามารถให้เด็ก ๆ ลงมาทำกิจกรรมดำนา ปลูกข้าวได้จริง

2) ส่วนของไส้สัตว์เลี้ยงที่ใช้สำหรับเลี้ยงเป็ด และไก่ จะเป็นไส้ที่มุ้งด้วยลวดตาข่าย สามารถมองเห็นได้ สะอาดตา และดูแลรักษาความสะอาดได้ง่าย ไม่มีกลิ่นเหม็น เพื่อความสะอาด และสุขอนามัยที่ดี

ภาพที่ 6.2: EDTGuide ป่าจิบฟาร์ม แสดงภาพตัวอย่างโซนจัดกิจกรรมสำหรับเด็ก



ที่มา: ป่าจิบฟาร์ม. (2561). สืบค้นจาก <https://www2.edtguide.com/index.php/www/edtwithkids//465215/Pa-Jeep-farm>.

โซนที่ 3 พื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทางร้าน ทำการก่อสร้างลาดพื้นด้วยปูนฉาบเรียบ เพื่อความปลอดภัยสำหรับเด็กและผู้เข้ามาใช้บริการให้สะดวกต่อการขึ้นลงรถ และเดินเข้ามาภายในบริเวณร้าน ที่ลานจอดรถทางร้านจะปลูกต้นไม้ เพื่อบังแดดและให้ความร่มรื่น สวยงามอีกด้วย ลานจอดรถของร้านสามารถจอดรถได้ 30 คัน

ภาพที่ 6.3: ธุรกิจเศรษฐกิจ แสดงภาพตัวอย่างพื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้า



ที่มา: คน 6 ประเภทที่เราจะเจอในลานจอดรถ. (2560). สืบค้นจาก <https://today.line.me/th/v2/article/pLz8P6>.

#### 6.4 กระบวนการให้บริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

การเข้ามาใช้บริการของลูกค้าในส่วนของคาเฟ่ ลูกค้าสามารถเข้าได้จากประตูด้านข้างของทางร้าน เมื่อลูกค้าเปิดประตูลูกค้าจะมองเห็นพื้นที่สีขาว พร้อมโซฟาสีขาวที่ให้ความสบายตาและดูหรูหรา เมื่อลูกค้าเข้ามาในคาเฟ่แล้วลูกค้าจะได้รับกลิ่นหอมของอาหารและเครื่องดื่มกาแฟคั่วสด ลูกค้าสามารถเดินมานั่งได้ที่โซฟานุ่ม ๆ เลือกที่นั่งได้ตามใจชอบ หลังจากนั้นจะมีพนักงานต้อนรับเข้ามาต้อนรับและบริการจากลูกค้า หรือลูกค้าจะสั่งเครื่องดื่มและขนมหวานที่เคาน์เตอร์ก็ได้ จากนั้นรอพนักงานมาเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ ลูกค้าจะได้รับประทานอาหารที่สดสะอาดสมราคา ลูกค้าสามารถนั่งและใช้บริการในส่วนของคาเฟ่ได้ตามที่ลูกค้าต้องการ เมื่อลูกค้าทานเสร็จแล้ว ลูกค้าสามารถเช็คบิลที่โต๊ะอาหารได้เลยง่ายและสะดวกสบาย หลังจากลูกค้าใช้บริการเสร็จแล้วจะมีพนักงานเข้ามีเก็บโต๊ะและทำความสะอาดก่อนมีลูกค้าท่านถัดไปเข้ามาใช้บริการ

ภาพที่ 6.4: ขั้นตอนการให้บริการลูกค้า



#### 6.5 กระบวนการจัดซื้อและจัดเก็บวัตถุดิบสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม

ทางร้านจะซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์สำหรับทำอาหารและเครื่องดื่มจากแม่โครทั้งหมด โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การจัดซื้อวัตถุดิบอาหารสดต่าง ๆ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ อาหารทะเล ผักสดต่าง ๆ ข้าวสาร และวัตถุดิบอื่น ๆ โดยที่ทางร้านจะคำนวณวัตถุดิบให้เพียงพอต่อการขายในทุกๆ 3 วัน และจะทำการซื้ออาหารสดเข้าสต็อกทุกๆ 3 วัน จัดเก็บไว้ในตู้เย็นและช่องแช่แข็งตามอุณหภูมิ เพื่อให้สินค้าสด สะอาด และรสชาติดีอยู่เสมอ

ส่วนที่ 2 ส่วนผสมของเครื่องดื่มต่าง ๆ พร้อมทั้งอุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในการผลิตเครื่องดื่ม เช่น แก้ว หลอด กระดาษทิชชู ทางร้านจะมีการวางแผนและนับสต็อกสินค้า และทำการซื้อสินค้าใหม่เข้าสต็อกทุกๆ 7 วัน และทำการเก็บไว้ในห้องเก็บของที่สะอาดอยู่เสมอ

## บทที่ 7

### แผนจัดองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคล

#### 7.1 วัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรบุคคล

การที่ธุรกิจจะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น สิ่งสำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง คือ ทรัพยากรบุคคล ธุรกิจของทางร้านเป็นกิจการครอบครัวขนาดเล็กที่บริหารงานโดยเจ้าของกิจการเองเพียง 2 คนเท่านั้น ดังนั้นแผนผังองค์กรจึงมีตำแหน่งงานที่ไม่มีความซับซ้อนมากนัก และงานต่อการบริหารจัดการและมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการทำงาน

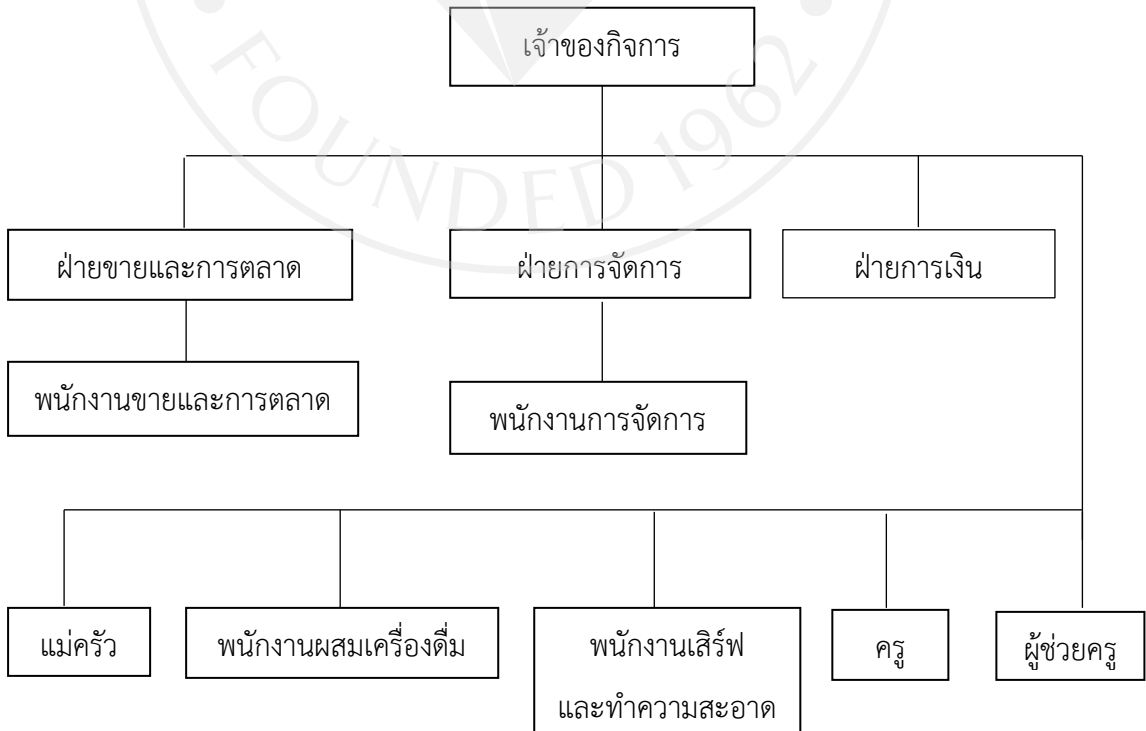
แผนการบริหารงานบุคคล

- 1) เพื่อให้ได้บุคคลที่เหมาะสมตามความรับผิดชอบ
- 2) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

#### 7.2 การจัดองค์กร

##### 7.2.1 โครงสร้างองค์กร

ภาพที่ 7.1: แผนผังโครงสร้างองค์กร



## 7.2.2 การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ

ทางร้านมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของพนักงานในแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจนเพื่อใช้ในการคัดเลือก บุคลากรที่เหมาะสมกับงาน และให้พนักงานทุกคนทราบถึงหน้าที่ที่ชัดเจนของตนเอง เพื่อเป็นการป้องกันการดำเนินงานที่

ซ้ำซ้อนกัน และให้งานออกมามีประสิทธิภาพสูงสุด โดยจะมีรายละเอียดหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

7.2.1.1 เจ้าของกิจการ มีหน้าที่บริหารองค์กรทั้งหมด และดูแลในส่วนของการเงิน ควบคุมพนักงานให้ปฏิบัติตามหน้าที่ของตนเอง มีการกำหนดทิศทางการขายสินค้าและบริการร่วมกับฝ่ายขายและการตลาด กำหนดและควบคุมงบประมาณของบริษัทให้เป็นไปตามที่วางไว้

7.2.2.2 ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด มีหน้าที่ขาย พูดคุย ตอบคำถาม และรับจองสินค้าและบริการให้กับลูกค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ของร้าน และยังมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ของสินค้าและบริการให้กับลูกค้าผ่านทุกช่องทางออนไลน์ของร้าน

คุณสมบัติ พนักงานขายและการตลาด 1 คน

- 1) จบการศึกษาปริญญาตรี ด้านการตลาด หรือสาขาอื่น ๆ ที่มีความรู้ด้านการตลาด
- 2) สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้
- 3) มีมนุษยสัมพันธ์ สามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

7.2.2.3 ฝ่ายการจัดการ มีหน้าที่บริหารจัดการภายในร้านให้เป็นไปในทิศทางที่วางไว้

คุณสมบัติ พนักงานการจัดการ 1 คน

จัดการ

- 1) จบการศึกษาปริญญาตรี ด้านการจัดการ หรือสาขาอื่น ๆ ที่มีความรู้ด้านการจัดการ
- 2) วางแผนและการจัดการงานได้เป็นอย่างดี
- 3) สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างดี
- 4) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

7.2.2.4 ฝ่ายการเงิน มีหน้าที่ควบคุมการเงินทั้งหมด ทั้งรายรับ รายจ่าย และจัดทำภาษีของร้าน ซึ่งในช่วงปีที่ 1 เจ้าของกิจการจะเป็นคนทำหน้าที่นี้เองก่อน แต่ในปีถัดไปอาจจะมีการจ้างพนักงานการเงินเพิ่ม 1 คน

7.2.2.5 แม่ครัว มีหน้าที่จัดทำสต็อกรายการอาหารสด สั่งซื้ออาหารสดเข้าร้าน ทำอาหารให้กับลูกค้า

คุณสมบัติ แม่ครัว 1 คน

- 1) มีประสบการณ์ทำครัวร้านอาหารอย่างน้อย 1 ปี
- 2) รักการทำอาหาร สามารถทำได้ทั้งอาหารไทย และอาหารต่างประเทศ

3) สะอาด และมีระเบียบ สามารถตรวจและจัดการสต็อกอาหารได้

7.2.2.6 พนักงานผสมเครื่องดื่ม มีหน้าที่ผสมเครื่องดื่มต่างๆให้กับลูกค้า พร้อมทั้งจัดเตรียมขนมหวานพร้อมเสิร์ฟ

คุณสมบัติ พนักงานผสมเครื่องดื่ม 1 คน

- 1) มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการชงเครื่องดื่มต่าง ๆ
- 2) มีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 1 ปี
- 3) สะอาด และมีระเบียบ สามารถตรวจสต็อกและจัดการสต็อกวัตถุดิบและอุปกรณ์เครื่องดื่มได้

4) จัดเก็บ ล้าง ทำความสะอาดอุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี

7.2.2.7 พนักงานเสิร์ฟและทำความสะอาด มีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า เสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมทั้งเก็บเงินจากลูกค้า

คุณสมบัติ พนักงานเสิร์ฟ 1 คน

- 1) เพศหญิง หรือ ชาย อายุ 22-35 ปี
  - 2) รักในงานบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี
  - 3) มีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้ม พุดจาดี มีมารยาท
  - 4) สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- 7.2.2.8 ครู มีหน้าที่สอนเด็กที่เข้ามาใช้บริการในส่วนของการทำงานกิจกรรม Work Shop

ทั้งหมด

คุณสมบัติ ครู 1 คน

- 1) จบการศึกษาปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ด้านปฐมวัยเด็กโดยเฉพาะ
- 2) หากมีการผ่านการอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาเด็ก จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

