

แผนธุรกิจ The Best Pub & Restaurant

Business Plan for the Best Pub & Restaurant



แผนธุรกิจ The Best Pub & Restaurant

Business Plan for the Best Pub & Restaurant



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจ The Best Pub & Restaurant

ผู้วิจัย ศัทธรียา ทองคำ

ได้พิจารณาเห็นชอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร. กัณณพนต์ โล่ห์เพชรรัตน์

ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาทร พร้อมพัฒนพัค

ศัทธิยา ทองคำ. ปริญาการจัดการมหาบัณฑิต (สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ), กันยายน 2565, มหาวิทยาลัยวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ The Best Pub & Restaurant (69 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. กัณณพนธ์ โล่ห์เพชรรัตน์

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการผับแอนด์เรสเตอรองก์ ของผู้ใช้บริการในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี และเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างธุรกิจเดอะเบสผับแอนด์เรสเตอรองก์ ในกระบวนการจัดทำแผนได้ใช้การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขันในเชิงธุรกิจ รวมถึงการวิจัยทางการตลาดโดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการผับแอนด์เรสเตอรองก์ จำนวน 244 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลที่ค้นพบให้เป็นข้อมูลเชิงเนื้อหา เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นองค์ประกอบในการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจ ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการผับ พบว่า ระยะทางมาที่ผับไม่เกิน 10 กิโลเมตร ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน มีผู้ร่วมใช้บริการ 3-4 คน มักมาใช้บริการในคืนวันเสาร์ในช่วงเวลา 20.00-21.00 น. มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ เพื่อพบปะสังสรรค์ นิยมดื่มเหล้ามากกว่าเครื่องดื่มชนิดอื่น มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 1,001-2,000 บาทต่อครั้ง ผับที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือวอลุ่มผับ และเหตุผลที่ใช้บริการคือชื่นชอบบรรยากาศของผับ

จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พบว่า จุดแข็งคือ มีห้องไวโอไฟเพื่อรองรับลูกค้าพิเศษและมีรูปแบบการบริการที่แปลกใหม่ให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกตลอดทั้งคืน จุดอ่อน คือเป็นกิจการเปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โอกาส คือภาครัฐอนุญาตให้เปิดสถานบันเทิงได้เต็มรูปแบบ ส่วนอุปสรรค คือระบบเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่ค่อยดี อาจทำให้กลุ่มลูกค้าต้องใช้จ่ายอย่างประหยัด ส่วนข้อมูลด้านการลงทุน พบว่า ร้านเดอะเบสผับใช้เงินลงทุนในการเปิดกิจการ 5,510,000 บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการเท่ากับ 11,857,419.61 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 92% และมีระยะเวลาในการคืนทุนเท่ากับ 2.4 ปี

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, สถานบันเทิง, ผับ

Thongkum, K. Master of Management in Entrepreneurship, September, 2022,
Graduate School, Bangkok University.

The Business Plan for the Best Pub & Restaurant (69 pp.)

Advisor: Kannapon Lopetcharat, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this business plan was to study the pub service behavior and as a guideline for the business of The Best Pub & Restaurant. In this plan, the analysis of business environment factors Competitive Analysis Marketing research. Data were collected by questionnaires of 244 people. Use data as an element in formulating business strategies.

The results of the study of pub user behavior were the distance to the pub is not more than 10 kilometers, join 2-3 times a month, with 3-4 friends, Go on a Saturday night from 8:00 PM to 9:00 PM. Go to a pub to socialize, Order for liquor more than any other beverage, Cost of 1,001-2,000 baht per time, Use the service because like the atmosphere of the pub.

According to the analysis of the business environment, the strengths of VIP room for special customers, the weakness is a new business the opportunity is that the government allows the opening of entertainment venues, the stressful the economic system may not be good. Investment cost is 5,000,000 baht. The net present value of the project is 12,211,452.67 baht. The internal rate of return (IRR) was 102% and the payback period was 2.3 years.

Keywords: Business Plan, Entertainment Venue, Pub

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ช่วยเหลือให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการศึกษาอย่างดียิ่ง จากอาจารย์ที่ปรึกษาท่าน ดร. กัณณพนธ์ โล่เพชรรัตน์ รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำแผนธุรกิจ รวมถึงเพื่อน ๆ ร่วมรุ่นที่ให้คำแนะนำและแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งสมาชิกในครอบครัว คุณแม่ และน้องสาวที่คอยให้กำลังใจมาโดยตลอด ผู้จัดทำแผนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ท้ายสุดนี้ บุคคลหนึ่งที่สำคัญยิ่งคือ พันเอกจิรวัดน์ จุฬากาญจน์ คู่ชีวิตที่เป็นแรงบันดาลใจและให้กำลังใจด้วยดีเสมอมา คุณประโยชน์อันพึงเกิดจากแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้จัดทำขอมอบเป็นเครื่องบูชาความดีแก่ บิดา มารดา ทั้งครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณที่ให้ชีวิตตั้งงามมาจนถึงปัจจุบัน

ศัตรียา ทองคำ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและแนวคิดของการดำเนินธุรกิจ	1
1.2 ลักษณะและขอบเขตของธุรกิจ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	6
1.4 โครงสร้างของธุรกิจ	6
บทที่ 2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (PESTEL Analysis)	9
2.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขัน (Five Forces Analysis)	10
2.3 การวิเคราะห์ตลาดและโครงสร้างการแข่งขัน	11
2.4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Key Success Factor)	17
บทที่ 3 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน	
3.1 ชื่อและตราสัญลักษณ์ของธุรกิจ	18
3.2 แผนกลยุทธ์	19
3.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจการ (SWOT Analysis)	20
บทที่ 4 การวิจัยทางการตลาด	
4.1 วัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อมูล	22
4.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	22
4.3 ขอบเขตการวิจัย แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง	23
4.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	23
4.5 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	23
4.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) การวิจัยทางการตลาด	
4.7 สรุปผลการวิจัย	24
บทที่ 5 แผนการตลาด	
5.1 วิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด	27
5.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	27
5.3 กระบวนการสร้างการรับรู้ทางการตลาด	28
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจ	31
6.2 ขั้นตอนการจัดหาสินค้า/บริการ	31
6.3 กระบวนการให้บริการ	32
บทที่ 7 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
7.1 การจัดโครงสร้างองค์กร	41
7.2 ตำแหน่ง หน้าที่ และคุณสมบัติของบุคลากร	42
7.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	43
บทที่ 8 แผนการเงิน	
8.1 สมมุติฐานทางการเงิน	46
8.2 ประมาณการงบการเงิน	51
8.3 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน	57
บทที่ 9 แผนฉุกเฉิน	
9.1 แผนฉุกเฉินของธุรกิจ	59
9.2 แผนในอนาคต	60
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	62
ประวัติผู้เขียน	69

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์ปัจจัยภายในของร้านเดอะเบสส์ แอนด์ เรสเตอรองก์	20
ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของร้านเดอะเบสส์ แอนด์ เรสเตอรองก์	21
ตารางที่ 4.1: ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	24
ตารางที่ 4.2: พฤติกรรมการใช้บริการ	24
ตารางที่ 4.3: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	25
ตารางที่ 8.1: งบประมาณการจัดตั้งกิจการ	46
ตารางที่ 8.2: สินทรัพย์ของกิจการและการคิดค่าเสื่อมราคา	47
ตารางที่ 8.3: งบประมาณการเงินเดือนพนักงาน	47
ตารางที่ 8.4: งบประมาณการค่าใช้จ่ายคงที่ในการดำเนินงาน	48
ตารางที่ 8.5: งบประมาณการค่าใช้จ่ายผันแปรในการดำเนินงาน	49
ตารางที่ 8.6: งบประมาณการรายได้จากการดำเนินงาน	50
ตารางที่ 8.7: งบประมาณการรายได้ 3 ปี	50
ตารางที่ 8.8: งบประมาณการกำไรขั้นต้น 3 ปี	51
ตารางที่ 8.9: งบกำไรขาดทุน งบประมาณ 3 ปี	51
ตารางที่ 8.10: ยอดกำไรสะสม งบประมาณ	53
ตารางที่ 8.11: ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และค่าเสื่อมราคาสะสม	53
ตารางที่ 8.12: ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	54
ตารางที่ 8.13: ภาษีเงินได้และสินค้ำคงเหลือ	54
ตารางที่ 8.14: งบกระแสเงินสด งบประมาณ 3 ปี	55
ตารางที่ 8.15: งบดุล งบประมาณ 3 ปี	56
ตารางที่ 8.16: การคำนวณ Net Present Value (NPV)	57
ตารางที่ 8.17: ข้อมูลของกิจการเพื่อนำเสนอต่อการลงทุน	58

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: แผนที่ตั้งของเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์	3
ภาพที่ 1.2: แบบจำลองร้านเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์	3
ภาพที่ 1.3: แสดงที่ตั้งของผับในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี	6
ภาพที่ 1.4: Business Model Canvas (BMC)	7
ภาพที่ 2.1: ร้าน Volume Pub & Restaurant	12
ภาพที่ 2.2: ร้าน Bloom Pub & Restaurant	13
ภาพที่ 2.3: ร้าน Sofa Pub	14
ภาพที่ 2.4: ร้าน ชมจันทร์ว่าไรดี	15
ภาพที่ 2.5: ร้าน ชม Chom Bar&Bistro	16
ภาพที่ 2.6: ร้าน Na Soy	17
ภาพที่ 3.1: ตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจของเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์	19
ภาพที่ 5.1: โมเดลการรับรู้ของเดอะเบสผับ	29
ภาพที่ 6.1: ตัวอย่างเมนูอาหารของร้านเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์	33
ภาพที่ 6.2: ตัวอย่างประเภทของขบเคี้ยวของร้านเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์	34
ภาพที่ 6.3: ตัวอย่างเครื่องดื่มประเภทเหล้าของร้านเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์	35
ภาพที่ 6.4: ตัวอย่างเครื่องดื่มประเภทเบียร์ของร้านเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์	36
ภาพที่ 6.5: ตัวอย่างเครื่องดื่มประเภทไวน์ของร้านเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์	37
ภาพที่ 6.6: ตัวอย่างเครื่องดื่มประเภทค็อกเทลของร้านเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์	38
ภาพที่ 6.7: ตัวอย่างห้อง VIP	39
ภาพที่ 7.1: โครงสร้างองค์กรเดอะเบสผับฯ	41
ภาพที่ 8.1: สูตรการคำนวณมูลค่าเงินปัจจุบันสุทธิ	57

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและแนวคิดของการดำเนินธุรกิจ

เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้คลี่คลายลงจนมีแนวโน้มที่จะลดระดับความอันตรายให้เป็นที่โรคประจำถิ่น ส่งผลให้ทางราชการและสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือ (สคบ.) ได้อนุญาตให้สถานบันเทิงทุกประเภทสามารถเปิดบริการได้ตามปกติตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 เป็นต้นมา ส่งผลประชาชนกลับมาใช้ชีวิตได้ตามปกติและออกมาท่องเที่ยวราตรีกันอย่างคึกคัก ทำให้เห็นสัญญาณที่ดีต่อเศรษฐกิจเกี่ยวกับการเที่ยวกลางคืนที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และยังทำให้ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับสถานบันเทิงได้มีการเติบโตและสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย เช่น ร้านอาหารเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้านอาหาร รถบริการรับจ้าง รวมไปถึงเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นกับกลุ่มอาชีพคนกลางคืน เช่น นักร้อง นักดนตรี บาร์เทนเดอร์ และพนักงานบริการต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นโอกาสดีที่ผู้ประกอบการสถานบันเทิงจะกลับมาเปิดดำเนินการอีกครั้ง โดยเฉพาะในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เปรียบเสมือนเป็นศูนย์รวมของสถานบันเทิงในเขตภาคใต้ตอนบน

จังหวัดสุราษฎร์ธานี ก่อนจะเกิดเหตุการณ์ไวรัสโควิด-19 ระบาด นับว่าเป็นแหล่งรวมของสถานบันเทิงประเภทผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ก็ได้ โดยเฉพาะในเขตพื้นที่ของเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี มีสถานบันเทิงลักษณะนี้เปิดให้บริการหลายแห่ง เช่น ชมจันทร์, Bloom, Sofa Pub, Roof Pub & Restaurant, Volume Pub & Restaurant, Lizm Pub, และอื่น ๆ อีกหลายแห่ง แต่ถึงแม้ว่า จะมีผับแอนด์เรสเตอรองก์เปิดให้บริการหลายแห่ง แต่ก็ยังมีกลุ่มลูกค้าเข้าไปใช้บริการในแต่ละแห่งเยอะพอสมควร โดยเฉพาะในคืนวันศุกร์และวันเสาร์จะมีกลุ่มลูกค้าเข้าไปใช้บริการ อย่างแน่นขนัด โดยกลุ่มลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการก็จะมีหลายช่วงอายุ ตั้งแต่วัยรุ่น วัยทำงาน ไปจนถึงวัยผู้ใหญ่ และมีฐานะทางสังคมหลายระดับเช่นกัน เช่น ประชาชนทั่วไป นักธุรกิจ และนักการเมืองท้องถิ่น เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจและนักการเมืองท้องถิ่นส่วนใหญ่ มักจะมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในแต่ละครั้งเป็นจำนวนมาก ดังนั้นลูกค้ากลุ่มนี้จึงนับว่าเป็นลูกค้าพิเศษหรือลูกค้า VIP สำหรับผู้ประกอบการผับในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

แม้ว่าผับในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีจะเปิดให้บริการหลายแห่ง และมีลูกค้าใช้บริการแน่นขนัดเกือบทุกแห่ง แต่ไม่มีผับแห่งไหนที่มีห้องพิเศษไว้รองรับลูกค้า VIP อย่างชัดเจน ทำให้กลุ่มลูกค้า VIP ต้องใช้บริการในสถานที่รวมเหมือนกับกลุ่มลูกค้าทั่วไป อีกทั้งรูปแบบการให้บริการของผับแต่ละแห่งก็ยังคงเป็นการให้บริการในรูปแบบเดิม ๆ ไม่มีกิจกรรมสอดแทรกให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกระหว่างการใช้บริการ ดังนั้นถ้าหากมีผับที่มีห้องพิเศษไว้รองรับลูกค้า VIP และมีกิจกรรมแปลกใหม่ให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ คาดว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจให้กลุ่มลูกค้ามาใช้บริการ

ได้เป็นอย่างดี ประกอบกับภาวะเป็ยบของภาครัฐได้เอื้ออำนวยต่อธุรกิจสถาบันบันเทิงมากขึ้น รวมถึงสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 ได้คลี่คลายไปในทางที่ดีทำให้กลุ่มลูกค้ามีความมั่นใจที่จะมาใช้บริการมากขึ้น ซึ่งนั่นเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าธุรกิจผับในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี มีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง เหมาะแก่การลงทุนเป็นอย่างยิ่ง

ในการเตรียมความพร้อมเพื่อลงทุนในธุรกิจ ผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ผู้ประกอบการจะต้องมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน เช่น ทักษะในด้านการบริหารจัดการ ความพร้อมด้านเงินทุนและการระดมทุน เป็นต้น เพราะแม้ว่าธุรกิจ ผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ จะมีระยะเวลาคืนทุนไม่นานนักแต่การลงทุนในครั้งแรกต้องใช้งบลงทุนค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจประเภทนี้ ส่วนกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างถ่องแท้ การทราบถึงปัจจัยใดที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาสร้างเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมให้กับธุรกิจผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ของตน โดยเฉพาะรูปแบบการให้บริการที่แปลกใหม่ และการมีสถานที่ที่สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าได้ทุกระดับก็จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนยิ่งขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า ธุรกิจ ผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เหมาะสมแก่การลงทุน เพราะมีแนวโน้มที่ธุรกิจจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญคือ ถ้ามีการนำความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจก็จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

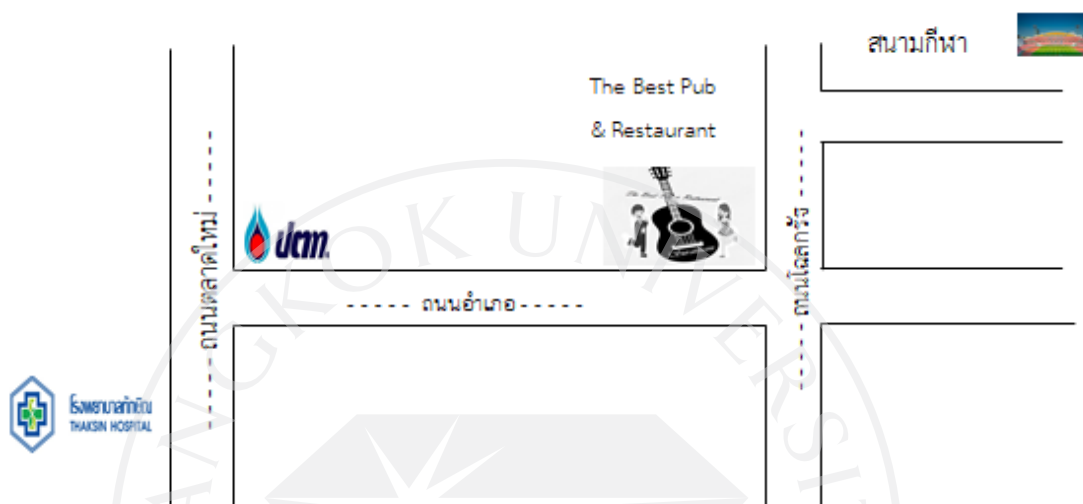
1.2 ลักษณะและขอบเขตของธุรกิจ

สถาบันบันเทิงประเภทผับ โดยทั่วไปจะเป็นสถานที่ที่กลุ่มผู้ชื่นชอบการเที่ยวราตรีนัดพบปะสังสรรค์กัน อาจจะนัดพบปะพูดคุยกันด้วยวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ หรืออาจจะนัดพบปะกันด้วยวัตถุประสงค์อย่างอื่น เช่น ฉลองวันสำคัญ ฉลองความสำเร็จ หรือนัดพบกันเพื่อความสนุกสนานเฮฮา เพราะภายในผับจะมีนักร้องและนักดนตรี ไว้คอยขับกล่อมกลุ่มลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีเครื่องดื่มหลากหลายประเภทไว้บริการ ทั้งเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เช่น เหล้า เบียร์ ไวน์ ค็อกเทล เป็นต้น อีกทั้งภายในผับยังมีอาหารให้บริการอีกด้วย นอกจากนี้ผับบางแห่งอาจจะมีโทรทัศน์ขนาดใหญ่เพื่อให้ลูกค้าได้ดูถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาหรือรายการที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนั้นไปพร้อม ๆ กันกับการใช้บริการ เป็นต้น ส่วนเดอะเบสผับมีองค์ประกอบต่าง ๆ ของธุรกิจ ดังนี้

1.2.1 สถานที่ตั้ง เดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ (The Best Pub & Restaurant) วางแผนโครงการจะเปิดให้บริการในเขตพื้นที่ของเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสถานประกอบการของเดอะเบสผับจะอยู่ในโซนที่ทางจังหวัดกำลังจะมึนโยบายเปิดเป็นโซนนิ่งสำหรับ

