

## แผนธุรกิจการให้บริการร้านอาหารและการให้บริการสุนัข

## ในจังหวัดนนทบุรี : THE DOG MANIA CAFÉ

## BUSINESS PLAN IN SERVICE BUSINESS FOR RESTAURANT AND PET SERVICES, NONTHABURI PROVINCE: THE DOG MANIA CAFÉ

อิสราภรณ์ อาจารย์ระยะศิริ<sup>1</sup>กิตติพงษ์ ศรีโชติ<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคาเฟ่สุนัข The Dog Mania Café ใน จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคาเฟ่สุนัข The Dog Mania Café ใน จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินงานและการบริหาร และด้านการเงิน จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าปี58 ธุรกิจร้านอาหารมีมูลค่ากว่า 110,000 ล้านบาท โตร้อยละ 6.9 – 8.9 เปอร์เซ็นต์ สำหรับการบริหารและการดำเนินงาน คือ กิจการที่มีการแบ่งแยกหน้าที่ในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน ช่วยให้บุคลากรในองค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการ เช่นเดียวกันกับการกำหนดทำเลที่ตั้งของกิจการ การศึกษาทางการเงิน พบว่ากิจการมีเงินลงทุนเริ่มแรก 3,000,000 บาท แบ่งเป็นเงินทุนในส่วนของเจ้าของ 2,000,000 บาท และเงินกู้ยืมระยะยาว 1,000,000 บาท อายุของโครงการ 5 ปี ต้นทุนของเงินทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 19.56 ผลการประเมินโครงการพบว่า ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 7 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1,436,143 บาท (NPV > 0) อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 30.52 (IRR > 19.56) ดังนั้นสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

คำสำคัญ: ร้านอาหาร , ให้บริการสุนัข

## Abstract

The objective of this feasibility study is to study the feasibility of investment in service business named The Dog Mania Café located at Nonthaburi Province. The feasibility covers 3 areas in term of marketing, operation and finance. The study found this service business is growth with continuity on the value of overall industry. From Kasikorn Research; market value in restaurant business is rapidly growth by 6.9 – 8.9% from the last year. A study found job allocation on the operation management is key success factor for the business which reflects to the effectiveness as well as the selection of location. According to the financial analysis, the initial investment is estimated at THB 3,000,000. The capital structure is the shareholders' equity of THB 2,000,000 and long-term loan of THB 1,000,000 which is the weighted average cost of fund at 19.56%.The projection of this study is 5 years. The results of project feasibility study found that the payback period (PB) is 1 year 7 months, the net present value (NPV) is THB 1,436,143 (NPV > 0), the internal rate of return (IRR) is 30.52% (IRR > WACC). In conclusion, the project was feasible for investing

Keywords: RESTAURANT, PET SERVICES

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร ที่อยู่ เลขที่ 25 อาคารกรุงเทพประกันภัย ชั้น 25 ถ.สาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 089-4055997 E-mail iisraporn889@gmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร

