แผนธุรกิจร้านอาหารเหนือฟิวชั่น

Business Plan for Northern Fusion Food

แผนธุรกิจร้านอาหารเหนือฟิวชั่น

Business Plan for Northern Fusion Food

ชาลิสา ไชยเสน

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2563

© 2563
ชาลิสา ไชยเสน
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่น

ผู้วิจัย ชาลิสา ไชยเสน

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา .....[redacted].....
(ดร.วรวรรณ เลาหะพลวัฒนา)

ผู้เชี่ยวชาญ .....[redacted].....
(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภัค)

.....[redacted].....
(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
19 กันยายน พ.ศ. 2563

ชาลิสา ไชยเสน. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ, กันยายน 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
แผนธุรกิจร้านอาหารเหนือฟิวชั่น (42 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.วรวรรณ เลาหะพลวัฒนา

บทคัดย่อ

ร้านอาหารโชว์เหนือ เป็นร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ที่มีความผสมผสานของอาหารเหนือ ไทย และฝรั่ง ด้วยอัตราการเติบโตของร้านอาหารภายในกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งคาดว่าจะมีแนวโน้มเติบโตไม่ต่ำกว่า 5% ภายในปี 2561 มูลค่าธุรกิจร้านอาหารอยู่ที่ 420,000 ล้านบาท นอกจากเรื่องของภาพลักษณ์ของเมนูที่แตกต่างที่ดึงดูดลูกค้า รวมไปถึงกระแสที่ได้รับความนิยม ของการรับประทานอาหารที่มีความหลากหลาย ถูกหลักอนามัย สะอาด รสชาติที่ได้มาตรฐาน ซึ่งเป็นจุดแข็งของร้านอาหารโชว์เหนือ อีกทั้งร้านอาหารโชว์เหนือยังสามารถปรับเมนูอาหารและการบริการให้เข้ากับพฤติกรรมการบริโภคของคนกรุงเทพในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า คนส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับการสั่งซื้ออาหารผ่าน Delivery มากกว่าการทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน ด้วยเหตุผลที่ว่า เนื่องจากในสถานการณ์ปัจจุบันคนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรับประทาน ที่สด สะอาด เน้นการปรุง สุก ใหม่ทุกครั้งในการรับประทานอาหาร และเน้นความหลากหลายของอาหารทันสมัยอยู่ตลอด ซึ่งส่งผลทำให้เจ้าของธุรกิจเห็นความสำคัญกับอาหารเหนือฟิวชั่น ที่จะสามารถเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายได้ จึงตัดสินใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับร้านอาหารเหนือที่มีอยู่ในกรุงเทพ

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะคือ ร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ให้ความสำคัญในด้านโภชนาการอาหาร รสชาติอร่อย สะอาด ราคาที่เหมาะสม เช่น แนะนำคุณค่าทางโภชนาการที่ควรได้รับในแต่วัน เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของร้านอาหารโชว์เหนือ ที่เน้นการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากร้านอาหารเหนือฟิวชั่น มีคู่แข่งที่เป็นร้านอาหารประเภทอื่นอยู่เป็นจำนวนมาก โดยมีเพิ่มบริการสั่งออนไลน์ และจัดส่งด้วยความรวดเร็ว มีการจัดทำโปรโมชั่น ผ่าน Facebook สื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้ข่าวสารถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เน้นการอบรมพนักงานเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างเต็มที่ และจัดสรรพื้นที่ในห้องครัวให้มีความสะอาด เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และการไว้วางใจของลูกค้าที่จะกลับมาใช้บริการอีก

ธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่น เริ่มจากการที่ผู้เรียนมีความสนใจ มีความเชี่ยวชาญในด้านการทำอาหารเหนือ และมองเห็นโอกาสในการเปิดร้านอาหารเหนือฟิวชั่น จึงคิดรูปแบบธุรกิจที่จะนำเสนออาหารเหนือฟิวชั่นโดยเน้นขายแบบ Delivery อาหารที่มีความทันสมัย ผสมผสานของอาหาร

เหนือ ไทย ฝรั่ง ที่เหมาะสมกับความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันนี้ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกสำหรับธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่น ซึ่งร้านอาหารโชว์เหนือ สามารถแยกความแตกต่างของร้านอาหารเหนือฟิวชั่น กับร้านอาหารเหนือ ได้อย่างชัดเจนที่ว่าร้านอาหารเหนือฟิวชั่นจะเป็นร้านอาหารที่แสดงถึง ความชัดเจนของอาหารที่มีความผสมผสาน หรูหรา ทันสมัย มากกว่าร้านอาหารเหนือทั่วไป อีกทั้งร้านอาหารทั่วไป ร้านอาหารที่อยู่ในละแวกร้านอาหารโชว์เหนือ เป็นคู่แข่งกับร้านอาหารโชว์เหนือเช่นกัน การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในสำหรับธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่น ซึ่งร้านอาหารโชว์เหนือจะอ้างอิงถึงงานวิจัยร้านอาหารต่าง ๆ ที่อยู่ในปัจจุบันเป็นหลัก นำมาวิเคราะห์แนวทางของธุรกิจร้านอาหาร เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในปัจจุบัน

แผนการตลาดธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่น ร้านอาหารโชว์เหนือ จะเน้นกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ภายในกรุงเทพมหานคร มีรายได้ไม่ต่ำกว่า 15,000บาท กลุ่มคนที่ชอบสั่งอาหารผ่าน Application online และร้านอาหารโชว์เหนือจะมีการส่งเสริมการตลาดโดยการ ออกบู้ทอาหารตามห้างสรรพสินค้า เพื่อหากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่งอาหารให้คนดังได้รีวิว อีกทั้งยังมีการจัดทำ Promotion เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับร้านอาหารโชว์เหนือ แผนการจัดองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล ร้านอาหารโชว์เหนือ จะมีการเลือกคัดสรร พนักงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการเข้ามาทำงาน โดยเน้นจากประสบการณ์ในการทำงานเป็นหลัก เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า อีกทั้งยังมีการ ฝึกอบรมให้กับพนักงาน เพื่อส่งเสริมองค์กรให้แก่พนักงาน

แผนดำเนินงาน ร้านอาหารโชว์เหนือ จะจัดตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ แถวพระราม4 รูปแบบของการให้บริการ จะเน้นการให้บริการแบบห้องครัวที่มีสะอาด โปร่งสบาย เป็นหลักในการให้บริการ นอกจากนี้ยังมีกระบวนการ ในการสั่งซื้อวัตถุดิบสินค้า การเก็บสินค้าไปจนถึง การให้บริการลูกค้า แผนการเงิน ร้านอาหารโชว์เหนือ ใช้เงินการลงทุน 5,000,000บาท จากเจ้าของ 2 คนรวมกัน ร้านอาหารโชว์เหนือจะมีการประมานรายได้จากลูกค้า 100 คนต่อวัน ซึ่งระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1 ปี เดือน มูลค่าสุทธิ 2,181,609.59 ผลตอบแทนการลงทุน 34%

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, ธุรกิจร้านอาหาร, อาหารภาคเหนือ

Chaisean, C. M.M.E. (Entrepreneurship), September 2020, Graduate School,
Bangkok University.
Business Plan for Northern Fusion Food (42 pp.)
Advisor: Worrawan Laohapolwatana, Ph.D.

ABSTRACT

Show Nuea Restaurant A restaurant above fusion with a mix of Northern Thai and Western food with the growth rate of restaurants in Bangkok and its vicinity It is expected to grow at least 5% by 2018. The value of the restaurant business is 420,000 million baht. In addition to the image of different menus that attract customers. Including the current that is popular of eating a variety of foods Hygiene, clean, standard taste Which is the strength of the North Show restaurant In addition, Show Nuea restaurants are able to adapt food menus and services to suit the consumption habits of today's Bangkok residents as well.

The results of the study of general information of the sample Found that most people today Place ordering more food through delivery than cooking at home. For that reason, because in the current situation most people Give importance to eating fresh, clean, focus on new cooking every time you eat. And always emphasize the variety of modern food which has resulted in business owners seeing the importance of food over fusion that will be able to penetrate the target market so decided to do a study of the northern restaurants available in Bangkok.

This study has suggested that Northern Fusion Restaurant Focus on nutrition, delicious food, clean, reasonable price, such as introducing the nutritional value that should be received each day. To reflect the image of the North Show restaurant which focus on service to make customers satisfied the most As the restaurant above fusion There are many other restaurant competitors. With an added online ordering service and delivery with speed there are a promotion through Facebook, various online media. To deliver news to customers quickly focus on training staff to fully serve customers. And allocate space in the kitchen to be clean to create a good image and the trust of customers to come back to use the service again.

A North Fusion Food Business It starts with the student's interest. With expertise in Northern cuisine and saw an opportunity to open a restaurant above fusion Therefore, thinking of a business model to offer food above fusion, focusing on modern food delivery. A blend of Thai Northern and Western food that suits your needs. And consumer behavior today Analysis of external environmental factors for the food business above fusion which the restaurant shows above Can differentiate the restaurant above fusion. With a Northern restaurant It is clear that restaurants above Fusion will be the ones that represent. The clarity of the food is a combination of luxury and modernity than any other northern restaurant. As well as general restaurants Restaurant in the North Show Restaurant It rivals North show restaurants as well. Analysis of internal environmental factors for the food business above fusion the show North restaurants mainly refer to the current research of restaurants. To analyze the approach of the restaurant business to meet the needs of current target customers

North Fusion Food Business Marketing Plan Show Nuea Restaurant Will focus on population groups living in Bangkok they have an income of at least 15,000 baht. People who like to order food through the application online and at show restaurants North will have marketing promotion by Food booths in department stores To find target customers Deliver food to celebrities to review There is also a promotion to create more interesting for the North show restaurants. Organization plan and human resource management Show Nuea Restaurant There will be a selection. Knowledgeable staff Expertise in entering work with a focus on work experience In order to build credibility with customers It also has Training for employees to promote the organization for employees.

Northern Show Restaurant Operation Plan It will be established in the business area in Rama 4 area. The service model will focus on the kitchen service that is clean and airy. There is also a process. In the purchase of raw materials, products Storage of products to Customer Service, Money Plan, Restaurant Show North Using an investment of 5,000,000 baht from 2 owners together. Show Nuea restaurant will have revenue estimates from 100 customers per day, the payback period is 1 year, month, net worth 2,181,609.59, 34% return on investment.

Keywords: Business, Restaurant Business, Northern Fusion Restaurant

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ในครั้งนี้ ได้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ดร.วรวรรณ เลาหะพลวัฒนา อาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาสละเวลาชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบแก้ไข และขัดเกลาเนื้อหาสาระของแผนธุรกิจฉบับนี้ ให้มีความสมบูรณ์และชัดเจนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

คุณประโยชน์ของแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้ทำการวิจัยขอมอบให้บุคคลต่าง ๆ ที่กล่าวไว้ข้างต้น และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขอน้อมรับไว้เพียงแต่ผู้เดียว

ชาลิสา ไชยเสน

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
กิตติกรรมประกาศ		ฌ
สารบัญตาราง		ฏ
สารบัญภาพ		ฐ
บทที่ 1	บทนำ	
	1.1 ธุรกิจร้านอาหารเหนือฟิวชั่น	1
	1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	2
	1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	2
	1.4 รูปแบบของธุรกิจ	2
บทที่ 2	การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
	2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด	6
	2.2 การวิเคราะห์คู่แข่งขัน	8
บทที่ 3	การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
	3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ	10
	3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	11
	3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค	12
บทที่ 4	แผนการตลาด	
	4.1 การแบ่งส่วนการตลาด (Segmentation)	16
	4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	17
	4.3 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด	18
	4.4 แผนปฏิบัติการการสื่อสารทางการตลาด	19
บทที่ 5	แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
	5.1 โครงสร้างขององค์กรร้านโชว์เหนือ	22
	5.2 หน้าที่และความรับผิดชอบ	22
	5.3 แผนการบริหารบุคลากร	23
	5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร	24

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 6	แผนดำเนินงาน	
	6.1 จัดตั้งธุรกิจ	26
	6.2 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ	26
	6.3 การจัดการวัตถุดิบและสินค้าคงเหลือ	27
	6.4 ข้อกำหนดในขั้นตอนการปรุงอาหาร	29
	6.5 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ	30
บทที่ 7	แผนการเงิน	
	7.1 โครงสร้างเงินทุน	32
	7.2 สมมุติฐานทางการเงิน	32
	7.3 งบกำไรขาดทุน (รายเดือนภายใน ปีที่ 1)	34
	7.4 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point)	38
บทที่ 8	แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
	8.1 แผนฉุกเฉิน	39
	8.2 แผนอนาคต	40
บรรณานุกรม		41
ประวัติผู้เขียน		42
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ		

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1.1:	Business Model Canvas	32
ตารางที่ 4.1:	แผนดำเนินการทางการตลาด	20
ตารางที่ 4.2:	งบประมาณสำหรับกิจกรรมสื่อสารการตลาด	21
ตารางที่ 5.1:	รายละเอียดด้านบุคลากร	18
ตารางที่ 7.1:	แสดงค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด	33
ตารางที่ 7.2:	การประมาณรายได้ 100 คนต่อวัน โดยลูกค้าจะเพิ่มขึ้น 5% ของทุกปี	33
ตารางที่ 7.3:	งบกำไรขาดทุน (รายเดือนภายใน ปีที่ 1)	34
ตารางที่ 7.4:	งบกำไรขาดทุน	35
ตารางที่ 7.5:	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	35
ตารางที่ 7.6:	งบดุล	36
ตารางที่ 7.7:	งบกระแสเงินสด	36
ตารางที่ 7.8:	วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	37

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1: โลโก้ธุรกิจร้านอาหารโชว์เหนือ 1