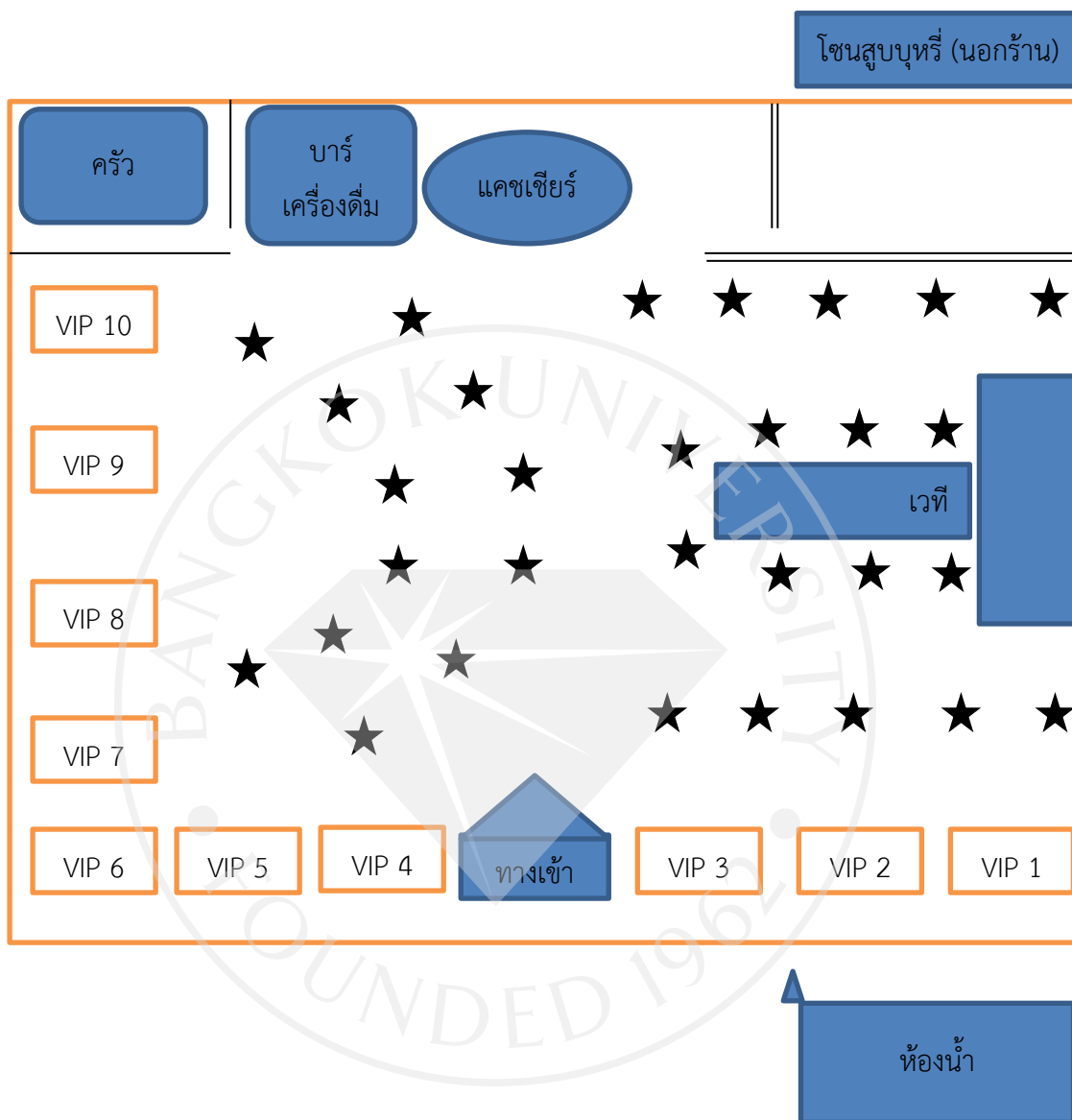
สถานบันเทิงโดยเฉพาะ ทั้งนี้เหตุผลที่เลือกทำเลที่ตั้งบริเวณนี้ก็เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น โดยสถานที่ตั้งของเดอะเบสคลับแสดงได้ ดังภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1: แผนที่ตั้งของเดอะเบสคลับ แอนด์ เรสเทอรองก์



1.2.2 ลักษณะธุรกิจ เดอะเบสคลับ เป็นผู้มีห้องพิเศษหรือห้องปาร์ตี้ส่วนตัวไว้รองรับลูกค้า VIP และมีรูปแบบกิจกรรมของการให้บริการที่แตกต่างไปจากผับที่เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบัน ลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการร้านเดอะเบสคลับจะได้สัมผัสกับการให้บริการที่แปลกใหม่หลากหลายรูปแบบและลูกค้าจะเข้าร่วมสนุกกับกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดทั้งคืน โดยสถานประกอบการของเดอะเบสคลับนั้นเดิมที่เป็นสถานบันเทิงประเภทโอเพ่นแอร์ แต่ในขณะนี้ได้ปิดกิจการไปแล้ว ซึ่งภายในยังมีอุปกรณ์พื้นฐานสำหรับกิจการประเภทนี้อยู่ เช่น เคาเตอร์บาร์ บาร์น้ำ บูทแคชเชียร์ เวที ห้องครัว เป็นต้น และเดอะเบสคลับมีโครงการจะเช่าพื้นที่ เพื่อเปิดดำเนินกิจการในชื่อ The Best Pub & Restaurant โดยจะปรับแต่งสถานที่เพิ่มเติมให้เป็นไปตามรูปแบบที่เดอะเบสคลับได้ออกแบบไว้ ซึ่งภายในร้านประกอบไปด้วยห้อง VIP เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าพิเศษ จำนวน 10 ห้อง และมีโต๊ะสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปในห้องรวม จำนวน 30 โต๊ะ โดยแบบจำลองของร้านเดอะเบสคลับ แสดงได้ดังภาพที่ 1.2

ภาพที่ 1.2: แบบจำลองร้านเดอะเบสคลับ แอนด์ เรสเทอรองก์



1.2.3 ขอบเขตของธุรกิจ เดอะเบสคลับเป็นธุรกิจที่เปิดให้บริการเฉพาะในเขตพื้นที่เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ซึ่งในอดีตยุคก่อนโควิด-19 ระบาด ฝับในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เปิดให้บริการ 8 แห่ง ปัจจุบันเปิดให้บริการ 4 แห่ง ทั้งนี้คาดการณ์ว่าฝับอีก 4 แห่งที่ยังไม่เปิดดำเนินการ อาจจะกลับมาเปิดให้บริการได้ในเร็ว ๆ นี้ ซึ่งที่ตั้งของฝับทั้ง 8 แห่ง มีดังนี้

1.2.3.1 ร้าน SoFa Pub ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 53 ถนนภัททิอนุสรณ์ ตำบลตลาด เขตพื้นที่เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

1.2.3.2 ร้าน LIZM Pub ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 583 ตำบลบางกุ้ง เขตพื้นที่เทศบาลนคร
สุราษฎร์ธานี

1.2.3.3 ร้าน Boom Pub & Restaurant ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 7/1 ถนนภัคดีอนุสรณ์ ตำบล
ตลาด เขตพื้นที่เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

1.2.3.4 ร้าน ชมจันทร์ ไร่ไต้ ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 172 ถนนโศภนรัฐ ตำบลบางกุ้งเขตพื้นที่
เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

1.2.3.5 ร้าน Volume Pub & Restaurant ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 466 ถนนอำเภอ ตำบล
ตลาด เขตพื้นที่เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

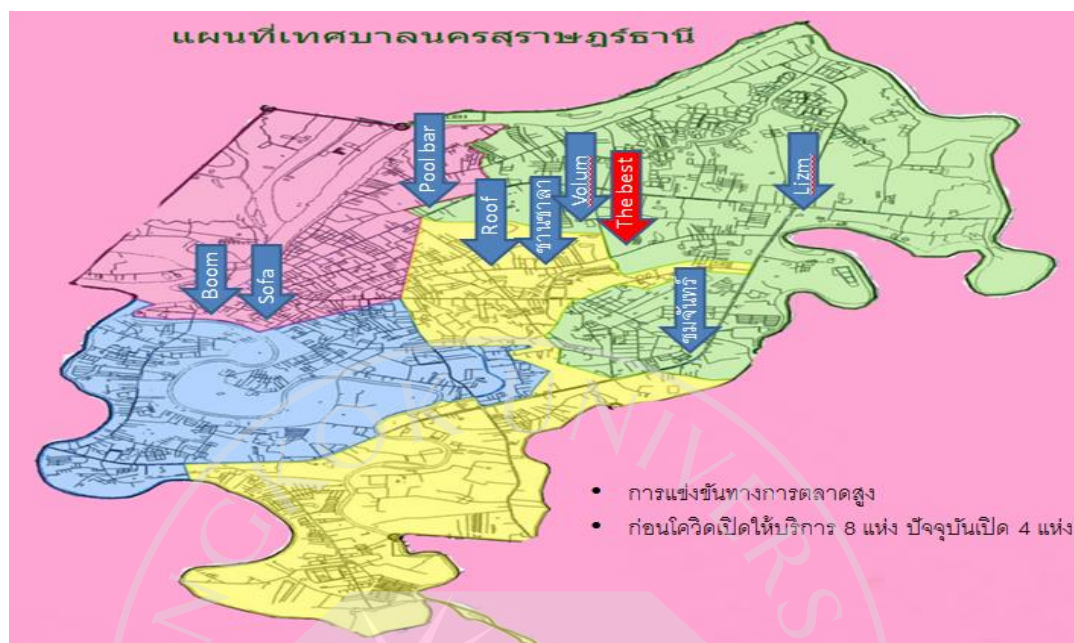
1.2.3.6 ร้าน ชานชาลา ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 233/59 ตำบลมะขามเตี้ย เขตพื้นที่เทศบาลนคร
สุราษฎร์ธานี

1.2.3.7 ร้าน Roof Pub ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 47 ถนนอำเภอ ตำบลตลาด เขตพื้นที่เทศบาล
นครสุราษฎร์ธานี

1.2.3.8 ร้าน เพลิน ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 244/55 หมู่ 4 ตำบลมะขามเตี้ย เขตพื้นที่เทศบาล
นครสุราษฎร์ธานี

ปัจจุบันมีในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ที่เปิดให้บริการ 4 แห่ง ได้แก่ Volume Pub &
Restaurant, Boom Pub & Restaurant, ชมจันทร์ ไร่ไต้ และ SoFa Pub โดยแต่ละแห่งมีกลุ่ม
ลูกค้าเข้าไปใช้บริการอย่างหนาแน่นทุกคืน ที่ตั้งของผับแต่ละแห่งในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี
แสดงได้ดังภาพที่ 1.3

ภาพที่ 1.3: แสดงที่ตั้งของผับในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี



1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

การจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ ผู้จัดทำได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิ เช่น การใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี และข้อมูลทุติยภูมิ เช่น หนังสือที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแผนธุรกิจที่จัดทำ เอกสารและสื่อสิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ผลงานทางการวิจัย เป็นต้น รวมไปถึงการค้นคว้าข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบประกอบให้แผนธุรกิจที่จัดทำมีความสมบูรณ์ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ มีดังนี้

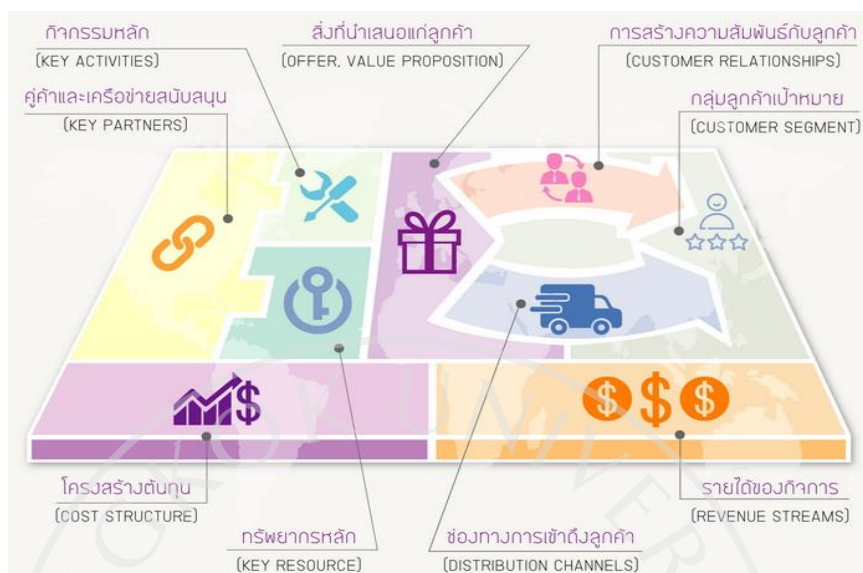
1.3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ของผู้ให้บริการในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

1.3.2 เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างธุรกิจ The Best Pub & Restaurant

1.4 โครงสร้างของธุรกิจ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้กล่าวไว้ว่า เครื่องมือที่สร้างโมเดลธุรกิจและนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายคือ Business Model Canvas (BMC) (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2565) ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวจะมีทั้งหมด 9 องค์ประกอบ ดังภาพที่ 1.4

ภาพที่ 1.4: Business Model Canvas (BMC)



ที่มา: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2565). โมเดลทางธุรกิจ. สืบค้นจาก

<https://bsc.dip.go.th/th/category/business-plan/business-model-content>.

จากภาพที่ 1.4 เมื่อนำ 9 องค์ประกอบหลักที่สำคัญมากำหนดเป็นแม่แบบของกิจการ เดอะเบสส์ แอนด์ เรสเทอรองก์ ก็จะได้องค์ประกอบของโครงสร้างธุรกิจ ดังนี้

1.4.1 คู่ค้าและเครือข่ายสนับสนุน (Key Partners) ซึ่งคู่ค้าและเครือข่ายที่มีส่วนสนับสนุน ธุรกิจของเดอะเบสส์คือ ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้านขายอาหารสด และร้านค้าเบ็ดเตล็ด

1.4.2 กิจกรรมหลัก (Key Activities) กิจกรรมหลักของเดอะเบสส์ คือการขายอาหารและ เครื่องดื่ม การให้บริการในรูปแบบที่แปลกใหม่ ให้บริการปาร์ตี้ส่วนตัวในห้อง VIP

1.4.3 ทรัพยากรหลัก (Key Resources) ทรัพยากรหลักของเดอะเบสส์คือพนักงานของ ร้านทุกฝ่าย วัตถุดิบและสินค้าที่นำมาจำหน่าย และสื่อโฆษณาที่มีส่วนประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จัก แก่คนทั่วไป

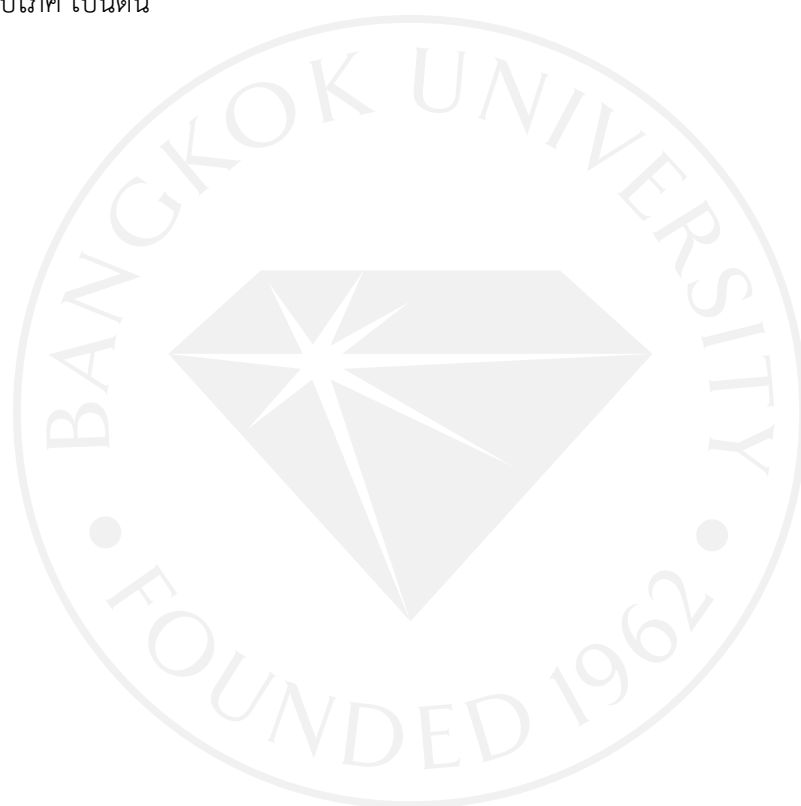
1.4.4 สิ่งที่น่าสนใจแก่ลูกค้า (Value Propositions) กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการของร้าน เดอะเบสส์จะได้รับการผ่อนคลายในบรรยากาศที่แปลกใหม่ ลูกค้าจะได้รับความสนุกสนานตลอด การใช้บริการ

1.4.5 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) เดอะเบสส์จะสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการสร้างฐานแฟนคลับในแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น ยูทูบ เฟซบุ๊ก ดิจิตัล เป็นต้น และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า

1.4.6 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer Segment) ลูกค้าเป้าหมายของเดอะเบสส์คือ ผู้หญิงวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป ที่ชื่นชอบการเที่ยวผับ เป็นผู้มีรายได้ปานกลาง-สูง อยู่ในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดใกล้เคียง

1.4.7 ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels) เดอะเบสส์มีสถานประกอบการเป็นจุดให้บริการซึ่งง่ายต่อการเข้าใช้บริการ และมีการโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มของสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

1.4.8 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) ต้นทุนของเดอะเบสส์ ได้แก่ ต้นทุนเครื่องดื่ม ต้นทุนวัตถุดิบจำพวกอาหาร และต้นทุนจากการดำเนินงาน เช่น เงินเดือนพนักงาน และค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น



บทที่ 2

การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (PESTEL Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของตลาดธุรกิจผ้า แอนด์ เรสเตอร์องค์ จะวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้วยวิธี PESTEL Analysis (“การวิเคราะห์ PESTEL คืออะไร?”, 2564) ซึ่งประกอบไปด้วยสภาพแวดล้อมทางการเมืองการปกครอง สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางสังคม สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมทางด้านสิ่งแวดล้อม และสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย ตามลำดับ ดังนี้

2.1.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองการปกครอง (Political) ในช่วงประมาณ 2-3 ปี ที่ผ่านมา รัฐบาลสถาบันแห่งชาติได้รับผลกระทบจากโรคระบาดโควิด-19 อย่างหนักจนทำให้จำเป็นต้องปิดตัวลงเพราะไม่สามารถเปิดให้บริการตามปกติได้ แต่ในปัจจุบันทางภาครัฐได้มีคำสั่งอนุญาตให้เปิดสถาบันแห่งชาติ เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2665 เป็นต้นมา (ทำเนียบรัฐบาลไทย, 2565) โดยมีข้อแม้หรือข้อจำกัดคือจะต้องปิดให้บริการภายในเวลาไม่เกิน 24:00 น. และล่าสุดนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีกระทรวงกลาโหมในฐานะผู้อำนวยการ ศบค. ได้มีมติเห็นชอบในเรื่องการปรับระดับพื้นที่และขยายเวลาปิดสถาบันแห่งชาติประเภทผ้าไปจนถึงถึงเวลา 02:00 น. ดังนั้นในปัจจุบันธุรกิจสถาบันแห่งชาติประเภทผ้า แอนด์ เรสเตอร์องค์ จึงถือว่าไม่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางการเมือง

2.1.2 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economics) สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันถือว่าไม่ดีมากนัก สาเหตุหลักมาจากผลกระทบของราคาน้ำมันที่ขยับสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมกับประชาชนทั่วไปและส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมในที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการขึ้นราคาของสินค้าทั้งประเภทอุปโภคและบริโภค ดังนั้นสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจถือว่ามีความกระทบกับธุรกิจสถาบันแห่งชาติอย่างเดอะเบส ผ้า แอนด์ เรสเตอร์องค์ มากพอสมควร

2.1.3 สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social) สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม ไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจสถาบันแห่งชาติประเภทผ้า แอนด์ เรสเตอร์องค์ ที่อยู่ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี เพราะลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นไทยพุทธ หากมาใช้บริการสถาบันแห่งชาติจึงไม่มีข้อห้ามจากสภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม

2.1.4 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technology) สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี ถือว่าส่งผลดีต่อธุรกิจผ้า แอนด์ เรสเตอร์องค์ เพราะถึงแม้ว่าร้านเดอะเบสผ้าไม่ได้พึ่งพาเทคโนโลยี ในการผลิตสินค้าในกิจการ แต่ทางร้านเดอะเบสผ้าสามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจได้ เช่น การใช้แอปพลิเคชันยูทูบ เพื่อแนะนำธุรกิจให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้าเป้าหมาย

รวมถึงใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในการสื่อสารกับลูกค้าให้ได้ทราบถึงวิธีการบริการของทางร้าน รูปแบบกิจกรรม และกระบวนการให้บริการของเดอะเบสส์ได้

2.1.5 สภาพแวดล้อมทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) สภาพแวดล้อมของเดอะเบสส์ไม่มีผลกระทบต่อการทำงานและการดำเนินงาน เพราะพื้นที่ของสถานประกอบการไม่ได้ตั้งอยู่ในเขตชุมชนแออัด แต่ตั้งอยู่ในโซนของสถานบันเทิงโดยเฉพาะ ดังนั้นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมจึงไม่มีผลกระทบต่อร้านเดอะเบสส์

2.1.6 สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (Legal) สภาพแวดล้อมด้านกฎหมายไม่มีผลกระทบต่อร้านเดอะเบสส์ เพราะร้านเดอะเบสส์จะเปิดดำเนินการด้วยความถูกต้องตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับด้านกฎหมาย และขณะดำเนินการก็จะไม่ปฏิบัติในสิ่งที่ผิดกฎหมาย เช่น การคัดกรองเกณฑ์อายุของผู้ใช้บริการ เข้มงวดด้านการตรวจค้นสิ่งเสพติดก่อนเข้าใช้บริการ เป็นต้น