## บทนำ

จากสภาพเศรษฐกิจและการใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบันที่มีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากการดำรงชีวิตที่เรียบง่ายก็เปลี่ยนมาเป็นสังคมที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น จึงเป็นสาเหตุให้ผู้คนเกิดความเครียด ความกดดัน และความวิตกกังวล ทั้งในเรื่องของโอกาสในการทำงาน โอกาสในเรื่องการศึกษาและชีวิตครอบครัว จากสาเหตุดังกล่าว ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่นิยมใช้เวลาว่างมาเลี้ยงสุนัขเพื่อผ่อนคลาย ซึ่งการเลี้ยงสุนัขถือเป็นงานอดิเรก ที่มีผู้นิยมเป็นอันมาก จนบางครั้งเปลี่ยนจากงานอดิเรกกลายเป็นงานประจำ หรือเป็นงานอาชีพที่สามารถหาเลี้ยงตัวเองและครอบครัวได้ ด้วยความที่สัตว์แต่ละตัว แต่ละชนิดมีความน่ารัก มีเสน่ห์ แตกต่างกันไป ทำให้ผู้เลี้ยงรู้สึกสนุกเพลิดเพลิน มีความสุขและหลงใหล ทำให้สุนัขเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น เพราะการเลี้ยงสุนัขในปัจจุบัน ไม่ได้มีจุดประสงค์เพียงเพื่อไว้เฝ้าบ้านเหมือนในสมัยก่อน แต่เป็นการเลี้ยงสุนัขเหมือนเป็นหนึ่งในสมาชิกของคนในครอบครัว เห็นได้จากการเลี้ยงดูสุนัข มีการดูแลเอาใจใส่มากยิ่งขึ้น เพราะการเลี้ยงสุนัขช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายความเครียด และสามารถเลี้ยงไว้เป็นเพื่อนเพื่อคลายความเหงา และการที่เราได้เล่นกับน้องหมา ยังมีส่วนช่วยในการลดระดับคอเลสเตอรอลและไตรกลีเซอไรด์ ซึ่งเป็นตัวการที่ก่อให้เกิดโรคความดันโลหิตสูงได้ด้วย การที่เราได้สัมผัสพวกเขา จะช่วยลดความตึงเครียด ลดความดันโลหิต และเพิ่มระดับเซโรโทนิน หรือฮอร์โมนที่ทำให้เกิดความสุข ช่วยควบคุมอารมณ์และอุณหภูมิในร่างกาย ด้วยเหตุนี้เอง การที่เราได้กอด ได้จับ หรือลูบน้องหมา จะช่วยให้เราใจเย็นลง มีจิตใจอ่อนโยนมากขึ้น พลอยทำให้สุขภาพกายดีขึ้นด้วย “บางอิงจาก พญ.เรखा กลลดาเรืองไกร จิตแพทย์แผนกผู้สูงอายุ โรงพยาบาลกล้วยน้ำไท กล่าวว่า จากผลการวิจัยพบว่า นอกจากการรักษาโดยแพทย์แผนปัจจุบันแล้ว การเล่นกับสุนัข พาเดินเล่น เกาพุง แปรงขน เล่นลูกบอล ฯลฯ ยังสามารถช่วยลดความเครียดที่เป็นสาเหตุหลักของโรคความดันโลหิตสูงได้อีกด้วย”

ดังนั้นจึงทำให้ “ธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง” มีแนวโน้มว่าจะโตขึ้นเรื่อยๆ จากผลการเติบโตของธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยงดังกล่าว ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องแล้ว ยังพบว่าจากผลวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทยเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร ก็เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ซึ่งปัจจัยหนุน คือพฤติกรรมคนไทย ที่ยังนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งด้านความต้องการสนุกสนาน และผ่อนคลาย ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารแนวโน้มแข่งขันรุนแรง เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่ทยอยเข้าตลาด โดยเฉพาะตลาดร้านอาหารรายย่อย เป็นผลจากการลงทุนไม่สูงนัก และระยะเวลาคืนทุนค่อนข้างสั้น ทำให้ผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและใหม่ ต้องปรับกลยุทธ์เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด เนื่องจากภาวะสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความเร่งรีบ ทำให้ไม่มีเวลาประกอบอาหารที่บ้าน ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อผ่อนคลายความเครียด การแสวงหาความสุขสนุกสนานในครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อนฝูง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ต่างต้องเร่งปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และสำหรับพนักงานออฟฟิศที่ไม่ค่อยมีเวลาทำอาหารรับประทานเองที่บ้านและไม่สามารถเลี้ยงสุนัขได้ จึงนิยมใช้เวลาว่างในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มาใช้บริการร้านคาเฟ่สุนัขกันมากขึ้น เพื่อความผ่อนคลายความเครียดในชีวิตประจำวัน

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านคาเฟ่สุนัข

## วิธีดำเนินงาน

- วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกโดยใช้ Pest Analysis
- การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมโดยวิธี Five Forces Model Analysis
- การวิเคราะห์จุดแข็ง
- จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