ภาพที่ 5.1: โครงสร้างขององค์กร 22

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ธุรกิจร้านอาหารเหนือฟิวชั่น

หากพิจารณาจากการแบ่งประเภทการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม “ร้านอาหาร โชว์เหนือ ” จัดเป็นร้านอาหารทั่ว ๆ ไป แต่จะสร้างความแตกต่างด้วยการเป็นร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ที่มีความผสมผสานของอาหารเหนือ ไทย และฝรั่ง เป็นร้านอาหารเหนือที่แข่งขันค่อนข้างสูงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพราะฉะนั้นแต่ละร้านอาหารจึงต้องมีจุดเด่นจุดขายไว้ดึงลูกค้า อย่างร้าน “โชว์เหนือ (Shownuea)” ที่นำเมนูอาหารอาหารฟิวชั่นที่บริการทั้งอาหารเส้น ข้าว ยำ และของทานเล่น อย่างสปาเก็ตตี้น้ำพริกอ่อง สปาเก็ตตี้แหนมหมู ข้าวผัดแหนมหมู ยำแหนมหมูรสเด็ด แหนมเบคอนทอด มาเป็น จุดเด่นของร้าน เพื่อดึงดูดลูกค้า นอกจากนี้ ร้านอาหารของเรายังเน้นการขายอาหารแบบ Delivery มากกว่าการมานั่งกินที่ร้าน เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและความสะดวกสบายของลูกค้าในยุคสมัยนี้ (“Little Lanna อาหารเหนือฟิวชั่น”, 2557)

แต่อย่างไรก็ดีในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารเหนือฟิวชั่นนั้น เนื่องจากจำนวนของร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น การแข่งขันกันในธุรกิจก็เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย จึงส่งผลทำให้ร้านอาหารต่าง ๆ พยายามที่จะสร้างความแตกต่างให้กับอาหารและการบริการภายในร้านเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยแต่ละร้านมีการคิดค้นเมนูอาหารเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และเป็นจุดขายให้กับร้านจนเกิดการผสมผสานของอาหารภาคต่างๆเกิดเป็นอาหารจานใหม่ร่วมสมัยหรืออาหารแบบฟิวชั่น ทั้งนี้การทำธุรกิจอาหารฟิวชั่น ถ้าต้องการที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอด แข่งขันกับคู่แข่งได้ ต้องคำนึงถึงหลายด้าน เริ่มจากเรื่องของ คุณภาพวัตถุดิบ ต้องเลือกใช้วัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพและเหมาะกับอาหารที่ทำให้ลูกค้า ที่สำคัญ คุณภาพกับราคายังต้องไปด้วยกันได้ นอกจากเรื่องคุณภาพวัตถุดิบ สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้คือเรื่อง ความสะอาด ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่อง ที่ต้องให้ความใส่ใจเป็นพิเศษและอีกหนึ่งเรื่องคือการบริการ แค่เพียงอาหารอร่อย ไม่ใช่อย่างเดียวที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกพอใจการบริการที่ดีเป็นสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจ

ภาพที่ 1.1: โลโก้ธุรกิจร้านอาหารโชว์เหนือ

1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากปกติเป็นคนชอบรับประทานของอร่อย และสนใจในวัตถุดิบที่นำมาทำอาหาร นอกจากนั้นยังศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของคนมาโดยตลอด พบว่าอาหารที่มีวัตถุดิบพิเศษ เป็นส่วนประกอบที่มีขายอยู่ในปัจจุบันหลายๆเมนู ราคากับคุณภาพไม่ค่อยสอดคล้องกัน อีกทั้งยังเป็นอีกคนนึงที่เป็นคนเหนือ ซึ่งมาอยู่ที่กรุงเทพมหานคร หาร้านอาหารเหนือ ที่อร่อยและรสชาติติดปากได้ยาก จึงมีความคิดที่อยากจะทำร้านอาหารเหนือฟิวชั่นขึ้นมา และเห็นความสำคัญของอาหารวัตถุดิบที่จะนำมาต่อยอดในธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่น เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมตัวเราเอง และพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้ร้านอาหารเหนือฟิวชั่น

1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

1.3.1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเหนือฟิวชั่นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.2 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของร้านอาหารเหนือฟิวชั่นที่มีส่งต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 รูปแบบของธุรกิจ

ร้านอาหารเหนือฟิวชั่น “โชว์เหนือ” จะนำเสนออาหารเหนือฟิวชั่น เน้นขายแบบ Delivery ที่มีความผสมผสานของอาหารเหนือ ไทย ฝรั่ง ที่เหมาะสมกับความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันนี้ ซึ่งใช้วัตถุดิบจากที่ผู้ประกอบการทำเอง เช่น แหนมหมู หมูยอ ที่ผ่านกระบวนการอย่างเชี่ยวชาญ คัดสรรวัตถุดิบอย่างดี และบริการที่ลูกค้าจะได้รับ สะอาด รสชาติติดปาก ถูกสุขลักษณะอนามัย บริการประทับใจ คุณภาพได้มาตรฐาน และราคาเทียบได้เท่ากับคุณภาพ ร้านจะเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่ 10.30-19.30 น. โชว์เหนือ ตั้งอยู่อาคารพาณิชย์ อยู่ที่ ซอยสุขุมวิท 42 จะมีเพียงการรับประทานในร้าน จำนวน 5 โต๊ะ และบริการอาหาร Delivery ห่อกลับบ้าน โดยหลักในการเลือกทำเล ที่ตั้งนั้น บริเวณสุขุมวิท จัดเป็นย่านธุรกิจที่สำคัญของประเทศไทย เป็นย่านที่มีอาคารสำนักงาน โรงพยาบาล คนทำงานอยู่เป็นจำนวนมาก และยังมี รถไฟฟ้า BTS

รายการอาหารที่ โชว์เหนือ จัดไว้สำหรับบริการลูกค้า สามารถแบ่งเป็นประเภทได้ คือ

1) รายการอาหารเส้น

2) รายการอาหารข้าว

3) รายการอาหารยำ

4) รายการอาหารทานเล่น

ตารางที่ 1.1: Business Model Canvas

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Key Partners
พ่อค้า/แม่ค้าของสดในตลาด (วัตถุดิบ)
Application สั่งอาหาร</td>
<td>Key Activities
รับออเดอร์ผ่านทาง Application online, offline
โปรโมทเมนูผ่านทาง Facebook, IG</td>
<td rowspan="2">Value Propositions
อาหารอร่อย ถูกปาก
คุณภาพดี สะอาด ถูกสุขลักษณะ
ราคาเหมาะสม
บริการสะดวกรวดเร็ว</td>
<td>Customer Relationships
มีการบริการอาหารที่อร่อยทุกครั้ง มีการถาม Feedback ลูกค้าเพื่อนำไปปรับปรุงครั้งต่อไป</td>
<td rowspan="2">Customer Segments
ลูกค้าที่ชอบทานอาหารเหนืออยู่ประจำ, ลูกค้าที่ชอบทานอาหารหลากหลาย
คน
กรุงเทพมหานคร</td>
</tr>
<tr>
<td>Key Resources
สูตรอาหาร
แม่ครัว/ผู้ช่วยแม่ครัว</td>
<td>Channels
Application อาหาร
Facebook, Instragram, Line และติดต่อผ่านทางโทรศัพท์</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">Cost Structure
ค่าพนักงาน ค่าวัตถุดิบในการทำอาหาร ค่าการตลาด</td>
<td colspan="2">Revenue Streams
รายได้จาก Applicationสั่งอาหาร ,รายได้จากการออกบู้ท</td>
</tr>
</table>

จากตารางที่ 1.1 Business Model Canvas ซึ่งแสดงถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจของร้านโชว์เหนือ ที่ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ดังนี้

1) Value Propositions

Value Proposition เป็นจุดที่สำคัญมากสำหรับธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่น จะต้องคิดให้ได้เป็นอันดับแรก เพราะสิ่งที่ร้านอาหารเหนือเห็นความสำคัญ คุณค่าต่าง ๆ ที่เราคิดได้สามารถนำมาพัฒนา สร้างเป็นจุดแข็งให้กับธุรกิจ รวมถึงสร้างความแตกต่างให้ธุรกิจของเราได้เช่นกัน สิ่งที่

ร้านอาหารเหนือฟิวชั่น อยากมอบให้ลูกค้า คือ อาหารอร่อย ถูกปาก คุณภาพดี สะอาด ถูกสุขลักษณะ ราคาเหมาะสม บริการสะดวกรวดเร็ว

2) Customer Segment

สิ่งที่ร้านอาหารโชว์เหนือเห็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจ เชื่อมโยงไปกับลูกค้าเป้าหมายของร้านอาหารโชว์เหนือ ที่จะทำให้ร้านอาหารโชว์ประสบผลสำเร็จของธุรกิจ ที่จะส่งมอบว่าลูกค้าของเราอาหารโชว์เหนือ คือ ลูกค้าที่ชอบทานอาหารเหนืออยู่ประจำ ลูกค้าที่ชอบทานอาหาร,อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

3) Channels

สิ่งที่ร้านอาหารโชว์เหนือ ควรรู้ว่าลูกค้าของธุรกิจอาหารโชว์เหนือคือใคร ธุรกิจร้านอาหารโชว์เหนือจะมีช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ร้านอาหารโชว์เหนือจะใช้เป็นกลางสื่อไปยังกลุ่มลูกค้า คือการประชาสัมพันธ์สินค้าของธุรกิจอาหารโชว์เหนือให้เหมาะสมกับลูกค้าของทางร้านอาหารโชว์เหนือ ที่เหมาะสม ได้แก่ Application อาหาร, Facebook, Instagram, Line และติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ ฯลฯ

4) Customer Relationships

ในส่วนนี้เป็นส่วนที่มีเชื่อมกับ Channels แต่จะแตกต่างกันตรงที่ Customer Relationships จะเน้นในเรื่องความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งได้แก่ ลูกค้าจะได้รับการบริการอาหารที่อร่อยทุกครั้ง มีการถาม Feedback ลูกค้า รวมไปถึงการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ตอบปัญหาต่าง ๆ ฯลฯ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ดูแลเรื่องความสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่น มั่นใจ กับร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ซึ่งเป็นผลดีกับร้านอาหารเหนือฟิวชั่นและนำไปปรับปรุงในครั้งต่อไป

5) Revenue Streams

มาถึงส่วนที่ร้านอาหารโชว์เหนือให้ความสำคัญ หรือผู้ประกอบกิจการให้ความสำคัญมากที่สุด นั่นก็คือ รูปแบบรายได้ใน Model นี้นั่นก็ คือ รายได้จาก Application สั่งอาหาร,รายได้จากการออกบู้ท เพราะการที่ผู้ประกอบการระบุแหล่งรายได้อย่างชัดเจน จะทำให้ธุรกิจมุ่งเน้นหนักไปในทิศทางใด เพื่อก่อให้เกิดรายได้สูงสุดให้กับธุรกิจ

6) Key Resource

ทรัพยากรบุคคล หรือ วัตถุดิบที่ก่อให้เกิดรายได้ เรียกง่าย ๆ ก็คือ สิ่งที่ร้านอาหารเหนือมีอยู่แล้ว และสามารถนำมาสร้างเรื่องราว ความสำคัญให้กับธุรกิจได้ ทางร้านอาหารโชว์เหนือของเราก็คือ สูตรอาหาร แม่ครัว ผู้ช่วยแม่ครัว ทั้งนี้การที่เราระบุว่ามีทรัพยากรให้ชัดเจนว่ามีอะไรบ้าง จะทำให้เราเห็นขีดความสามารถที่ผู้ประกอบการจะนำมาพัฒนาส่วนต่าง ๆ ให้กับธุรกิจได้นั่นเอง

7) Key Activities

สิ่งที่ผู้ประกอบกิจการต้องทำ นอกจากจะทำให้ธุรกิจมีระเบียบในการดำเนินธุรกิจมากขึ้นแล้ว ยังทำให้ผู้ประกอบกิจการเห็นภาพได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น ว่าต้องทำอะไรบ้างเพื่อทำให้แผนสร้างธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่นของเราเป็นจริง คือ รับออเดอร์ผ่านทาง Application online offline, โปรโมทเมนูผ่านทาง Facebook Instagram

8) Key Partners

ธุรกิจร้านอาหารเหนือจะประสบความสำเร็จได้ ต้องมีเพื่อนร่วมทางธุรกิจที่ดี มีไว้คอยช่วยเหลือ ปรึกษากัน ไปจนถึงเป็นผู้คอยสนับสนุน ป้อนสินค้าให้ผู้ประกอบกิจการในราคามิตรภาพ ที่ถูกกว่าการไปซื้อกับคนอื่นการทำธุรกิจไม่สามารถดำเนินการโดยไม่มีพันธมิตรได้ อย่างน้อยธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่นต้องคำนึงถึง พ่อค้า แม่ค้าของสดในตลาด (วัตถุดิบ) Application สั่งอาหาร ฯลฯ

9) Cost Structure

สิ่งสำคัญที่ธุรกิจร้านอาหารเหนือควรมีค่าใช้จ่ายของธุรกิจ จะมีทั้งค่าใช้จ่ายคงที่ ที่ผู้ประกอบกิจการต้องจ่ายตลอดทุกปี หรือทุกเดือน และค่าใช้จ่ายผันแปรที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไป ค่าใช้จ่ายของธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่น คือ ค่าพนักงาน ค่าวัตถุดิบในการทำอาหาร,ค่าการตลาด การที่ผู้ประกอบกิจการรู้ว่าธุรกิจเสียเงินไปกับค่าใช้จ่ายส่วนไหนบ้าง จะทำให้วางแผนปรับปรุง พัฒนาธุรกิจของเราได้ในอนาคตต่อไป

บทที่ 2
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด

2.1.1 Five Forces Analysis สำหรับธุรกิจร้านอาหารทั่วไป

2.1.1.1 คู่แข่งรายใหม่ (Potential Competitors)

สำหรับธุรกิจร้านอาหารนั้น มีร้านอาหารรายใหม่เกิดขึ้นเป็นคู่แข่งขันกับร้านอาหารเหนือ และสามารถเข้าสู่ธุรกิจร้านอาหารได้ง่าย เนื่องจากมีอุปสรรคในการเข้าธุรกิจอาหารเหนือที่ต่ำ อันเป็นผลเกิดมาจาก