3) มีใบประกอบวิชาชีพครู

4) สามารถสื่อสาร และสอนเป็นภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดีและถูกต้อง

5) มีประสบการณ์การสอนอย่างน้อย 1-2 ปี

6) รักเด็ก ชอบการสอน และแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ

7.2.2.9 ผู้ช่วยครู มีหน้าที่ช่วยครูเพื่อสอนเด็กที่เข้ามาใช้บริการในส่วนของการทำงานกิจกรรม Work Shop ทั้งหมด

คุณสมบัติ ผู้ช่วยครู 3 คน

- 1) จบการศึกษาไม่ต่ำกว่า มัธยมศึกษาปีที่ 6-ปวช.
- 2) รักเด็กมีความรู้และความสามารถในการดูแลเด็ก

- 3) มีใจรักงานบริการ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม พุดจาดี มีมารยาท

### 7.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

#### 7.3.1 การวางแผนกำลังคน

โดยร้านจะเปิดทำการทุกวันอังคาร-อาทิตย์ (หยุดทุกวันจันทร์) เริ่มงานเวลา 09.00-20.00 น. และจากแผนผังโครงสร้างองค์กรทางร้านได้มีการวางแผนกำลังคนในการปฏิบัติงาน และเงินเดือนของแต่ละตำแหน่ง ดังนี้

ตารางที่ 7.1: อัตราเงินเดือนพนักงาน

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (บาท)
ผู้บริหาร	2	20,000
พนักงานขายและการตลาด	1	15,000
พนักงานการจัดการ	1	15,000
แม่ครัว	1	15,000
พนักงานเสิร์ฟ	1	10,000
พนักงานผสมเครื่องดื่ม	1	12,000
ครู	1	10,000
ผู้ช่วยครู	3	4,000

#### 7.3.2 สวัสดิการอื่น ๆ

- 1) ประกันสังคม
- 2) ค่าล่วงเวลา 1.5 เท่าของเงินเดือน
- 3) อาหาร 2 มื้อ มื้อกลางวัน และมื้อเย็น
- 4) ท่องเที่ยวประจำปี
- 5) ฝึกอบรมพัฒนาความรู้



#### 7.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร

ทางร้านจะมีการจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้มีทักษะในการปฏิบัติงานมากขึ้น ได้แก่ การฝึกอบรมเรื่องมารยาทในการบริการ การฝึกอบรมเกี่ยวกับการเตรียมเครื่องดื่ม ส่งแม่ครัวไปฝึกอบรมการทำอาหารเพิ่มเติม และจะมีการส่งครูและครูผู้ช่วยไปฝึกอบรมเพื่อเพิ่มเติมความรู้ในการสอนเด็กตามช่วงที่มีการพัฒนาหลักสูตรใหม่ ๆ เกิดขึ้น และหากเกิดเหตุฉุกเฉินพนักงานสามารถทำหน้าที่แทนกันได้ และจะมีการส่งพนักงานในส่วนต่าง ๆ ที่มีออกไปอบรม หากมีการจัดอบรมนอกสถานที่ตามที่สนใจ และตรงตามหน้าที่รับผิดชอบ สามารถขอไปอบรมได้ตามความเหมาะสมของช่วงนั้น



## บทที่ 8 แผนการเงิน

### 8.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน

- 8.1.1 เพื่อการวางแผนทางการเงินอย่างเหมาะสม
- 8.1.2 เพื่อวางแผนประเมินรายรับรายจ่ายของธุรกิจ
- 8.1.3 เพื่อเป็นการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมในอนาคต

### 8.2 เป้าหมายทางการเงิน

- 8.2.1 สร้างกำไรสะสมต่อเนื่องทุกปี
- 8.2.2 กำหนดให้มีระยะเวลาคืนทุนภายใน 2 ปี

### 8.3 นโยบายทางการเงิน

- 8.3.1 บริษัทจะใช้จ่ายเป็นเงินสดเท่านั้น ไม่มีการขอสินเชื่อจากผู้อื่น
- 8.3.2 กำหนดเงินสดสำรองขั้นต่ำ 300,000 บาท

### 8.4 โครงสร้างเงินลงทุน

- 8.4.1 แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างของเงินลงทุน และต้นทุนทางการเงิน  
บริษัทใช้เงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด 100% โดยไม่มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงิน  
ทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท โดยมีผู้ถือหุ้น 2 ราย
- 8.4.2 ประมาณการเงินลงทุน โดยจะมีการประมาณการลงทุน ดังนี้

ตารางที่ 8.1: แสดงการประมาณการเงินลงทุนของร้าน Monkey Tree Café and Farm

รายการ	ราคา	จำนวน	ต้นทุนรวม
ค่าก่อสร้าง	1,500,000	1	1,500,000
ค่าตกแต่งสถานที่	500,000	1	500,000
ค่าเคาน์เตอร์	5,000	3	15,000
ค่าเครื่องกาแฟ	30,000	1	30,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.1 (ต่อ): แสดงการประมาณการเงินลงทุนของร้าน Monkey Tree Café and Farm

รายการ	ราคา	จำนวน	ต้นทุนรวม
ค่าตู้เย็นแช่น้ำ	5,000	2	10,000
ค่าตู้เย็นแช่เค้ก	10,000	1	10,000
ค่าตู้เย็นแช่ของสด	8,000	1	8,000
ค่าเครื่องปรับอากาศ 12,000 BTU	20,000	4	80,000
ค่าโต๊ะเก้าอี้	2,000	30	60,000
ค่าโซฟา	7,000	10	70,000
ค่าเครื่องครัว	30,000	1	30,000
ค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำกิจกรรม	300,000	1	300,000
เงินสดหมุนเวียน	2,387,000	1	2,387,000
รวม			5,000,000

## 8.5 สมมติฐานทางการเงิน

### 8.5.1 ประมาณการรายได้

การประมาณการรายได้ของธุรกิจเกิดจากกิจกรรมหลัก 3 ช่องทาง ดังนี้

- 1) ค่าเข้าร่วมทำกิจกรรมหลักคนละ 800 บาท
- 2) ค่าเข้าร่วมทำกิจกรรมเสริมคนละ 250 บาท
- 3) รายได้จากค่าอาหารและเครื่องดื่มในส่วนของคาเฟ่