**ด้านการตลาด** ของจูนันธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตอย่างโดดเด่น และยังมีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด โดยเห็นได้ตัวเลขของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปี58 มีมูลค่ากว่า 110,000 ล้านบาท โตร้อยละ 6.9 – 8.9 เปอร์เซ็นต์ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า กลยุทธ์ของร้านอาหารจะเปลี่ยนแปลงไป โดยจะให้ความสำคัญกับการคัดเลือกทำเลที่ตั้ง เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง รวมถึงการนำเสนอรูปแบบร้านอาหารที่แปลกใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และหนึ่งในธุรกิจร้านอาหารที่กำลังมาแรง และกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คือธุรกิจร้านคาเฟ่สุนัข

### ตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยง

ตัวเลขการเติบโตในแต่ละปีของตลาดไทยสูงถึง	10-15% ต่อปี
มูลค่าตลาดรวมสูงถึง	22,000 ล้านบาท
(เป็นของสุนัข 70-80% แมว 20%) คาดว่าอีกไม่เกิน 2 ปี สัดส่วนของแมวจะเพิ่มเป็น 50%	
กลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงมีมูลค่ากว่า	10,000 ล้านบาท
กลุ่มธุรกิจบริการ (เช่น รพ. คลินิก สปา อาบน้ำตัดขน โรงแรม)	7,000 ล้านบาท
กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงมีมูลค่ากว่า	5,000 ล้านบาท

เนื่องจากได้มีการอ้างอิงผลการวิจัยจากศูนย์วิจัยกสิกรไทยเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารในไทย รวมถึงอ้างอิงตัวเลขของธุรกิจสัตว์เลี้ยงจากสมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทยที่มีแนวโน้มเติบโตสวนกระแสเศรษฐกิจ และจากกระแสธุรกิจแฟรนไชส์คาเฟ่สุนัข ที่กำลังเติบโตมากยิ่งขึ้นในสังคมปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นในเมืองหรือย่านธุรกิจต่างๆ ตลอดจนย่านรถไฟฟ้า BTS และ MRT ที่สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนเมืองได้อย่างตรงจุด

ดังนั้นเนื่องด้วยกิจการ The Dog Mania Café เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเข้ามาให้บริการ จึงต้องเน้นใช้ กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง ทั้งในเรื่องสินค้าและบริการ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาลองใช้บริการ และเกิดความประทับใจในการบริการสูงสุด โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยนำส่วนประสมทางการตลาด 7P มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจากการใช้กลยุทธ์ดังกล่าวนี้ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และป้องกันการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ เพื่อไม่ให้สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย และเพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน The Dog Mania Café ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มคนที่รักสุนัขดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ทางร้านจะมีให้บริการอาหารสเด็ก (หมู ไก่ เนื้อ) และทางร้านมีให้บริการเล่นกับสุนัข

กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ทางร้านได้ศึกษาราคาของคู่แข่ง เพื่อนำมาเป็นฐานในการตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่ง โดยได้ตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่งเล็กน้อย

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สำหรับร้าน The Dog Mania Café ตั้งอยู่ติดกับเดอะวอล์คควาฟพิกซ์โดยมีสถานที่จอดรถสะดวกสบายให้แก่ผู้มาใช้บริการ

กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- ทางร้านจะมีการประชาสัมพันธ์ร้านโดยผ่านเพจกลุ่มชมรมคนรักสุนัขต่างๆ
- ทางร้านใช้การประชาสัมพันธ์ร้านโดยสร้างบัญชีผู้ใช้ในเฟซบุ๊กโดยตั้งชื่อว่า The Dog Mania Café โดยให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเช็คอิน ผ่านบัญชีผู้ใช้เฟซบุ๊ก The Dog Mania Café ซึ่งค่าใช้จ่ายทุก 1% ของผู้มาใช้บริการต่อ 1 ท่าน สามารถสมทบทุนให้กับมูลนิธิสงเคราะห์สัตว์พิการ(ในความอุปถัมภ์ของหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน)
- รางกลุ่มสังคมสำหรับผู้รักสุนัข (Line Group) ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ระหว่างกลุ่ม

5. กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) ทางร้านมีขั้นตอนการคัดเลือกพนักงานก่อนที่จะเข้ามาให้บริการกับลูกค้าเพื่อให้ได้ พนักงานที่มีใจรักในงานบริการ และรักสุนัขจริงโดยพิจารณาถึงคุณสมบัติ บุคลิกลักษณะที่มีจิตใจรักสัตว์ และมีจิตสำนึกในงานบริการ

6. กลยุทธ์ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence ) บรรยากาศภายในร้าน ทางร้านเน้นโทนธรรมชาติโดยมีการนำต้นไม้จริงเข้ามาตกแต่งภายในร้านให้ดูร่มรื่นส่วนที่นั่งเป็นโต๊ะและเก้าอี้ไม้

7. กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process)

**ด้านการดำเนินงานและการบริหาร** สำหรับสถานที่ตั้งของร้านคาเฟ่สุนัข The Dog Mania Café ตั้งอยู่บน ถ.ราชพฤกษ์ ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับห้างสรรพสินค้า เดอะวอล์ค ราชพฤกษ์ ซึ่งการเดินทางสะดวกสบาย และสามารถหาร้านได้โดยง่าย เป็นอาคารชั้นเดียว มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 1,200 ตารางเมตร ประกอบไปด้วยที่จอดรถลูกค้า ห้องรับประทานอาหารภายในและภายนอกร้าน ห้องเล่นกับสุนัขชิวาว่า ห้องพักสุนัข และสนามหญ้าวิ่งเล่นสำหรับสุนัข

สำหรับการจัดการด้านวัตถุดิบ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ด้านสุนัข และด้านอาหาร สำหรับด้านสุนัข เนื่องจากทางร้านได้เช่าสุนัขพันธุ์ชิวาว่า มาจากฟาร์มซึ่งเป็นของครอบครัว ดังนั้นทางร้านจึงมั่นใจในการนำสุนัขชิวาว่ามาไว้ให้บริการกับลูกค้า เนื่องจากเป็นสุนัขที่มีการนำเข้าพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์มาจากต่างประเทศ และมีการเลี้ยงดูอย่างถูกสุขลักษณะ สำหรับการจัดการด้านอาหาร เพื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า โดยที่วัตถุดิบนั้นต้องมีคุณภาพสดใหม่ และราคาไม่แพง ด้วยระบบการจัดซื้อที่ดีจะช่วยให้บริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทางร้านจะมีการตรวจเช็ควัตถุดิบที่เหลืออยู่ทุกวัน เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ และเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า โดยจะมีการเลือกซื้อวัตถุดิบจากซัพพลายเออร์หลายราย เพื่อป้องกันการผูกขาดและการขาดแคลนสินค้าในอนาคต

โครงสร้างองค์กรของ The Dog Mania Café เป็นการออกแบบโครงสร้างองค์กรตามสายงานหลัก (Line Organization Structure) คือการการจัดรูปแบบโครงสร้างให้มีสายงานหลัก และมีการบังคับบัญชาจากบนลงล่าง ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการควบคุม และสามารถตรวจสอบงานที่ล่าช้า หรือผิดพลาดได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถตัดสินใจแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที

**ด้านการเงิน** กิจการ The Dog Mania Café ได้นำเงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของ 2,000,000 บาท และได้หาแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารอีกจำนวน 1,000,000 บาท เพื่อมาใช้ในการประกอบธุรกิจ โดยลงทุนในสินทรัพย์ และเงินสำรองของเงินทุนหมุนเวียน รวมเป็นจำนวน 3,000,000 บาท