1) ความเคารพ นับถือต่อตราสินค้า Brand Loyalty ผู้บริโภคมีความเคารพ นับถือต่อตราสินค้าต่ำเนื่องมาจากธุรกิจร้านอาหารสินค้าไม่แตกต่างกันมากนัก ผู้บริโภคจะมีความเคารพนับถือต่อตราสินค้าสูงในสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น อาหารเจ อาหารมังสวิรัติ ซึ่งมีความต้องการดูแลเอาใจใส่ ให้กับ ลูกค้าที่รับประทาน หรือร้านอาหารที่เป็นผู้ประกอบการที่ผู้บริโภคยอมรับและชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เช่น ร้านอาหารเหนือที่อยู่บนห้างสรรพสินค้าใหญ่

2) การได้เปรียบสูงสุดด้านต้นทุน (Absolute Cost Advantages) สิ่งที่จะต้องจ่ายสำหรับกิจการร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นต้นทุนผันแปร เช่น ต้นทุนวัตถุดิบ ทำให้ร้านอาหารแต่ละรายไม่ว่าจะเป็นรายเล็กหรือรายใหญ่ ไม่สามารถที่จะบริหารต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งได้อย่างโดดเด่น

3) การประหยัดอันเกิดจากขนาด (Economies of Scale) การผลิตสินค้าจำนวนมากไม่ทำให้เกิดการประหยัดจากขนาดเหมือนในธุรกิจอื่น เนื่องจากต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนผันแปร ดังนั้นผู้ประกอบการรายย่อยจึงไม่เสียเปรียบผู้ประกอบการรายใหญ่จากสาเหตุดังกล่าว

4) ต้นทุนในการเปลี่ยนตราสินค้า (Switching Costs) ผู้บริโภคไม่เสียประโยชน์ใด ๆ เมื่อมีการเปลี่ยนไปบริโภคตราสินค้าอื่น

5) กฎระเบียบของรัฐบาล (Government Regulation) ภาครัฐไม่มีข้อจำกัดสำหรับธุรกิจร้านอาหาร แต่จะมีข้อกำหนดบางประการสำหรับธุรกิจร้านอาหารในด้านความสะอาดถูกสุขลักษณะเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภค ทำให้คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย

2.1.1.2 คู่แข่งภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Established Firms)

การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารมีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากร้านอาหารทั้งรายเล็กและรายใหญ่เป็นจำนวนมาก ทำให้รูปแบบการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไป ดังจะเห็นได้จาก

1) โครงสร้างในการแข่งขัน (Competitive Structure) โครงสร้างทางการแข่งขันกันในธุรกิจร้านอาหารเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่แข่งขันกันที่ผลิตภัณฑ์ แต่ปัจจุบันพบว่าผลิตภัณฑ์สามารถลอกเลียนแบบกันได้ง่าย เนื่องจากมีการเผยแพร่ความรู้และวิธีการผลิตทำให้ร้านอาหารราย

เล็กและรายใหญ่หันมาสนใจทำให้ธุรกิจของให้ดีเพิ่มขึ้นโดยการสร้างความแตกต่างทางด้านบริการและภาชนะเก็บอาหาร รวมทั้งการส่งเสริมการจำหน่าย ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กหันมาแข่งขันด้านราคามากยิ่งขึ้น

3) สภาวะของอุปสงค์ (Demand Conditions) เนื่องจากในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จึงทำให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจเกี่ยวกับการทำอาหารรับประทานเองและสิ่งที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นคือรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ทำให้ความต้องการในสินค้าและบริการมีเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคมีความรู้และใส่ใจในเรื่องสุขภาพอนามัยมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคพิจารณาด้านความสะอาด ถูกสุขลักษณะเพิ่มขึ้นด้วยรวมทั้งกระแสการบริโภคอาหารสุขภาพก็มีมากขึ้น

อุปสรรคในการออกจากธุรกิจ (Exit Barriers) อุปสรรคในการออกจากธุรกิจร้านอาหารต่ำเนื่องจากไม่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก

2.1.1.3 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (The Bargaining Power of Buyers)

อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคมีสูงมาก เนื่องจากผู้บริโภคได้รับสิ่งที่ให้ความสนใจจากเดิมของสินค้า ขณะที่ต้นทุนในการเปลี่ยนตราสินค้า (Switching Costs) ต่ำ ก็ยิ่งทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจง่ายขึ้น

2.1.1.4 อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (The Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีจำนวนมาก ดังนั้นอำนาจการต่อรองต่อผู้จำหน่ายจึงสูงโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ และผู้ประกอบการที่มีการจัดการด้านวัตถุดิบที่ดี

2.1.1.5 สินค้าทดแทน (Substitute Products)

สินค้าทดแทนสำหรับอาหารนั้นมีเป็นจำนวนมาก เพราะผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานขนมหรืออาหารว่างอื่นแทนเพื่อตอบสนองความหิวได้ เมื่อไม่สามารถเลือกบริโภคตามที่ต้องการได้ ผู้บริโภคก็จะเลือกบริโภคตราสินค้าอื่นทดแทน

แม้ว่าธุรกิจร้านอาหารจะอยู่ในธุรกิจที่มีการแข่งขันกันเยอะมาก เนื่องจากมีร้านอาหารจำนวนมากและร้านอาหารรายใหม่ก็สามารถเข้ามาทำธุรกิจอาหารได้ง่าย ทำให้ผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองสูง อีกทั้งอาหารเป็นสินค้าที่มีสินค้าทดแทนจำนวนมาก ทำให้ร้านอาหารต่าง ๆ พยายามสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในรูปแบบที่แตกต่างกันไป จึงเป็นโอกาสที่จะเข้ามาสู่ธุรกิจร้านอาหารในรูปแบบ อาหารฟิวชั่น ภายใต้การนำเสนออาหารที่มีความแตกต่าง แปลกใหม่ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค

2.1.2 ร้านอาหารเหนือฟิวชั่น

คำจำกัดความของร้านอาหารเหนือฟิวชั่นในที่นี้ หมายถึง ร้านอาหารที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1) ให้บริการอาหารที่มีความผสมผสานของอาหารเหนือ กับอาหารไทย ฝรั่ง ที่มีสไตส์

2) ใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ และมีคุณภาพ ปราศจากสิ่งเจือปน

3) พนักงานให้บริการ ต้องมีความเชี่ยวชาญ ใส่ใจต่อการปรุงอาหารทุกครั้ง

4) ให้ความสำคัญกับคุณค่าของอาหาร อร่อย สะอาด ถูกสุขลักษณะ กับผู้บริโภคที่จะได้รับ

จากสิ่งที่ได้กล่าวมาร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันมีร้านอาหารจำนวนน้อยมากที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเหมาะสมที่จะเป็นร้านอาหารเหนือฟิวชั่นอย่างแท้จริง โดยสามารถสรุปการนำเสนอบริการของร้าน โชว์เหนือได้ ดังนี้

1) เป็นร้านอาหารที่เน้นการบริการ แบบ Delivery มากกว่าทานที่ร้าน ตั้งอยู่ที่บริเวณถนนพระราม 4 ออกแบบครัว ให้ดูโปร่งสบาย เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.30-19.30 น.

2) ให้บริการอาหารเหนือฟิวชั่น ที่มีคุณค่าอาหาร รสชาติอร่อย สะอาด ถูกสุขลักษณะ ราคายุติธรรม และสามารถตอบโจทย์ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

3) ใช้วัตถุดิบที่ผ่านการคัดเลือกจากจัดซื้ออย่างดี มีการควบคุมคุณภาพสินค้าในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตอาหาร เพื่อไม่ให้มีสารตกค้าง และให้ประโยชน์ต่อร่างกายสูงสุด

4) การจัดสถานที่ในห้องครัว การแต่งกายของพนักงาน และกระบวนการผลิตถูกสุขลักษณะ เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นได้ว่านอกจากคุณภาพอาหารที่ได้รับแล้ว ทางร้านยังส่งมอบอาหารที่สด สะอาด รสชาติดี และปราศจากสิ่งเจือปน

5) ให้บริการที่เอาใจใส่บริการเสมือนหนึ่งเป็นคนในสมาชิกครอบครัว เพราะนอกจากอาหาร การมีบริการที่ดีควบคู่ไปด้วย จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อันจะนำมาซึ่งการกลับมาใช้บริการซ้ำ

6) การตั้งราคาอาหารในระดับปานกลาง ซึ่งคาดว่าอาหารต่อการรับประทานอาหาร1 มื้อ ประมาน 69-150 บาท สำหรับการสั่งซื้อต่อคน

2.2 การวิเคราะห์คู่แข่งขัน

ร้านอาหารเหนือที่เป็นคู่แข่งในธุรกิจ การวิเคราะห์คู่แข่งร้านอาหารเหนือจะวิเคราะห์ทั้งคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม ดังนี้

คู่แข่งทางตรง ได้แก่ ร้านอาหารที่นำเสนอรูปแบบการบริการเหมือนหรือใกล้เคียงกับร้านโชว์เหนือ คือให้บริการอาหารเหนือ หรืออาหารเหนือฟิวชั่น ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1) ร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ให้บริการและจำหน่ายอาหารเหนือฟิวชั่น ทั้งรับประทานที่ร้านหรือนำกลับ ส่วนมากร้านอาหารเหนือฟิวชั่น จะอยู่ที่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ได้บรรยากาศ รวมไปถึงร้านอาหารเหนือฟิวชั่นที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ตามห้างสรรพสินค้าใหญ่ ที่ทำร้านหรูหรา สไตส์ภาคเหนือ เช่น ร้านเฮือนคำพูน ร้านต๊ะต่อนยอน เป็นต้น

2) ร้านอาหารเหนือ ให้บริการและจำหน่ายอาหารเหนือ ในรูปร้านอาหารเหนือทั้งรับประทานที่ร้าน หรือนำกลับ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นรายเล็ก ๆ ลักษณะร้านค้าเป็นตึกแถว หรือรถเข็นตามตลาดนัด ไม่หรูหรา เช่น ร้านหอมด่วน (เอกมัย) ร้านหนมเส้น เป็นต้น

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 3
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ

ร้านอาหารโชว์เหนือใช้การวิเคราะห์สภาพทางการตลาดหรือการแข่งขันเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการร้านอาหารโชว์เหนือควรให้ความสนใจและเรียนรู้ เพราะข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์นั้นสามารถบ่งชี้นำมาเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการทำร้านอาหารโชว์เหนือ รวมไปถึงการวางแผนกลยุทธ์ของร้านอาหารโชว์เหนือ

3.1.1 จุดแข็ง

1) ในปัจจุบันผู้ประกอบการ แสดงเห็นถึงความต้องการของลูกค้าที่ต้องการรับประทานอาหารที่รสชาติดี สะอาดถูกสุขลักษณะอนามัย ทางผู้ประกอบการจึงพัฒนาและปรับปรุงรายการอาหารให้มีความหลากหลาย โดยเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันว่า ยึดลูกค้าเป็นจุดสำคัญ ที่นำเสนอในสิ่งที่จะก่อให้เกิดประโยชน์และตรงกับผู้บริโภคที่ต้องการสินค้า ซึ่งแสดงให้ว่าถ้าหากลูกค้ามีความการกลับมาซื้อซ้ำ ก็จะก่อให้ธุรกิจอาหารเหนือ เติบโตได้อย่างคงที่และต่อเนื่อง

2) การเป็นร้านอาหารเหนือฟิวชั่น จะต้องให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของกระบวนการ ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ การปรุงอาหาร ไปจนถึงการบริการภายในร้าน หากร้านอาหารเหนือสามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างจากร้านอื่น ก็จะส่งผลถึงความพึงพอใจ มั่นใจ เชื่อใจของลูกค้าและนำมาสู่การซื้อซ้ำ

3) จัดตั้งร้านอาหารเหนือ อยู่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจ ที่มีประชากรอยู่อาศัยหนาแน่นและมีอาคารสำนักงานจำนวนมาก

3.1.2 จุดอ่อน

ร้านอาหารเหนือซึ่งเป็นร้านเปิดใหม่ ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จัก อาจทำให้ลูกค้าเข้าใจว่าเหมือนร้านอาหารทั่วไป จึงจำเป็นต้องสื่อสารให้ลูกค้าทราบถึงความแตกต่างดังกล่าวอย่างชัดเจน

3.1.3 โอกาส

1) อาหารถือเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งในแต่ละวันจะมีการรับประทานของผู้บริโภค จะเป็น 3 มื้อ ซึ่งความต้องการบริโภคอาหารนี้ไม่อาจจบลงไป หรือลดลงได้ เพราะถึงอย่างไรผู้บริโภคก็จำเป็นต้องรับประทานอาหารเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ต่อไป ดังนั้นธุรกิจร้านอาหารจึงมีโอกาสในการทำธุรกิจ เพื่อรองรับความจำเป็นดังกล่าว

2) จากอดีตถึงปัจจุบันของผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจ กับอาหารท้องถิ่น ประจำภาคต่าง ๆ หรือชอบอาหารที่มีความหลากหลาย หลากสไตส์ เพื่อรักษาวัฒนธรรมการกิน ให้ดำรงอยู่ต่อไป

3) รูปแบบการรับประทานของมนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากเวลากลายเป็นข้อจำกัด หรือ มีภัยพิบัติของโรคระบาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน มีผลให้พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านมีแนวโน้มน้อยลง

4) ร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ที่มีรสชาติอร่อย สะอาด ในปัจจุบันยังมีน้อยกว่าความต้องการ

3.1.4 อุปสรรค

1) ในปัจจุบันมีสินค้าที่สามารถใช้แทนกันได้มีจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีการสร้างความแตกต่างของอาหาร ให้เด่นชัด

2) แม้ว่าคู่แข่งทางตรงจะมีจำนวนไม่มากนัก แต่คู่แข่งทางอ้อมมีจำนวนมาก อีกทั้งคู่แข่งใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย

3) ผู้บริโภคบางส่วน ทานอาหารเหนือไม่ค่อยเป็น

3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

3.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ที่มุ่งเน้นความเป็นหนึ่งของอาหาร ที่หลากหลาย ที่สร้างสรรค์เมนูใหม่เพื่อร้านอาหารที่ยั่งยืน

3.2.2 พันธกิจ (Mission)

1) เราจะเป็นร้านอาหารเหนือฟิวชั่นที่ให้บริการอาหารที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และถูกสุขลักษณะ

2) เราจะเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงเมนูอาหารไปพร้อมกับความต้องการของลูกค้า และนำเสนอเมนูใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า

3) เราจะให้บริการที่เป็นเลิศ ดูแลลูกค้า และอบรมพนักงาน ให้สอดคล้องกับการพัฒนาต่อไปในอนาคต

3.2.3 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1) รายได้ 10 ล้านบาทสำหรับ ปีที่ 1 และมีอัตราการเติบโตของรายได้มากกว่า 24%

2) อัตรากำไรสุทธิ 20% ของรายได้แต่ละปี

3) มีลูกค้าติดตามมากกว่า 1 หมื่นคนภายใน1ปี และยังมองอนาคตของธุรกิจอาหารในระยะยาวที่จะเป็นหนึ่งในใจ (Top of Mind) ของลูกค้าเมื่อนึกถึงร้านอาหารเหนือฟิวชั่น อย่างแท้จริง

4) ภายใต้สถานการณ์ปกติร้าน “โชว์เหนือ” จะมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 1เดือน ภายใต้อัตราผลตอบแทนจากลงทุน (IRR) ที่ระดับ 34%

3.2.4 เป้าหมาย (Goals)

1) เป็นหนึ่งในร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ที่กลุ่มเป้าหมายรู้จัก และนึกถึงร้านอาหารเหนือฟิวชั่นของเราเป็นอันดับแรก

2) เป็นผู้นำหนึ่งในร้านอาหารเหนือฟิวชั่นหนึ่งในสิบของประเทศไทย

3.2.5 แนวทางกลางกลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์องค์กร มีดังนี้

1) แนวทางกลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy) ร้านโชว์เหนือ จะเน้นการทำธุรกิจแต่เพียงธุรกิจเดียว คือ ร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ซึ่งให้บริการอาหาร เนื่องจากร้านอาหารเหนือฟิวชั่น เป็นร้านอาหารที่มีความผสมผสานของอาหารเหนือ ไทย และฝรั่ง จำเป็นต้องมีความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการ สูตรอาหารที่ได้มาตรฐาน ซึ่งจะส่งผลการสร้างความมั่นใจและความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบทางหนึ่ง

2) แนวทางกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) ร้านโชว์เหนือ เน้นการสร้างความแตกต่าง จากร้านอาหารทั่วไปโดยการเป็นร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ที่มีความผสมผสานของอาหารเหนือ ไทย และฝรั่ง ตามรูปแบบที่กำหนดไว้ ซึ่งนอกจากให้บริการอาหารเหนือฟิวชั่นแล้ว ยังมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลการปรุงอาหาร เพื่อส่งเสริมให้เกิดความแตกต่าง ความใหม่ และเกิดการบริโภคอาหารอย่างถูกหลักโภชนาการ

3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Function Level Strategy) เพื่อให้ร้านโชว์เหนือ สามารถเติบโตระดับองค์กรและระดับธุรกิจได้ จึงเลือกใช้กลยุทธ์คุณภาพที่เหนือกว่า โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหาร ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกสรรวัตถุดิบ การทำความสะอาดภายในครัว เครื่องจักร อุปกรณ์ครัวต่าง ๆ รวมไปถึงการปรุงอาหารที่ได้ตามมาตรฐาน เพื่อสร้างให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

จากที่กล่าวไว้ในวัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่นเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร รูปแบบธุรกิจร้านอาหารเหนือฟิวชั่น “โชว์เหนือ” จึงถือโอกาสที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคทางหนึ่ง ดังนั้นเพื่อให้สามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง จึงเป็นต้องมีการกล่าวถึงงาน หรืออ้างอิงผู้ที่ศึกษาข้อมูลหรือการวิจัยที่เกี่ยวกับตลาดของธุรกิจอาหารเหนือ ซึ่งจะนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด และทราบถึงความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่น

อาหารเหนือพื้นบ้านอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมีเอกลักษณ์ ที่ไม่เหมือนใคร ยังส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ในลักษณะ Gastronomy Tourism เพราะอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมีคุณลักษณะเฉพาะที่มีความเป็นทางประวัติศาสตร์ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมชนเผ่า สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และความเป็นอยู่ การเผยแพร่อาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่มีเอกลักษณ์สูง โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารเหนือ ในจังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน สำรวจชนิดของอาหาร สถานที่ตั้งของร้านอาหาร และวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการและสุขภาพ เพื่อรวบรวมเป็นความรู้ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้รับประทานอาหารเหนือที่หลากหลายชนิด (“โครงการ การสร้างคุณค่าอาหารไทยท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวภาคเหนือ”, ม.ป.ป.)

3.3.1 การศึกษางานวิจัยอาหารตัวอย่างที่ 1

เมื่อกล่าวถึงอาหาร ทุกคนต่างยอมรับว่าเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค แต่อาหารยังบ่งบอกถึงความเจริญของตนในชุมชนหรือคนในชาติ เริ่มจากการคิดค้นวิธีการปรุงอาหารให้เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป ภาคเหนือนิยมรับประทานพืช ผักที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ อาจจะเป็นผักป่า หรือว่าผักข้างรั้ว กินข้าวเหนียวเป็นหลัก นิยมปรุงอาหารโดยไม่ใส่น้ำตาล มีรสเค็มนำ และเผ็ดเล็กน้อย ใช้กะทิปรุงน้อยกว่าภาคกลาง ในด้านอาหารการกินภาคเหนือเป็นดินแดนแห่งประวัติศาสตร์ที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน ชาวเหนือได้สรรสร้างศิลปวัฒนธรรมอันละเอียดอ่อนลึกซึ้งในทุกด้าน ไม่เว้นแม้แต่การบริโภคอาหาร อันเป็นเอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับฤดูกาลของธรรมชาติ

องค์ความรู้ของอาหารพื้นบ้านภาคเหนือ อาหารท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเป็นไปตามเอกลักษณ์และวัฒนธรรมการปรุงอาหารจะหาได้แหล่งอาหารตามธรรมชาติของแต่ละท้องถิ่นซึ่งอาหารท้องถิ่นจะมีคุณค่าโภชนาการต่อร่างกาย โดยเฉพาะผักพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่นซึ่งหาง่าย ราคาก็ถูกและยังปลอดภัยจากสารเคมี มีคุณค่าสูง ในอดีตชาวบ้านไม่ค่อยเดือดร้อน เจ็บป่วย มีปัญหาเรื่องสุขภาพจากอาหารการกิน เนื่องจากเป็นสังคมเกษตรธรรมชาติที่ปลอดสารเคมีจำพวกผักพื้นบ้าน สัตว์พันธุ์พื้นเมืองเรียกว่า มีความสมบูรณ์ เรื่องข้าวปลาอาหารและทรัพยากรธรรมชาติ ดังคำกล่าวที่ว่า “ในสวนมีผัก ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว”

3.3.1.1 ยกตัวอย่างประเภทอาหาร

อาหารของคนเหนือจะมีความงดงาม เพราะด้วยธรรมชาติของคนเหนือจะมีกริยาที่อ่อนน้อม จึงส่งผลต่ออาหาร โดยมากมักจะเป็นผัก และชาวเหนือมีการดำเนินชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ การปลูกข้าวและการบริโภคข้าวเหนียว อาหารพื้นบ้านเป็นอาหารที่ได้สมดุลทางโภชนาการ ผสมผสานลงตัวระหว่างชนิดและปริมาณของอาหาร ซึ่งส่วนใหญ่จะมีข้าวเป็นอาหารหลัก การปรุงอาหารจะเป็นการแกง ยำ ตำ มีการปรุงที่เรียบง่าย ไม่พิถีพิถัน ใช้เวลาไม่มาก ใช้น้ำมันในการปรุงอาหารน้อย โดยทางภาคเหนือ มีประเภทของอาหาร ดังนี้

1) แกง ภาษาเหนือ อ่านว่า แก๋ง เป็นอาหารประเภทน้ำ ที่มีปริมาณน้ำแกงอยู่ในระดับใกล้เคียงกับส่วนประกอบต่าง ๆ เช่น แกงฮังแล แกงอ่อม แกงสะแล แกงเห็ดถอบ เป็นต้น

2) คั่ว ในความหมายทางเหนือ คือ การผัด เป็นวิธีการปรุงอาหารที่นำน้ำมันปริมาณเล็กน้อย และใส่กระเทียมลงเจียว เช่น คั่วลาบ คั่วถั่วลิสง เป็นต้น

3) ตำ/ยำ ภาษาเหนืออ่านว่า ต๋ำ เป็นอาหารประเภทเดียวกับยำ มีวิธีการปรุง โดยนำส่วนผสมต่าง ๆ พร้อมเครื่องคลุกเคล้ากันในครก เช่น ตำขนุน ตำมะขาม เป็นต้น

4) น้ำพริก ภาษาเหนืออ่านว่า น้ำพริก เป็นอาหารเหนือเครื่องปรุงชนิดหนึ่ง มีส่วนประกอบหลัก คือ พริก เกลือ หอม กระเทียม เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกลาบ เป็นต้น

5) แอ็บ เป็นการนำอาหารมาคลุกเคล้ากับเครื่องปรุงก่อน ปรุงเสร็จแล้วนำมาห่อด้วยใบตอง นำไปปิ้ง เช่น แอ็บป่า แอ็บกุ้ง เป็นต้น

3.3.1.2 คุณค่าของอาหารพื้นบ้าน

คุณค่าของอาหารพื้นบ้านต่อการเสริมสร้างสุขภาวะของชุมชนในภาคเหนือ อาหารคือสิ่งที่กินแล้วให้ประโยชน์แก่ร่างกาย อาหารมีส่วนประกอบต่างกันและคุณค่าประโยชน์ตามส่วนประกอบนั้น ความต้องการของอาหารของร่างกายแตกต่างกันตามภาวะความเป้นอยู่ของร่างกาย อาหารที่จำเป็นสำหรับร่างกายตั้งแต่เด็กอ่อน วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่จนถึงวัยชรา (ฉวีวรรณ, สุวรรณาภา, อรอนงค์ วูวงศ์ และสริมศิลป์ สุภเมธีสกุล, 2560) แบ่งได้ 5 หมู่ ได้แก่

1) หมู่ที่ 1 เนื้อสัตว์ต่าง ๆ ไข่ ถั่ว ช่วยเสริมสร้างและซ่อมแซมร่างกายในวัยเจริญเติบโต

2) หมู่ที่ 2 ข้าว แป้ง น้ำตาล หัวเผือกมัน ให้พลังงาน และความอบอุ่นแก่ร่างกาย

3) หมู่ที่ 3 ผักใบเขียวและพืชผักต่าง ๆ บำรุงสุขภาพทั่วไปให้สมบูรณ์แข็งแรงและบำรุงหนัง ผิวหนัง นัยน์ตา เหงือก และฟัน

4) หมู่ที่ 4 ผลไม้ต่าง ๆ ช่วยบำรุงสุขภาพ และป้องกันโรคต่าง ๆ

5) หมู่ที่ 5 ไขมันจากสัตว์และจากพืช ให้พลังงานและความอบอุ่นแก่ร่างกาย

3.3.2 การศึกษางานวิจัยอาหารตัวอย่างที่ 2

เครือมาศ มีเกษม (2554) การวิจัยเกี่ยวกับ การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของคนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน ของบุคคลวัยทำงานที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค โดยจะใช้แบบสอบถามจำนวน300 ชุด เป็นการเก็บข้อมูลจากประชากรที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.50 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 47.50 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.25 อายุ

41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.25 อายุ 51 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 9.25 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมา สถานภาพสมรส อยู่ด้วยกันคิดเป็นร้อยละ 34.75 และสถานภาพ หม้าย หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ด้านการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมามีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 16.75 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.50 และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างการประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 68.25 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 21.00 และประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.75 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-/20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.25 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.50 และมีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

3.3.3 สรุปผลการศึกษางานวิจัย

1) ปัจจัยที่มีความสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือก อาหารเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และอาหาร ยังบ่งบอกถึงความเจริญของคนในชุมชน

2) ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาเลือกร้านอาหาร 4 ปัจจัยแรก ได้แก่ รสชาติอาหาร ความสะอาด ชื่อเสียงของร้านอาหาร และโภชนาการทางอาหาร

3) อาหารพื้นบ้านหรืออาหารในท้องถิ่นเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นการปรุงอาหาร ซึ่งอาหารท้องถิ่นมีคุณค่าโภชนาการต่อร่างกาย

4) กระบวนการดูแลสุขภาพคนในชุมชนทำให้มีสุขภาพดีขึ้น ทั้งร่างกาย จิตใจ สังคม โดยการจัดการให้นำอาหารและผลผลิตจากผักพื้นบ้าน อาหารที่ได้จากธรรมชาติซึ่งปลอดสารพิษมาจำหน่ายเพื่อให้พฤติกรรมที่เป็นบวกต่อการมีสุขภาพที่ดี

5) กระบวนการจัดการอาหารในการส่งเสริมคุณภาพชีวิต หน่วยงานภาครัฐ เอกชนจะทำงานแบบบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่นเกษตรจังหวัด จำไปให้ความรู้ สร้างเครือข่ายเทศบาลขับเคลื่อนสร้างร้านอาหารที่ปลอดภัย โดยใช้วัตถุดิบที่ปลอดภัย ได้มาตรฐานการปรุงอาหาร

6) การศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สามารถทำให้ร้านอาหารโชว์เหนือ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนมากขึ้น เช่น การกำหนดอายุ ตำแหน่ง รายได้ ฯลฯ

บทที่ 4
แผนการตลาด

4.1 การแบ่งส่วนการตลาด (Segmentation)

4.1.1 การแบ่งส่วนตลาดทางภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)

แบ่งเป็น ประชากรที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร

4.1.2 การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)

ใช้รายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่ม เนื่องจากรายได้น่าจะเป็นตัวแปรสำคัญของพฤติกรรมการเลือกประเภท ลักษณะ และสถานที่จำหน่ายอาหารของคนกรุงเทพฯ โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้ต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 15,000บาท

4.1.3 การแบ่งส่วนตลาดตามจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)

ใช้รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ ดังนี้

1) กลุ่มที่ชอบสั่งอาหารผ่านทาง Application Online

2) กลุ่มที่ไม่ชอบทำอาหารเอง

4.1.4 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม และการแสวงผลประโยชน์ (Behavioral and Benefit Segmentation)