2.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขัน (Five Forces Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกิจการร้านเดอะเบสส์ หรือการประเมินความน่าสนใจของธุรกิจจะวิเคราะห์ด้วยหลัก Porter's Five Forces Model (“วิเคราะห์คู่แข่งด้วย Porter's Five Forces Model”, 2565) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ปัจจัยคือ การแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ อำนาจต่อรองของลูกค้า อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ และภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน ตามลำดับ ดังนี้

2.2.1 การแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry rivalry) ธุรกิจผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี ถือว่ามีการแข่งขันในเชิงธุรกิจค่อนข้างสูง เพราะมีการเปิดให้บริการหลายแห่ง ก่อนโควิดระบาดมีผับเปิดให้บริการมากถึง 8 แห่ง ในปัจจุบันเปิดให้บริการ 4 แห่ง และคาดว่าจะเปิดให้บริการครบทั้ง 8 แห่งในอีกไม่ช้านี้ โดยแต่ละแห่งก็มีกลยุทธ์ในการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อให้ธุรกิจของตนเองได้รับความนิยมเหนือกว่าธุรกิจของคู่แข่ง

2.2.2 ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants) คู่แข่งรายใหม่ของธุรกิจ ผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี อาจเกิดขึ้นได้ง่ายเพราะเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการมีเงินลงทุนก็สามารถเปิดธุรกิจได้แล้ว แต่การจะดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จรวมถึงการทำให้ธุรกิจอยู่รอดท่ามกลางคู่แข่งที่เป็นผู้ประกอบการรายเก่า นั้นเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการรายใหม่ต้องใช้ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการมากพอสมควร

2.2.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers) ธุรกิจผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ที่อยู่ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี อาจจะได้รับผลกระทบจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ เพราะมีสถานบันเทิงในลักษณะนี้เปิดให้บริการหลายแห่ง ดังนั้นคาดว่าผู้ใช้บริการจึงมีอำนาจต่อรองกับธุรกิจสูง

2.2.4 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers) ร้านเดอะเบส ผับเป็นธุรกิจบริการ สินค้าหลักที่นำมาจำหน่ายในกิจการส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง จำนวนการผลิตและราคาของเครื่องดื่มของแต่ละบริษัทก็จะมีราคาอยู่ในระดับเดียวกัน ทำให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มีอำนาจต่อรองต่อการดำเนินกิจการของเดอะเบสผับ

2.2.5 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Service) สินค้าทดแทนของร้านเดอะเบสผับ คือ ร้านกาแฟคาเฟ่ ซึ่งเป็นร้านนิยมของวัยรุ่น ลักษณะจะเป็นร้านกาแฟขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมีการเล่นดนตรี และร้านอาหารที่มีการเล่นดนตรี ถึงแม้ว่าลูกค้าบางส่วนจะเป็นลูกค้ากลุ่มเดียวกับลูกค้าผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ แต่ธุรกิจร้านกาแฟคาเฟ่และร้านอาหารก็ไม่เป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ได้ เพราะโดยรวมแล้วรูปแบบการให้บริการและเป้าประสงค์ของผู้ใช้บริการต่างกันอย่างสิ้นเชิง ที่สำคัญร้านกาแฟคาเฟ่ส่วนใหญ่จะปิดให้บริการไม่เกินเวลา 22:00 น. แต่ผับสามารถเปิดให้บริการได้ถึงเวลา 02:00 น.

2.3 การวิเคราะห์ตลาดและโครงสร้างการแข่งขัน

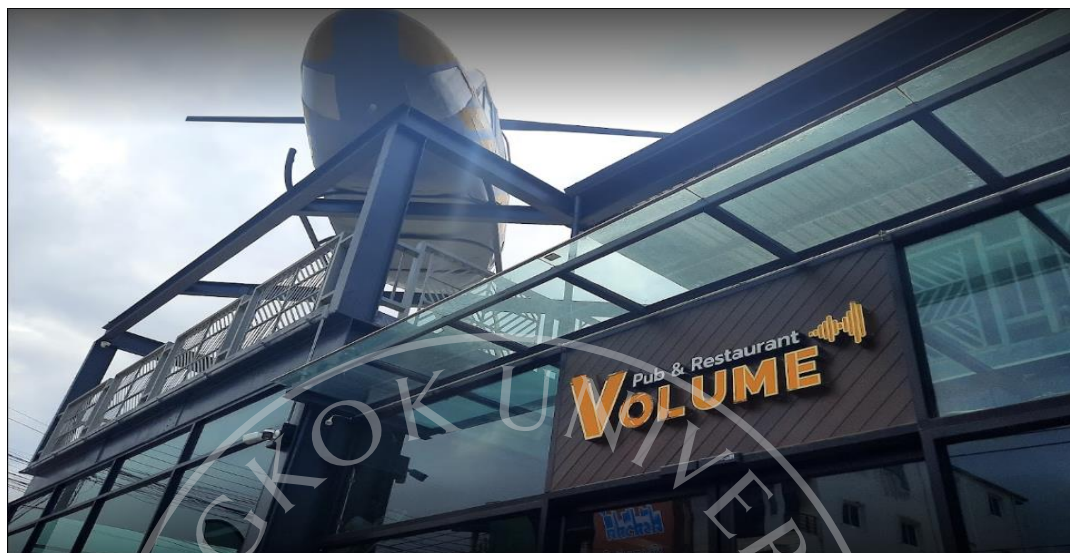
การวิเคราะห์ตลาดและโครงสร้างการแข่งขันของกิจการเดอะเบสผับ จะวิเคราะห์ถึงสภาวะการแข่งขันในตลาด รวมทั้งวิเคราะห์คู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อมแต่ละรายตามลำดับ ดังนี้

2.3.1 สภาวะการแข่งขันในตลาดของเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ มีการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูง เพราะในพื้นที่เขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี มีผับเปิดให้บริการมากถึง 8 แห่ง แม้ในปัจจุบันจะเปิดให้บริการเพียง 4 แห่ง แต่ก็คาดการณ์ว่าผับอีก 4 แห่งที่เคยเปิดให้บริการก็จะกลับมาเปิดให้บริการได้ในเร็ว ๆ นี้ โดยผับแต่ละแห่งก็จะมีรูปแบบและกลยุทธ์ในการให้บริการแตกต่างกันไป เช่น สไตล์และแนวเพลงที่นำเสนอ การออกแบบสถานที่ รวมถึงการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อดึงดูดใจให้กลุ่มลูกค้ามาใช้บริการผับของตน ทำให้กลุ่มลูกค้ามีตัวเลือกหลายแนวทางในการเลือกใช้บริการผับที่ตนเองมีความชื่นชอบตามแบบฉบับของตนเอง

2.3.2 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitor) โดยคู่แข่งทางตรงของร้านเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ในปัจจุบันมีอยู่ 4 แห่ง ดังนี้

2.3.2.1 คู่แข่งทางตรงรายที่ 1 คือร้าน Volume Pub & Restaurant เป็นผับที่เพิ่งเปิดให้บริการไม่นานนัก มีจุดแข็งคือ ตกแต่งสถานที่ได้หรูหรา สะอาดตา บรรยากาศทั้งภายในและภายนอกร้านค่อนข้างดี พื้นที่ร้านกว้างขวาง มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก ส่วนจุดอ่อนคือ มีพนักงานให้บริการน้อยไม่เพียงพอต่อจำนวนลูกค้า ทำให้บริการไม่ทั่วถึง

ภาพที่ 2.1: ร้าน Volume Pub & Restaurant



ที่มา: *Volume Pub & Restaurant*. (2021). Retrieved from https://lh3.googleusercontent.com/p/AF1QipNKcEpN_J2BHieF07FRlqJZSBxs6bT52Bmmiidh=s680-w680-h510.

2.3.2.2 คู่แข่งทางตรงรายที่ 2 คือร้าน Bloom Pub & Restaurant จุดแข็งคือ เป็นผับที่เปิดให้บริการมาเป็นเวลานานมากแล้ว แม้ว่าบรรยากาศร้านและรูปแบบการให้บริการจะไม่แตกต่างจากร้านคู่แข่ง แต่ก็มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งคาดว่าจะป็นฐานลูกค้าเก่าที่มีความผูกพันกับทางร้าน ทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้ยังใช้บริการผับร้านนี้อย่างเหนียวแน่น ส่วนจุดอ่อนคือ สถานที่คับแคบ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อจำนวนของลูกค้า

ภาพที่ 2.2: ร้าน Bloom Pub & Restaurant



ที่มา: Bloom URT. (2022). Retrieved from
<https://www.facebook.com/bloom.suratthani/>.

2.3.2.3 คู่แข่งทางตรงรายชื่อที่ 3 คือ ร้าน Sofa Pub จุดแข็งคือ มีสถานที่ที่กว้างขวาง เพราะเปิดบริการในรูปแบบโอเพนแอร์ ราคาค่าบริการจึงถูกกว่าผับแห่งอื่น ๆ ส่วนจุดอ่อน คือ ได้รับผลกระทบเมื่อมีฝนตกและมีลมแรง ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการของลูกค้า

ภาพที่ 2.3: ร้าน Sofa Pub



ที่มา: *Sofa Pub&Restaurant Suratthani*. (2022). Retrieved from <https://www.facebook.com/Sofa-PubRestaurant-Suratthani-376422142472067/>.

2.3.2.4 คู่แข่งทางตรงรายที่ 4 คือ ร้าน ชมจันทร์วาไรตี้ จุดแข็งคือ เป็นผับที่มีรูปแบบของค่าเฟ่ มีโคโยตี้ มีนักร้องพร้อมแดนเซอร์ จึงได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบรูปแบบนั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใช้บริการที่เดินทางมาจากต่างอำเภอ ที่มีมาใช้บริการเป็นกลุ่มใหญ่ ส่วนจุดอ่อนคือสถานประกอบการตั้งอยู่บริเวณรอบนอกเขตเมือง ทำให้ขาดความสะดวกเรื่องของการเดินทางเข้าใช้บริการ

ภาพที่ 2.4: ร้าน ชมจันทร์วาไรตี้



ที่มา: ชมจันทร์ วาไรตี้. (2565). สืบค้นจาก <https://m.facebook.com/-ชมจันทร์-วาไรตี้-2468496683369968/>

2.3.3 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitor)

2.3.3.1 คู่แข่งทางอ้อมรายที่ 1 คือ ร้านชม เป็นร้านกาแฟคาเฟ่ จุดเด่น คือ กำลังได้รับความนิยมสูง เป็นแหล่งรวมสาว ๆ ที่ชื่นชอบการเที่ยวกลางคืน จุดอ่อนคือ สถานที่คับแคบอยู่ติดถนนสายหลักที่มีรถสัญจรไม่ขาดสาย ทำให้ลูกค้าไม่สะดวกในเรื่องของสถานที่จอดรถ

ภาพที่ 2.5: ร้าน ชม Chom Bar&Bistro



ที่มา: ร้าน ชม Chom Bar&Bistro. (2565). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/people/ร้าน-ชม-Chom-BarBistro/100064847404183/>.

2.3.3.2 คู่แข่งทางอ้อมรายที่ 2 คือร้าน Na Soy มีจุดแข็ง คือ ลักษณะเป็นร้านกาแฟ คาเฟ่ เป็นที่นัดพบปะสังสรรค์ของทั้งกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน มีพริตตี้จากบริษัทเครื่องสำอาง ให้บริการลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการ ส่วนจุดอ่อนคือ ลูกค้าที่เป็นสุภาพสตรีไม่นิยมไปใช้บริการ

ภาพที่ 2.6: ร้าน Na Soy

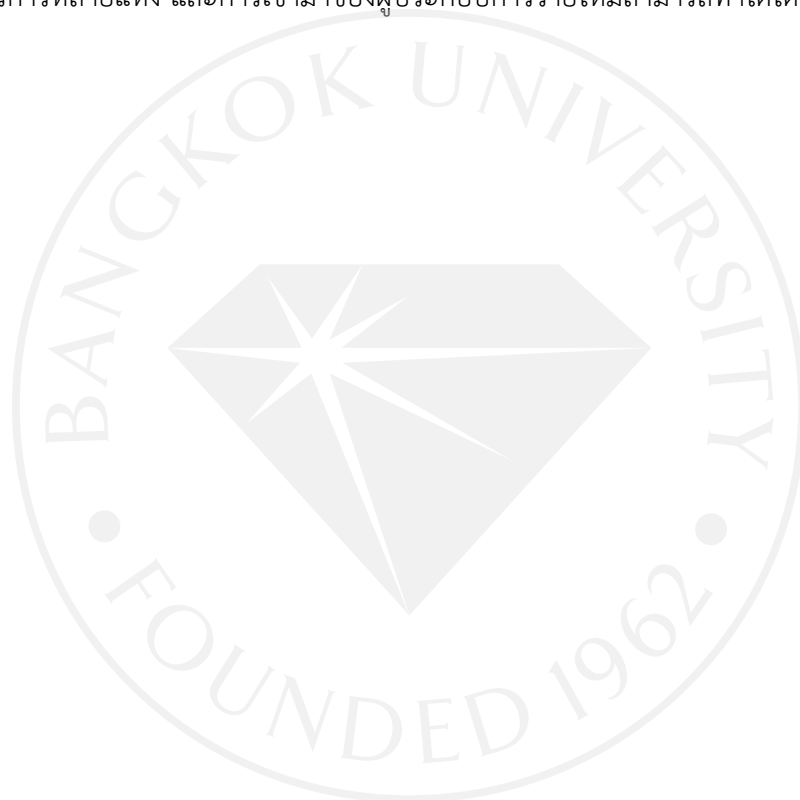


ที่มา: ร้าน น้ำ_ชอย Na_soy bar&bistro. (2565). สืบค้นจาก
<https://www.facebook.com/NASOYBAR.BISTRO/>.

2.4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Key Success Factor)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของเดอะเบสส์ คือการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เป้าหมาย เพราะความคาดหวัง และความต้องการของลูกค้ามีความสำคัญมาก ดังนั้นพนักงานผู้ให้บริการของเดอะเบสส์ต้องเป็นบุคคลที่มีใจในการให้บริการเป็นสำคัญ ต้องเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการ การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าที่มาใช้บริการ พร้อมกับนำข้อเสนอแนะนั้นมาปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่เป็นปัญหา และส่งเสริมสนับสนุนในส่วนที่มีผลดีต่อธุรกิจ พร้อมทั้งพัฒนาต่อยอดด้วยการสร้างคุณลักษณะให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ จะทำให้เกิดพลังสำคัญคือการบอกต่อที่เรียกว่าปากต่อปาก ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดผลรับกลับคืนมากกว่าเดิม ทั้งนี้รูปแบบการปฏิบัติงานของพนักงานดังกล่าวก็เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความประทับใจให้กับลูกค้าผู้มาใช้บริการทุกคน เพราะลูกค้าคือปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ จึงถือเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จของเดอะเบสส์ แอนด์ เรสเตอรองก์

สรุปการประเมินปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจร้านเดอะเบสส์ แอนด์ เรสเตอรองก์ กล่าวได้ว่า อาจได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน แต่จากการที่ภาครัฐมีคำสั่งให้สถานบันเทิงงดการให้บริการมายาวนานเกือบ 2 ปี ทำให้ประชาชนผู้ชอบเที่ยวกลางคืน โหยหาการท่องเที่ยวลักษณะนี้อยู่บ้าง เมื่อสถานบันเทิงกลับมาเปิดให้บริการได้ตามปกติ จึงอาจจะได้รับการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งข้อดีของเดอะเบสส์ คือเป็นธุรกิจบริการ หากผู้ประกอบการสามารถบริหารงานให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ธุรกิจก็จะประสบความสำเร็จโดยเร็ว ส่วนข้อจำกัด คือเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันในพื้นที่ค่อนข้างสูง เพราะมีผับที่เปิดให้บริการหลายแห่ง และการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้โดยง่าย



บทที่ 3 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน

3.1 ชื่อและตราสัญลักษณ์ของธุรกิจ

3.1.1 ชื่อกิจการคือ The Best Pub & Restaurant

3.1.2 ตราสัญลักษณ์ของธุรกิจ โดยตราสัญลักษณ์ของเดอะเบสท์จะเป็นรูปผู้หญิงถือแก้วค็อกเทลรายล้อมด้วยตัวโน้ต ซึ่งสื่อถึงการดื่มด่ำเคล้าเสียงดนตรี โดยตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจของเดอะเบสท์ แสดงได้ดังภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1: ตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจของเดอะเบสท์ แอนด์ เรสเตอรองก์



3.2 แผนกลยุทธ์

3.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision) คือ มุ่งสู่การเป็นผับ แอนด์ เรสเตอรองก์ อันดับ 1 ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยการให้บริการด้านความบันเทิงแบบนำเสนอสมัย

3.2.2 พันธกิจ (Mission) เพื่อให้เป้าหมายของวิสัยทัศน์เกิดประสิทธิผล เดอะเบสท์จึงได้กำหนดพันธกิจที่จะนำพาธุรกิจไปถึงจุดหมาย ดังนี้

3.2.2.1 สร้างมาตรฐานรูปแบบการบริการในทุก ๆ ด้าน ให้บริการอย่างมืออาชีพ

3.2.2.2 ให้เกียรติลูกค้า น้อมรับคำแนะนำด้วยความเต็มใจ

3.2.2.3 สร้างความสุขให้ความสนุกสนานแก่ลูกค้า มุ่งมั่นพัฒนากิจกรรมการให้บริการ เพื่อให้เป็นผ้อันดับ 1 ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจการ (SWOT Analysis)

เดอะเบสผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ เน้นการดำเนินงานตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของทางร้าน เน้นในกระบวนการให้บริการ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจ ซึ่งการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจ จะใช้หลัก SWOT Analysis (นันทสารี สุขโต, 2558) โดยจะนำเสนอเป็นตาราง ดังนี้

ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์ปัจจัยภายในของร้านเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเทอรองก์

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
ด้านการบริหารจัดการ	<ul style="list-style-type: none"> - เลือกทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการได้ดี เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจ และสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการของลูกค้าเป้าหมาย - การออกแบบสถานที่ที่มีห้อง VIP เป็นการตอบสนองความต้องการของของลูกค้าที่ตรงจุด - มีความพร้อมด้านการเงินสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกิจการเปิดใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย - ผู้ประกอบการยังไม่มีประสบการณ์โดยตรงในการบริหารงานแบบเจ้าของคนเดียว
ด้านการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดที่ดี และต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีเวลาเตรียมความพร้อมก่อนเปิดดำเนินการไม่มากนัก อาจทำให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านไม่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
ด้านการบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - มีพนักงานดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิดและเพียงพอ - มีกิจกรรมให้ลูกค้าร่วมสนุกขณะใช้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - พนักงานใหม่บางคนอาจขาดความชำนาญในการให้บริการ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): การวิเคราะห์ปัจจัยภายในของร้านเดอะเบสส์แบอนด์ เรสเตอรองก์

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
ด้านการเงิน	- มีสภาพคล่องทางการเงินสูง	- เนื่องจากเป็นกิจการแบบเจ้าของคนเดียว อาจต้องใช้เงินลงทุนในการเปิดกิจการค่อนข้างสูง

ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของร้านเดอะเบสส์แบอนด์ เรสเตอรองก์

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threats)
ด้านลูกค้าเป้าหมาย	ประชาชนกล้าออกมาเที่ยวมากขึ้น	ลูกค้ามีทางเลือกหลายทาง เพราะมีผู้ให้บริการหลายแห่ง
ด้านการเมือง	ภาครัฐอนุญาตให้เปิดผับได้ตามปกติ	-
ด้านเศรษฐกิจ	กลุ่มลูกค้าบางกลุ่มยังต้องการสถานที่เพื่อพบปะพูดคุยทางธุรกิจ	สภาพเศรษฐกิจโดยรวมไม่ดี ลูกค้าบางคนอาจต้องใช้จ่ายอย่างประหยัด
ด้านสังคม	จากสถานะทางสังคมทำให้ผู้คนมีความเครียด ต้องการสถานที่เพื่อผ่อนคลายและสร้างความสนุกสนาน	
ด้านเทคโนโลยี	- ใช้แอปพลิเคชันเพื่อแนะนำร้าน - ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสร้างฐานลูกค้า	
ด้านสภาพแวดล้อม	มีผับในพื้นที่หลายรายทำให้ทางร้านต้องนำเสนอรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ	
ด้านกฎหมาย	เมื่อมีกฎหมายเข้มงวด จะลดภาระเรื่องการรักษาความปลอดภัยของทางร้านได้	- อาจมีผู้ใช้บริการที่อายุไม่ถึงเกณฑ์แอบเข้าใช้บริการ - อาจมีผู้ลักลอบนำสิ่งเสพติดเข้าไปในสถานประกอบการ