งบกระแสเงินสด (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ					
กำไรจากการดำเนินงาน	1,120,444	1,995,323	2,793,415	3,766,996	4,947,179
หักภาษีเงินได้	-202,289	-382,065	-546,483	-745,999	-986,836
บวกค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	95,000	190,000	190,000	190,000	190,000
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	1,013,155	1,803,259	2,436,932	3,210,997	4,150,343
เงินกู้ยืมระยะยาว	1,000,000	0	0	0	0
เงินลงทุน	2,000,000	0	0	0	0
<b>งบกระแสเงินสด (บาท)</b>	<b>ปีที่ 1</b>	<b>ปีที่ 2</b>	<b>ปีที่ 3</b>	<b>ปีที่ 4</b>	<b>ปีที่ 5</b>
กระแสเงินสดจากการจัดหา	3,000,000	0	0	0	0
รวมเงินสดรับ	4,013,155	1,803,259	2,436,932	3,210,997	4,150,343
ค่าใช้จ่ายลงทุน	6,700,000	0	0	0	0
รวมเงินสดจ่าย	6,700,000	0	0	0	0
เงินสดคงเหลือก่อนชำระหนี้	-2,686,845	1,803,259	2,436,932	3,210,997	4,150,343
ชำระเงินต้น หนี้เงินกู้ระยะยาว	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
ชำระดอกเบี้ยจ่าย	109,000	85,000	61,000	37,000	13,000
รวมชำระหนี้เงินต้นและดอกเบี้ย	309,000	285,000	261,000	237,000	213,000
เงินสดเปลี่ยนแปลงสุทธิ	-2,995,845	1,518,259	2,175,932	2,973,997	3,937,343
เงินสดต้นงวด	0	-2,995,845	-1,477,586	698,346	3,672,343
เงินสดปลายงวด	-2,995,845	-1,477,586	698,346	3,672,343	7,609,686

$$WACC = Wd Kd (1-T) + We Ks$$

โดยที่ Wd คือ สัดส่วนของหนี้สิน

We คือ สัดส่วนเงินลงทุนของเจ้าของ

Kd คือ อัตราดอกเบี้ย (จากดอกเบี้ยสินเชื่เพื่อธุรกิจ sSME ธนาคารไทยพาณิชย์ = 11.620%)

T คือ อัตราภาษี (20% ตามภาษีนิติบุคคล)

Ks คือ อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ(25%)

$$WACC = (0.33) (0.1162) (1-0.2) + (0.66) (0.25)$$

$$= 0.1956$$

$$= 19.56\%$$

### ตารางที่ 1 แสดงผลสรุปการวิเคราะห์ทางการเงิน

WACC	19.56%
NPV	1,436,143 บาท
IRR	30.52%
Payback Period	1.87 ปี

จากตารางดังกล่าว เห็นได้ว่าโครงการกิจการ The Dog Mania Café เป็นโครงการที่นำลงทุน เนื่องจากค่า NPV แสดงค่าเป็นบวก เท่ากับ 1,436,143 บาท แสดงว่า กระแสเงินสดรับมากกว่ากระแสเงินสดจ่าย ส่วนอัตราผลตอบแทนของโครงการ IRR = 30.52% ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่า ต้นทุนของเงินทุนเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average cost of Capital:WACC ซึ่งเท่ากับ 19.56% และมีระยะเวลาคืนทุนประมาณ 1 ปี 7 เดือน ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาคืนทุนที่ค่อนข้างเร็ว