ใช้พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่ม ได้ดังนี้

1) กลุ่มคนที่ชื่นชอบทานอาหารเหนือ

2) กลุ่มคนที่ชื่นชอบทานอาหารหลากหลาย หลากหลายสไตส์

4.1.5 การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting)

ร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ร้านโชว์เหนือ จะเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชากร ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทต่อเดือน เน้นกลุ่มคนที่ชื่นชอบทานอาหารเหนือ และกลุ่มคนที่ชื่นชอบทานอาหารหลากหลาย หลากสไตส์

4.1.6 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

ร้านโชว์เหนือเลือกวางตนเองในรูปแบบร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ซึ่งจะเน้นให้บริการอาหารเหนือผสมผสานอาหารเหนือ ไทย และฝรั่ง ที่มีคุณค่าอาหารถูกหลัก อนามัย สะอาด ได้มาตรฐานในการทำทุกเมนู และให้ความสำคัญในด้านการคัดสรรวัตถุดิบ กระบวนการในการปรุงอาหาร รสชาติ รวมทั้งการให้บริการที่เป็นเลิศในราคาอาหารที่ไม่แพง เหมาะสมกับอาหารที่ได้รับประทาน

4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

เนื่องจากร้านอาหารโชว์เหนือ เป็นธุรกิจประเภทอาหาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด แบ่งออกเป็น 7p ดังนี้

4.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

รายการอาหารของร้านโชว์เหนือ จัดเป็นสินค้าที่มีการผสมผสานของอาหารเหนือ ไทย และฝรั่ง คือไม่เพียงแต่เป็นมื้ออาหารที่รับประทานเพื่อให้อิ่มท้องเท่านั้น แต่ยังเป็นมื้ออาหารที่มีส่วนประกอบที่หลากหลาย หลายสไตส์ สะอาด ถูกสุขลักษณะอนามัย กับความต้องการตามหลักโภชนาการต่อสุขภาพทั้งกายและจิตใจ หมวดหมู่รายการอาหาร มีดังนี้

1) ประเภทข้าว ที่มีวัตถุดิบข้าวเป็นหลัก แป้ง ให้พลังงาน และความอบอุ่นแก่ร่างกาย

2) ประเภทเส้น ที่มีวัตถุดิบเส้นเป็นหลัก ที่มีความผสมผสานเส้น กับวัตถุดิบอาหารเหนือ ซึ่งสร้างความแตกต่างให้กับร้านอาหาร และโดดเด่นร้านโชว์เหนือ

3) ประเภทยำ ที่มีวัตถุดิบของอาหารเหนือ กับผักใบเขียวและพืชผักต่าง ๆ บำรุงสุขภาพทั่วไปให้สมบูรณ์แข็งแรงและบำรุงหนัง ผิวหนัง นัยน์ตา เหงือกและฟัน

4) ของทานเล่น ที่มีวัตถุดิบของอาหารเหนือ ที่นำมาดัดแปลง โดยการใช้น้ำมันจากไขมันจากสัตว์และจากพืช ให้พลังงานและความอบอุ่นแก่ร่างกาย

4.2.2 บุคลากร (People)

บุคลากรทุกคนจะรับทราบหน้าที่ และความรับผิดชอบของตนเองจากรายละเอียดงาน (Job Description) ซึ่งพนักงานจะต้องรักษาความสะอาดเครื่องแต่งกาย ทำความสะอาดร่างกายอย่างถูกสุขลักษณะ และจะต้องมีความคล่องแคล่วในการให้บริการ การปฏิบัติงานในทุกขั้นตอนจะมีมาตรฐานกำหนดไว้

4.2.3 กระบวนการ (Process)

ให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกพนักงาน ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ วัตถุดิบ การประกอบอาหาร การทำความสะอาด และการให้บริการ

4.2.4 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

รูปแบบการตกแต่งภายในครัว จะเน้นความโปร่งสบาย สะอาด มีที่ว่างให้สำหรับบุคลากรเดินได้สะดวก รวมทั้งจะมีการดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยภายในครัวทุกวัน รวมไปถึงวัตถุดิบต้องชำระล้างอย่างสะอาด เพื่อตอกย้ำให้ลูกค้ารับรู้ถึงความสะอาด ปลอดสารพิษอย่างแท้จริง

4.2.5 ราคา (Price)

ร้านโชว์เหนือ จะใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ High-Value Strategy เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีรายได้ระดับกลางขึ้นไป ต้องการอาหารที่มีคุณภาพ สะอาด อร่อย และถูกหลักอนามัย

4.2.6 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นร้าน ตึกห้องแถว ย่านพระราม4 มีทั้งให้บริการหน้าร้าน และช่องทาง Application สั่งอาหาร หรือติดต่อช่องทางโทรศัพท์

4.2.7 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

แบ่งเป็นการส่งเสริมการตลาด ออกเป็น ดังนี้

1) การจัดทำโปรโมชั่นในการสั่งซื้ออาหาร ผ่านทาง Application สั่งอาหาร เช่น มีการส่งฟรี เมื่อสั่งครบ 300บาท ฯลฯ

2) มีการออกบู้ทอาหารประจำภาคปีละ 3-4ครั้ง เพื่อเพิ่มฐานเป้าหมายลูกค้า

3) Promote ร้านผ่านทาง Facebook Instagram เช่น ทำ Content เกี่ยวกับอาหาร เพื่อให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมกับร้านอาหารโชว์เหนือ

4) ส่งอาหารให้คนดังรีวิว เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และเพิ่มฐานเป้าหมายลูกค้า

4.2.1 ปัจจัยสำคัญที่เป็นเงื่อนไขแห่งความสำเร็จของธุรกิจอาหารร้านโชว์เหนือ (Key Success Factors)

1) ทำเลที่เหมาะสม

ทำเลที่ดีสำหรับร้านอาหารโชว์เหนือ ควรเป็นทำเลที่เป็นแหล่งชุมชน ใกล้กลุ่มเป้าหมาย และมีความต้องการบริโภคอาหารที่มีความหลากหลาย

2) คุณภาพของอาหาร

นอกจากอาหารที่มีรสชาติดี ถูกปากแล้ว ปัจจัยสำคัญอย่างมากคือ อาหารต้องมีความสะอาดใหม่ และสด โดยต้องมีการดูแลคุณภาพที่ได้มาตรฐานตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบ การปรุงอาหาร ภาชนะและอุปกรณ์ รวมไปถึงสถานที่ให้บริการต้องมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

3) การบริการต้นทุน

สิ่งสำคัญของการค้า คือ การทำให้ต้นทุนอยู่ให้ต่ำกว่าคู่แข่ง ที่คุณภาพของสินค้าเท่าเทียมกัน หรือในกรณีที่ไม่สามารถบริหารสินค้าให้มีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งได้ สินค้าของทางอาหารโชว์เหนือต้องมีความแตกต่าง หรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง และปรับปรุงพัฒนาฝีมือให้ได้มาตรฐาน เพื่อดึงดูดลูกค้าไว้เป็นลูกค้าประจำ

4.3 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

จากการศึกษาและอ้างอิงงานวิจัยจะเห็นได้ว่า กลุ่มเป้าหมายบางส่วนมีอุปสงค์ในลักษณะมีความต้องการในสินค้าที่ยังไม่มีในตลาดหรือความต้องการที่ยังไม่มีสินค้าที่สามารถตอบสนองได้ครบถ้วนและบางส่วนมีอุปสงค์ไม่สม่ำเสมอนั่นคือ ผู้บริโภคบางกลุ่มมีความต้องการร้านอาหารเหนือ

ฟิวชั่นอย่างแท้จริงในบางเวลา การทำการสื่อสารการตลาดจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท

ดังนั้นการสื่อสารทางการตลาดทั้งหมดจะทำเพื่อสนับสนุนวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) สื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่ามีบริการร้านอาหารเหนือฟิวชั่น

2) สื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

3) สื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการยอมรับความโดดเด่นในด้านความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพและความเป็นเลิศทางด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

4.4 แผนปฏิบัติการการสื่อสารทางการตลาด

4.1.1 สื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่ามีบริการร้านอาหารเหนือฟิวชั่น

การให้โฆษณาผ่านทาง Facebook สื่อสารช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ โดยเน้นให้เห็นถึงประโยชน์และความแตกต่างของอาหารจากร้านทั่วไป

สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารเหนือ พร้อมนำเสนอรูปแบบของร้านประกอบสัมภาษณ์ เน้นให้เห็นถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากร้านโชว์เหนือที่แตกต่างจากร้านอื่น

4.1.1 สื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Benefit)

1) แผ่นพับโฆษณา หรือการโฆษณาผ่านทาง Facebook สื่อสารช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารเหนือ ว่ามีคุณค่าคุณประโยชน์อะไรบ้าง

2) การออกบู้ทสินค้าอาหารเหนือตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ จัดมีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าสารอาหารชนิดต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์

3) สื่อสารเพื่อก่อให้เกิดความยอมรับความโดดเด่นในความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพและความเป็นเลิศทางด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

4) การออกบู้ทสินค้าอาหารเหนือตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ มีมุมสำหรับขายผักผลไม้ปลอดสารพิษที่มาจากภาคเหนือ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำทางด้านคุณภาพของอาหาร

5) สามารถฝากคำถามหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับอาหารเหนือฟิวชั่น ซึ่งทางร้านจะมีผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหาร จะให้ตอบคำถามลูกค้าเมื่อเกิดข้อสงสัย

ตารางที่ 4.1: แผนดำเนินการทางการตลาด

เดือน	กิจกรรม	งบประมาณ
มกราคม-มีนาคม	- ช่วงโปรโมทร้าน โดยการทำแผ่นป้ายใหญ่ติดตามละแวกร้าน	5,000 บาท
เมษายน-มิถุนายน	- ตกแต่งภายในร้านและห้องครัว - แจกแผ่นพับแนะนำร้านอาหารอาคารสำนักงานที่อยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตร	180,000 บาท 10,000 บาท
กรกฎาคม-กันยายน	- ลงโฆษณาใน Facebook Instagram ยิง Add เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค	10,000 บาท
ตุลาคม-ธันวาคม	- ลงโฆษณาใน Facebook, Instagram ยิง Add เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค - แจกแผ่นพับแนะนำร้านอาหารอาคารสำนักงานที่อยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตร - ลงโฆษณาใน Facebook, Instagram ยิง Add เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค	10,000 บาท 10,000 บาท 10,000 บาท
รวม	กิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดในปีแรก	235,000 บาท

จากตารางที่ 4.1 แผนดำเนินการตลาด แบ่งออกได้เป็น 4 ช่วงในการทำกิจกรรมตลาดโดย เดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม ทางร้านอาหารโชว์เหนือจะทำการตลาดเป็นการโปรโมทร้าน โดยการทำแผ่นป้ายใหญ่ติดตามละแวกร้าน เดือนเมษายน ถึงเดือนมิถุนายน จะเป็นการตกแต่งภายในร้านและห้องครัว และแจกแผ่นพับแนะนำร้านอาหารตามอาคารสำนักงานที่อยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตร เดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน จะเป็นการลงโฆษณา ในสื่อออนไลน์ ยิงAdd ช่วงสุดท้ายของการทำกิจกรรมตลาด เดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม จะเน้นทำการตลาดออนไลน์มากที่สุด และแจกแผ่นพับแนะร้านอาหาร มีการทำโปรโมชั่นให้กับลูกค้า

ตารางที่ 4.2: งบประมาณสำหรับกิจกรรมสื่อสารการตลาด

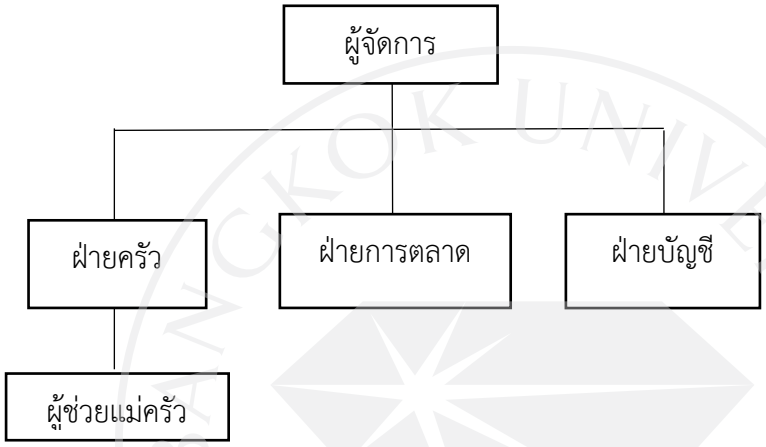
กิจกรรม	ปีที่2	ปีที่3
แผ่นพับ	20,000	10,000
การส่งเสริมการขายภายในร้าน	20,000	20,000
ออกบู้ทร้านอาหารตามห้างสรรพสินค้า	100,000	100,000
อบรมบุคลากร	20,000	20,000
โฆษณาใน Facebook, Instagram	30,000	30,000
รวม	190,000	180,000

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมสื่อสารการตลาด ปีที่ 2 กับปีที่ 3 จะคล้ายคลึงกัน จะเป็นการแจกแผ่นพับ การส่งเสริมการขายภายในร้าน การออกบู้ทร้านอาหารตามห้างสรรพสินค้า โฆษณาในออนไลน์ และจะมีการจัดอบรมบุคลากรของร้านอาหารโชว์เหนือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับร้านอาหารและ ความมั่นใจของลูกค้า

บทที่ 5
แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1 โครงสร้างขององค์กรร้านโชว์เหนือ

ภาพที่ 5.1: โครงสร้างขององค์กร



จากโครงสร้างขององค์กรร้านอาหารโชว์เหนือ เป็นการบ่งบอกว่างานของแต่ละองค์กร ได้จัดองค์กรออก เป็น 4 แผนก ซึ่งแต่ละองค์กรก็จะมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบที่เป็นระบบลักษณะเฉพาะของงานที่แตกต่างกัน เพื่อดูแลและบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อความสำเร็จของร้านอาหารโชว์เหนือ