ตารางที่ 8.2: ประมาณการราคาและต้นทุนอาหาร

ราคาอาหาร	ต้นทุน 40%
79	31.6
99	39.6
129	51.6
159	63.6
199	79.6

ตารางที่ 8.3: ประมาณการราคาและต้นทุนเครื่องตัดและขดม

รายการเครื่องตัด	ราคา	ต้นทุน 40%
เครื่องตัดร้อน	55	22
เครื่องตัดเย็น	65	26
เครื่องตัดปั่น	75	30

รายการขดมหวาน	ราคา	ต้นทุน 40%
เค้ก	89	35.6
แพนเค้ก	129	51.6

#### 8.5.2 ประมาณการต้นทุนค่าบริการ ดังนี้

ตารางที่ 8.4: ประมาณการราคาและต้นทุนกิจกรรม

รายการ	ราคาขาย	ราคาต้นทุนต่อกิจกรรม
ค่าร่วมกิจกรรมหลัก	800	300
ค่าร่วมกิจกรรมเสริม	250	100

#### 8.5.2.1 ต้นทุนค่าร่วมกิจกรรมหลักมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 8.5: ประมาณการราคาและต้นทุนวัตถุดิบที่ใช้ในกิจกรรมหลัก

รายการ	จำนวน	ราคา	ต้นทุนรวม
ไข่ไก่ดิบ	7	3.50	24.50
ข้าวสวยหุงสุก	1	3.00	3.00
กล่องข้าว	1	2.50	2.50
ค่าน้ำมัน+แก๊ส	1	3.00	3.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.5 (ต่อ): ประมาณการราคาและต้นทุนวัตถุดิบที่ใช้ในกิจกรรมหลัก

รายการ	จำนวน	ราคา	ต้นทุนรวม
ชะลอม 4 นิ้ว	1	13.00	13.00
ไข่เป็ดดิบ	10	4.50	45.00
วัตถุดิบทำไข่เค็ม	1	20.00	20.00
กล่องเก็บไข่เค็ม	1	10.00	10.00
ต้นกล้าผักสวนครัว	1	5.00	5.00
กระดาษฟันทสี	1	30.00	30.00
สีน้ำฟันทกระดาษ	1	15.00	15.00
ปุ๋ย	1	5.00	5.00
ต้นกล้าข้าว	10	5.00	50.00
ค่าน้ำดื่ม 350 มล.	1	4.00	4.00
ค่าบริการ	1	70	70
รวมต้นทุนกิจกรรมหลัก			300

## 8.5.2.2 ต้นทุนค่าร่วมกิจกรรมเสริมมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 8.6: ประมาณการราคาและต้นทุนกิจกรรมเสริม

ต้นทุนการทำเสียมดัย้อม	ราคา	ต้นทุนการทำเทียนหอม	ราคา
เสี้ออกกลมเด็ก	40	แก้วเทียนหอม	10
อุปกรณ์และสีทำมดัย้อม	40	อุปกรณ์ทำเทียนหอม	70
ค่าบริการ	20	ค่าบริการ	20
ต้นทุนรวม	100	ต้นทุนรวม	100

### 8.5.3 สรุปประมาณการรายได้และต้นทุน

8.5.3.1 สรุปการประมาณการรายได้และต้นทุนของการเข้าร่วมกิจกรรมหลักและ  
กิจกรรมเสริมต่อเดือนคำนวณจากการที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์ แบ่งออกเป็น  
2 ส่วน

ส่วนที่ 1 กิจกรรมหลักในเดือนแรกคาดการณ์ว่าจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการรอบละ  
15-16 คน โดยใน 1 วันจะมี 2 รอบเฉลี่ยเป็นวันละ 33 คน รวม 8 วันต่อเดือน เท่ากับจะมีลูกค้าเข้า  
มาใช้บริการในส่วนของกิจกรรมหลัก 260 คนต่อเดือน

ส่วนที่ 2 กิจกรรมเสริมในเดือนแรกคาดการณ์ว่าจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการรอบละ  
10 คน 1 วันมี 2 รอบ เฉลี่ยเป็นวันละ 20 คน รวม 8 วันต่อเดือน เท่ากับจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ  
ในส่วนของกิจกรรมเสริม จำนวน 160 คนต่อเดือน

ตารางที่ 8.7: ประมาณการรายได้และต้นทุนต่อวัน

รายการ	ราคา	จำนวนที่ขายได้ต่อวัน	รายรับต่อวัน	ต้นทุนต่อวัน
กิจกรรมหลัก	800	33	26,000	7,475
กิจกรรมเสริม	250	20	5,000	1,600

สรุปการประมาณการรายได้และต้นทุนของการเข้าร่วมกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมเดือนที่ 1-12 โดยจะมีจำนวนลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น 15% ทุก 2 เดือน ตามรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 8.8: ประมาณการรายได้และต้นทุนของการเข้าร่วมกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม ปีที่ 1

		เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12
จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมหลัก		260	260	300	300	350	350	400	400	450	450	480	480
รายรับ	800	208,000	208,000	240,000	240,000	280,000	280,000	320,000	320,000	360,000	360,000	384,000	384,000
ต้นทุน	300	78,000	78,000	90,000	90,000	105,000	105,000	120,000	120,000	135,000	135,000	144,000	144,000
จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมเสริม		160	160	180	180	250	250	280	280	320	320	350	350
รายรับ	250	40,000	40,000	45,000	45,000	62,500	62,500	70,000	70,000	80,000	80,000	87,500	87,500
ต้นทุน	100	16,000	16,000	18,000	18,000	25,000	25,000	28,000	28,000	32,000	32,000	35,000	35,000

### 8.5.3.2 สรุปการประมาณการรายได้และต้นทุนของค่าอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม ต่อเดือน

ประมาณการคาดว่าจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเฉลี่ยวันละ 50-60 คน ร้านเปิด 26 วัน ต่อเดือน เดือนแรกจะมีผู้เข้ามาใช้บริการ 60x26 เท่ากับ 1,560 คนต่อเดือน

ตารางที่ 8.9: ประมาณการรายได้และต้นทุนของค่าอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่มต่อเดือน

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวนที่ขายได้ต่อวัน	จำนวนที่ขายได้ต่อเดือน	รายรับต่อเดือน	ต้นทุนต่อเดือน
เครื่องดื่มร้อน	55	10	300	16,500	6,600
เครื่องดื่มเย็น	65	20	600	39,000	15,600
เครื่องดื่มปั่น	75	20	600	45,000	18,000
เค้ก	89	10	300	26,700	10,680
แพนเค้ก	129	10	300	38,700	15,480
อาหารจานเดียว	79	10	300	23,700	9,480
อาหารทานเล่น	99	10	300	29,700	11,880
อาหารทะเล	129	10	300	38,700	15,480
อาหารกับข้าว	159	10	300	47,700	19,080
อาหารต่างประเทศ	199	10	300	59,700	23,880
<b>รายรับต่อเดือน</b>				<b>365,400</b>	<b>146,160</b>