บทที่ 4

การวิจัยทางการตลาด

4.1 วัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อมูล

การศึกษาข้อมูลของผู้ใช้บริการผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 4.1.1 เพื่อทราบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี
- 4.1.2 เพื่อทราบพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี
- 4.1.3 เพื่อทราบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี
- 4.1.4 เพื่อทราบแนวคิดและข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ ผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี

4.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้คือ การนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ ผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ดังนี้

- 4.2.1 ได้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการผับในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปกำหนดเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการเดอะเบสผับ แอนด์ เรสเทอรองส์
- 4.2.2 ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ สามารถนำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการ และการปรับปรุงแก้ไขคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้
- 4.2.3 ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ได้
- 4.2.4 ผลการศึกษาวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลแนวทางให้กับนักศึกษาที่สนใจทำแผนธุรกิจเกี่ยวกับผับ แอนด์ เรสเทอรองก์

4.3 ขอบเขตการวิจัย แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลของผู้ใช้บริการผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ในครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะผับที่มีที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

4.3.1 ประชากรคือผู้ใช้บริการผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ทั้งหมด 4 แห่ง ได้แก่ Volume Pub & Restaurant Bloom Pub & Restaurant Sofa Pub และ ชมจันทร์วาไรตี้

4.3.2 กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการ ผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลสุราษฎร์ธานี จำนวน 244 ราย

4.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามที่ผู้จัดทำแผนธุรกิจจัดทำขึ้น โดยมีส่วนประกอบต่าง ๆ ดังนี้

4.4.1 ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

4.4.2 ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

4.4.3 ส่วนที่ 3 เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

4.4.4 ส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากกลุ่มผู้ใช้บริการ

4.5 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล คือผู้จัดทำได้นำแบบสอบถามไปสอบถามผู้มาใช้บริการผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี โดยจะสอบถามผู้ใช้บริการที่มีเวลาและเต็มใจกรอกแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง และนำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติตามกระบวนการต่อไป

4.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) รวมถึงสถิติที่ใช้ในการหาค่าเฉลี่ย (Mean)

4.7 สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้ตอบแบบสอบถาม 244 คน	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ หญิง	142	58.2
2. อายุ 26-35 ปี	136	55.4
3. สถานภาพ โสด	212	86.9
4. ระดับการศึกษาปริญญาตรี	130	53.3
5. อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว	72	29.8
6. รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท	84	34.7

จากตารางที่ 4.1 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ใช้บริการ ผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาสูงสุด คือระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

ตารางที่ 4.2: พฤติกรรมการใช้บริการ

พฤติกรรมการใช้บริการ	ผู้ตอบแบบสอบถาม 244 คน	
	จำนวน	ร้อยละ
1. ระยะทางที่เดินทางมาใช้บริการ ไม่เกิน 10 กิโลเมตร	130	53.3
2. ความถี่ในการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน	122	49.6
3. จำนวนผู้ร่วมใช้บริการ 3-4 คน	102	41.1
4. ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 20.00-21.00 น.	98	40.5
5. วันที่ใช้บริการ วันเสาร์	120	49.2
6. โอกาสที่ใช้บริการ นัดพบปะ/สังสรรค์	112	45.9
7. เครื่องดื่มที่นิยมดื่ม เหล้า	118	47.9
8. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,001-2,000 บาท	104	42.6

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): พฤติกรรมการใช้บริการ

พฤติกรรมกรการใช้บริการ	ผู้ตอบแบบสอบถาม 244 คน	
	จำนวน	ร้อยละ
9. ผู้ใช้บริการ	102	41.1
10. เหตุผลที่ใช้บริการ ขึ้นขอบบรรยากาศ	140	56.6

จากตารางที่ 4.2 ผู้ใช้บริการ ผู้ใช้ แอนด์ เรสเตอร์องก์ ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เดินทางมาใช้บริการผู้ โดยมีระยะทางไม่เกิน 10 กิโลเมตร มาใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน มีผู้ร่วมใช้บริการ 3-4 คนต่อครั้ง ใช้บริการในช่วงเวลา 20.00 -21.00 น. มาใช้บริการในคืนวันเสาร์ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อพบปะสังสรรค์ นิยมดื่มเหล้ามากกว่าเครื่องดื่มชนิดอื่น มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการประมาณ 1,001-2,000 บาทต่อครั้ง ผู้ใช้บริการบ่อยที่สุด คือร้าน Volume Pub & Restaurant และเหตุผลที่ใช้บริการ คือขึ้นขอบบรรยากาศของผู้

ตารางที่ 4.3: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยทางการตลาด	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย
1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	การเล่นเพลงที่ทันสมัยเข้ากับยุคสมัยได้เป็นอย่างดี	4.19
2. ด้านสถานที่	ภายในร้านมีพื้นที่เหมาะสม ไม่แออัด	4.21
3. ด้านกระบวนการบริการ	พนักงานให้บริการดี มีความสุภาพ	4.05
4. ด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับสถานที่	3.96
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ	4.26

จากตารางที่ 4.3 ผู้ใช้บริการ ผู้ใช้ แอนด์ เรสเตอร์องก์ ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์/บริการ คือการเล่นเพลงที่ทันสมัย เข้ากับยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ด้านสถานที่ คือภายในร้านมีพื้นที่เหมาะสมไม่แออัด ด้านกระบวนการบริการ คือพนักงานให้บริการดีมีความสุภาพ ด้านราคา คือมีราคาเหมาะสมกับสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด คือมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ

ส่วนข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการคือ ต้องการให้พับขยายเวลาการเปิดให้บริการมากกว่าปัจจุบัน ต้องการให้มีโปรโมชั่นประเภทแจกรีจิมฟรี และต้องการได้รับส่วนลดพิเศษ เมื่อมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเป็นจำนวนมาก

สรุปประเด็นที่น่าสนใจจากการสำรวจความคิดเห็น คือผู้บริภคกรนิยมมาเที่ยวในวันศุกร์และวันเสาร์ ดังนั้นการจัดกิจกรรมพิเศษควรจัดในช่วงวันดังกล่าว และควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในวันอื่น ๆ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างชื่นชอบการเล่นเพลงที่ทันสมัย ชอบบรรยากาศที่ไม่แออัด ดังนั้นในกลยุทธ์การดำเนินการ ควรจัดสถานที่ให้ดูโปร่ง นำเสนอเพลงที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ



บทที่ 5 แผนการตลาด

5.1 วิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด

การที่จะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มองเห็นถึงรูปแบบการให้บริการของเดอะเบสส์ฟับที่เหนือกว่าคู่แข่ง และตัดสินใจเข้ามาใช้บริการนั้น เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก เพราะฟับแต่ละแห่งในเขตพื้นที่เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ต่างก็มีฐานลูกค้าเป็นของตนเอง ส่วนเรื่องส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจฟับในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการศึกษาค้นคว้าไม่ปรากฏว่ามีหน่วยงานไหนมีข้อมูลในเรื่องนี้ แต่จากการสังเกตด้วยตนเอง พอจะประมาณการได้ว่า ฟับที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด คือ Volume Pub & Restaurant รองลงมา คือร้านชมจันทร์, Bloom Pub & Restaurant และ Sofa Pub ตามลำดับ แต่ฟับทั้ง 4 แห่ง ก็ไม่ได้มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่ต่างกันมากนัก เพราะต่างฝ่ายต่างมีฐานลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำเยอะพอสมควร ส่วนเดอะเบสส์ฟับมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาดของธุรกิจ คือการก้าวขึ้นไปเป็นผู้นำด้านการให้บริการของธุรกิจฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ในเขตพื้นที่เทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี เพื่อให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เหนือคู่แข่งในพื้นที่เดียวกัน

5.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาดหรืออาจจะเรียกว่า Marketing Mix ก็ได้ ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดนั้น มีผู้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้มากมาย แต่แนวคิดที่เป็นที่รู้จักและนิยมใช้เป็นเครื่องมือพื้นฐานในกำหนดส่วนผสมทางการตลาดคือการใช้หลัก 4P (Product Price Place Promotion) ดังนั้นกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดของเดอะเบสส์ฟับก็จะใช้หลักการดังกล่าวมากำหนดองค์ประกอบต่าง ๆ ให้เหมาะสมและกับธุรกิจมากที่สุด ดังนี้

5.2.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ จะเน้นการให้บริการเป็นหลัก เช่น จัดให้มีเครื่องดื่มหลายประเภทไว้ให้บริการลูกค้า มีอาหารที่เป็นเมนูเฉพาะเป็นเอกลักษณ์ของร้าน มีบริการผสมค็อกเทลตามสูตรที่ลูกค้าต้องการ มีการเล่นดนตรีสดและการเปิดเพลงหมุนเวียนสับเปลี่ยนกันตามสถานการณ์ มีการเปิดเพลง/เล่นเพลงที่ทันสมัย เข้ากับยุคสมัยได้เป็นอย่างดี และจัดกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ ตามสถานการณ์เพื่อให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกขณะใช้บริการ เป็นต้น

5.2.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price) กลยุทธ์ด้านราคาที่กำหนดไว้ คือ ราคาต้องเหมาะสมกับสถานที่ ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับฟับแอนด์เรสเตอรองก์ร้านอื่น ราคาค่าเปิดขวดยืดหยุ่นไปตามชนิด

ของเครื่องดื่มที่ลูกค้านำมาเปิด ราคาเครื่องดื่มแต่ละประเภทมีให้เลือกหลายระดับราคา และที่สำคัญจะต้องบอกราคาเครื่องดื่ม อาหาร ของขบเคี้ยว แต่ละรายการอย่างชัดเจน

5.2.3 กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านเดอะเบสส์ลูกค้าส่วนใหญ่จะเดินทางเข้ามาใช้บริการได้เลย ซึ่งกลยุทธ์ด้านนี้จะเน้นสถานที่เป็นหลัก เช่น มีโซนสำหรับไว้รองรับลูกค้า VIP (ลูกค้าพิเศษ) มีที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอต่อการใช้บริการของลูกค้า สถานที่ต้องตกแต่งได้สวยงามสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ดี บรรยากาศภายในร้านจะต้องเหมาะสมไม่อัดจนเกินไป มีที่สูบบุหรี่และมีห้องน้ำแยกเป็นสัดส่วนชัดเจนระหว่างชาย-หญิง และทางร้านจะเน้นในเรื่องการตกแต่งร้านให้สวยงามเข้ากับฤดูกาล หรือตกแต่งให้เข้ากับบรรยากาศในเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

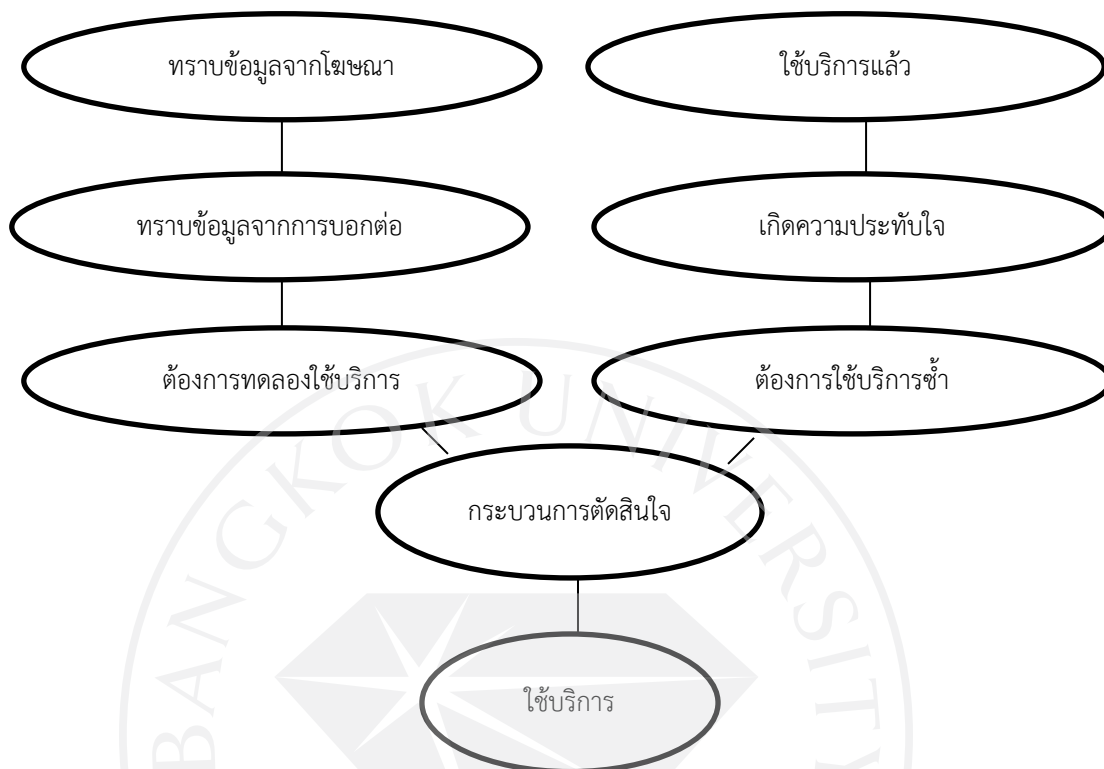
5.2.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดที่กำหนดไว้ คือการโปรโมชั่นโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ของท้องถิ่น ในช่วงก่อนเปิดกิจการ และเปิดกิจการใหม่ ๆ จัดให้มีส่วนลดตามความเหมาะสมสำหรับลูกค้าสุภาพสตรี ที่มาใช้บริการในวันจันทร์-พฤหัสบดี จัดโปรโมชั่นด้วยการมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการก่อนเวลา 20.00 น. จัดโปรโมชั่นพิเศษทุก ๆ 3 เดือน เพื่อกระตุ้นและจูงใจกลุ่มลูกค้าให้มาใช้บริการ

5.3 กระบวนการสร้างการรับรู้ทางการตลาด

กิจกรรมทางการตลาด คือการปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อจะทำให้เป้าหมายทางการตลาดบรรลุเป้าประสงค์อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ ดังนั้นเดอะเบสส์จึงได้กำหนดแนวทางในการสร้างการรับรู้ด้วยกระบวนการ ดังนี้

4.3.1 โมเดลแสดงการรับรู้ (Brand Perceptual Model) การสร้างการรับรู้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายก็เป็นหนึ่งในกิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่ง โดยเดอะเบสส์ได้สร้างการรับรู้จนนำไปสู่การใช้บริการด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สำหรับกลุ่มลูกค้าใหม่ และใช้จุดเด่นของรูปแบบการให้บริการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการซ้ำ ซึ่งโมเดลการรับรู้ของร้านเดอะเบสส์ ประกอบไปด้วย การทราบข้อมูลจากการโฆษณา ทราบข้อมูลจากการบอกต่อ ต้องการทดลองใช้กระบวนการตัดสินใจ และใช้บริการ ส่วนลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้ว เกิดความประทับใจ ต้องการใช้บริการซ้ำสู่กระบวนการตัดสินใจ และตัดสินใจใช้บริการซ้ำ โดยโมเดลการรับรู้ของเดอะเบสส์ นำเสนอได้ดังภาพที่ 5.1

ภาพที่ 5.1: โมเดลการรับรู้ของเดอะเบสส์



5.3.2 แผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการบริการต่าง ๆ ของทางร้านไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มลูกค้าได้รับรู้กิจกรรมของทางร้าน ซึ่งการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นอกจากจะเป็นการเผยแพร่เอกลักษณ์ของทางร้านให้กลุ่มลูกค้าได้รับรู้แล้ว ยังมุ่งหวังที่จะได้รับการสนับสนุนจากประชาชนเป้าหมายในการมาใช้บริการ เพื่อให้การดำเนินงานของเดอะเบสส์ดำเนินไปด้วยความสำเร็จลุล่วง ดังนั้นทางร้านจึงได้กำหนดแนวทางที่จะใช้ประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ ในการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และนำเสนอข้อมูลข่าวสาร พร้อมทั้งรูปแบบการให้บริการของทางร้านออกสู่สาธารณชนให้รับรู้ ซึ่งปัจจุบันนี้มีอยู่หลากหลายช่องทาง โดยแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ของเดอะเบสส์ มีดังนี้

5.3.2.1 ทำการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น โดยทางร้านจะว่าจ้างให้สื่อวิทยุทำการโฆษณาในรูปแบบของ SPOT โฆษณา ในช่วงก่อนเปิดดำเนินการ และช่วงแรก ๆ ของการเปิดดำเนินการซึ่งสื่อวิทยุถือเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมาเป็นเวลานาน และสื่อทางวิทยุนี้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ผู้ฟังสามารถฟังสื่อนี้ได้ทุกหนทุกแห่ง แม้แต่ผู้ฟังทำงานอยู่ก็ยังสามารถรับฟังข่าวสารต่าง ๆ ได้ วิทยุจึงถือเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคมากอีกสื่อหนึ่ง ดังนั้นทางเดอะเบสส์ คาดว่าสื่อทางวิทยุนี้ จะช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารของทางร้านไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้พอสมควร

5.3.2.2 ทำการโฆษณาผ่านโปสเตอร์หรือแผ่นป้ายโฆษณา โดยทางร้านจะทำการติดแผ่นป้ายโฆษณาข้อมูลของทางร้าน วันเวลาที่เปิดให้บริการ ติดตามแหล่งที่สังเกตเห็นได้ง่ายในพื้นที่เขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เช่น สีแยกมูมเมือง ใกล้ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ซึ่งการทำกรโฆษณาผ่านแผ่นป้ายนี้ถือเป็นสื่อที่มีความสำคัญมากในวงการประชาสัมพันธ์ เพราะว่าข้อความบนป้ายโฆษณาสามารถเผยแพร่ได้สะดวกและกว้างขวาง ทั้งยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ ทุกเพศทุกวัยทุกระดับการศึกษา นอกจากนี้ยังมีความยืดหยุ่นในการออกแบบที่สามารถออกแบบในรูปแบบกราฟิกเพื่อโน้มน้าวความรู้สึกของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี ดังนั้นทางเดอะเบสส์คาดว่ากรโฆษณาผ่านโปสเตอร์หรือแผ่นป้ายโฆษณานี้ จะทำให้ผู้คนที่ได้รับรู้และรู้จักร้านเดอะเบสส์ได้เร็วขึ้น ซึ่งข้อดีของการโฆษณาแผ่นป้ายโฆษณา มีดังนี้

- 1) ครอบคลุมได้หลายพื้นที่ และสามารถเลือกตั้งเฉพาะพื้นที่ได้
- 2) มีความถี่ในการมองเห็นบ่อย เพราะจุดติดตั้งป้ายโฆษณาติดตั้งในพื้นที่ที่เป็นเส้นทางที่ผู้คนสัญจรผ่านไปมาตลอดเวลา
- 3) สามารถดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี
- 4) ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาในการนำเสนอข้อมูลบนแผ่นป้าย
- 5) ข้อความในป้ายโฆษณาเป็นข้อความที่กะทัดรัด เห็นแล้วทำให้เกิดความสนใจและเป็นจุดเด่นที่ทำให้เกิดความจดจำข้อความบนป้ายนั้นได้

5.3.2.3 ทำการโฆษณาผ่านรถกระจายเสียง เพราะเป็นสื่อที่กำลังได้รับความนิยมในเขตต่างจังหวัด และเป็นสื่อที่สามารถอธิบายถึงรายละเอียดและรูปแบบการให้บริการของทางร้านได้ เพราะมีจุดเด่นคือ นอกจากป้ายโฆษณาที่ออกแบบมาให้มีสีสันสวยงามสะดุดตาแล้ว ยังมีเสียงประกอบที่ทำให้ลูกค้าเป้าหมายได้รับรู้และเข้าใจในข้อมูลที่ทางร้านต้องการจะสื่อมากยิ่งขึ้น โดยการโฆษณาจะมีรูปแบบ ดังนี้

- 1) ติดป้ายไว้นิลที่มีข้อความที่ทางร้านต้องการจะสื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับทราบข้างรถกระจายเสียง พร้อมสื่อกระจายเสียงที่เป็น Spot โฆษณา
- 2) เส้นทางกรวิ่งโฆษณาโดยจะวิ่งผ่านถนนหลักในพื้นที่ และวิ่งผ่านซ้ำ บ่อย ๆ ในจุดชุมชนสำคัญ เช่น ถนนสายริมเขื่อนแม่น้ำตาปี สนามกีฬา ตลาดล่าง หน้าค่ายทหาร ถนนเส้นศาลากลาง ถนนเส้นองค์การโทรศัพท์ ห้างสรรพสินค้าสทไทย เป็นต้น

บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

6.1 การจัดตั้งธุรกิจ

เดอะเบสส์ แอนด์เรสเตอร์องก์ เป็นกิจการประเภทสถานบันเทิง ผู้ประกอบการมีโครงการจะตั้งธุรกิจนี้ขึ้นมา โดยมีการวางแผนงานและองค์ประกอบต่าง ๆ ในการจัดตั้งธุรกิจ ดังนี้

6.1.1 รูปแบบองค์กรธุรกิจ โดยเดอะเบสส์จะจัดตั้งธุรกิจในรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว ซึ่งกิจการเจ้าของคนเดียวนี้มีกฎระเบียบว่า ถ้าเป็นธุรกิจที่เข้าข่ายกิจการที่ต้องจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการจดทะเบียนพาณิชย์ภายในระยะเวลา 30 วัน หลังจากเปิดดำเนินกิจการ เหตุผลที่ตัดสินใจดำเนินธุรกิจในรูปแบบดังกล่าว เพราะว่าได้สังเกตเห็นข้อดี ดังต่อไปนี้

6.1.1.1 จัดตั้งธุรกิจได้ง่าย โดยใช้เงินทุนส่วนตัวทั้งหมด

6.1.1.2 การดำเนินงานมีความคล่องตัวสูง มีอำนาจในการตัดสินใจเพียงคนเดียว

6.1.1.3 เป็นผู้รับผลกำไรจากการดำเนินงานเพียงคนเดียว

6.1.1.4 การตัดสินใจในการเลิกหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบกิจการทำได้ง่าย

6.1.1.5 มีค่าใช้จ่ายในด้านการบริหารต่ำกว่าองค์กรธุรกิจรูปแบบอื่น ๆ

6.1.1.6 มีระเบียบข้อบังคับใช้ในทางกฎหมายน้อย

6.1.2 เหตุผลของการจัดตั้งธุรกิจ เหตุผลที่ผู้ประกอบการตัดสินใจจัดตั้งธุรกิจนี้ขึ้นมาเพราะเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนสูง มีระยะเวลาในการคืนทุนไม่ยาวนานนัก อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ไม่ซับซ้อนสามารถลงทุนได้เลยเมื่อมีความพร้อมด้านเงินลงทุน ที่สำคัญเป็นธุรกิจที่ผู้จัดทำแผนธุรกิจ มีความชื่นชอบและสนใจที่จะลงทุนในธุรกิจนี้ เพราะมีถนัดและคลุกคลีอยู่กับธุรกิจลักษณะนี้มาพอสมควร ประกอบกับจะได้ใช้ความรู้ความสามารถที่ได้เรียนมา มาใช้กับประสบการณ์จริง ซึ่งโดยส่วนตัวมีความมั่นใจว่า ผู้จัดทำแผนธุรกิจมีความรู้ความสามารถมากพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินไปตามแบบฉบับที่ได้ได้วางแผนไว้ และจะประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.1.3 การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจ เดอะเบสส์ได้กำหนดทำเลที่ตั้งในการจัดตั้งกิจการคือ สถานประกอบการอยู่ในโซนที่ทางจังหวัดกำลังจะมียุทธศาสตร์เปิดเป็นโซนนิ่งสำหรับสถานบันเทิง โดยเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

6.2 ขั้นตอนการจัดหาสินค้า/บริการ

การจัดซื้อสินค้าของเดอะเบสส์ จะพิจารณาองค์ประกอบอื่น ๆ ควบคู่ไปกับราคาของสินค้าที่ทางร้านต้องการซื้อ โดยองค์ประกอบดังกล่าวและวิธีการเลือกซื้อของทางร้าน มีดังนี้

6.2.1 คุณภาพของสินค้า เดอะเบสส์เป็นธุรกิจบริการซึ่งมีทั้งการนำสินค้าสำเร็จรูปมาจำหน่ายต่อประกอบกับการให้บริการอย่างเครื่องต้มแอลกอฮอล์ น้ำอัดลมเพื่อใช้เป็นมิกเซอร์ผสมกับเครื่องต้มแอลกอฮอล์ เป็นต้น สินค้าที่นำวัตถุดิบมาปรุงแต่งเพื่อจำหน่ายเอง เช่น เมนูอาหารต่าง ๆ ค็อกเทล เป็นต้น ดังนั้นในส่วนของวัตถุดิบทางร้านจะเลือกซื้อของที่มีคุณภาพจากตลาดในพื้นที่ และจะซื้อในปริมาณที่น้อย เพื่อให้สินค้าที่นำเสนอต่อลูกค้ามีความสด และใหม่อยู่เสมอ

6.2.2 ราคา โดยทางร้านจะเลือกซื้อจากร้านที่ให้ประโยชน์ต่อต้นสินค้าของทางร้านมากที่สุด ซึ่งอาจจะมีมากกว่า 1 ร้าน เช่น ร้านนี้จำหน่ายเครื่องต้มยี่ห้อนี้ถูกกว่าร้านอื่น ๆ หรือร้านนี้ให้ส่วนลดของเครื่องต้มยี่ห้อนี้นี้มากกว่ายี่ห้อื่น ๆ เป็นต้น

6.2.3 ระยะเวลาในการส่งมอบ ทางร้านจะเน้นความสำคัญในเรื่องนี้เป็นพิเศษ โดยเฉพาะการส่งสินค้าประเภทเครื่องต้ม ซึ่งทางร้านจะส่งสินค้าผ่านร้านค้าขายส่ง และร้านตัวแทนจำหน่ายสินค้าในนามของบริษัทต่าง ๆ ดังนั้นทางร้านจะไม่ได้ไปซื้อสินค้าที่หน้าร้านค้าแต่จะเป็นการส่งทางโทรศัพท์หรืออื่น ๆ แล้วให้ตัวแทนจำหน่ายมาส่งสินค้าที่ร้านเดอะเบสส์ ระยะเวลาในการส่งมอบจึงเป็นเรื่องสำคัญจะต้องรวดเร็วและตรงต่อเวลา

6.2.4 การบริการ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งในกระบวนการสั่งซื้อสินค้าของทางร้าน เพราะบางครั้งการที่ตัวแทนจำหน่ายมาเสนอสินค้ามักจะนำเสนอผลประโยชน์หลาย ๆ อย่าง และเมื่อข้อตกลงบรรลุผล ถึงเวลาส่งมอบสินค้าทางร้านอาจจะได้ผลประโยชน์ไม่ครบตามที่ตัวแทนมานำเสนอก็ได้ ดังนั้นเรื่องการบริการตามข้อตกลงก็อาจมีส่วนสำคัญในการสั่งซื้อสินค้าของทางร้านอยู่พอสมควร

6.3 กระบวนการให้บริการ

การบริการของเดอะเบสส์จะเน้นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด และลูกค้าจะต้องเกิดความรู้สึกประทับใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ โดยกระบวนการต่าง ๆ ในการให้บริการของเดอะเบสส์ มีดังนี้

6.3.1 การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยร้านเดอะเบสส์มีโซนให้บริการ 2 ส่วน คือ ส่วนของห้อง VIP จำนวน 10 ห้อง และส่วนของพื้นที่รวมสำหรับลูกค้าทั่วไป จำนวน 30 โต๊ะ การตกแต่งร้านจะเป็นแบบทันสมัย หน้าร้าน ประตูทางเข้า บนพื้นและผนังของร้านจะประดับด้วยไฟและอุปกรณ์ตกแต่งที่สวยงาม เช่น รูปปั้น ภาพวิว เป็นต้น ในส่วนของห้อง VIP ด้านหน้าจะเป็นกระจก มีผ้าม่านกัน ถ้าเปิดผ้าม่านก็จะสามารถมองเห็นบรรยากาศภายในห้องรวมได้อย่างชัดเจน

6.3.2 อาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการ โดยอาหารและเครื่องดื่มที่ทางร้านมีไว้สำหรับให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการ มีดังนี้

6.3.2.1 ประเภทอาหาร โดยทางร้านมีเมนูอาหารแบบง่ายไว้บริการลูกค้า เช่น จำพวกยำต่าง ๆ เช่น ยำสามกรอบ ยำถั่วพูลู หอยนางรมทรงเครื่อง เป็นต้น และจำพวกทอด ปีกไก่ทอด

น้ำปลา เอ็นไก่ทอด กุ้งแช่น้ำปลา หมูมะนาว ข้าวผัด ต้มยำ เป็นต้น ซึ่งตัวอย่างเมนูอาหารแสดงได้ดังภาพที่ 6.1

ภาพที่ 6.1: ตัวอย่างเมนูอาหารของร้านเดอะเบสส์ฟู้ แอนด์ เรสเทอรองก์



6.3.2.2 ประเภทของซบเคี้ยว เช่น ทาโร่ทอด มันฝรั่งทอดทั้งแบบเส้นและแบบแผ่น ถั่วทอด ข้าวเกรียบทอด เม็ดมะม่วงหิมพานต์ทอด เกี้ยวกรอบ ป๊อปปี้รอน เป็นต้น

ภาพที่ 6.2: ตัวอย่างประเภทของขบเคี้ยวของร้านเดอะเบสส์แอนด์ เรสเตอรองก์



6.3.2.3 ประเภทเหล้า เช่น Jack Daniel's, Chivas Regal, Johnny Walker (Black Laber, Red Labergreen Labe, Gold Laber, Blue Laber) รีเจนซี่ เป็นต้น

ภาพที่ 6.3: ตัวอย่างเครื่องดื่มประเภทเหล้าของร้านเดอะเบสส์แอนด์ เรสโตรองก์



Jack Daniel



Swing



Glenfiddich



Regency



Suntory Old Whisky



Johnnie Walker



Chivas Regal



Ballantine



Jameson

6.3.2.4 ประเภทเบียร์ เช่น เบียร์สิงห์ เบียร์ไฮเนเก้น เบียร์ช้าง เบียร์ลิโอ และเบียร์ยี่ห้ออื่น ๆ ที่มีจำหน่ายตามท้องตลาด

ภาพที่ 6.4: ตัวอย่างเครื่องดื่มประเภทเบียร์ของร้านเดอะเบสฟับ แอนด์ เรสโตรองก์



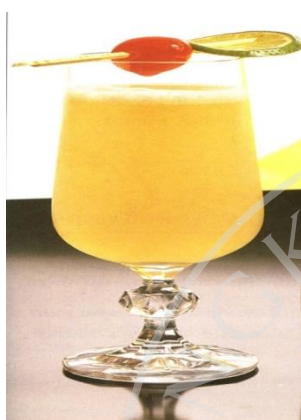
6.3.2.5 ประเภทไวท์ เช่น ไวน์ขาว ไวน์แดง ยี่ห้อต่าง ๆ ทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ รวมไปถึง สปาย ฟลูมุน เป็นต้น

ภาพที่ 6.5: ตัวอย่างเครื่องดื่มประเภทไวน์ของร้านเดอะเบสส์แอนด์ เรสเทอรองก์



6.3.2.6 ประเภทค็อกเทล เช่น วิสกี้ซาวร์ (Whiskey Sour) ตอร์ปิโด (Torpedo) มาการิต้า (Margarita) วอดก้ากิบสัน (Vodka Gibson) สิงคโปร์สลิง (Singapore Sling) มามาเลด (Mamalade) เตอกินี (Tequini) บลูฮาวาย (Blue Hawaii) Dry Martini เป็นต้น

ภาพที่ 6.6: ตัวอย่างเครื่องดื่มประเภทค็อกเทลของร้านเดอะเบสส์แบร์ แอนด์ เรสเตอรองก์



Whiskey Sour



Blue Hawaii



Dry Martini



Torpedo



Margarita



Mojito



Moscow Mule



Pink Lady

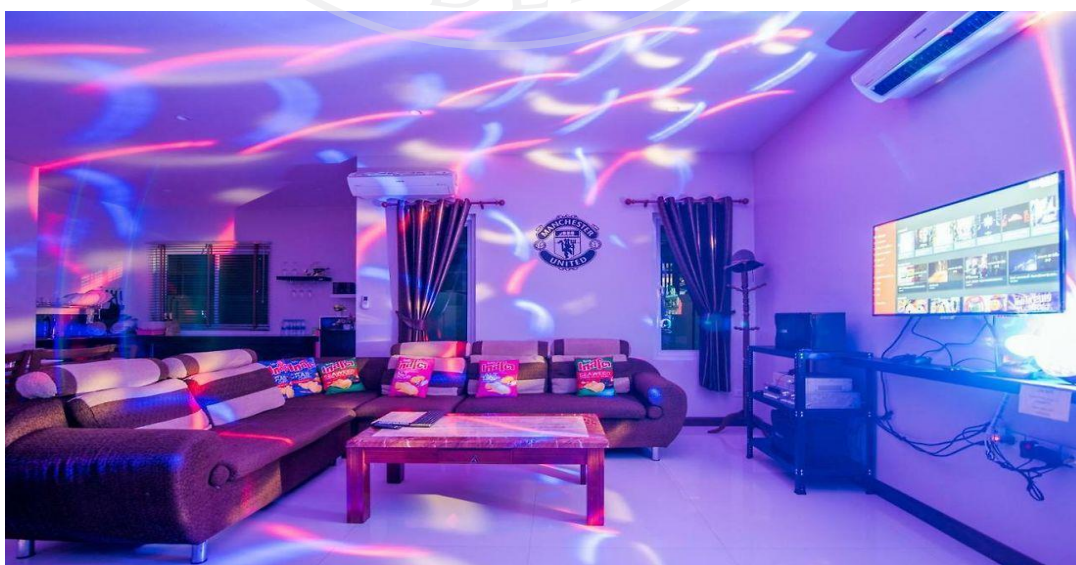


Singapore Sling

6.3.3 รูปแบบการให้บริการ โดยทางร้านจะให้บริการทั้ง 2 ส่วนไปพร้อมกัน คือโซนลูกค้าทั่วไปและการบริการในห้อง VIP ดังนี้

6.3.3.1 การบริการสำหรับห้อง VIP หรือห้องปาร์ตี้ส่วนตัว จะมีการคิดค่าใช้จ่ายบริการห้อง VIP ชั่วโมงละ 200 บาท จอมเหมาตลอดทั้งคืนห้องละ 1,000 บาท ลักษณะการให้บริการลูกค้าสามารถว่าจ้างเด็กเอนเตอร์เทน ทั้งชายและหญิงได้ถ้าลูกค้าต้องการ ถ้าหากลูกค้าไม่ว่าจ้างเด็กเอนเตอร์เทนก็จะมีพนักงานเสริฟของทางร้านดูแลลูกค้าห้องนั้น ๆ ตามปกติ โดยลักษณะการให้บริการของเด็กเอนเตอร์เทน คือให้บริการลูกค้าแบบใกล้ชิด ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า อยู่กับลูกค้าตลอดในช่วงที่ลูกค้าใช้บริการ ซึ่งเวลาในเรื่องของการให้บริการจะนานเท่าไรนั้น ขึ้นอยู่กับข้อตกลงของลูกค้าในการว่าจ้าง โดยเด็กเอนเตอร์เทนจะให้บริการเป็นรายชั่วโมง และเด็กแต่ละคนก็มีอัตราค่าจ้างต่อรายชั่วโมงไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับบุคลิก ความสวย ความหล่อ และความสามารถในการให้บริการของเด็กเอนเตอร์เทนคนนั้น ๆ ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย โดยค่าจ้างเด็กจะมีตั้งแต่ราคาชั่วโมงละ 500 บาท ไปจนถึงชั่วโมงละ 2,000 บาท และทางร้านได้กำหนดไว้ว่า เด็กเอนเตอร์เทนที่มาทำหน้าที่บริการทั้งผู้ชายและผู้หญิง จะต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะแล้ว และสิ่งสำคัญจะไม่มีการค้าประเวณีร่วมโดยเด็ดขาด จะเป็นเพียงการเอนเตอร์เทนเท่านั้น ทั้งนี้เด็กเอนเตอร์เทนดังกล่าว ไม่ใช่พนักงานของทางร้าน แต่จะมาทำหน้าที่บริการลูกค้าให้กับทางร้านเมื่อทางร้านติดต่อไป โดยทางร้านจะหัก 10 เปอร์เซ็นต์ ของราคาว่าจ้างในแต่ละครั้ง เช่น ลูกค้าห้อง VIP2 ตกลงว่าจ้างเด็กเอนเตอร์เทน 1 คน จำนวน 3 ชั่วโมง เป็นเงิน 1,500 บาท ทางร้านก็จะหักเปอร์เซ็นต์ จำนวน 150 บาท เด็กเอนเตอร์เทนได้รับ 1,350 บาท เป็นต้น

ภาพที่ 6.7: ตัวอย่างห้อง VIP



6.3.3.2 การบริการสำหรับห้องรวมของลูกค้าทั่วไป โดยลูกค้าที่เข้าใช้บริการจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริการของทางร้านตลอดเวลา เช่น การเล่นเกมตอบคำถามเพื่อรับรางวัลจากทางร้าน ซึ่งของรางวัลจะมีมูลค่าไม่มากนัก เช่น อาหารประเภทยำ 1 อย่าง หรือมิกเซอร์ 1 ชุดเล็ก หรือค็อกเทล 1 อย่าง เป็นต้น โดยเกมที่เล่นจะใช้เวลาเพียงสั้น ๆ ความถี่ในกิจกรรมการเล่นเพิ่มขึ้นอยู่กับสถานการณ์และจำนวนของลูกค้าในช่วงเวลานั้น ๆ

6.3.4 ขั้นตอนการให้บริการ ทุกกระบวนการการให้บริการของเดอะเบสส์นั้น มีเป้าประสงค์เพื่อให้ลูกค้าได้ผ่อนคลายความเครียดจากวิถีชีวิตประจำวันด้วยกิจกรรมของทางร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสนุกสนานจากการบริการและเสียงเพลงจากทางร้าน ซึ่งขั้นตอนการให้บริการของเดอะเบสส์ได้กำหนดไว้ ดังนี้

- 6.3.4.1 อำนวยความสะดวก หาที่จอดรถให้ลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้าใช้บริการ
- 6.3.4.2 ต้อนรับลูกค้าเข้าร้าน พร้อมจัดหาโต๊ะที่นั่งที่เหมาะสม
- 6.3.4.3 แนะนำเครื่องดื่มและอาหารแก่ลูกค้า
- 6.3.4.4 ดูแลและบริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดขณะลูกค้าใช้บริการ
- 6.3.4.5 นักร้อง นักดนตรี นำเสนอความบันเทิงและกิจกรรมให้ลูกค้าร่วมสนุก
- 6.3.4.6 จัดการเคลียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ เมื่อลูกค้าร้องขอ
- 6.3.4.7 นำส่งลูกค้า ด้วยความสุภาพ

บทที่ 7

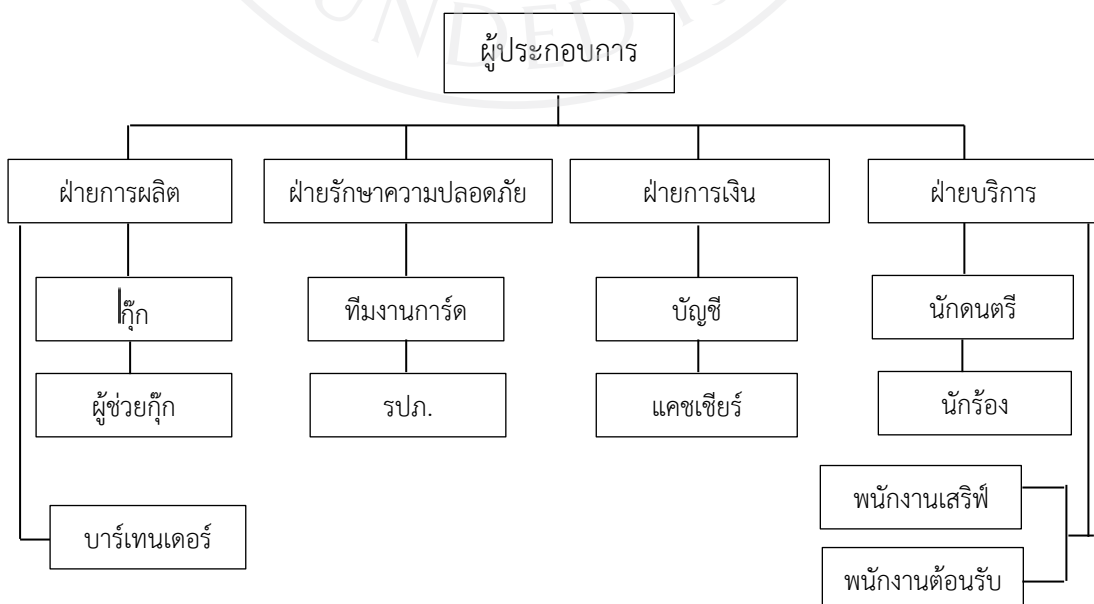
แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

7.1 การจัดโครงสร้างองค์กร

องค์กร หมายถึง การที่มีคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือคนหลายกลุ่มเข้ามาทำงานร่วมกัน โดยมีเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน และทุก ๆ องค์กรไม่ว่าจะมีขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่จำเป็นต้องมีการจัดโครงสร้างองค์กร เพราะการจัดโครงสร้างองค์กรถือเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการดำเนินงานขององค์กรนั้น ๆ บางองค์กรที่มีขนาดใหญ่ ๆ มีหลายหน่วยงานย่อย หลายฝ่าย หลายแผนกงาน มีโครงสร้างงานที่ซับซ้อน อาจจะต้องว่าจ้างบริษัทที่รับออกแบบโครงสร้างองค์กร โดยเฉพาะมาช่วยในการจัดโครงสร้างองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานของแต่ละฝ่ายมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เดอะเบสส์ แอนด์เรส เตอรองก์ นับว่าเป็นองค์กรขนาดเล็ก มีบุคลากรทั้งหมด 40-45 คน โดยประมาณ มีผู้ประกอบการเป็นผู้บริหาร และสามารถแยกเป็นฝ่ายตามหน้าที่และลักษณะงานได้อีก 4 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายการผลิตประกอบด้วย กู้ก ผู้ช่วยกู้ก และบาร์เทนเดอร์ ฝ่ายการเงินประกอบด้วย แคชเชียร์ และพนักงานบัญชี ฝ่ายรักษาความปลอดภัยประกอบด้วย รปภ. และการ์ดของร้าน ฝ่ายบริการประกอบด้วย นักร้อง นักดนตรี พนักงานเสิร์ฟ และพนักงานต้อนรับ ซึ่งโครงสร้างองค์กรของเดอะเบสส์ นำเสนอได้ดังภาพที่ 7.1

ภาพที่ 7.1: โครงสร้างองค์กรเดอะเบสส์



จากโครงสร้างองค์กรจะสังเกตได้ว่า กิจการเดอะเบสส์ ไม่มีดีเจสำหรับเปิดเพลงและตำแหน่งแม่บ้าน สาเหตุเพราะทางร้านเน้นการเล่นดนตรีสดด้วยวงดนตรี และช่วงพักวงก็จะใช้การเปิดเพลงทั่วไปเพื่อเป็นการคั่นเวลาเท่านั้น ส่วนแม่บ้านทางร้านจะจ้างทำความสะอาดเป็นรายครั้ง ซึ่งไม่ได้ทำทุกวัน ทางร้านจึงไม่มีตำแหน่งนี้

7.2 ตำแหน่ง หน้าที่ และคุณสมบัติของบุคลากร

การที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งจะดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จได้ช้าหรือเร็วนั้น ส่วนหนึ่งย่อมมาจากประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้นด้วย กล่าวกันว่าพนักงานที่รู้จักบทบาทและรู้ขอบเขตหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี จะทำให้พนักงานคนนั้นสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและจะนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ ดังนั้นการเลือกคนให้เหมาะกับงานจึงมีส่วนสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างยิ่ง เดอะเบสส์จึงมีความตระหนักเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว และได้กำหนดมาตรฐานในการเลือกพนักงานแต่ละแผนกเข้าสู่องค์กร ดังนี้

7.2.1 กู๊ก หรือพ่อครัวแม่ครัว มีหน้าที่หลัก คือการปรุงอาหาร ดังนั้นเดอะเบสส์จึงกำหนดคุณสมบัติไว้ว่า จะต้องมีความสามารถในการเป็นกู๊กมาไม่น้อยกว่า 2-3 ปี ปรุงอาหารให้มีรสชาติอร่อย เป็นผู้ที่มีความสุขยามที่ดี มีความกระตือรือร้นในการทำงาน เติริ้วมัตถุติบให้เพียงพอในแต่ละวัน ต้องรู้จักประสานกับฝ่ายบริการ เพื่อให้ฝ่ายบริการช่วยเชียร์อาหารที่ฝ่ายกู๊กต้องการระบายอาหารประเภทนั้น ๆ เป็นต้น

7.2.2 ผู้ช่วยกู๊ก มีหน้าที่จัดเตรียมอาหารตามคำสั่งของกู๊ก ดังนั้นจะต้องเป็นผู้ที่สามารถทำงานตามคำสั่งของกู๊กได้ เป็นผู้ที่ใส่ใจในรายละเอียดของงาน เติริ้วมัตถุติบในแต่ละเมนูอย่างรอบคอบ ทำความสะอาดห้องครัวทุกครั้งหลังทำการปิดครัว

7.2.3 บาร์เทนเดอร์ มีหน้าที่ผสมเครื่องดื่ม และจัดเตรียมเครื่องดื่มตามใบรายการสั่งของ ดังนั้นบาร์เทนเดอร์จะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการผสมเครื่องดื่ม มีใจรักในงานบริการ ซื่อสัตย์ต่อองค์กร มีความรอบคอบ เพราะจะต้องจัดเตรียมและส่งมอบเครื่องดื่มตามใบรายการคำสั่งของลูกค้าอย่างรวดเร็ว และต้องตรวจเช็คสต็อกเครื่องดื่มในแต่ละวัน เพื่อจะได้จัดซื้อเครื่องดื่มแต่ละประเภทให้คงอยู่ในสต็อกในปริมาณที่เหมาะสม

7.2.4 ทีมงานการ์ด มีหน้าที่คอยรักษาความสงบเรียบร้อยให้กับทางร้าน สามารถเคลียร์ปัญหาได้เมื่อลูกค้ามีปัญหา ดังนั้นทีมงานการ์ดจึงจำเป็นต้องเป็นผู้ที่หน้าเกรงขาม มีความสุขุมเคลียร์ปัญหาด้วยความใจเย็น เพื่อให้ปัญหาคเล็กลายไปในทางที่ดี โดยจะต้องแก้ปัญหาให้ได้โดยเร็ว ทำให้ลูกค้าสบายใจและไว้วางใจได้เมื่อมาใช้บริการ

7.2.5 รปภ. มีหน้าที่ดูแลความสงบเรียบร้อยของร้านทั้งขณะเปิดให้บริการและภายหลังจากปิดให้บริการ โดยจะต้องอยู่เฝ้าร้านจนถึงสว่าง และในขณะที่ร้านเปิดให้บริการ จะต้องช่วยอำนวยความสะดวก

ความสะดวกรวดเร็วในการหาที่จอดรถให้ลูกค้าด้วย ดังนั้น รมภ. จะต้องเป็นผู้ที่มีร่างกายแข็งแรง คล่องแคล่ว รู้จักสังเกต และสื่อสารกับผู้อื่นด้วยความชัดเจนเข้าใจง่าย

7.2.6 พนักงานบัญชี มีหน้าที่บันทึกการจ่ายเงินและการรับเงินของทางร้าน รวมถึงจัดทำงบต่างๆทางการบัญชี ดังนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีจรรยาบรรณวิชาชีพของตน จะต้องรักษาความลับทางการเงินของทางร้าน ไม่เปิดเผยข้อมูลทางการเงินของทางร้านให้บุคคลอื่นทราบ

7.2.7 แคชเชียร์ มีหน้าที่คิดค่าอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงค่าบริการต่าง ๆ ออกใบกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงินถ้าลูกค้าต้องการ และจะต้องตรวจนับเงินสดทั้งก่อนร้านเปิดและหลังร้านปิด ให้มีความถูกต้องลงตัว ดังนั้นแคชเชียร์ของร้านจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการคิดเงิน เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตน ให้ทางร้านไว้วางใจได้

7.2.8 นักดนตรี มีหน้าที่เล่นดนตรีขับกล่อมลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสุข ผ่อนคลาย และเล่นเพลงตามคำขอของลูกค้า ดังนั้นนักดนตรีจะต้องเป็นผู้ที่เอนเตอร์เทนลูกค้าได้ดี มีลูกเล่น สดแทรกในระหว่างการปล่อยเพลง เช่น พูดคุยหยอกล้อกับลูกค้าอย่างเหมาะสม ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญในการมาใช้บริการ เป็นต้น

7.2.9 นักร้อง มีหน้าที่ร้องเพลงขับกล่อมลูกค้า ดังนั้น นักร้องจะต้องมีน้ำเสียงไพเราะน่าฟัง เป็นคุณสมบัติเบื้องต้น และจะต้องเป็นผู้ที่สามารถพูดคุยให้ลูกค้าเกิดความสุขสนานเมื่อเข้ามาใช้บริการ

7.2.10 พนักงานเสิร์ฟ มีหน้าที่หลักคือการผสมเครื่องดื่มให้ลูกค้า ซึ่งจะต้องให้บริการที่รวดเร็ว ดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับกระบวนการบริการได้และแนะนำลูกค้าได้ ดังนั้นพนักงานเสิร์ฟจะต้องเป็นผู้ที่มีใจรักในการบริการผู้อื่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความใจเย็น มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ไม่ฉวยโอกาสคดโกงเมื่อลูกค้ามีเงินมา

7.2.11 พนักงานต้อนรับ มีหน้าที่ต้อนรับทักทายลูกค้าและจัดหาโต๊ะที่นั่งให้ลูกค้า ดังนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพดี มีความฉะฉานในการสื่อสาร สามารถพูดคุยและแนะนำรายการบริการต่าง ๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างถูกต้อง

7.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจบริการประเภทสถานบันเทิงอย่างเดอะเบสส์ แอนด์ เรสเทอรองก์ เพราะเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยทรัพยากรบุคคลเป็นตัวขับเคลื่อนพันธกิจของกิจการ และในกระบวนการที่นำมา ซึ่งรายได้ของธุรกิจมีส่วนเกี่ยวข้องของบุคลากรทั้งสิ้น เดอะเบสส์จึงได้กำหนดนโยบายในการบริหารบุคลากร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อพนักงานและสร้างคุณค่าให้กับทางร้าน ดังนี้

7.3.1 กำหนดเกณฑ์ในการรับบุคลากร นโยบายในการกำหนดเกณฑ์การรับบุคลากรเข้าทำงาน เริ่มต้นด้วยการสรรหาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถที่สอดคล้องกับลักษณะงานของทางร้าน พร้อมกับวางแนวทางในการปฏิบัติงานแต่ละฝ่ายแต่ละแผนกอย่างชัดเจน

7.3.2 กำหนดเกณฑ์ในการฝึกอบรม ซึ่งการฝึกอบรมของพนักงานจะมีทั้งการอบรมกับทางร้านในส่วนของพนักงานใหม่เพื่อทราบงานในแผนกนั้น ๆ ก่อนปฏิบัติงานจริง และการฝึกอบรมนอกสถานที่เมื่อมีโครงการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาทักษะในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากขึ้น

7.3.3 กำหนดอัตราค่าตอบแทน ซึ่งค่าตอบแทนของพนักงานจะมีทั้งค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือนและสิ่งอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในรูปของเงิน เพื่อจูงใจให้พนักงานมีการทุ่มเทต่องานต่อหน้าที่ของตน โดยการกำหนดค่าตอบแทนของทางร้านมีหลักการที่สำคัญ ดังนี้

7.3.3.1 หลักความพอเพียง โดยทางร้านจะกำหนดอัตราค่าจ้างให้พอเพียงต่อการดำรงชีวิตในสถานการณ์ปัจจุบัน ให้พนักงานสามารถเลี้ยงดูตนเองได้อย่างไม่ขัดสน

7.3.3.2 หลักความเป็นธรรม โดยค่าตอบแทนของพนักงานจะต้องมีความเท่าเทียมกันสำหรับพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์การทำงาน ที่เหมือนกันหรือเท่ากัน ซึ่งหลักความเป็นธรรมที่ว่านี้ทางร้านจะพิจารณาจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่

1) หลักความเป็นธรรมภายใน เช่น พนักงานของร้านในแผนกเดียวกัน มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบเท่ากัน ทำงานเท่ากัน จะต้องได้รับค่าตอบแทนไม่แตกต่างกัน เป็นต้น

2) หลักความเป็นธรรมภายนอก ซึ่งจะเป็นการกำหนดค่าตอบแทนที่สามารถดึงดูดพนักงานที่มีคุณภาพได้ดี เช่น ฝั่บแห่งอื่นจ้างงานในตำแหน่งนี้ด้วยค่าตอบแทนเท่านี้ ทางร้านจะต้องไม่จ้างในอัตราที่ต่ำกว่า เป็นต้น

3) หลักความเป็นธรรมเฉพาะบุคคล เช่น พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่สูงกว่า มีผลการปฏิบัติงานที่ดีกว่า จะต้องได้รับอัตราค่าตอบแทนที่สูงกว่า เป็นต้น

7.3.4 กำหนดเกณฑ์ในการให้สวัสดิการ การให้สวัสดิการแก่พนักงานก็เพื่อรักษาพนักงานที่มีความสามารถให้อยู่กับร้านให้นานที่สุด ซึ่งการสร้างแรงจูงใจด้วยสวัสดิการต่าง ๆ อาจทำให้พนักงานตัดสินใจอยู่กับทางร้านและปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจอย่างเต็มที่ โดยเกณฑ์ในการกำหนดการให้สวัสดิการแก่พนักงานของเดอะเบสฝั่บ มีดังนี้

7.3.4.1 สวัสดิการด้านการประกันสังคม เป็นสวัสดิการที่จะช่วยให้ความมั่นคงในชีวิตของพนักงาน เพราะเป็นสิทธิพื้นฐานของทุกองค์กรตามกฎหมายกำหนด เป็นสิทธิในการเบิกจ่ายการรักษา และยังสามารถใช้สิทธิในประโยชน์อื่น ๆ ได้ด้วย เช่น การว่างงาน การคลอดบุตร ชราภาพรวมถึงการเสียชีวิต เป็นต้น โดยสวัสดิการดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับเงินสมทบที่พนักงานจ่ายไปในแต่ละเดือน

7.3.4.2 สวัสดิการด้านการประกันสุขภาพ เพราะถึงแม้ว่าพนักงานของทางร้านจะมีประกันสังคมอยู่แล้ว แต่เนื่องด้วยปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายปัจจัยอาจทำให้ความคุ้มครองต่าง ๆ ยังไม่ครอบคลุมมากพอ โดยเฉพาะเรื่องของการเกิดอุบัติเหตุและการรักษาโรคบางโรค หากพนักงานมีประกันสุขภาพในรูปแบบที่ช่วยคุ้มครองเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการรักษาตัวที่โรงพยาบาลก็จะช่วยให้พนักงานระลึกว่าทางร้านได้เอาใจใส่ดูแลพนักงานอย่างเต็มที่

7.3.4.3 สวัสดิการด้านวันลาตามกฎหมายกำหนดและวันลาพิเศษอื่น ๆ โดยการมีวันลาตามกฎหมายขั้นพื้นฐานเป็นสิ่งที่ทางร้านให้ความใส่ใจและมอบสิทธิดังกล่าวแก่พนักงาน เช่น วันลา กิจตามข้อกำหนดในการทำงาน และสิทธิวันลาป่วยไม่เกิน 30 วัน เป็นต้น และนอกเหนือจากวันลาตามกฎหมายกำหนดแล้วทางร้านยังให้วันลาพิเศษแก่พนักงานโดยจะพิจารณาตามความเหมาะสมของการลานั้น ๆ

7.3.4.4 สวัสดิการด้านโบนัสและการขึ้นเงินเดือน โดยทางร้านทราบว่าความต้องการสูงสุดของพนักงานก็คือการขึ้นเงินเดือน แต่เกณฑ์ในการขึ้นเงินเดือนต้องอาศัยองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เช่น ปฏิบัติงานได้ดี ขยัน เป็นต้น แต่สวัสดิการด้านการจ่ายโบนัส พนักงานจะได้รับโบนัสทุกคน ถ้าหากทางร้านมีผลการดำเนินงานที่ดี มีกำไรต่อเนื่อง เป็นต้น

7.3.4.5 สวัสดิการด้านการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ประจำปี โดยทางร้านจะจัดงานกินเลี้ยงสังสรรค์ในหมู่พนักงานทุกปี ปีละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นการกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน และถือเป็นการผ่อนคลายหลังจากทำงานมาตลอดทั้งปี

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การกำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อใช้ในการบริหารบุคลากรของ เดอะเบสส์ มีวัตถุประสงค์หลัก คือเพิ่มคุณค่าให้แก่พนักงาน ให้พนักงานมีทักษะการทำงานที่ดีขึ้น ให้พนักงานรักซื่อสัตย์และภักดีต่อทางร้าน และเพื่อให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำพาร้านไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจตามที่ได้วางไว้

บทที่ 8 แผนการเงิน

8.1 สมมุติฐานทางการเงิน

เนื่องจากร้านเดอะเบสส์ แอนด์ เรสเทอรองก์ ยังไม่เปิดดำเนินงานจริง ดังนั้นข้อมูลทางการเงินที่เกิดขึ้นจึงเป็นการตั้งสมมุติฐานขึ้นมา แต่เป็นการตั้งสมมุติฐานที่สมเหตุสมผล เพราะผู้จัดทำแผนได้ศึกษาข้อมูลเชิงธุรกิจในลักษณะเดียวกันนี้ ที่เคยเกิดขึ้นจริงมาเป็นองค์ประกอบรองรับ พร้อมทั้งเป็นผู้ที่คลุกคลีอยู่กับธุรกิจสถานบันเทิงมาพอสมควร ซึ่งสมมุติฐานทางการเงินของร้าน เดอะเบสส์ ในส่วนต่าง ๆ มีดังนี้

8.1.1 งบประมาณจัดตั้งกิจการ ร้านเดอะเบสส์ เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ดังนั้น งบประมาณจัดตั้งกิจการจึงต้องใช้เงินส่วนตัวของเจ้าของคนเดียวและไม่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินภายนอก โดยงบประมาณจัดตั้งกิจการเดอะเบสส์ สามารถนำเสนอรายละเอียดเป็นตารางพร้อมคำอธิบายได้ตาราง ดังนี้

ตารางที่ 8.1: งบประมาณการจัดตั้งกิจการ

งบประมาณการจัดตั้งกิจการ			
รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวนหน่วย	รวมราคา
สิ่งปลูกสร้าง	1,500,000	1	1,500,000
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในครัว	300,000	รวม	300,000
ชุดโต๊ะ+เก้าอี้ ใช้ในห้องรวม	1,500	30	45,000
โซฟา ห้อง VIP	10,000	10	100,000
ชุดอุปกรณ์ห้อง VIP (เครื่องเสียง โทรทัศน์ อื่น ๆ)	20,000	10	200,000
แอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ	400,000	รวม	400,000
อุปกรณ์ใช้ดำเนินงาน (แก้ว ถังน้ำแข็ง อื่น ๆ)	100,000	รวม	100,000
ค่าเช่าสถานที่	600,000	1 ปี	600,000
ค่าตกแต่งสถานที่	450,000	รวม	450,000
เงินสดสำรองในการดำเนินงาน	1,815,000	-	1,815,000
รวมงบประมาณในการลงทุนเริ่มต้น			5,510,000

ข้อมูลจากตารางที่ 8.1 ค่าเช่าสถานที่เป็นสัญญาเช่าระยะยาว โดยจะทำสัญญาทุก ๆ 3 ปี แต่จะชำระค่าเช่าเป็นรายปี ส่วนสิ่งปลูกสร้างเป็นการก่อสร้างต่อเติมจากสิ่งปลูกสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ก่อนหน้านั้นแล้ว สรุบบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างกิจการกำหนดไว้ 5,510,000 บาท

ตารางที่ 8.2: สินทรัพย์ของกิจการและการคิดค่าเสื่อมราคา

สินทรัพย์ของกิจการและค่าเสื่อมราคา			
รายการ	มูลค่า	อัตราค่าเสื่อม	ค่าเสื่อมต่อปี
สิ่งปลูกสร้าง	1,500,000	5%	75,000
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในครัว	300,000	10%	30,000
ชุดโต๊ะ+เก้าอี้ ใช้ในห้องรวม	45,000	10%	4,500
โซฟา ห้อง VIP	100,000	10%	10,000
ชุดอุปกรณ์ห้อง VIP (เครื่องเสียง โทรทัศน์ อื่น ๆ)	200,000	10%	20,000
แอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ	400,000	10%	40,000
อุปกรณ์ใช้ดำเนินงาน (แก้ว ถังน้ำแข็ง อื่น ๆ)	100,000	10%	10,000
รวมราคาสินทรัพย์และค่าเสื่อมต่อปี	2,645,000		189,500

จากข้อมูลในตารางที่ 8.2 อธิบายได้ว่า เป็นราคาสินทรัพย์ที่ไม่รวมค่าเช่าสถานที่ โดยสิ่งปลูกสร้างกำหนดให้มีอายุการใช้งาน 20 ปี ดังนั้นจึงคิดค่าเสื่อมราคา 5% ต่อปี ส่วนอุปกรณ์และเครื่องใช้อื่น ๆ กำหนดให้มีอายุการใช้งาน 10 ปี โดยคิดค่าเสื่อมราคา 10% ต่อปี และในการดำเนินงานปีต่อไป หากอุปกรณ์เครื่องใช้มีการชำรุดเสียหายจนต้องใช้งบในการซื้อมาเพิ่มเติม ก็จะนำงบจัดซื้อนั้นมาบวกรวมเป็นมูลค่าของอุปกรณ์นั้น ๆ และคิดค่าเสื่อมตามจำนวนราคาที่สามารถได้

ตารางที่ 8.3: ประมาณการเงินเดือนพนักงาน

ประมาณการเงินเดือนพนักงาน			
รายการพนักงาน	เงินเดือน	จำนวนคน	รวมเงินเดือน
นักร้อง+นักดนตรี	120,000	5-6	120,000
พนักงานเสิร์ฟ	10,000	15	150,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.3 (ต่อ): ประมาณการเงินเดือนพนักงาน

ประมาณการเงินเดือนพนักงาน			
รายการพนักงาน	เงินเดือน	จำนวนคน	รวมเงินเดือน
พนักงานต้อนรับ	10,000	5	50,000
บาร์เทนเดอร์	12,000	4	48,000
พนักงานบัญชี	12,000	1	12,000
แคชเชียร์	12,000	2	24,000
กูก	20,000	1	20,000
ผู้ช่วยกูก	10,000	2	20,000
ทีมงานการ์ด	30,000	3-5	30,000
รปภ.	15,000	2	30,000
รวมเงินเดือนพนักงาน (ต่อเดือน)			504,000

จากข้อมูลในตารางที่ 8.3 อธิบายได้ว่า ทีมงานการ์ดจ้างเป็นทีมซึ่งในทีมอาจจะมี 3-5 คน และมีค่าจ้างต่อเดือนทั้งทีม 30,000 บาท นักร้องและนักดนตรีมีค่าจ้างต่อเดือน 120,000 บาท ซึ่งวงจะต้องมีนักร้องที่เป็นผู้หญิงในวงด้วย กูกและผู้ช่วยกูกอาจจะมองดูว่าเงินเดือนน้อย ทั้งนี้เพราะธุรกิจเน้นขายเครื่องดื่มและบริการเป็นหลัก การจำหน่ายอาหารจึงมีส่วนที่ค่อนข้างน้อย ส่วนพนักงานเสิร์ฟ พนักงานต้อนรับ มีรายได้เป็นทิปจากการให้บริการด้วย ดังนั้นรายได้รวมต่อเดือนจึงไม่ได้จำกัดอยู่แค่รายได้ของเงินเดือนดังที่ระบุ และเงินเดือนพนักงานจะมีการปรับขึ้น 2% ต่อปี

ตารางที่ 8.4: ประมาณการค่าใช้จ่ายคงที่ในการดำเนินงาน

ประมาณการค่าใช้จ่ายคงที่ในการดำเนินงาน		
รายการค่าใช้จ่ายคงที่	ต่อเดือน	ต่อปี
ค่าเช่าสถานที่	50,000	600,000
เงินเดือนพนักงาน	504,000	6,048,000
ค่าไฟฟ้า	20,000	240,000
ค่าน้ำประปา	1,500	18,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.4 (ต่อ): ประมาณการค่าใช้จ่ายคงที่ในการดำเนินงาน

ประมาณการค่าใช้จ่ายคงที่ในการดำเนินงาน		
รายการค่าใช้จ่ายคงที่	ต่อเดือน	ต่อปี
ค่าเสื่อมราคา	-	183,500
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	-	120,000
ค่าโบนัสประจำปี	-	200,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	-	100,000
รวมค่าใช้จ่ายคงที่		7,509,500

จากตารางที่ 8.4 อธิบายได้ว่า ทางร้านกำหนดค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ไว้ที่ 120,000 ต่อปี และจะใช้ประโยชน์ในช่วงเวลาที่เหมาะสม ส่วนค่าโบนัสประจำปีจะให้ค่าตอบแทนสำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานได้ดี

ตารางที่ 8.5: ประมาณการค่าใช้จ่ายผันแปรในการดำเนินงาน

ประมาณการค่าใช้จ่ายผันแปรในการดำเนินงาน	
รายการค่าใช้จ่ายผันแปร	การกำหนดต้นทุน
ต้นทุนเครื่องดื่ม	55% ของราคาขาย
ต้นทุนอาหาร	50% ของราคาขาย

จากตารางที่ 8.5 อธิบายได้ว่า ต้นทุนค่าเครื่องดื่มทุกประเภทรวมกัน แล้วเฉลี่ยหาจุดต้นทุนโดยประมาณ จึงกำหนดให้มีต้นทุนเครื่องดื่ม 55% ของราคาขาย และต้นทุนค่าอาหารกำหนดไว้ที่ 50% ของราคาขาย

ตารางที่ 8.6: ประมาณการรายได้จากการดำเนินงาน

ประมาณการรายได้จากการดำเนินงาน	
รายการค่าใช้จ่ายผันแปร	สมมุติฐานรายได้
รายได้จากการขายเครื่องดื่ม	70% ของรายได้รวม
รายได้จากการขายอาหาร	15% ของรายได้รวม
รายได้จากการให้บริการห้อง VIP	15% ของรายได้รวม

จากตารางที่ 8.6 อธิบายได้ว่า สมมุติฐานว่าทางร้านจะมีรายได้จากการขายเครื่องดื่มทุกประเภทคิดเป็น 70% ของรายได้รวมจากการดำเนินงาน มีรายได้จากการขายอาหารคิดเป็น 15% ของรายได้รวม และมีรายได้จากการให้บริการห้อง VIP อีก 15% ซึ่งรายได้ส่วนนี้ เป็นรายได้ที่ไม่มีต้นทุนค่าใช้จ่าย เพราะได้คิดต้นทุนค่าใช้จ่ายไว้ในรูปของเงินเดือนและอื่น ๆ ไว้แล้ว

ตารางที่ 8.7: ประมาณการรายได้ 3 ปี

ประมาณการรายได้ 3 ปี ของเดอะเบสส์					
	อัตรา%	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	รวม
รายได้จากการขายเครื่องดื่ม	70%	12,600,000	13,860,000	15,120,000	41,580,000
รายได้จากการขายอาหาร	15%	2,700,000	2,970,000	3,240,000	8,910,000
รายได้จากบริการห้อง VIP	15%	2,700,000	2,970,000	3,240,000	8,910,000
รวม	100%	18,000,000	19,800,000	21,600,000	59,400,000

จากตารางที่ 8.7 อธิบายได้ว่า ทางร้านได้ประมาณการรายได้ของยอดขายในปีที่ 1 คือ 18,000,000 บาท โดยเป็นยอดขายเครื่องดื่ม 12,600,000 บาท ยอดขายอาหาร 2,700,000 บาท และรายได้จากการให้บริการห้อง VIP อีก 2,700,000 บาท ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อวันของ ปีที่ 1 อยู่ที่ 50,000 บาทต่อวัน ปีที่ 2 อยู่ที่ 55,000 บาทต่อวัน และปีที่ 3 อยู่ที่ 60,000 บาทต่อวัน

ตารางที่ 8.8: ประมาณการกำไรขั้นต้น 3 ปี

ประมาณการกำไรขั้นต้น 3 ปี ของเดอะเบสส์			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้จากการขายเครื่องดื่ม	12,600,000	13,860,000	15,120,000
ต้นทุนค่าเครื่องดื่ม 55%	6,930,000	7,623,000	8,316,000
กำไรขั้นต้นของเครื่องดื่ม	5,670,000	6,237,000	6,804,000
รายได้จากการขายอาหาร	2,700,000	2,970,000	3,240,000
ต้นทุนค่าอาหาร 50%	1,350,000	1,485,000	1,620,000
กำไรขั้นต้นของอาหาร	1,350,000	1,485,000	1,620,000
รายได้การขายอาหาร+เครื่องดื่ม	15,300,000	16,830,000	18,360,000
ต้นทุนค่าอาหาร+เครื่องดื่ม	8,280,000	9,108,000	9,936,000
กำไรขั้นต้นจากการดำเนินงาน	7,020,000	7,722,000	8,424,000

จากตารางที่ 8.8 อธิบายได้ว่า กำไรขั้นต้นจากการดำเนินงาน ปีที่ 1 เท่ากับ 7,020,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 7,722,000 บาท และปีที่ 3 เท่ากับ 8,424,000 บาท

8.2 ประมาณการงบการเงิน

งบการเงินประมาณการ เป็นการนำเสนอข้อมูลทางการเงินของเดอะเบสส์มาจัดทำเป็นงบทางบัญชีทั้งหมด 3 งบ ได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล ดังนี้

ตารางที่ 8.9: งบกำไรขาดทุน ประมาณการ 3 ปี

งบกำไรขาดทุนของเดอะเบสส์ ประมาณการ 3 ปี			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	15,300,000	16,830,000	18,360,000
รายได้จากให้บริการ	2,700,000	2,970,000	3,240,000
รวมรายได้	18,000,000	19,800,000	21,600,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.9 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน ประมาณการ 3 ปี

งบกำไรขาดทุนของเดอะเบสส์ จำกัด ประมาณการ 3 ปี			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนขาย			
ต้นทุนสินค้าขาย	8,280,000	9,108,000	9,936,000
กำไรขั้นต้น	7,020,000	7,722,000	8,424,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน			
เงินเดือนพนักงาน	6,048,000	6,168,960	6,292,340
ค่าเช่าสถานที่	600,000	600,000	600,000
ค่าตกแต่งสถานที่	150,000	150,000	150,000
ค่าไฟฟ้า	240,000	240,000	240,000
ค่าน้ำประปา	18,000	18,000	18,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	120,000	120,000	120,000
ค่าเสื่อมราคา	189,500	189,500	189,500
ค่าโบนัสประจำปี	200,000	200,000	200,000
ค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่นๆ	100,000	100,000	100,000
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	7,665,500	7,786,460	7,909,840
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	2,054,500	2,905,540	3,754,160
หักภาษีเงินได้	308,175	435,831	750,832
กำไรสุทธิ	1,746,325	2,469,709	3,003,328

จากตารางที่ 8.9 อธิบายได้ว่า ธุรกิจเดอะเบสส์ จำกัด เรสเทอรองก์ มีกำไรจากการดำเนินงานทุกปี และมีกำไรเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี โดยมีสมมุติฐานว่าเงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น 2% ทุกปี ส่วนรายได้จากการให้บริการ เป็นรายได้ที่ไม่มีต้นทุน จึงนำมารวมเป็นรายได้ของกิจการก่อนหักภาษี และมีการหักภาษีเงินได้ตามกฎระเบียบข้อกำหนดคือ ปีที่ 1 และปีที่ 2 หักภาษีเงินได้ในอัตรา 15% เนื่องจากมีกำไรไม่เกิน 3 ล้านบาท ส่วนในปีที่ 3 หักภาษีเงินได้ในอัตรา 20%

ตารางที่ 8.10: ยอดกำไรสะสมประมาณการ

ยอดกำไรสะสมประมาณการ			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กำไรสะสมต้นปี	-	1,746,325	4,216,034
บวกกำไรสุทธิ	1,746,325	2,469,709	3,003,328
กำไรสะสมปลายงวด	1,746,325	4,216,034	7,219,362

จากตารางที่ 8.10 เป็นการแสดงยอดกำไรสะสมประมาณการของกิจการ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลทางการบัญชี ในงบดุล

ตารางที่ 8.11: ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และค่าเสื่อมราคาสะสม

ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และค่าเสื่อมราคาสะสม			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
แสดงค่าเสื่อมราคาสะสม			
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนของกิจการ	3,245,000		
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	189,500	189,500	189,500
ค่าเสื่อมราคาสะสม	189,500	379,000	568,500
แสดงการหักค่าเสื่อมราคา			
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนของกิจการ	3,245,000	3,245,000	3,245,000
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	189,500	379,000	568,500
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนสุทธิ	3,055,500	2,866,000	2,676,500

จากตารางที่ 8.11 เป็นการแสดงค่าเสื่อมราคาสะสม และแสดงการหักค่าเสื่อมราคาสะสมจากสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนของกิจการ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลทางการบัญชี ในงบดุล

ตารางที่ 8.12: ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าตกแต่งสถานที่	450,000		
ค่าตกแต่งตัดจ่าย	150,000	150,000	150,000
ตัดจ่ายสะสม	150,000	300,000	450,000
ค่าตกแต่งสถานที่	450,000	450,000	450,000
หักตัดจ่ายสะสม	150,000	300,000	450,000
ค่าตกแต่งสถานที่สุทธิ	300,000	150,000	-

จากตารางที่ 8.12 เป็นการแสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายตัดจ่าย และวิธีคิดค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสะสมสุทธิ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลทางการบัญชี ในงบดุล

ตารางที่ 8.13: ภาษีเงินได้และสินค้ำคงเหลือ

ภาษีเงินได้และสินค้ำคงเหลือ			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ภาษีเงินได้	308,175	435,831	750,832
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายเพิ่มขึ้น	308,175	127,656	315,001
สินค้ำคงเหลือ	100,000	200,000	300,000
สินค้ำคงเหลือเพิ่มขึ้น	100,000	100,000	100,000

จากตารางที่ 8.13 เป็นการแสดงภาษีเงินได้และภาษีเงินได้ที่เพิ่มขึ้น สินค้ำคงเหลือและสินค้ำคงเหลือเพิ่มขึ้น เพื่อนำไปเป็นข้อมูลทางการบัญชี ในงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 8.14: งบกระแสเงินสด ประมาณการ 3 ปี

งบกระแสเงินสดของเดอะเบสส์ ประมาณการ 3 ปี			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน			
กำไรสุทธิ	1,746,325	2,469,709	3,003,328
บวกค่าเสื่อมราคา	189,500	189,500	189,500
บวกค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	150,000	150,000	150,000
บวกภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	308,175	127,656	315,001
หักสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น	100,000	100,000	100,000
รวมเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	2,294,000	2,836,865	3,557,829
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
สินทรัพย์รวม	2,645,000	-	-
ค่าเช่าสถานที่	600,000	-	-
ค่าตกแต่งสถานที่	450,000	-	-
รวมเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน	3,695,000	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา			
ทุนหุ้นสามัญ	5,510,000	-	-
รวมเงินสดจากการจัดหา	5,510,000	-	-
เงินสดสุทธิ	4,109,000	2,836,865	3,557,829
บวกเงินสดต้นงวด	-	4,109,000	6,945,865
เงินสดปลายงวด	4,109,000	6,945,865	10,503,694

จากตารางที่ 8.14 อธิบายได้ว่า เป็นการแสดงงบกระแสเงินสดของกิจการ โดยประมาณการ 3 ปี ซึ่งปรากฏเงินสดปลายงวดของกิจการคือ ปีแรก 4,109,000 บาท ปีที่สอง 6,945,865 บาท และ ปีที่สาม 10,503,694 ตามลำดับ

ตารางที่ 8.15: งบดุล ประมาณการ 3 ปี

งบดุล ของเดอะเบสส์ฟู้บ ประมาณการ 3 ปี			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	4,109,000	6,945,865	10,503,694
สินค้าคงเหลือ	100,000	200,000	300,000
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,209,000	7,145,865	10,803,694
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวมสุทธิ	3,055,500	2,866,000	2,676,500
ค่าตกแต่งสถานที่สุทธิ	300,000	150,000	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,355,500	3,016,000	2,676,500
รวมสินทรัพย์	7,564,500	10,161,865	13,480,194
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สิน			
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	308,175	435,831	750,832
รวมหนี้สิน	308,175	435,831	750,832
ส่วนของผู้ถือหุ้น			
ทุน	5,510,000	5,510,000	5,510,000
กำไรสะสมสุทธิ	1,746,325	4,216,034	7,219,362
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	7,256,325	9,726,034	12,729,362
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	7,564,500	10,161,865	13,480,194

จากตารางที่ 8.15 อธิบายได้ว่า เป็นการแสดงงบดุลของกิจการ โดยประมาณการ 3 ปี ซึ่งปรากฏว่ากิจการมีสถานะทางการเงินปีแรกเท่ากับ 7,564,500 บาท ปีที่สอง 10,161,865 บาท และปีที่สาม 13,480,194 บาท ตามลำดับ

8.3 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน

การคำนวณกระแสเงินสดรับตลอดโครงการหรือมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ซึ่งเป็นการหาผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันโดยรวมของกระแสเงินสดรับสุทธิ 3 ปี ของกิจการ กับมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนของกิจการ โดยใช้อัตราคิดลด 10% ดังสูตรต่อไปนี้

ภาพที่ 8.1: สูตรการคำนวณมูลค่าเงินปัจจุบันสุทธิ

$$NPV = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \frac{CF_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n}$$

CF ₀	คือ	เงินลงทุนเริ่มต้น(ต้นปีที่1)
CF ₁	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ 1 (สิ้นปีที่1)
CF ₂	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ 2 (สิ้นปีที่2)
CF ₃	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ 3 (สิ้นปีที่3)
CF _n	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ n (สิ้นปีที่n)
n	คือ	ปีที่ลงทุน
r	คือ	อัตราคิดลด(Discount Rate), ดอกเบี้ยเงินกู้(ต้นทุนทางการเงิน)

ที่มา: หาค่า NPV ง่าย ๆ ด้วยตัวเอง. (2563). สืบค้นจาก <https://airmuai.com/2020/09/15/หาค่า-npv-ง่าย ๆ ด้วยตัวเอง/>

CF ₀	คือ	-5,510,000
CF ₁	คือ	4,109,000
CF ₂	คือ	6,945,865
CF ₃	คือ	10,503,694

ตารางที่ 8.16: การคำนวณ Net Present Value (NPV)

ค่า Net Present Value (NPV)	
อัตราคิดลด	10%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	11,857,419.61
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)	91.96%

จากตารางที่ 8.16 เป็นผลลัพธ์จากการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกิจการเดอะเบสส์แอนด์เรสเตอรองค์ ผลปรากฏว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) คือ 11,857,419.61 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) เท่ากับ 91.96%

การคำนวณระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) เป็นการคำนวณหาค่าระยะเวลาของการลงทุนของกิจการที่มีกระแสเงินสดรับสุทธิจากกิจการเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายสุทธิพอดี หรืออยู่ในจุดที่การลงทุนของกิจการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุนนั่นเอง ซึ่งการคำนวณระยะเวลาคืนทุนของ กิจการ เดอะเบสส์ แสดงได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{เงินลงทุนเริ่มต้น} &= 5,510,000 \text{ บาท} \\
 \text{กำไรสุทธิปีที่ 1} &= 1,746,325 \text{ บาท} \\
 \text{กำไรสุทธิปีที่ 2} &= 2,469,709 \text{ บาท} \\
 \text{กำไรสุทธิปีที่ 3} &= 3,003,328 \text{ บาท} \\
 \text{ระยะเวลาคืนทุน} &= 5,510,000 - 1,746,325 - 2,469,709 - \frac{1,293,966}{3,003,328} = 2.4 \text{ ปี}
 \end{aligned}$$

ตารางที่ 8.17: ข้อมูลของกิจการเพื่อนำเสนอต่อการลงทุน

ข้อมูลของกิจการเพื่อนำเสนอต่อการลงทุน	
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน	จำนวนและผลตอบแทน
เงินลงทุนเริ่มแรก	5,510,000 บาท
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ Net Present Value (NPV)	11,857,419.61 บาท
อัตราผลตอบแทนภายใน Internal Rate of Return (IRR)	92%
ระยะเวลาคืนทุน	2.4 ปี

จากตารางที่ 8.17 อธิบายได้ว่า ข้อมูลทางการเงินของโครงการ แผนธุรกิจ The Best Pub & Restaurant ในครั้งนี้ ในปัจจุบันอาจมีมูลค่าสุทธิ 11,857,419.61 บาท มีอัตราผลตอบแทนของโครงการ เท่ากับ 92% และมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 2 ปี 4 เดือน ดังนั้น ธุรกิจนี้จึงเหมาะแก่การลงทุนเป็นอย่างยิ่ง

บทที่ 9 แผนฉุกเฉิน

9.1 แผนฉุกเฉินของธุรกิจ

แผนฉุกเฉินคือแผนสำรองของกิจการ ซึ่งถ้าหากว่าแผนที่วางไว้ไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ หรือเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ผู้ใช้บริการน้อย เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เกิดผลเสียต่อกิจการ ดังนั้นกิจการควรมีแผนฉุกเฉินไว้ล่วงหน้าว่าจะต้องดำเนินธุรกิจอย่างไรในสถานการณ์นั้น ๆ ซึ่งแผนฉุกเฉินของเดอะเบสส์ มีดังนี้

9.1.1 ปัญหาด้านฤดูกาล ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นคือ มีผู้มาใช้บริการน้อยเนื่องจากเข้าสู่หน้าฝนอย่างยาวนาน สภาพอากาศและการเดินทางไม่เอื้ออำนวยต่อการมาใช้บริการ

แนวทางแก้ไข ทางร้านต้องจัดโปรโมชั่นเสริม เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มาใช้บริการ ดังนี้

- 1) เครื่องดื่มประเภทเหล้า เมื่อลูกค้าสั่งเปิดเหล้าขวดที่ 2 จะได้ส่วนลดครึ่งราคา
- 2) เครื่องประเภทเบียร์ เมื่อลูกค้าดื่มเบียร์ครบ 5 ขวด จะได้รับเบียร์ฟรี 1 ขวด
- 3) เครื่องดื่มประเภทคอกเทล เมื่อลูกค้าสั่งคอกเทล 3 อย่าง จะได้ได้รับฟรี 1 อย่าง

9.1.2 ปัญหาด้านอัคคีภัย ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นคือ ได้รับความเสียหายทั้งสินทรัพย์ของกิจการ อาจรวมถึงชีวิตของพนักงานด้วย

แนวทางแก้ไข ทางร้านต้องทำประกันอัคคีภัย จัดให้มีสัญญาณเตือนภัยพร้อมมีถังดับเพลิงไว้ในสถานประกอบการ เป็นต้น

9.1.3 ปัญหาด้านสาธารณูปโภค ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นคือ น้ำไม่ไหล ไฟฟ้าขัดข้อง
แนวทางแก้ไข ติดตั้งเครื่องปั๊มไฟฉุกเฉิน จัดให้มีถังสำรองน้ำไว้ใช้

9.1.4 ปัญหาด้านทรัพยากรมนุษย์ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นคือ พนักงานรวมตัวกันหยุดงานเพื่อประท้วงหรือต่อรองบางสิ่งบางอย่าง

แนวทางแก้ไข ต้องให้ความเป็นธรรมแก่พนักงาน สร้างกิจกรรมที่จูงใจพนักงานให้มีความจงรักภักดีต่อกิจการ เช่น การให้สวัสดิการด้านอาหารแก่พนักงาน โดยทำอาหารกล่องในรูปแบบที่พนักงานสามารถนำไปอุ่นรับประทานได้

9.1.5 ปัญหาด้านคู่แข่ง ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นคือ มีผู้ใหม่เปิดดำเนินการทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของกิจการลดลง

แนวทางแก้ไข หาวิธีสร้างฐานลูกค้าสัมพันธ์

9.1.6 ปัญหาด้านการเงิน ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นคือกับกิจการคือ การเงินของกิจการขาดสภาพคล่อง หรือต้นทุนสินค้ามีราคาสูงขึ้น เป็นต้น

แนวทางแก้ไข ทำการคาดการณ์เกี่ยวกับเงินสดที่กิจการจะได้รับไว้ล่วงหน้า ส่วนด้านต้นทุนสินค้าต้องมีการจัดระบบสต็อกสินค้าอย่างละเอียด โดยเฉพาะแผนกเคาน์เตอร์ บาร์เทนเดอร์ปริมาณสินค้าคงเหลือต้องมีความสมดุลกับออเดอร์ที่จำหน่าย การให้เครื่องตีหมัฟร็องต้องอยู่ในความเหมาะสม นอกจากนั้นการจัดซื้อสินค้าเข้าร้านจะต้องจัดซื้อสินค้าในรายการที่จำเป็นก่อน

9.1.7 ปัญหาด้านการดำเนินการ ผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นคือ กิจการประสบปัญหา การดำเนินการขาดทุน จนส่งผลให้กิจการไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

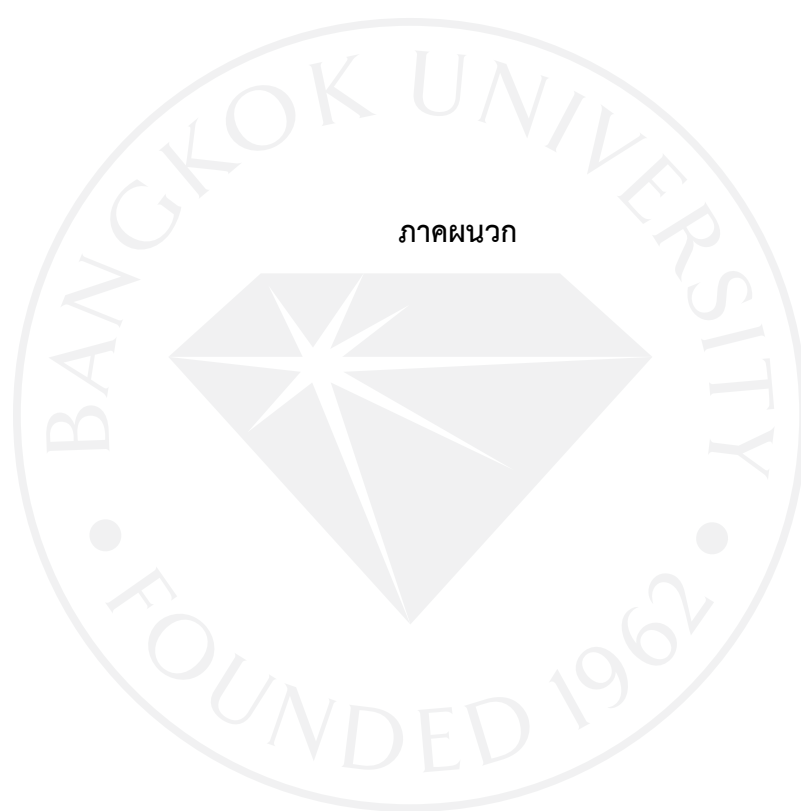
แนวทางแก้ไข ผู้จัดทำแผนมีวิธีการปรับเปลี่ยนการดำเนินการกิจการ โดยมีแผนสำรองไว้เป็นลำดับ คือ ขั้นที่ 1 จัดการส่งเสริมการตลาดหลายแนวทางพร้อม ๆ กัน เพื่อกระตุ้นยอดขายให้กิจการสามารถดำเนินการต่อไปได้ ขั้นที่ 2 ลดจำนวนพนักงานบางส่วนลง เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ขั้นที่ 3 ลดการจ้างงานนักร้องนักดนตรีแบบเต็มวง เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนที่สูงที่สุดของพนักงาน ขั้นที่ 4 ปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้เป็นร้านกาแฟ ปรับสถานที่ให้เป็นร้าน สไตลีโอเพนแอร์ เพื่อลดค่าใช้จ่ายโดยรวม

9.2 แผนในอนาคต

ถ้าหากว่าการดำเนินงานของร้าน The Best Pub & Restaurant ประสบความสำเร็จตามเป้าประสงค์ที่วางไว้ ไปจนถึงจุดที่กิจการมีผลประกอบการมั่นคง มีกำไรอย่างสม่ำเสมอแบบยั่งยืน ทางร้านก็จะทำการปรับปรุงร้านให้มีขนาดใหญ่ขึ้น มีการให้บริการด้านความบันเทิงที่หลากหลายขึ้น เช่น ต่อเติมสถานที่จัดให้มีสระว่ายน้ำพร้อมจัดกิจกรรมปาร์ตี้สระว่ายน้ำ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม แม้ทางร้านจะมีผลประกอบการที่ดีมีความมั่นคงแล้วทางร้านก็จะไม่ขยายสาขาไปในจังหวัดเดียวกัน เช่น ขยายสาขาไปที่เกาะสมุย เกาะพะงัน เป็นต้น แต่มีความเป็นไปได้ที่จะขยายสาขาไปไหนจังหวัดอื่นที่เป็นศูนย์รวมของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ขยายสาขาไปที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา หรือขยายสาขาไปที่ตัวเมืองของจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2565). *โมเดลทางธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/business-plan/business-model-content>.
- การวิเคราะห์ PESTEL คืออะไร?. (2564). สืบค้นจาก <https://surveymarketthailand.com//การวิเคราะห์-pestel-คืออะไร/>.
- ชมจันทร์ วาไรตี้. (2565). สืบค้นจาก <https://m.facebook.com/-ชมจันทร์-วาไรตี้-2468496683369968/>.
- ทำเนียบรัฐบาลไทย. (2565). *ข้อมูลสถานการณ์สถาบันบันเทิง*. สืบค้นจาก <https://www.thai.gov.go.th/news/contents/details/55242>.
- นันทสารี สุขโต. (2558). *หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูชั่น อินโดไชน่า.
- ร้าน ชม Chom Bar&Bistro. (2565). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/people/ร้าน-ชม-Chom-BarBistro/100064847404183/>.
- ร้าน น้ํา_ชอย Na_soy bar&bistro. (2565). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/NASOYBAR.BISTRO/>.
- วิเคราะห์คู่แข่งด้วย Porter's Five Forces Model. (2565). สืบค้นจาก <https://www.peerpower.co.th/blog/smes/porters-five-forces-model>.
- หาค่า NPV ง่าย ๆ ด้วยตัวเอง. (2563). สืบค้นจาก <https://airmuai.com/2020/09/15/หาค่า-npv-ง่ายๆด้วยตัวเอง/>.
- Bloom URT. (2022). Retrieved from <https://www.facebook.com/bloom.suratthani/>.
- Sofa Pub&Restaurant Suratthani. (2022). Retrieved from <https://www.facebook.com/Sofa-PubRestaurant-Suratthani-376422142472067/>.
- Volume Pub & Restaurant. (2021). Retrieved from https://lh3.googleusercontent.com/p/AF1QipNKcEpN_J2BHieF07FRlqJZSBxs6bT52Bmmiidh=s680-w680-h510.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม
แผนธุรกิจฉบับ แอนด์ เรสเทอรองก์

คำชี้แจงแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ของผู้มาใช้บริการผับแอนด์เรสเทอรองก์ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับข้อมูลอย่างถูกต้อง โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพเท่านั้น จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 4 ตอน

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการ
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการ

นางสาวคัทรียา ทองคำ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงใน ตามรายละเอียดของตัวท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ไม่เกิน 25 ปี 2. 26-35 ปี
 3. 36-45 ปี 4. มากกว่า 45 ปี

3. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส
 3. หม้าย 4. หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษา/ปวช. 2. ปวส./อนุปริญญา
 3.ปริญญาตรี 4. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. เกษตรกรรม (ทำสวน ประมง เลี้ยงสัตว์)
 3. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 4. รับจ้างทั่วไป
 5. พนักงานบริษัทเอกชน 6. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท 2. 10,001-20,000 บาท
 3. 20,001-30,000 บาท 4. มากกว่า 30,000 บาท

7. ภูมิลำเนา

1. ในเขตอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี
 2. นอกเขตอำเภอเมือง แต่อยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
 3. จังหวัดอื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงใน ตามรายละเอียดของตัวท่าน

1. ระยะทางในการมาใช้บริการ

ระยะทางจากที่พักของท่านมาดับแอนด์เรสเตอร์รองก์ เป็นระยะทางเท่าใด

1. ไม่เกิน 10 กิโลเมตร 2. 11-50 กิโลเมตร
 3. มากกว่า 50 กิโลเมตร

2. ความถี่ในการมาใช้บริการ

ท่านมาใช้บริการดับแอนด์เรสเตอร์รองก์ โดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน

1. ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน 2. ประมาณ 2-3 ครั้งต่อเดือน
 3. ประมาณ 4-5 ครั้งต่อเดือน 4. มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน

3. จำนวนผู้ร่วมใช้บริการ

ท่านมาใช้บริการดับแอนด์เรสเตอร์รองก์ โดยมีผู้ร่วมใช้บริการต่อครั้ง จำนวนเท่าใด

1. มาใช้บริการคนเดียว 2. มีผู้ร่วมใช้บริการ 1-2 คน
 3. มีผู้ร่วมใช้บริการ 3-4 คน 4. มีผู้ร่วมใช้บริการ มากกว่า 4 คน

4. ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ท่านมาใช้บริการผับแอนด์เรสเทอรองก์ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

1. ไม่เกิน 20.00 น. 2. 20.01-21.00 น.
 3. 21.01 – 22.00 น. 4. หลังจาก 22.00 น.

5. วันที่ใช้บริการ

ท่านมาใช้บริการผับแอนด์เรสเทอรองก์ในวันใดมากที่สุด

1. วันจันทร์ – วันพฤหัสบดี 2. วันศุกร์
 3. วันเสาร์ 4. วันอาทิตย์

6. โอกาสที่ใช้บริการ

ท่านมาใช้บริการผับแอนด์เรสเทอรองก์เนื่องในโอกาสใดมากที่สุด

1. วันเกิด/วันสำคัญ 2. นัดพบปะ/สังสรรค์
 3. วันว่าง/อยากเที่ยว 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. เครื่องดื่มที่นิยม

เมื่อท่านมาใช้บริการผับแอนด์เรสเทอรองก์ ท่านสั่งเครื่องดื่มประเภทใดมากที่สุด

1. เหล้า 2. เบียร์
 3. ค็อกเทล 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการผับแอนด์เรสเทอรองก์ต่อครั้งเป็นจำนวนเท่าใด

1. ไม่เกิน 1,000 บาท 2. 1,001–2,000 บาท
 3. 2,001 – 3,000 บาท 4. มากกว่า 3,000 บาท

9. ผับแอนด์เรสเทอรองก์ที่ใช้บริการ

ผับแอนด์เรสเทอรองก์ที่ท่านใช้บริการมากที่สุดคือที่ใด

1. ชมจันทร์ 2. Sofa
 3. Volume 4. Boom

10. เหตุผลที่ใช้บริการ

จากข้อ 9 เหตุผลที่ท่านใช้บริการคือข้อใดมากที่สุด

1. ชื่นชอบสถานที่ 2. ชื่นชอบบรรยากาศ
 3. ชื่นชอบสไตล์การเล่นดนตรี 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อผับแอนด์เรสเทอรองก์ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง ขอให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อระบุถึงระดับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อการเลือกใช้บริการผับแอนด์เรสเทอรองก์ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

ข้อ	การเลือกใช้บริการผับแอนด์เรสเทอรองก์ ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	ด้านผลิตภัณฑ์บริการ					
1	มีเครื่องดื่มหลายประเภทไว้ให้บริการลูกค้า					
2	มีอาหารที่เป็นเมนูเฉพาะ เป็นเอกลักษณ์ของร้าน					
3	มีบริการผสมค็อกเทลตามสูตรที่ลูกค้าต้องการ					
4	มีวงดนตรีหมุ่นเวียนสับเปลี่ยนกันเล่นหลายวง					
5	มีการเปิดเพลง/เล่นเพลงที่ทันสมัย เข้ากับยุคสมัยได้เป็นอย่างดี					
	ด้านสถานที่					
1	มีที่จอดรถกว้างขวาง เพียงพอต่อการใช้บริการของลูกค้า					
2	สถานที่ตกแต่งสวยงาม ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ดี					
3	บรรยากาศภายในร้านเหมาะสม ไม่แออัดจนเกินไป					
4	มีโซนสำหรับไว้รองรับลูกค้า VIP (ลูกค้าพิเศษ)					
5	มีที่สูบบุหรี่ และมีห้องน้ำแยกเป็นสัดส่วนชัดเจนระหว่างชาย-หญิง					

(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

ข้อ	การเลือกใช้บริการผู้ให้บริการรถยนต์เรสเตอร์รองก์ ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	ด้านกระบวนการบริการ					
1	พนักงานให้บริการดี มีความสุภาพ					
2	มีพนักงานเพียงพอ ดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง					
3	มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ได้มาตรฐาน					
4	มีบริการรับฝากเครื่องดื่มน้ำที่ดี ลูกค้าไว้ใจได้					
5	มีบริการส่งลูกค้าถึงที่พักในระยะทางที่เหมาะสม (กรณีลูกค้าเช่า)					
	ด้านราคา					
1	ราคาเหมาะสมกับสถานที่					
2	ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการเรสเตอร์รองก์ร้านอื่น					
3	ราคาค่าเปิดขวด ยืดหยุ่นไปตามชนิดของเครื่องดื่มที่ ลูกค้านำมาเปิด					
4	ราคาค่าเครื่องดื่มแต่ละประเภทมีให้เลือกหลายระดับ ราคา					
5	บอกราคาเครื่องดื่ม/อาหาร/ของขบเคี้ยว แต่ละรายการ อย่างชัดเจน					
	ด้านการส่งเสริมการตลาด					
	มีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ					
	มีของสมนาคุณเพื่อเป็นที่ระลึกสำหรับลูกค้า					
	กล่าวอวยพรและเอ่ยชื่อนามลูกค้าเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ เนื่องในวันพิเศษ					
	มีส่วนลดสำหรับลูกค้าสุขภาพสตรีที่มาใช้บริการในวัน จันทร์-พฤหัสบดี					
	มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการก่อนเวลา 20.00 น.					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

จากการใช้บริการแพลตฟอร์มเรสโตรองก์ในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ธานี ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

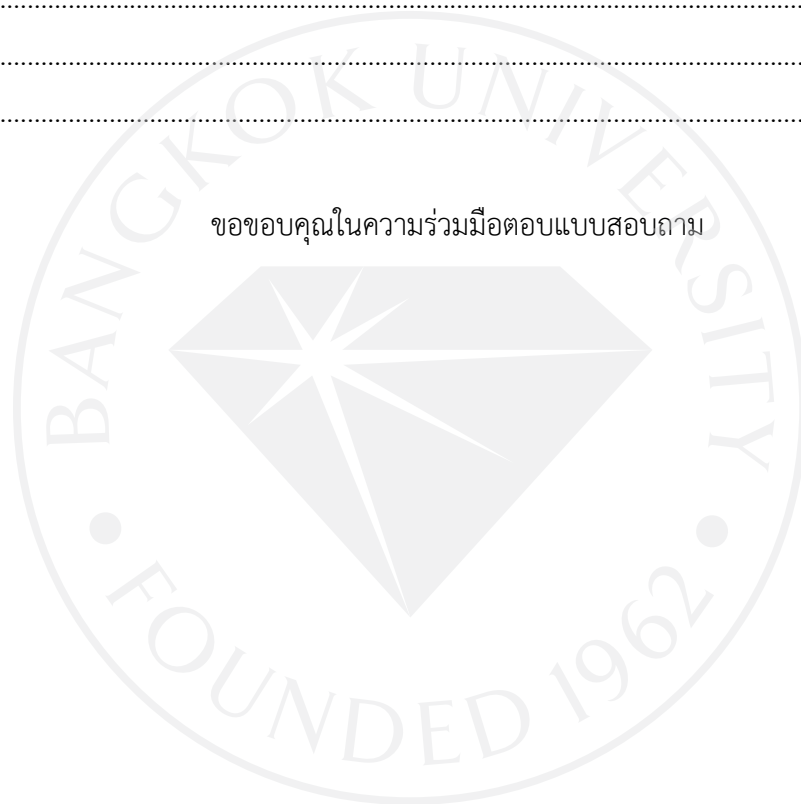
.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	คัทธริยา ทองคำ
อีเมล	khatthariya041993@gmail.com
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2555 ปวช. สาขาการบัญชี วิทยาลัยเทคนิคระนอง พ.ศ. 2564 ปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ สาขาการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยตาปี
ประสบการณ์การทำงาน	ธุรกิจส่วนตัว