5.2 หน้าที่และความรับผิดชอบ

5.2.1 ผู้จัดการ หรือผู้บริหาร

กำหนดกลยุทธ์และนโยบายโดยรวมในการจัดการ รวมทั้งกระจายงานไปยังฝ่ายต่างๆเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพทั้ง 2 คน จะต้องอยู่ประจำครัวทุกวัน เพื่อควบคุมการดูแล ด้านกระบวนการปรุงอาหารและปฏิบัติงานอื่น ๆ ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ รวมทั้งแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นภายในครัว

5.2.2 ฝ่ายครัว และผู้ช่วยแม่ครัว

1) จัดเตรียมวัตถุดิบ และกระบวนการปรุงอาหารที่ถูกลักษณะ สะอาด ให้กับลูกค้า

2) ล้างทำครัวสะอาดครัว

3) ตอบคำถามที่ลูกค้าสงสัย ฝากไว้กับทางร้าน เรื่องอาหาร

5.2.3 ฝ่ายการตลาด

วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด รวมถึงแนวทางการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ ได้แก่

1) การกำหนดตลาดเป้าหมาย

2) การแสวงหาโอกาสทางตลาด

3) การวางแผนการตลาด

4) การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

5) การสื่อสารการตลาด เช่น การโฆษณาทาง Online และรวมไปถึงการออกบู้ทร้านอาหารฯลฯ

6) การติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง

5.2.4 ฝ่ายบัญชี

1) จัดทำแผนงาน และประมาณการทางการเงิน

2) วิเคราะห์ และควบคุมอัตราส่วนการเงินให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้

3) วิเคราะห์และควบคุมต้นทุนสินค้า

4) วิเคราะห์และควบคุมต้นทุนทางการเงิน

5.3 แผนการบริหารบุคลากร

ด้านการบริหารบุคคล เนื่องจากธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่น (Delivery) เป็นธุรกิจที่ให้บริการอาหาร ดังนั้นพนักงานฝ่ายครัวจะต้องได้รับการอบรม ความสะอาด และทดสอบอาหาร เดือนละ 2 ครั้ง เพื่อให้ได้มาตรฐาน และความอร่อยของอาหารที่ได้มาตรฐานทุกครั้ง

5.3.1 รายละเอียดของพนักงานแต่ละตำแหน่ง

ตารางที่ 5.1: รายละเอียดด้านบุคลากร

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (บาท)	จำนวนเงินรวม (บาท)
1	เจ้าของบริษัท	2	40,000	80,000
2	แม่ครัว	2	15,000	30,000
3	ผู้ช่วยแม่ครัว	1	12,000	12,000
4	ฝ่ายการตลาด	1	18,000	18,000
5	ฝ่ายบัญชี	1	20,000	20,000
	รวม	7		160,000

5.3.2 การคัดเลือกพนักงาน

ทางร้านจะทำการคัดเลือกพนักงาน โดยพิจารณาเปรียบเทียบคุณสมบัติรายละเอียดงาน ให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพและประสบการณ์ของผู้สมัคร โดยการคัดเลือกจะกระทำทันทีที่ทราบว่าจะมีตำแหน่งว่าง เพราะตามนโยบายของร้าน พนักงานจะต้องแจ้งลาออกก่อนกำหนดลาออกจริงเป็นเวลา 1 เดือน ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นระยะเวลาในการคัดเลือกพนักงานและสอนงาน

5.3.2.1 แม่ครัว

คุณสมบัติและรายละเอียดการทำงาน

1) มีประสบการณ์การทำงาน ไม่ต่ำกว่า 2 ปี

2) มีการเอาใจใส่ลูกค้า รักในการบริการ

3) มีสุขลักษณะที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1) ทำอาหารให้ถูกต้องตามหลักสุขอนามัย

2) ตรวจสอบ และประมาณปริมาณวัตถุดิบให้เพียงพอกับการใช้งาน

3) แจ้งชนิดและปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการแก่ผู้ช่วยจัดการร้านเพื่อดำเนินการสั่งซื้อ

4) ทำความสะอาดบริเวณเตาปรุงอาหาร และอุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว

5.3.2.2 ผู้ช่วยแม่ครัว

คุณสมบัติ

1) มีประสบการณ์ด้านการปรุงอาหารไม่ต่ำกว่า 1 ปี

2) มีจิตใจรักการบริการ

3) มีสุขอนามัยที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1) ตรวจรับวัตถุดิบร่วมกับแม่ครัว

2) จัดเตรียมวัตถุดิบให้พร้อมสำหรับให้แม่ครัวประกอบอาหารแต่ละจาน

3) ส่งอาหารที่ปรุงเสร็จให้กับคนที่มารับอาหาร

4) ทำความสะอาดพื้นครัว และอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำครัว

5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร

ทางร้านอาหารโชว์เหนือจะส่งเสริมการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงาน ความรู้ความสามารถของพนักงานในทุกระดับให้เหมาะสมกับตำแหน่งอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการทางธุรกิจและเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการขยายธุรกิจในประเทศ ร้านอาหารเหนือฟิวชั่นจึงมุ่งมั่นพัฒนาพนักงานในทุกระดับ โดยผสมผสานทั้งการพัฒนาด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนปลูกฝัง

วัฒนธรรมและจริยธรรมขององค์กรควบคู่กัน เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในปัจจุบันและอนาคต

5.4.1 นโยบายการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ร้านอาหารเหนือฟิวชั่น ตระหนักเสมอว่าพนักงานเป็นทรัพยากรอันมีค่าในการขับเคลื่อนร้านอาหารให้เติบโต พัฒนาไปได้ไกล บริษัทจึงพัฒนาทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความสามารถของบุคลากรในทุกระดับอย่างต่อเนื่อง

5.4.2 การจัดฝึกอบรมภายในบริษัท

เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเจ้าของธุรกิจ และพนักงานให้สามารถทำงานตอบสนองต่อกลยุทธ์ และเป้าหมายของร้านอาหารเหนือฟิวชั่น อย่างมีประสิทธิภาพผลที่ดีต่อบริษัทจึงออกแบบและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมภายในองค์กรโดยแบ่งเป็นระดับ ดังนี้

5.4.3 สำหรับพนักงานระดับบริหาร

ร้านอาหารเหนือฟิวชั่นจะดำเนินการพัฒนาผู้จัดการ โดยจัดหลักสูตรการบริหารระดับสูงเพื่อพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ ในการเสริมสร้างความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.4.4 สำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการ

ร้านอาหารเหนือฟิวชั่นจะดำเนินการพัฒนาพนักงานระดับปฏิบัติการ โดยจัดการเรียนรู้การอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถตามหน้าที่และกลุ่มงานที่มีความรับผิดชอบ ทั้งนี้เพื่อเป็นการพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานตามสายงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามหน้าที่งาน เช่น การบริหารความเสี่ยง มาตรฐานทางด้านการเงิน ความรู้ทางด้านกฎหมาย ฯลฯ

บทที่ 6
แผนดำเนินงาน

6.1 จัดตั้งธุรกิจ

6.1.1 สถานประกอบการร้านอาหารโชว์เหนือ ลักษณะเป็นบ้านเช่าในกรุงเทพ ซึ่งจัดตั้งในย่านธุรกิจ แถวพระราม 4 รูปแบบของการให้บริการ จะเน้นห้องครัวที่มีความสะอาด โปร่งสบาย โดยทำสัญญาเช่าบ้านและ ตกแต่งเพิ่มเติม

6.1.2 ขั้นตอนการจัดตั้งร้านอาหารโชว์เหนือจะจัดซื้อเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก จัดซื้อภายในประเทศ โดยคำนึงถึงรูปแบบที่เหมาะสมได้มาตรฐาน และราคาที่คุ้มค่า

6.1.3 บุคลากรร้านอาหารโชว์เหนือจะจัดจ้างเป็นรายเดือน

6.2 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ

ร้านอาหารโชว์เหนือ ใช้ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้ลูกค้า ได้รับประทานอาหารที่มีความอร่อย สะอาด รสชาติที่ได้มาตรฐาน ที่ใช้ในการปรุงประกอบอาหารแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

6.2.1 อาหารสด

อาหารสด หมายถึง อาหารที่มีลักษณะเน่าเสียได้ง่าย ได้แก่ ผัก เนื้อสัตว์ต่าง ๆ และไข่ อาหารสดเป็นตัวกลางสำคัญที่จะนำพาสิ่งสกปรกและเชื้อโรค จึงจำเป็นต้องมีการป้องกันและกำจัดสิ่งสกปรกและเชื้อดังกล่าว โดยควรมีการควบคุมตั้งแต่ การจัดซื้อ การล้างทำความสะอาด การเตรียมและเก็บอาหารสดก่อนปรุง

ขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับอาหารสด

การจัดซื้อ ในการจัดต้องมีการกำหนดคุณลักษณะของอาหารเพื่อการควบคุมความสะอาดปลอดภัยของอาหาร ดังนี้

6.2.1.1 ผัก ผลไม้สด ควรมีคุณลักษณะ ดังนี้

1) มีความสด สมบูรณ์

2) ไม่มีคราบของสารพิษตกค้างอยู่ที่ผิวใบ หรือส่วนอื่น ๆ ที่สามารถสังเกตได้

3) มีความสะอาดพอสมควร คือไม่มีเศษดิน หรือส่วนที่เน่าเสียของผักปนเปื้อน

6.2.1.1 เนื้อสัตว์

มักมีความไม่ปลอดภัยเนื่องจากมีเชื้อโรคปนเปื้อนจากแหล่งผลิตการขนส่ง การจำหน่ายได้มาก และยังเน่าเสียได้ง่าย ดังนั้นในการจัดซื้อเนื้อสัตว์ควรกำหนดลักษณะ ดังนี้

1) ต้องมีความสด ตามลักษณะของเนื้อสัตว์ประเภทนั้น ๆ โดยสามารถตรวจสอบได้ เช่น กลิ่น สี

2) มีสด ปราศจากเชื้อโรค ปลอดภัยจากเชื้อโรคและตัวอ่อนของพยาธิโดยคัดเลือกแหล่งผลิต เช่น โรงฆ่าสัตว์ ที่ได้รับการตรวจสอบจากราชการ

3) หลีกเลี่ยงการใช้เนื้อสัตว์สดที่มีการแปลงสภาพ เช่น เนื้อหมูบด

6.2.1.2 ไข่ ควรมีลักษณะ ดังนี้

1) มีความสด ความสมบูรณ์

2) ไข่ไม่บุบ ไม่ร้อยร้าว หรือรอยแตก

3) มีความสะอาด เปลือกไข่ต้อง ไม่มีอุจจาระปนเปื้อน

6.2.2 อาหารแห้ง

อาหารแห้ง หมายถึง อาหารที่ปริมาณน้ำต่ำ ไม่เสื่อมเสียง่าย และอาหารที่บรรจุในภาชนะที่ปิดสนิทต่างๆ

6.2.2.1 การคัดเลือกอาหารแห้ง

1) อาหารแห้งประเภทธัญพืช และพืชเมล็ดแห้ง เช่น ข้าวสาร หอม กระเทียม ฯลฯ มีอันตรายของสารพิษของเชื้อรา ดังนั้นการคัดเลือกจะต้องคัดเลือกเมล็ดที่สมบูรณ์และไม่มีเชื้อรา

2) อาหารประเภทเนื้อสัตว์ตากแห้ง เช่น ปลาแห้ง กุ้งแห้ง อาจมีอันตรายจากสารเคมีที่ใช้ในการผลิต เช่น สีสังเคราะห์

3) อาหารที่บรรจุในภาชนะปิดสนิท เช่น อาหารกระป๋อง เส้นบะหมี่ จะต้องมีการตรวจสอบภาชนะ สะอาด ไม่ชำรุด หรือบุบ บวม มีฉลากบอกถึงรายละเอียดที่สำคัญ

6.3 การจัดการวัตถุดิบและสินค้าคงเหลือ

การจัดการคลังสินค้า และควบคุมสินค้าคงเหลือ ร้านอาหารโชว์เหนือ ผู้จำหน่ายต้องมีการใช้บรรจุเครื่องมือ อุปกรณ์ ให้มิดชิด ใช้พาหนะขนส่งที่สะอาดและการควบคุมสินค้าคงเหลือการ ดังนี้

6.3.1 ผัก ผลไม้สด

1) ต้องใช้ถุงพลาสติกใสใหม่ ไม่ฉีกขาด ห่อหุ้มและปิดปากถุงให้มิดชิด

2) ตะกร้าที่จะบรรจุถุงใส่ผัก ต้องสะอาด และมีการทำความสะอาดทุกครั้งหลังจากการใช้งาน

6.3.2 เนื้อสัตว์

1) ต้องเก็บอยู่ในถุงพลาสติกที่สะอาดใหม่ ไม่รั่วซึม

2) ใช้ถังเก็บความเย็นที่มีฝาปิด ไม่รั่วซึม ภายในถังควรมีอุณหภูมิต่ำกว่า 4 องศาเซลเซียส โดยต้องทำความสะอาดหลังการใช้งานทุกครั้ง

3) ต้องแยกภาชนะที่บรรจุอาหารแต่ละประเภท

6.3.3 ไข่

เครื่องมือที่ใส่ไข่ควรเป็นอุปกรณ์ที่ทำมาจากพลาสติกที่สะอาด ต้องไม่มีเศษวัสดุ หรือสัตว์แมลงต่าง ๆ ที่ติดมากับกระบะไข่

6.3.4 การรับอาหารสด

ดำเนินการโดยตรวจสอบอาหารทั้งในด้านของปริมาณ รวมทั้งคุณลักษณะตามที่กำหนดไว้ ต้องมีภาชนะของร้าน เพื่อรับอาหารสดจากผู้จัดส่งโดยหลังจากการตรวจสอบรับแล้วควรนำไปจัดเก็บยังสถานที่ที่เตรียมไว้เพื่อจัดส่งให้กับหน่วยเตรียมอาหารต่อไป และควบคุมไม่ให้สิ่งสกปรกจากอาหารสดกระจายไปให้ห้องครัว เช่น มีการทำความสะอาดบริเวณที่ตรวจรับทันทีที่ตรวจรับเสร็จ