สรุปการประมาณการรายได้และต้นทุนของค่าอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่มเดือนที่ 1-12 โดยจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น 5% ทุก 2 เดือน ตามรายละเอียด ดังนี้



ตารางที่ 8.10: ประมาณการรายได้และต้นทุนหนึ่งปี

	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6
รายรับ	365,400	365,400	383,670	383,670	402,853	402,853
ต้นทุน	146,160	146,160	153,468	153,468	161,141	161,141
	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12
รายรับ	422,996	422,996	444,145	444,145	466,353	466,353
ต้นทุน	169,198	169,198	177,658	177,658	186,541	186,541

### 8.5.5 การประมาณค่าใช้จ่าย

#### 8.5.5.1 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าพนักงานเดือนละ 121,000-129,000 บาทต่อเดือน ในเบื้องต้นช่วงเปิดร้านค้า พนักงานจะอยู่ที่ 121,000 บาทต่อเดือน แต่หากมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ทางร้านจะมีการเพิ่มจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นเพื่อให้เพียงพอต่อการบริการลูกค้าจะอยู่ที่เดือนละ 129,000 บาท

#### 8.5.5.2 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ในปีแรกทางร้านจะทำการซื้อโฆษณาเป็น จำนวน 40,000 บาท ทุกเดือน โดยในปีถัดไปอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงงบประมาณและระยะเวลาลดลงจากเดิม

ตารางที่ 8.11: ประมาณการงบโฆษณาในพื้นที่สื่อออนไลน์

กิจกรรมทางการตลาด	ช่วงเวลาในการดำเนินกิจกรรม	งบประมาณที่ใช้
โฆษณาบน Facebook	ทุกเดือน/ตลอดปี	เดือนละ 20,000 บาท
โฆษณาบน Instagram	ทุกเดือน/ตลอดปี	เดือนละ 10,000 บาท
โฆษณาบน Youtube Channel	ทุกเดือน/ตลอดปี	เดือนละ 10,000 บาท

#### 8.5.5.3 ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

ค่าน้ำค่าไฟเดือน 30,000-35,000 บาทต่อเดือน

ค่าอาหารสัตว์เดือนละ 9,000 บาทต่อเดือน



#### 8.5.4 ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์

ตารางที่ 8.13: ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์

รายการ	รวม	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคาต่อปี
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่	2,000,000	10	200,000
ค่าเคาน์เตอร์	15,000	5	3,000
ค่าเครื่องกาแฟ	30,000	5	6,000
ค่าตู้เย็นแช่น้ำ	10,000	5	2,000
ค่าตู้เย็นแช่เค้ก	10,000	5	2,000
ค่าตู้เย็นแช่ของสด	8,000	5	1,600
ค่าเครื่องปรับอากาศ 12,000 BTU	80,000	5	16,000
ค่าโต๊ะเก้าอี้	60,000	5	12,000
ค่าโซฟา	70,000	5	14,000
ค่าเครื่องครัว	30,000	5	6,000
ค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำกิจกรรม	300,000	5	60,000
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	2,613,000	-	322,600

#### 8.5.7 ภาษีเงินได้นิติบุคคล

อัตราการเสียภาษีสำหรับธุรกิจที่จดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด เท่ากับ 20% ของกำไรสุทธิก่อนภาษี

### 8.6 การประมาณการงบทางการเงิน

#### 8.6.1 การประมาณการงบกำไรขาดทุน

จากการวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนกิจการ ปีที่ 1-5 กิจการมีผลกำไรตั้งแต่ปีแรกที่ดำเนินงาน โดยมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 2,212,722 บาท และในปีถัดไปอยู่ที่ 4,807,603 บาท 7,995,478 บาท 11,894,942 บาท และปีที่ 5 อยู่ที่ 16,648,317 บาท

ตารางที่ 8.14: ประมาณการงบกำไรขาดทุนกิจการ ปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	9,324,834	11,189,801	13,427,761	16,113,313	19,335,976
ต้นทุนขาย	3,640,332	4,368,398	5,242,078	6,290,494	7,548,592
กำไร (ขาดทุน) ขั้นต้น	5,684,502	6,821,402	8,185,683	9,822,819	11,787,383
ค่าใช้จ่ายในการ บริหาร	2,596,000	3,115,200	3,738,240	4,485,888	5,383,066
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยภาษี	3,088,502	3,706,202	4,447,443	5,336,931	6,404,318
ค่าเสื่อมราคา	322,600	322,600	322,600	322,600	322,600
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยภาษี	2,765,902	3,383,602	4,124,843	5,014,331	6,081,718
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษี	2,765,902	3,243,602	3,984,843	4,874,331	5,941,718
ภาษีนิติบุคคล	553,180	648,720	796,969	974,866	1,188,344
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	2,212,722	2,594,882	3,187,874	3,899,465	4,753,374
กำไร (ขาดทุน) สะสม	2,212,722	4,807,603	7,995,478	11,894,942	16,648,317

## 8.6.2 การประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

จากการประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินของกิจการในปีที่ 1-5 พบว่า สินทรัพย์รวม เท่ากับ 7,212,722 บาท 9,807,603 บาท 12,995,478 บาท 16,894,942 บาท และ 21,648,317 บาท ตามลำดับ ในส่วนของหนี้สินพบว่า ไม่มีหนี้สินและการกู้ยืม

ตารางที่ 8.15: ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินของกิจการในปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการ เทียบเท่าเงินสด	4,922,322	7,839,804	11,350,278	15,572,343	20,648,317
ลูกหนี้การค้า					
สินค้างเหลือ					
รวมสินทรัพย์ หมุนเวียน	4,922,322	7,839,804	11,350,278	15,572,343	20,648,317
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
เฟอร์นิเจอร์	130,000	130,000	130,000	130,000	130,000
อุปกรณ์อื่น ๆ	483,000	483,000	483,000	483,000	483,000
หัก ค่าเสื่อมราคา สะสม	-322,600	-645,200	-967,800	-1,290,400	-1,613,000
รวมสินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน	2,290,400	1,967,800	1,645,200	1,322,600	1,000,000
รวมสินทรัพย์	7,212,722	9,807,604	12,995,478	16,894,943	21,648,317
หนี้สินและส่วนของ เจ้าของ					
หนี้สินหมุนเวียน					
เจ้าหนี้การค้า					
รวมหนี้สินหมุนเวียน					
หนี้สินระยะยาว					
เงินกู้ธนาคาร					
รวมหนี้สินระยะยาว					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.15 (ต่อ): ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินของกิจการในปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมหนี้สิน					
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
เงินลงทุน	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
กำไร (ขาดทุน) สะสม	2,212,722	4,807,603	7,995,478	11,894,942	16,648,317
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	7,212,722	9,807,603	12,995,478	16,894,942	21,648,317
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	7,212,722	9,807,603	12,995,478	16,894,942	21,648,317

### 8.6.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด

จากการประมาณการงบกระแสเงินสดของกิจการในปีที่ 1-5 มีกระแสเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมการดำเนินงานเท่ากับ 4,922,322 บาท 7,839,804 บาท 11,350,278 บาท 15,572,343 บาท และ 20,648,317 บาท

ตารางที่ 8.16: ประมาณการงบกระแสเงินสดของกิจการในปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	2,212,722	2,594,882	3,187,874	3,899,465	4,753,374
ค่าเสื่อมราคา	322,600	322,600	322,600	322,600	322,600
เงินสุทธิที่ได้รับ (ใช้ไป) จากกิจกรรมดำเนินงาน	2,535,322	2,917,482	3,510,474	4,222,065	5,075,974
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.16 (ต่อ): ประมาณการงบกระแสเงินสดของกิจการในปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินลงทุนสุทธิใน สินทรัพย์ถาวร	-2,613,000				
เงินสุทธิที่ได้รับ (ใช้ไป) จากกิจกรรมลงทุน	-2,613,000				
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากเงินลงทุน ของเจ้าของ	5,000,000				
เงินสุทธิที่ได้รับ (ใช้ไป) จากกิจกรรมจัดหาเงิน	5,000,000				
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	4,922,322	2,917,482	3,510,474	4,222,065	5,075,974
เงินสดต้นงวด	-	4,922,322	7,839,804	11,350,278	15,572,343
เงินสดปลายงวด	4,922,322	7,839,804	11,350,278	15,572,343	20,648,317

### 8.7 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

ตารางที่ 8.17: ประมาณการความเป็นไปได้ของโครงการ

รายการ	กระแสเงินสด	กระแสเงินสดสะสม
เงินทุนเริ่มต้น	-2,613,000	-2,613,000
กระแสเงินสดในปีที่ 1	4,922,322	2,309,322
กระแสเงินสดในปีที่ 2	2,917,482	5,226,804
กระแสเงินสดในปีที่ 3	3,510,474	8,737,278
กระแสเงินสดในปีที่ 4	4,222,065	12,959,343
กระแสเงินสดในปีที่ 5	5,075,974	18,035,317

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Pay Back Period) 1.6 ปี

มูลค่าการลงทุนสุทธิ (NPV) (อัตราคิดลด 12%) 10,038,607.80 บาท

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return-IRR) 109%

### 8.8 การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุน

บริษัททำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ โดยมีทั้งหมด 2 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์ดีเยี่ยม สถานการณ์เลวร้าย มีรายละเอียด ดังนี้

#### 8.8.1 สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case)

วิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนในสถานการณ์ที่ดีเยี่ยม จะสามารถทำรายได้และมีกระแสเงินสดเพิ่มขึ้นปีละ 20% จากเดิมที่ประเมินโครงการไว้ ดังนี้

ตารางที่ 8.18: ประมาณการแสดงงบกระแสเงินสด 5 ปี ในสถานการณ์ที่ดีที่สุด

รายการ	กระแสเงินสด	กระแสเงินสดสะสม
เงินทุนเริ่มต้น	-2,613,000	-2,613,000
กระแสเงินสดในปีที่ 1	5,906,786	3,293,786
กระแสเงินสดในปีที่ 2	3,500,978	6,794,764
กระแสเงินสดในปีที่ 3	4,212,568	11,007,332
กระแสเงินสดในปีที่ 4	5,066,478	16,073,810
กระแสเงินสดในปีที่ 5	6,091,136	22,164,946

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Pay Back Period) 1 ปี

มูลค่าการลงทุนสุทธิ (NPV) (อัตราคิดลด 12%) 15,126,409.50 บาท

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return-IRR) 199%

#### 8.8.2 สถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด (Worst Case)

วิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนในสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด จะมีรายได้ที่ลดลงจากการประเมินโครงการ และมีกระแสเงินสดลดลงจากเดิมที่ประเมินโครงการไว้ 50% ในแต่ละปีของการดำเนินกิจการ โดยวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของสถานการณ์จากกระแสเงินสดที่ลดลงได้ ดังนี้



ตารางที่ 8.19: ประมาณการแสดงงบกระแสเงินสด 5 ปี ในสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด

รายการ	กระแสเงินสด	กระแสเงินสดสะสม
เงินทุนเริ่มต้น	-2,613,000	-2,613,000
กระแสเงินสดในปีที่ 1	2,461,161	-151,839
กระแสเงินสดในปีที่ 2	1,458,741	1,306,902
กระแสเงินสดในปีที่ 3	1,755,237	3,062,139
กระแสเงินสดในปีที่ 4	2,111,032	5,173,171
กระแสเงินสดในปีที่ 5	2,537,987	7,711,158

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Pay Back Period) 2.8 ปี

มูลค่าการลงทุนสุทธิ (NPV) (อัตราคิดลด 12%) 4,778,428,58บาท

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return-IRR) 74%

## บทที่ 9 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต

### 9.1 แผนฉุกเฉิน

#### 9.1.1 แผนฉุกเฉินด้านการตลาด

ในปัจจุบันมีคู่แข่งในตลาดยังไม่มาก และมีราคาใกล้เคียงกัน แต่ต่างกันในเรื่องการโปรโมท และกิจกรรมทางการตลาด ดังนั้นธุรกิจจึงต้องมีการสร้างแบรนด์ให้แข็งแรง และจัดทำโปรโมชั่นทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างการดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการของเรา และกลับมาใช้บริการซ้ำ

#### 9.1.2 แผนฉุกเฉินด้านการดำเนินงาน

กรณีขาดแคลนพนักงาน เนื่องจากมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก อาจทำให้บริการดูแลลูกค้าไม่ทั่วถึง และทำให้บริการช้ากว่าที่ควรจะเป็น ควรประเมินว่าวันไหนลูกค้าเข้ามาใช้บริการเยอะกว่าปกติ และจัดหาพนักงานรายวันเข้ามาคอยช่วยบริการเพิ่ม

#### 9.1.3 แผนฉุกเฉินด้านการเงิน

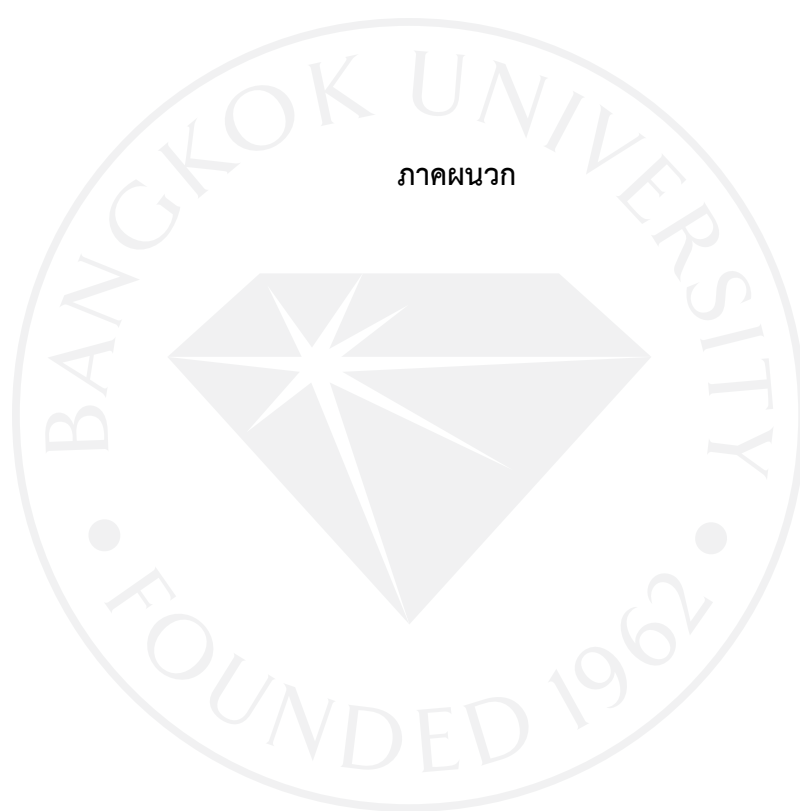
หากเกิดการขาดสภาพคล่องทางการเงินของกิจการ เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นได้ และต้องดำเนินการแก้ไขให้เร็วที่สุดเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ เช่น การจัดหาแหล่งเงินกู้ระยะสั้น เพื่อหมุนเวียนธุรกิจให้มีสภาพคล่องขึ้น

### 9.2 แผนในอนาคต

เมื่อธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องและต้องการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นในอนาคต ธุรกิจได้วางแผนที่จะเพิ่มกิจกรรมใหม่ที่จะจัดขึ้นในช่วงวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ คือ กิจกรรม One Day Camping ซึ่งจะจัดกิจกรรมในช่วงปิดเทอมเท่านั้น เพื่อให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการซื้อที่เพิ่มขึ้น และธุรกิจมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากเดิม

### บรรณานุกรม

- คน 6 ประเภทที่เราจะเจอในลานจอดรถ. (2560). สืบค้นจาก  
<https://today.line.me/th/v2/article/pLz8P6>
- บ้าน ๑,๐๐๐ ไร่ Cafe & Farm. (2564). สืบค้นจาก. <https://m.facebook.com/บ้าน๑๐๐๐ไร่cafefarm-624351667704047/>.
- ปัญจวรา บุญสร้างสม. (2563). *ผลเสียเด็กติดจอ*. สืบค้นจาก  
<https://www.thaihealth.or.th/Content/53412-ผลเสียเด็กติดจอ.html>.
- ป่าจืดฟาร์ม. (2561). สืบค้นจาก <https://www2.edtguide.com/index.php/www/edtwithkids//465215/Pa-Jeep-farm>.
- เปิดสถิติ! คนไทยใช้ 'โซเชียลมีเดีย' อันดับ 1 ของโลก. (2564). สืบค้นจาก  
<https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/958161>.
- ร้าน Sundance. (2561). สืบค้นจาก <https://www.bkkmenu.com/eat/we-recommend/sundance.html>
- Montreux cafe' and farm. (2564). สืบค้นจาก  
<https://www.facebook.com/Montreuxcafeandfarm/>.



### แบบสอบถาม

เรื่อง แสดงความคิดเห็น ร้าน Monkey Tree Cafe and Farm คาเฟ่ที่มีการจัดกิจกรรม Workshop สำหรับเด็ก เช่น เก็บไข่ไก่ ทำไข่เค็ม ทำผ้ามัดย้อม และอื่นๆ

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการศึกษาการทำวิจัยปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

กิจกรรม Workshop สำหรับเด็ก (ทุกวันเสาร์-อาทิตย์) มีดังนี้

1. กิจกรรมหลัก (ใช้เวลาในการทำกิจกรรม 3 ชั่วโมง) มีทั้งหมด 4 กิจกรรม
  1. เก็บไข่ไก่ ทำไข่เจียว ได้ไข่ไก่กลับบ้าน 5 ฟอง
  2. เก็บไข่เป็ด 10 ฟอง ทำไข่เค็ม ได้ไข่เค็มที่ทำกลับบ้าน
  3. พันท์กระดาษ ปลูกผักสวนครัว ได้กลับบ้านไปปลูกต่อ
  4. เรียนรู้การดำนาปลูกข้าว
2. กิจกรรมเสริม (ได้รับของกลับบ้านทุกกิจกรรม) กิจกรรมละ 1 ชม. กิจกรรมสลับเปลี่ยนทุกเดือน เช่น

1. ทำเส้มัดย้อม เส้คอกกลม 1 ตัว
2. ทำเทียนหอม 1 แก้ว
3. ทำสบู่ DIY 1 ก้อน

1. เพศ

- หญิง  ชาย

2. อายุ

- 20-25  25-30  
 30-35  35-40  
 อื่น ๆ.....

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  
 ปริญญาโท  ปริญญาเอก

## 4. อาชีพ

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน-นักศึกษา | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ          |
| <input type="checkbox"/> พนักงานเอกชน      | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว     | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....        |

## 5. รายได้ต่อเดือน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001-20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001-30,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 30,001-40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 40,001 ขึ้นไป      |  |

## 6. สถานภาพ

- |                                   |                               |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> โสด      | <input type="checkbox"/> สมรส |
| <input type="checkbox"/> หย่าร้าง |                               |

## 7. ท่านมีบุตร หรือยังไม่มีบุตร

- |  |                                 |
|--|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่มีบุตร           | <input type="checkbox"/> มีบุตร |
| <input type="checkbox"/> ไม่มีบุตร แต่มีหลาน |                                 |

## 8. ท่านมีบุตร/หลานจำนวนกี่คน

- |                                       |                               |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 คน         | <input type="checkbox"/> 2 คน |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 2 คน |                               |

## 9. ถ้ามี เพศหญิง หรือเพศชาย

- |  |                                 |
|--|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เพศหญิง                 | <input type="checkbox"/> เพศชาย |
| <input type="checkbox"/> มีทั้งเพศหญิง และเพศชาย |                                 |

## 10. อายุของบุตร/หลานท่าน

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 ขวบ | <input type="checkbox"/> 1-5 ขวบ        |
| <input type="checkbox"/> 5-10 ขวบ      | <input type="checkbox"/> มากกว่า 10 ขวบ |

## 11. ท่านพาเด็ก ๆ ออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านบ่อยหรือไม่ (ช่วงปกติที่ไม่มีสถานการณ์โควิด)

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่าเดือนละครั้ง | <input type="checkbox"/> เดือนละครั้ง |
| <input type="checkbox"/> มากกว่าเดือนละครั้ง  |                                       |

12. ท่านจะพาเด็กๆออกไปทำกิจกรรมที่ไหน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า           | <input type="checkbox"/> สวนสัตว์                          |
| <input type="checkbox"/> สวนสาธารณะ               | <input type="checkbox"/> เรียนเสริมตามสถานที่เปิดสอนต่าง ๆ |
| <input type="checkbox"/> ออกกำลังกายต่าง ๆ        | <input type="checkbox"/> คาเฟ่                             |
| <input type="checkbox"/> Workshop ทำกิจกรรมต่าง ๆ | <input type="checkbox"/> ไปเที่ยวต่างจังหวัด               |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....              |  |

13. วัตถุประสงค์หลักในการพาไปเด็กเข้าทำร่วมกิจกรรม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เสริมสร้างพัฒนาการ      | <input type="checkbox"/> ใช้เวลาอยู่ร่วมกันในครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> แก้ไขปัญหาเด็กติดมือถือ | <input type="checkbox"/> ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์   |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ.....              |   |

15. ท่านคิดว่าการใช้เวลาอยู่ร่วมกันระหว่างพ่อแม่ลูกส่งผลต่อพัฒนาการของเด็กหรือไม่

- |                                |                                   |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ส่งผล | <input type="checkbox"/> ไม่ส่งผล |
|--------------------------------|-----------------------------------|

16. ท่านคิดว่าเด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี ดูหน้าจอทีวี หรือโทรศัพท์มือถือส่งผลดีหรือผลเสียต่อพัฒนาการ

- |                                  |                                    |
|----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ส่งผลดี | <input type="checkbox"/> ส่งผลเสีย |
|----------------------------------|------------------------------------|

17. ท่านคิดว่าหากมีพื้นที่ในการเลี้ยงดูที่จำกัดส่งผลต่อการทำกิจกรรมของเด็กหรือไม่

- |                                |                                   |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ส่งผล | <input type="checkbox"/> ไม่ส่งผล |
|--------------------------------|-----------------------------------|

18. ท่านคิดว่าเด็กๆควรออกไปทำกิจกรรมนอกสถานที่หรือไม่

- |                              |                                 |
|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ควร | <input type="checkbox"/> ไม่ควร |
|------------------------------|---------------------------------|

19. ท่านคิดว่าการเรียนรู้ผ่านการเล่น หรือการทำกิจกรรมต่างๆส่งผลดีต่อพัฒนาการของเด็กหรือไม่

- |                                  |                                   |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ส่งผลดี | <input type="checkbox"/> ไม่ส่งผล |
|----------------------------------|-----------------------------------|

20. ท่านคิดว่าการจัดกิจกรรมสำหรับเด็กที่มีกิจกรรมให้เลือกหลากหลายเป็นตัวเลือกให้ท่านเข้ามาใช้บริการหรือไม่

- |                              |                                 |
|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ใช่ | <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ |
|------------------------------|---------------------------------|

21. การเลือกใช้บุคลากรที่มีคุณภาพ เช่น ครูที่จบจาก ปริญญาตรีโดยเฉพาะเป็นผู้สอนเด็ก ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่

- |                                |                                   |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ส่งผล | <input type="checkbox"/> ไม่ส่งผล |
|--------------------------------|-----------------------------------|

22. ท่านคิดว่าการสอนรูปแบบภาษาอังกฤษน่าสนใจหรือไม่

- |                                  |                                     |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น่าสนใจ | <input type="checkbox"/> ไม่น่าสนใจ |
|----------------------------------|-------------------------------------|

23. คุณจะให้เด็กเข้าร่วมกิจกรรมเรียนในรูปแบบภาษาอะไร
- ภาษาไทย  ภาษาอังกฤษ
24. ถ้าหากมีคาเฟ่ที่จัดกิจกรรมสำหรับเด็กแบบนี้ ท่านสนใจพาบุตรหลานเข้ามาใช้บริการหรือไม่
- สนใจ  ไม่สนใจ
25. จากรายละเอียดของตัวกิจกรรมหลักดังกล่าวท่านคิดว่าราคาเท่าไรที่ท่านยินดีจ่าย
- ราคา 600-700 บาท  ราคา 700-800 บาท
- ราคา 800-900 บาท
26. ท่านสะดวกพาเด็ก ๆ มาร่วมทำกิจกรรมวันใดมากที่สุด
- วันจันทร์-ศุกร์  วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์
- ได้ทุกวัน
27. การจัดกิจกรรมลดราคา ส่งผลให้ท่านเลือกซื้อบริการเพิ่มขึ้นหรือไม่
- ส่งผล  ไม่ส่งผล
28. ท่านสามารถจ่ายเงินค่าเข้าร่วมกิจกรรมหลักในราคา 800 บาทได้หรือไม่
- จ่ายได้  จ่ายไม่ได้
29. ท่านคิดว่าการเดินทางไม่ถึง 1 ชม. ไกลหรือไกลในการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการหรือไม่
- ไกลสะดวกเดินทาง  ไกลไม่สะดวกเดินทาง



**ประวัติผู้เขียน**

- ชื่อ-นามสกุล:** นางรวิพรรณ ปาसानะเก
- วัน เดือน ปีเกิด:** 14 กันยายน 2531
- ประวัติการศึกษา:** ปริญญาโท คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว สาขาวิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