## ผลการวิจัย

ด้านการตลาด จากการศึกษาด้านการตลาดพบว่า ผู้บริโภคนิยมหันมารับประทานอาหารนอกบ้านกันมากขึ้น โดยเห็นได้จากตัวเลขธุรกิจร้านอาหารที่กำลังเติบโตอย่างโดดเด่น และยังมีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด โดยตัวเลขของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปี58 มีมูลค่ากว่า 110,000 ล้านบาท โตร้อยละ 6.9 – 8.9 ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า กลยุทธ์ของร้านอาหารจะเปลี่ยนแปลงไป โดยจะให้ความสำคัญกับการคัดเลือกทำเลที่ตั้ง เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง รวมถึงการนำเสนอรูปแบบร้านอาหารที่แปลกใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นเนื่องด้วยกิจการ The Dog Mania Café เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเข้ามาให้บริการ จึงต้องเน้นใช้กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง ทั้งในเรื่องสินค้าและบริการ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาลองใช้บริการ และเกิดความประทับใจในการบริการสูงสุด โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยนำส่วนประสมทางการตลาด 7P มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจากการใช้กลยุทธ์ดังกล่าวนี้ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และป้องกันการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ เพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันแบบได้ง่าย

ด้านการดำเนินงานและการบริหาร สำหรับความเป็นไปได้ด้านการดำเนินงานและการบริหาร กิจการ The Dog Mania Café มีทำเลที่ตั้งที่สามารถเดินทางไป-มาสะดวกเพราะอยู่ตรงข้ามห้างสรรพสินค้าเดอะวอล์คแรกซ์ และมีพื้นที่สำหรับจอดรถให้กับผู้มาใช้บริการ โดยสถานที่ค่อนข้างเป็นส่วนตัว สงบร่มรื่นเหมาะกับการมาผ่อนคลาย รวมถึงมีการออกแบบผังภายใน ที่มีการแบ่งพื้นที่ให้สอยในแต่ละส่วนได้อย่างชัดเจน และถูกสุขลักษณะ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการมั่นใจถึงความสะอาดและปลอดภัยจากเชื้อโรค

ด้านการบริหารการจัดการ กิจการมีการจัดโครงสร้างองค์กรตามสายงานหลัก และมีการบังคับบัญชาจากบนลงล่าง เพื่อให้ง่ายต่อความควบคุม และมีการคัดเลือกพนักงานในแต่ละสายงานที่มีประสบการณ์อย่างน้อย 1 ปี และมีใจรักในงานด้านบริการ และรักสุนัขอย่างจริงจัง โดยระบุหน้าที่งานและคุณสมบัติอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้มาใช้บริการได้รับการบริการที่ดี มีคุณภาพ และเกิดความประทับใจสูงสุด

ด้านกระบวนการดำเนินงานของกิจการ เนื่องจากกิจการร้านคาเฟ่สุนัข The Dog Mania Café เป็นการให้บริการร้านอาหารและให้บริการสุนัข ดังนั้นกระบวนการดำเนินงานจึงแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือกระบวนการให้บริการด้านอาหาร ซึ่งทางร้านได้จัดหาวัตถุดิบที่สด สะอาด ปรุงสุกใหม่ๆ พร้อมให้บริการกับลูกค้า และในส่วนกระบวนการให้บริการด้านสุนัข ทางร้านจะเน้นให้บริการสุนัขสายพันธุ์ชิวาว่า ซึ่งเป็นสุนัขที่มีคุณภาพ (มีใบเพดดิกรี) และสุขภาพดี ฉลาด ปราศจากเชื้อโรคมาไว้ให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีที่สุด

ด้านการเงิน กิจการ The Dog Mania Café ได้นำเงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของ 2,000,000 บาท และได้หาแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารอีกจำนวน 1,000,000 บาท เพื่อมาใช้ในการประกอบธุรกิจ โดยลงทุนในสินทรัพย์ และเงินสำรองของเงินทุนหมุนเวียน รวมเป็นจำนวน 3,000,000 บาท ซึ่งจากการศึกษาพบว่า โครงการกิจการ The Dog Mania Café เป็นโครงการที่นำลงทุน เนื่องจากค่า NPV แสดงค่าเป็นบวก เท่ากับ

1,657,007 บาท แสดงว่า กระแสเงินสดรับมากกว่ากระแสเงินสดจ่าย ส่วนอัตราผลตอบแทนของโครงการ  $IRR = 32.50\%$  ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่า ต้นทุนของเงินทุนเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average cost of Capital: WACC) ซึ่งเท่ากับ  $19.56\%$  และมีระยะเวลาคืนทุนประมาณ 1.11 ปี ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาคืนทุนที่ค่อนข้างเร็ว

กิจการทำการจำลองสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงของยอดขาย เพื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวกิจการ โดยแบ่งเป็นกรณี 1 รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 , กรณี 2 รายได้ลดลงร้อยละ 10 , และกรณี 3 ต้นทุนสินค้าสูงขึ้นร้อยละ 10 เพื่อดูว่ากิจการสามารถรับความผันผวนที่เกิดจากยอดขายที่เปลี่ยนแปลงไปได้หรือไม่ โดยวิเคราะห์จากผลตอบแทนในเรื่องของ การหาระยะเวลาคืนทุน การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ และการหาอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ พบว่าหากมีการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวข้างต้น กิจการยังคงสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

### สรุป

จากการจัดทำแผนธุรกิจร้านคาเฟ่สุนัข The Dog Mania Café พบว่า มีความเป็นไปได้ทั้งในด้านอุตสาหกรรม ด้านการตลาด ด้านการดำเนินงาน และด้านการเงิน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในหลายด้าน และผลสรุปที่ได้ออกมา พบว่าผลตอบแทนที่ได้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และมีความเป็นไปได้ในการลงทุน อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวทำให้มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนที่ลดลงไปบ้าง แต่ธุรกิจยังคงมีกำไรอยู่ ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และพร้อมที่จะรับมือตามแผนสำรองที่ได้วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

### ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ เพราะในปัจจุบัน ธุรกิจเกี่ยวกับร้านอาหาร และธุรกิจสัตว์เลี้ยงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และอาจจะดึงดูดให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจจึงต้องสร้างความแตกต่างและเน้นตอบโจทย์ผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

### กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้เนื่องจากได้รับความกรุณา และความร่วมมือเป็นอย่างดีของคุณโชติรส รัตนะพีระพงศ์ ผู้อนุเคราะห์ข้อมูลรวมถึงได้ให้ความรู้ คำแนะนำและเทคนิคต่างๆในการจัดการ และการให้บริการร้านคาเฟ่สุนัข เป็นอย่างดี และที่สำคัญอย่างยิ่งคือ ท่านอาจารย์ ดร.กิตติพงษ์ ศิริโชติ ที่ปรึกษาโครงการ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนวิธีการนำเสนอให้มีความสมบูรณ์และถูกต้องตามหลักวิชาการ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี จนทำให้รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ นอกจากนี้ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบรายงานการศึกษาอิสระ ที่ให้ความกรุณาอนุเคราะห์ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ รวมทั้งขอขอบพระคุณวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร ที่เป็นแหล่งความรู้อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า และอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ในด้านการจัดการทุกแขนง อันเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการทำงานได้อย่างดีเยี่ยม และขอขอบพระคุณครอบครัว และเพื่อนๆที่คอยเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา

## เอกสารอ้างอิง

- [1] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทย ประจำปี 2558. ค้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559
- [2] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). อุตสาหกรรมธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ประจำปี 2558. ค้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559
- [3] สมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทย. (2558). อุตสาหกรรมธุรกิจสัตว์เลี้ยงของไทย. ค้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559
- [4] เนื้อหาองค์ความรู้ SMEs ภายใต้งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center. (2557). ความสำคัญและการจัดซื้อที่ดีของร้านอาหาร. ค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2559
- [5] กฤษฎา โสมนะพันธ์. (2556). แรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑล.
- [6] ณัฐสิริ แฉล้มวงศ์. (2552). แรงจูงใจที่มีต่อการเลี้ยงสุนัขเพื่อนันทนาการของประชาชนในกรุงเทพฯ.
- [7] นภัสสร เรืองแจ่ม. (2554). แผนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นแบบสแต็กแนวเทป็นยากิ.
- [8] ดร.พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ. (2556). กลยุทธ์ธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง. ค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2559