6.3.5 การล้างอาหารสด

การล้างผัก ทำการคัดเลือก ตัดแต่ง ส่วนที่มีสิ่งปนเปื้อน ส่วนที่เน่าเสีย และส่วนที่ไม่นำมาใช้ออกทิ้งก่อนที่จะนำไปล้าง เพื่อ ลดเชื้อโรค สิ่งสกปรก และช่วยลดสารเคมีที่ใช้การเกษตรการล้างเนื้อสัตว์สด เนื้อสัตว์ทุกชนิด

ต้องล้างทำความสะอาดก่อนที่จำนำไปเตรียมหรือเก็บ โดยแยกประเภทของการจัดเก็บการล้างไข่ ต้องล้างไข่ก่อนที่จะนำไปเก็บหรือนำไปประกอบอาหาร

6.3.6 การเก็บอาหารสด

1) แยกเก็บตามประเภทของอาหาร ไม่ให้ปะปนกันเพื่อป้องกันการปนเปื้อนระหว่างอาหารแต่ละชนิด

2) ใส่ภาชนะบรรจุ หรือภาชนะห่อหุ้มที่ไม่รั่วซึมน้ำ และปกปิดได้มิดชิด

3) เก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสม

4) จัดวางอาหารให้เป็นระเบียบ และไม่มากเกินไป

5) ป้องกันสิ่งสกปรกจากภายนอนเข้าสู่ตู้เย็น

6.3.7 การเก็บอาหารแห้ง

1) เก็บในห้องจัดเก็บอาหารแห้งโดยเฉพาะ โดยห้องมีเก็บมีการระบายอากาศที่ดี ไม่อับชื้น มีแสงสว่างพอสมควร

2) จัดให้เป็นระเบียบ อาหารทุกชนิดห้างวางบนพื้น ปกปิดมิดชิด

6.4 ข้อกำหนดในขั้นตอนการปรุงอาหาร

ในขั้นตอนของการปรุงอาหารนี้ มีข้อที่ควรระมัดระวังเพื่อป้องกันการปนเปื้อนของอาหาร และทำลายเชื้อโรคในอาหาร ดังนี้

6.4.1 การปรุงอาหาร

1) ตรวจคุณภาพอาหารก่อนปรุง อาหารสดต้องสด และผ่านการล้างทำความสะอาด แล้วอาหารแห้ง เครื่องปรุงอาหารต่าง ๆ ก่อนนำมาประกอบอาหารต้องมีคุณภาพดีไม่มีลักษณะที่ผิดปกติ และต้องดูวันหมดอายุด้วย

2) ในขั้นตอนของการปรุงอาหารต้องใช้ความร้อนที่เพียงพอในการทำลายเชื้อโรคต้องให้อาหารทุกส่วนได้รับความร้อนอย่างทั่วถึง และต้องสุกกถึงเนื้อในทั้งหมด

4) การป้องกันการปนเปื้อนระหว่างอาหารดิบและอาหารที่พร้อมบริโภค ในบริเวณที่ปรุงอาหารจะเป็นบริเวณที่อาหารสุกและอาหารดิบมาอยู่ใกล้กันมากที่สุด จึงมีข้อควรระวัง ดังนี้

- ไม่ใช้อุปกรณ์ที่สะอาด ในการหยิบจับทั้งอาหารดิบ และอาหารสุก ต้องมีอุปกรณ์ เช่น ที่คีบ ที่ตัก ถุงมือ ฯลฯ

- ต้องไม่ใช้ภาชนะอุปกรณ์ปะปนระหว่างอาหารดิบและอาหารที่พร้อมบริโภค และแยกเนื้อสัตว์ และผัก

6.4.2 ข้อกำหนดในการทำความสะอาดภาชนะอุปกรณ์

อุปกรณ์ หรือที่ใส่วัตถุดิบ ที่ใช้ในการเตรียม ปรุง ประกอบอาหาร แบ่งออกตามวัสดุได้ดังนี้

1) ภาชนะที่ทำด้วยวัสดุประเภทโลหะ เช่น อลูมิเนียม สแตนเลส เหล็ก ฯลฯ

การทำความสะอาด จัดให้มีอ่างขนาดใหญ่ ภาชนะบางส่วนที่มีขนาดใหญ่มากจนไม่สามารถนำไปล้างในอ่างได้จะจัดให้มีที่ล้างโดยเฉพาะ โดยมีการกั้นขอบเขตให้ชัดเจน และกันน้ำได้ พื้นและของต้องใช้วัสดุเรียบ ทำความสะอาดง่าย ในขณะปฏิบัติงานเข้าไปล้างภาชนะจะต้องเปลี่ยนสวมรองเท้าบูธที่ใช้ในการบริเวณที่ล้างภาชนะ

2) อุปกรณ์หรือที่ใส่วัตถุดิบประเภทพลาสติก เช่น ตะกร้า ตะแกรง ฯลฯ

การทำความสะอาด ใช้แผ่นใยขัดที่ไม่มีความคม ควรใช้แปรงขนอ่อนช่วยในการทำความสะอาด

3) ภาชนะอุปกรณ์ เช่น จาน ชาม ถ้วย แก้วน้ำ ช้อน ส้อม ฯลฯ

การทำความสะอาด ชำระล้างด้วยน้ำยาล้างภาชนะ ล้างน้ำด้วยสะอาด

4) เครื่องมืออุปกรณ์ ที่ใช้ผ่อนแรง เช่น เครื่องบด เครื่องปั่น ฯลฯ

5) การทำความชำระล้าง ต้องล้างทันทีหลังจากใช้งาน เพราะจะช่วยให้ล้างได้ง่าย และควรถอดชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่สามารถถอดได้ออกล้างทำความสะอาดให้ทั่วถึง เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ การใช้เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ มีหลักการที่สำคัญ คือ

- ต้องแยกใช้เฉพาะตามประเภทของอาหาร
- ต้องทำความสะอาดให้ทั่วถึง

6.4.3 การดูแลรักษาความสะอาดส่วนบุคคล

พนักงานที่มีการสัมผัสอาหารจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดในการทำความสะอาดส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด รวมทั้งเจ้าของร้าน ต้องมั่นตรวจตรา ความสะอาดส่วนบุคคลของพนักงาน พนักงานทุกคนต้องทราบว่าตัวเองเป็นผู้ก่อให้เกินการปนเปื้อนโดยทางใดบ้าง ทั้งจาก ผม ปาก จมูก หู ผิวหนัง มือ บาดแผล รวมไปถึงเครื่องประดับ และเครื่องสำอาง พนักงานคำนึงถึงวิธีการป้องกันไม่ให้เกินการปนเปื้อนด้วย โดยการรักษาความสะอาดส่วนบุคคลให้อยู่ในระดับที่ดีมาก สวมผ้ากันเปื้อน ที่คลุมผม และรองเท้าที่เหมาะสมโดยสวมชุดกันเปื้อนควรอยู่ในสภาพที่สะอาด และถูกลักษณะ ชุดกันเปื้อนพอดีตัว สวมสบาย ไม่มีกระเป๋า ไม่ใช้กระดุม เนื่องจากอาจหลุดล่วงลงสู่อาหารได้ ซักล้างได้และมีสีอ่อน เนื่องจากหากเปื้อน จำทำให้เห็นได้ชัดเจน รองเท้าที่สวมใส่สะอาด

ทั้งนี้ทางร้านจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับพนักงาน เพื่อให้มีการปฏิบัติและรักษาสุขลักษณะที่ดีไว้ได้ เช่นจัดให้มีห้องสุขา อุปกรณ์ล้างมือ สบู่ น้ำ และอุปกรณ์การทำให้มือแห้งอย่างถูกสุขลักษณะ เหมาะสมเพียงพอกับจำนวนพนักงาน

6.5 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ

เพื่อเป็นการรันตีถึงความอร่อยและได้มาตรฐานของร้านอาหารโชว์เหนือ นอกจากร้านจะมีการว่าจ้างแม่ครัวที่มีประสบการณ์การทำอาหารในร้านอาหารมาไม่ต่ำกว่า 2 ปี ยังมีคู่มือสำหรับการปรุงอาหารโดยการจัดทำคู่มือนี้จะจัดทำร่วมกันระหว่างนักโภชนาการ แม่ครัว ผู้ถือหุ้น นอกจากนี้จะมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารเข้ามาร่วมด้วย เพื่อให้ได้สัดส่วนของเครื่องปรุงที่ถูกต้อง รสชาติอร่อย และถูกสุขลักษณะเหมือนกันทุกครั้งที่ปรุง ขั้นตอนการจัดทำคู่มือ มีดังนี้

1) มีสูตรตำรับเดิมจากตำราอาหารทั่วไป

2) หัวหน้าแม่ครัวพิจารณาปริมาณเครื่องปรุงที่ต้องการใช้

3) แม่ครัวทดลองปรุงอาหาร

4) ให้ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหาร โภชนาการและ พนักงานทุกคนได้ลองชิมอาหารตามสูตรและให้เสนอแนะสิ่งที่ควรปรับปรุง

5) ปรับสูตรให้เหมาะสม

6) ได้รับสูตรที่เหมาะสมแล้ว จัดรายการส่วนประกอบ และวิธีการประกอบอาหารให้เป็นลายลักษณ์อักษร

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 7
แผนการเงิน

7.1 โครงสร้างเงินทุน

1) ขนาดของการลงทุนร้านอาหารโชว์เหนือต้องการเงินทุนประมานที่ 5,000,000 บาท เพื่อนำไปลงทุนซื้อที่ดิน สร้างร้านอาหาร เน้นการสร้างห้องครัวที่มีขนาดใหญ่ และนำไปซื้ออุปกรณ์ในการประกอบธุรกิจ รวมไปจนถึงซื้อวัตถุดิบ

2) แหล่งที่มาของเงินทุนร้านอาหารโชว์เหนือมาจากเจ้าของธุรกิจสองคน คนละ 2,500,000 บาท

3) เงินลงทุนเริ่มต้น 5,000,000 บาท สำหรับค่าออกแบบตกแต่งร้าน รวมทั้งค่าอุปกรณ์ครัว และเงินทุนหมุนเวียนอีกจำนวน 200,000บาท

7.2 สมมุติฐานทางการเงิน

ปีที่ 1

การประมานการรายได้ ร้านอาหารโชว์เหนือปีที่ 1 ประมาณการณ์ว่าลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการวันละ 100 คน รายได้ต่อวันอยู่ที่ 23,580 บาท ต่อปีอยู่ที่ 8,583,950 บาท

ปีที่ 2

การประมานการรายได้ ร้านอาหารโชว์เหนือคิดจากปีที่2 ประมาณการณ์ว่าลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น 5% จากปีที่ 1 รายได้ต่อวันอยู่ที่ 35,370 บาท ต่อปีอยู่ที่ 12,828,350บาท

ปีที่ 3

การประมานการรายได้ ร้านอาหารโชว์เหนือคิดจากปีที่3 ประมานการณ์ว่าลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากปีที่ 2 5% รายได้ต่อวันอยู่ที่ 47,160 บาท ต่อปีอยู่ที่ 17,072,750 บาท

รายได้จากการขายเติบโตขึ้นปีละ 5% ตั้งแต่ปี 2

ค่าเสื่อมราคา 136,000 บาท

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการประกอบด้วย

1) เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน 122,000 บาท ต่อเดือน และเงินโบนัสประจำปีจะจ่ายในอัตราคงที่เท่ากับเดือนที่ 1 เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน ปีที่ 1 จำนวน 1,464,000 บาท

2) ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ประมาณ 1,500 บาท ต่อเดือน ต่อปี 18,000 บาท

3) ค่าโทรศัพท์ ประมาณ 4,788 บาทต่อปี

4) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ปีที่ 1 จำนวน 22,788บาท ได้แก่ ค่าแก๊สหุงต้ม ค่าสื่อสิ่งพิมพ์ และสินค้าเสียหาย คิดเป็น 3% ของรายได้สำหรับ ปีที่ 1 และ 2% ของรายได้สำหรับ ปีที่ 2 เป็นต้นไป

7.2.1 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด รายละเอียดแต่ละปี ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7.1: แสดงค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด

กิจกรรม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
แผ่นพับ	20,000บาท	20,000บาท	10,000บาท
การส่งเสริมการขายภายในร้าน	20,000บาท	20,000บาท	20,000บาท
ออกบู้ทร้านอาหารตามห้างสรรพสินค้า	100,000บาท	100,000บาท	100,000บาท
อบรมบุคลากร	20,000บาท	20,000บาท	20,000บาท
โฆษณาใน Facebook, Instagram	30,000บาท	30,000บาท	30,000บาท
รวม	190,000บาท	190,000บาท	180,000บาท

7.2.2 การประมาณการรายได้

การประมาณการรายได้ ร้านอาหารโชว์เหนือมีแนวทางในการคิดจาก กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ติดตามทาง Facebook, Instagram และการสื่อสารโฆษณา แจกแผ่นพับในพื้นที่รัศมีของร้านอาหารโชว์เหนือ ตามอาคารสำนักงานต่าง ๆ ในพื้นที่ และจากการที่ได้ศึกษาค้นพบงานวิจัยการประมาณรายได้พิจารณาจากสถานการณ์ปกติที่ลูกค้าจะเข้าใช้บริการร้านอาหารโชว์เหนือ

ตารางที่ 7.2: การประมาณรายได้ 100 คนต่อวัน โดยลูกค้าจะเพิ่มขึ้น 5% ของทุกปี

การประมาณรายได้	ปีที่ 1 วันละ100 คน	ปีที่ 2 วันละ150 คน	ปีที่ 3 วันละ 200 คน
รายได้ขายต่อวัน	23,580 บาท	35,370 บาท	47,160 บาท
รายได้ขายต่อเดือน	707,400บาท	1,061,100 บาท	1,414,800 บาท
รายได้ขายต่อปี	8,488,800บาท	12,733,200 บาท	16,977,600 บาท
รายได้อื่น ๆ	95,150บาท	95,150บาท	95,150บาท
รวมรายได้ทั้งหมด	8,583,950บาท	12,828,350บาท	17,072,750บาท

7.3 งบกำไรขาดทุน (รายเดือนภายใน ปีที่ 1)

ตารางที่ 7.3: งบกำไรขาดทุน (รายเดือนภายใน ปีที่ 1)

	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	
รายได้													
รายได้จากการขาย/บริการ	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	8,583,950
รายได้อื่น.....													
รวมรายได้	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	612,000	8,583,950
ต้นทุนขาย													
ต้นทุนสินค้าขาย	401,957	401,957	401,957	401,957	401,957	401,957	401,957	401,957	401,957	401,957	401,957	401,957	4,823,480
กำไรขั้นต้น	210,043	210,043	210,043	210,043	210,043	210,043	210,043	210,043	210,043	210,043	210,043	210,043	3,760,470
ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด													
เงินเดือน	122,000	122,000	122,000	122,000	122,000	122,000	122,000	122,000	122,000	122,000	122,000	122,000	1,464,000
ค่าน้ำ	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2,400
ค่าไฟ	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	15,600
ค่าโทรศัพท์	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	4,788
ค่าใช้จ่ายการตลาด	19,583	19,583	19,583	19,583	19,583	19,583	19,583	19,583	19,583	19,583	19,583	19,583	235,000
ค่าเสื่อมราคา	11,333	11,333	11,333	11,333	11,333	11,333	11,333	11,333	11,333	11,333	11,333	11,333	136,000
ค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่นๆ	1,899	1,899	1,899	1,899	1,899	1,899	1,899	1,899	1,899	1,899	1,899	1,899	22,788
รวมค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	156,714	156,714	156,714	156,714	156,714	156,714	156,714	156,714	156,714	156,714	156,714	156,714	1,880,576
กำไรก่อนภาษี	158,556.83	158,556.83	158,556.83	158,556.83	158,556.83	158,556.83	158,556.83	158,556.83	158,556.83	158,556.83	158,556.83	158,556.83	1,902,682
หักภาษีเงินได้	20,033.53	20,033.53	20,033.53	20,033.53	20,033.53	20,033.53	20,033.53	20,033.53	20,033.53	20,033.53	20,033.53	20,033.53	240,402.30
กำไรสุทธิ	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	1,662,279.70
กำไรสะสม	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	138,523.31	1,662,279.70

7.3.1 การประมาณการงบการเงิน

ตารางที่ 7.4: งบกำไรขาดทุน

หน่วย:บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้	8,583,950	12,828,350	17,072,750
ต้นทุนสินค้าขาย	4,823,480	7,170,950	9,518,420
กำไรขั้นต้น	3,760,470	5,657,400	7,554,330

ตารางที่ 7.5: ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
เงินเดือน	1,464,000	1,624,200	1,981,410
ค่าใช้จ่ายการตลาด	235,000	190,000	180,000
ค่าน้ำค่าไฟ	18,000	18,540	19,096
ค่าโทรศัพท์	2,400	2,472	2,546
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	22,788	23,328	23,884
ค่าเสื่อมราคา	136,000	136,000	136,000
รวมค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร	1,880,576	1,994,540	2,342,936
กำไรก่อนภาษี	1,902,682	3,683,872	5,233,036
หักภาษีเงินได้	240,402.3	541,774.4	770,607.2
กำไรสุทธิ	1,662,279.7	3,142,097.6	4,462,428.8
กำไรสะสม	**1,662,279.7**	**4,804,377.3**	**7,604,526.4**

ตารางที่ 7.6: งบดุล

หน่วย: บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสด	1,731,569.75	3,732,703.08	6,487,173.72
ที่ดินและอาคาร	4,000,000	4,000,000	4,000,000
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	930,709.95	2,071,673.52	2,036,352.68
รวมสินทรัพย์ ส่วนของเจ้าของ	6,662,279.7	9,804,376.6	12,523,526.4
ทุนของเจ้าของ	2,500,000	2,500,000	2,500,000
ทุนของเพื่อน	2,500,000	2,500,000	2,500,000
กำไรสะสม	1,662,279.7	4,804,376.6	7,523,526.4
รวมส่วนของเจ้าของ	6,662,279.7	9,804,376.6	12,523,526.4

ตารางที่ 7.7: งบกระแสเงินสด

หน่วย: บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
เงินสดรับจากการขาย	8,583,950	12,828,350	17,072,750
เงินสดจ่ายเงินเดือน	1,464,000	1,624,200	1,981,410
ค่าเสื่อมราคา	136,000	136,000	136,000
เงินสดจ่ายสาธารณูปโภค	22,788	23,328	23,884
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	240,402.3	541,774.4	851,607.2
เงินสดจ่ายดำเนินงานอื่น ๆ	235,000	190,000	180,000
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการดำเนินงาน	6,757,759.7	10,585,047.6	14,171,848.8

(ตารางมีต่อ

ตารางที่ 7.7 (ต่อ): งบกระแสเงินสด

หน่วย: บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินสดจ่ายการซื้ออาคารและอุปกรณ์	4,180,000	-	-
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	4,180,000	-	-
กระแสเงินสดกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินส่วนของเจ้าของ	5,000,000	-	-
ดอกเบี้ย	-	-	-
รวมกระแสเงินสดกิจกรรมจัดหาเงิน	5,000,000		
เงินสดสุทธิเพิ่ม	1,731,569.75	2,001,133.33	2,754,470.64
บวก เงินสดต้นงวด	-	1,731,569.75	3,732,703.08
เงินสดสิ้นงวด	1,731,569.75	3,732,703.08	6,487,173.72

ตารางที่ 7.8: วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	63%	63%	63%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	22%	29%	31%
(Operating Profit Margin) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	19%	24%	27%
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)	25%	32%	35%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	25%	32%	35%

7.4 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 1 ปี 6 เดือน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 2,181,609.59

ผลตอบแทนการลงทุน (IRR) 34%

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 8
แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

8.1 แผนฉุกเฉิน

เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารมีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งยังเข้าและออกจากอุตสาหกรรมอาหารได้ง่าย ทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งร้านอาหารยังเป็นเรื่องของ Lifestyle และรสนิยมความชอบของส่วนบุคคลอีกด้วย ซึ่งยากที่จะคาดการณ์ได้ จึงอาจทำให้เกิดเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามคาดการณ์ได้ โดยเฉพาะในส่วนของจำนวนลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการการสั่งอาหารในส่วนของหน้าร้านและ ผ่านทาง Application สั่งอาหาร หากมีการสั่งอาหารต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ก็จะส่งผลต่อกำไรขาดทุนของร้านรวมทั้งกระแสเงินสด และสวัสดิการเงินเดือนของพนักงาน ซึ่งหากทางร้านไม่สามารถแก้ไขสถานการณ์ได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วก็จะส่งผลต่อสภาพคล่องของร้านได้ในที่สุด

8.1.1 แผนฉุกเฉินที่ทางร้านอาหารโชว์เหนือเตรียมไว้

ในกรณีที่จำนวนผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการที่น้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ได้แก่ การตั้งราคาที่แข่งขันได้ในตลาด การทำให้ลูกค้ารู้จักร้านอาหารโชว์เหนือเพิ่มมากขึ้น คุณค่าของอาหารรวมไปถึงการทำอาหารที่ อร่อย สด สะอาด และทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงการบริการอาหารพิเศษกว่าร้านอาหารอื่น นอกจากนี้ยังเพิ่มการตลาด ประชาสัมพันธ์ในส่วนของการแจกอาหารให้คนดังรีวิว และการโฆษณาผ่าน Facebook Instagram ฯลฯ ทั้งนี้หากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้กระแสเงินสดของร้านลดต่ำลงและส่งผลต่อสภาพคล่องของร้าน

8.1.2 แนวทางการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ

ในปัจจุบันเนื่องจากสถานการณ์อยู่ภายใต้โรคระบาดโควิด-19 ที่เกิดขึ้น คนไทยให้ความสำคัญกับการสั่งซื้ออาหารผ่านทาง Application Online ในการสั่งอาหาร โดยเฉพาะในกลุ่มคนเมือง ดังนั้นความต้องการบริโภคอาหารทำให้ผู้บริโภคส่วนมากไม่สามารถทำอาหารที่บ้านตรงกับความต้องการของตนเองได้ ขณะเดียวกันร้านอาหารโชว์เหนือ จึงคิดที่จะเปิดร้านอาหารโชว์เหนือขึ้นมาให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังเน้นการให้บริการอาหารที่มีคุณภาพ สะอาด รสชาติตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอีกด้วย

ร้านอาหารโชว์เหนือ ซึ่งเป็นร้านอาหารเหนือ ที่มีความผสมผสานของอาหารเหนือ ไทย และฝรั่ง ที่มีความหลากหลาย ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของทุกคนในครอบครัว และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากร้านอาหารโชว์เหนือ ให้บริการอาหารที่มีคุณภาพ คัดสรรวัตถุดิบผ่านการคัดสรรอย่างมีคุณภาพ มีอาหารที่มีความหลากหลาย ผ่านกระบวนการผลิตที่ถูกหลัก

โภชนาการ ถูกสุขลักษณะ และการให้บริการก่อนและหลังที่ดีเยี่ยม โดยพนักงานซึ่งผ่านการอบรมให้มีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องตามหลักสุขอนามัยทุกประการ

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่า ร้านอาหารโชว์เหนือมีศักยภาพในการแข่งขันและมีความเป็นไปได้ในธุรกิจร้านอาหารเหนือในระดับที่คอนข้างสูง เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีคู่แข่งน้อยราย ที่สามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม การที่ร้านอาหารโชว์เหนือ จะประสบผลสำเร็จในการเปิดร้านอาหารโชว์เหนือได้ จะต้องคำนึงถึงปัจจัย วิกฤตที่เป็นเงื่อนไขแห่งความสำเร็จของธุรกิจ และการดำเนินกลยุทธ์ในด้านการผลิต การตลาด และการเงินอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกัน

8.2 แผนในอนาคต

ในปัจจุบันร้านอาหารอยู่ในสถานการณ์ไม่ปกติ หากรายได้และกำไรสุทธิเป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ภายหลังจากปีที่ 3 ทางร้านอาหารโชว์เหนือมีแผนขยายสาขาและการขยายธุรกิจ โดยเลือกคำนึงสิ่งที่สำคัญได้ดังนี้

สถานที่ทำเล ที่ตั้ง ในการเปิดร้านอาหารโชว์เหนือ สถานที่ทำเล บางทำเลคนเยอะ แต่อาจไม่เหมาะสมกับร้านอาหารโชว์เหนือของเรา ถ้าคนเหล่านั้นไม่ใช่กลุ่มลูกค้าที่ทางธุรกิจมองหา ทั้งนี้ก่อนที่จะเลือกทำเลใด ๆ ก็ตามผู้ประกอบการต้องรู้ก่อนเสมอว่าเราจะขายใคร ในทำเลที่ตั้งนั้นมีกลุ่มลูกค้าทางธุรกิจอยู่หรือไม่ พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างไร และที่ทำสำคัญสถานที่ทำเล ที่ตั้ง ควรสังเกตเห็นได้ง่าย

สถานที่จอดรถ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบสะดวกสบายอยู่ในตัว ลูกค้าธุรกิจอาหารเหนือฟิวชั่นก็เช่นกัน ถ้าเลือกได้คงไม่มีลูกค้าอยากเหนื่อยกับการเดินไกล ๆ เพื่อไปรับประทานอาหาร ลูกค้าต้องเลือกความสะดวกสบายก่อนทั้งนั้น เว้นเสียแต่ว่า ร้านอาหารโชว์เหนือตั้งอยู่ในตัวเมืองที่มีรถสาธารณะวิ่งผ่านหรือใกล้รถไฟฟ้า หรือเป็นย่านที่ผู้คนเดินกันคับคั่ง

เพิ่มบริการส่งถึงที่ (Delivery Service) เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่าง และเพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยรูปแบบการบริการที่นำเสนอนี้ทางร้านมี 2 เลือก คือ ให้ทางร้านบริการส่งเอง และใช้บริการจากผู้ให้บริการผ่านทาง Application ส่งอาหาร คุณภาพของอาหาร นอกจากรสชาติที่ดี อร่อย ของอาหารที่ถูกปากแล้ว ปัจจัยสำคัญอย่างมากคืออาหารต้องมีความสะอาดใหม่ และสด โดยต้องมีการตรวจสอบ ควบคุมคุณภาพที่ได้มาตรฐานตั้งแต่ขั้นตอนแรก ในการคัดเลือกวัตถุดิบ การปรุงอาหาร ภาชนะและอุปกรณ์ รวมไปถึงสถานที่ให้บริการต้องมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

บรรณานุกรม

เครือมาศ มีเกษม. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โครงการ การสร้างคุณค่าอาหารไทยท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวภาคเหนือ. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก http://elibrary.trf.or.th/fullP/RDG5550090/RDG5550090V01//RDG5550090V01_abstract.pdf.

ฉวีวรรณ, สุวรรณาภา, อรอนงค์ วูวงศ์ และสริมศิลป์ สุภเมธีสกุล. (2560). อาหารพื้นบ้าน*:* *กระบวนการจัดการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและจริยธรรมทางสังคมในชุมชนภาคเหนือ*. สืบค้นจาก http://198.7.63.81:8080/xmlui/handle/123456789/112.

Little Lanna อาหารเหนือฟิวชั่น. (2557). สืบค้นจาก https://www.hungryfatguy.com/2013/09/little-lanna.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	ชาลิสา ไชยเสน
อีเมล	Chalisa.chais@bumail.net
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกสวนสุนันทา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจที่พัก

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 19 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ชาลิสา ไชยเสน อยู่บ้านเลขที่ 37/2

ซอย ..... ถนน ..... ตำบล/แขวง ดอนศรีชุม

อำเภอ/เขต ดอกคำใต้ จังหวัด พะเยา รหัสไปรษณีย์ 56120

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7621200216

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☑ โท ☐ เอก

หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชา สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ คณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า **"ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ"** ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ หัวข้อ แผนธุรกิจร้านอาหารเหนือฟิวชั่น

Business Plan for Northern Fusion Food

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า **"สารนิพนธ์"**)

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

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิใน สารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ [redacted] ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(นางสาวชาลิสา ไชยเสน)

ลงชื่อ [redacted] ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.อัฏฐิภา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ [redacted] พยาน

(อาทร พร้อมพัฒนภัค)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ [redacted] พยาน

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย