

แผนธุรกิจ Carat restaurant ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี ในจังหวัดบุรีรัมย์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ Carat restaurant ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี ในจังหวัดบุรีรัมย์

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2565



[Handwritten signature]

นางสาวพัฒนัชชา นพตสูง ไชยภัทร
ผู้วิจัย

[Handwritten signature]

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัลลภา ปิติสันต์,
Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

[Handwritten signature]

สุเทพ นิมสาย,
Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

[Handwritten signature]

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

[Handwritten signature]

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรพรรณ เลียงโรคาพาธ,
Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจ “บริษัท Carat Restaurant จำกัด” ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัลลภา ปิติสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ของผู้วิจัย ซึ่งได้ชี้แนะแนวทางในการดำเนินการวิจัย ช่วยตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง รวมถึงอาจารย์กิตติชัย ราชมหา ที่ให้ความกรุณามอบความรู้และชี้แนะแนวทางในการจัดทำแผนการเงิน เพื่อให้ธุรกิจนี้สำเร็จได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสองท่านเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างทุกท่านที่ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการดำเนินการของ ธุรกิจและขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์แผนธุรกิจร้าน Carat Restaurant ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี ในจังหวัดบุรีรัมย์ ได้สำเร็จ ขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ จากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยเฉพาะเพื่อน ๆ สาขา การจัดการธุรกิจ ภาศปกติ ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนและให้กำลังใจเป็นอย่างดีมาตลอดช่วงเวลาที่ทำแผนธุรกิจนี้จนสำเร็จ

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนสนิทที่คอยให้กำลังใจ ความช่วยเหลือ และสนับสนุนเป็นอย่างดีมาโดยตลอด รวมถึงศิลปินวง SEVENTEEN ที่เป็นแรงบันดาลใจในการทำผลงานนี้ ซึ่งถือว่าเป็นกำลังใจที่สำคัญของผู้วิจัยเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยหวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่บุคคลที่สนใจไม่มากนักน้อย หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยอย่างสูงมา ณ ที่นี้

พัฒนัชชิตา นพตลุงไชยภัทร

แผนธุรกิจ Carat restaurant ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี ในจังหวัดบุรีรัมย์

BUSINESS PLAN FOR TRADITIONAL KOREAN BBQ BUFFET RESTAURANT “CARAT RESTAURANT” IN BURIRAM PROVINCE.

พัฒนัชิตาน พตลวงไชยภัทร 6250932

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิรพรรณ เลียงโรคาพาธ, Ph.D.

บทคัดย่อ

ปัจจุบันพบว่าคนให้ความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นหลังคลายมาตรการล็อกดาวน์จากสถาน-การณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และจากผลการสำรวจทำให้เห็นถึงแนวโน้มการค้นหา โดยการค้นหาคำว่า "อาหารบุฟเฟต์" มีจำนวนการค้นหาสูงกว่าช่วงล็อกดาวน์ ส่วนหนึ่งอาจเกิดจากความต้องการที่สะสมมาจากช่วงล็อกดาวน์ อีกทั้งศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าหลังสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ในประเทศดีขึ้น จะส่งผลให้ตลาดธุรกิจร้านอาหารขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 26.5

นอกจากนี้จากมติดังกล่าวการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีการเสนอให้ยกระดับจังหวัดบุรีรัมย์เป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวสามารถขยายออกได้กว้างขึ้น ประกอบกับกระแสความนิยมของวัฒนธรรมเกาหลีในไทยได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ ปิ้งย่างและอาหารเกาหลี

จากโอกาสของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันและแนวโน้มการเติบโตของตลาดที่สูงขึ้น จึงทำให้สนใจและได้วางแผนธุรกิจ Carat restaurant ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี ในจังหวัดบุรีรัมย์ขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในรูปแบบปิ้งย่างและอาหารเกาหลี

คำสำคัญ : บุฟเฟต์/ ปิ้งย่าง/ อาหารเกาหลี

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ)	2
1.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	6
1.4 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	8
1.4.1 วิสัยทัศน์ (Vision)	8
1.4.2 พันธกิจ (Mission)	8
1.4.3 เป้าหมาย (Goals)	8
1.5 ปัญหาของผู้บริโภคและคุณค่าที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 แผนการตลาด	10
2.1 การศึกษาภาพรวมของตลาดร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี	11
2.1.1 ประเด็นการศึกษาด้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี	11
2.1.2 ผลการศึกษาด้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี	11
2.2 การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง	13
2.2.1 ผลวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย	14
2.2.1.1 ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง	14
2.2.1.2 ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 การแบ่งกลุ่มส่วนการตลาดและการกำหนดลูกค้าเป้าหมาย	15
2.3.1 การแบ่งกลุ่มส่วนการตลาด	15
2.3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	16
2.3.2.1 ลูกค้าเป้าหมายหลัก	16
2.3.2.2 ลูกค้าเป้าหมายรอง	16
2.4 การกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจ	17
2.5 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Positioning)	17
2.6 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)	18
2.6.1 กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ (Product strategy)	18
2.6.1.1 ตราสินค้า	18
2.6.1.2 รูปแบบร้าน	19
2.6.1.3 สินค้าและบริการ	20
2.6.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)	21
2.6.3 กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place Strategy)	22
2.6.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion strategy)	22
2.7 แผนการดำเนินการส่งเสริมการตลาดและงบประมาณค่าใช้จ่าย	23
2.8 การพยากรณ์ยอดขายและรายได้จากการขาย	25
บทที่ 3 แผนการดำเนินงาน	26
3.1 การจดทะเบียนพาณิชย์และการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	26
3.2 สถานที่ตั้ง	26
3.3 แผนการตกแต่งร้าน	27
3.4 แผนผังร้าน	28
3.5 การดำเนินการและค่าใช้จ่ายในการตกแต่ง	29
3.6 แผนการดำเนินธุรกิจ	31
3.6.1 การจัดซื้อวัตถุดิบ	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6.2 กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบ	33
3.6.3 กระบวนการผลิต	34
3.6.3.1 การเข้าใจวัตถุดิบและสูตรอาหาร	34
3.6.3.2 การเตรียมวัตถุดิบ	34
3.6.3.3 ส่วนประกอบและต้นทุน	34
3.6.4 Service Blueprint	37
3.7 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	38
บทที่ 4 การบริหารจัดการในองค์กร	39
4.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	39
4.2 ลักษณะการบริหารงาน	39
4.3 แผนการบริหารงาน	40
4.4 วันและเวลาการทำงาน	42
4.5 การวางแผนกำลังคนและโครงสร้างค่าตอบแทน	43
4.6 การสรรหาและการคัดเลือกพนักงาน	44
4.7 แผนพัฒนาบุคลากร	45
บทที่ 5 แผนการเงิน	46
5.1 เงินลงทุน	46
5.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	46
5.3 สมมติฐานทางการเงิน	47
5.4 ประมาณการรายได้	48
5.5 ประมาณการต้นทุน	49
5.6 ประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหารธุรกิจ	51
5.7 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	52
5.8 ประมาณการงบดุล	53
5.9 ประมาณการงบกระแสเงินสด	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.10 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการในระยะยาว	55
บทที่ 6 การจัดการความเสี่ยง และแนวทางรองรับความเสี่ยง	57
6.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	57
6.1.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)	57
6.1.2 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)	57
6.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	58
6.1.4 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operation Risk)	58
6.2 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขในกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	59
บรรณานุกรม	64
ภาคผนวก	67
ประวัติผู้วิจัย	74

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	แสดงสรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงกดดัน 5 ประการ	5
1.2	แสดงปัญหาของผู้บริโภค และคุณค่าที่คาดว่าจะลูกค้าจะได้รับ	9
2.1	เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด	10
2.2	แสดงลักษณะของกลุ่มแข่งของร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี	12
2.3	แสดงการแบ่งกลุ่มส่วนการตลาด	16
2.4	แสดงเมนูตัวอย่างจากร้าน Carat restaurant	21
2.5	แสดงแผนการการตลาดและงบประมาณปีที่ 1	23
2.6	แสดงแผนการการตลาดและงบประมาณปีที่ 2	24
2.7	แสดงแผนการการตลาดและงบประมาณปีที่ 3	24
2.8	แสดงการพยากรณ์ยอดขายปีที่ 1 ถึง ปีที่ 3	25
3.1	แสดงรายการและค่าใช้จ่ายในการลงทุนร้าน Carat Restaurant	29
3.2	แสดงการเปรียบเทียบแหล่งวัตถุดิบประเภทอาหารสด	32
3.3	แสดงส่วนประกอบและต้นทุนของต็อกโบกี	35
3.4	แสดงส่วนประกอบและต้นทุนของซุปลาสหรัย	35
3.5	แสดงส่วนประกอบและต้นทุนของไก่ทอดซอสเกาหลี	36
3.6	แสดงส่วนประกอบและต้นทุนน้ำจิ้มปิ้งย่างเกาหลีและเครื่องเคียง	36
3.7	แสดงยอดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	38
4.1	แสดงช่วงเวลาการทำงานของพนักงาน	42
4.2	แสดงการจ้างงานพนักงานในแต่ละปี	43
4.3	แสดงอัตราเงินเดือนของพนักงานในปีแรก	43
5.1	รายละเอียดของเงินทุน	46
5.2	รายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น จำนวนหุ้นและมูลค่าการลงทุน	47
5.3	สมมติฐานทางการเงินของร้าน Carat Restaurant	47
5.4	การประมาณการรายได้ ปีที่ 1 – ปีที่ 5	48
5.5	ต้นทุนผลิตสินค้าและบริการ	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
5.6 แสดงราคาต้นทุนขายจากปริมาณยอดสั่งซื้อ จากลูกค้าทุกช่องทางจัดจำหน่าย ในปีที่ 1 – ปีที่ 5	50
5.7 รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ปีที่ 1 – ปีที่ 5	51
5.8 ประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด ปีที่ 1 - ปีที่ 5	51
5.9 ประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1- ปีที่ 5	52
5.10 ประมาณการงบดุล ปีที่ 1- ปีที่ 5	53
5.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1- ปีที่ 5	54
5.12 ประมาณการกระแสเงินสดอิสระของกิจการและอัตราการเติบโตอย่างยั่งยืน	55
5.13 ผลวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนในกรอบเวลา 5 ปี	55
6.1 แสดงบทวิเคราะห์ความเร่งด่วนของความเสี่ยง และแนวทางการลดความเสี่ยง	61

สารบัญรูปภาพ

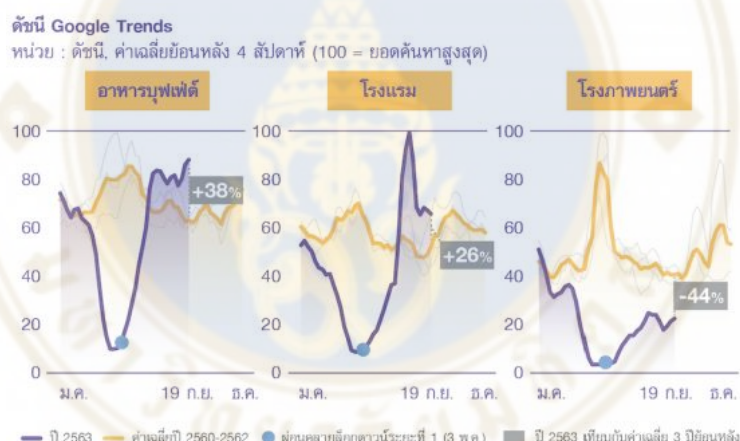
รูปภาพ	หน้า
1.1 แสดงแนวโน้มการค้นหาคำต่าง ๆ ผ่าน Google Search ในเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2563	1
2.1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า	18
2.2 แสดงสัญลักษณ์ของร้าน Carat restaurant	18
2.3 แสดงตัวอย่างการตกแต่งร้านอาหารปิ้งย่างสไตล์เกาหลี	20
2.4 แสดงตัวอย่างเนื้อสัตว์และเครื่องเคียงในร้านอาหารปิ้งย่าง	21
3.1 แสดงแผนที่ร้าน Carat Restaurant	27
3.2 แสดงตัวอย่างการตกแต่งร้านอาหารปิ้งย่างสไตล์เกาหลี	27
3.3 แสดงแผนผังของร้าน	28
3.4 แสดงการประกาศให้เช่าสถานที่สำหรับเป็นร้าน Carat Restaurant	29
4.1 แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กรของร้าน Carat Restaurant	39

บทที่ 1

โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

คนไทยมีความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นหลังคลายมาตรการล็อกดาวน์จากสถาน-การณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 (Coronavirus Disease 2019) พบว่าจากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้ข้อมูลจาก Google Trends ทำให้เห็นถึงแนวโน้มการค้นหา โดยการค้นหาคำว่า "อาหารบุฟเฟต์" ในเดือนกรกฎาคมถึงกันยายน ปี 2563 มีจำนวนการค้นหาสูงกว่าช่วงล็อกดาวน์ ส่วนหนึ่งอาจเกิดจากความต้องการที่สะสมมาจากช่วงล็อกดาวน์ (Pent-up Demand) (Economic Intelligence Center ธนาคารไทยพาณิชย์, 2563)



รูปภาพ 1.1 แสดงแนวโน้มการค้นหาผ่าน Google Search ในเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2563 ที่มา Economic Intelligence Center (EIC)(2563)

นอกจากนั้นแล้วทางศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าแนวโน้มธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบในปี 2565 เริ่มมีปัจจัยเข้ามาสนับสนุนมากขึ้น ได้แก่ การผ่อนคลายมาตรการของทางการและการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมทั้งหากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ในประเทศดีขึ้นนั้น ส่งผลให้ตลาดธุรกิจร้านอาหารมีมูลค่ายอดขายรวมในกรณีพื้นฐานอยู่ที่ประมาณ 1.43 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นการขยายตัวร้อยละ 26.5 (สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย, 2564)

อีกทั้งในปัจจุบันจังหวัดบุรีรัมย์กำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ทั้งกลุ่มที่สนใจเรื่องกีฬาและการท่องเที่ยวทั่วไป และในวันที่ 10 มกราคม 2565

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้เสนอขอรระดับให้จังหวัดบุรีรัมย์เป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวออกได้กว้างขึ้น ชุมชนและพื้นที่ที่จะเป็นผู้รับประโยชน์ที่เกิดขึ้นและเป็นผลพวงจากการพัฒนา (ผู้จัดการออนไลน์,2565)

กระแสความนิยมของวัฒนธรรมเกาหลีในประเทศไทยได้รับความสนใจอย่างมาก หนึ่งในนั้นคืออาหารเกาหลี ซึ่งมีหลากหลายประเภท ได้แก่ ไก่ทอดสไตส์เกาหลี รามยอน ต็อกโบกี จาจังมยอน รวมทั้งปิ้งย่างเกาหลี ประกอบกับช่องทางสื่อสารที่มากขึ้น โดยเฉพาะการขยายตัวอย่างรวดเร็วของ YouTube และแพลตฟอร์ม Video Streaming ยิ่งผลักดันให้ “K-Food” เป็น Soft Power (brandbuffet,2564)

ทั้งนี้ผู้จัดทำจึงวางแผนธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตส์เกาหลี ภายใต้ชื่อร้าน Carat Restaurant ซึ่งจัดเป็นร้านอาหารปิ้งย่างในสไตส์เกาหลีภายใต้รูปแบบ Buffet คือร้านอาหารที่เน้นการขายให้กับผู้ที่ต้องการความคุ้มค่า ซึ่งมีการกำหนดราคาเป็นรายบุคคล (Smart SME,2562)

และเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีมักออกไปทานอาหารนอกบ้าน เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ช่วยสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภค ดังนั้นนอกเหนือจากรสชาติอาหารแล้วบรรยากาศของร้านก็นับเป็นจุดขายสำคัญสำหรับการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารในยุคนี้ (Brandbuffet,2562)

1.2 การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ - Five Force)

ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขันว่าการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้มีโอกาสและความน่าสนใจต่อการลงทุนหรือไม่ พิจารณาแรงกดดันในด้านต่างๆ 5 ประการ (Five Forces) เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

เนื่องจากผู้วิจัยต้องการเจาะตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตส์เกาหลี จึงวิเคราะห์แรงกดดันทั้ง 5 ประการ ได้ดังนี้

แรงกดดันประการที่ 1 อำนาจต่อรองจากลูกค้า (Bargaining Power of Customers)

- กลุ่มลูกค้ามี Switching cost ต่ำ เนื่องจากสามารถเลือกบริโภคหรือรับประทานอาหารที่ร้านใดก็ได้ เนื่องจากไม่เห็นความแตกต่าง สามารถแก้ไขได้ด้วยการสร้างแบรนด์ขึ้นมา (thinkaboutwealth,2564) ดังนั้นสำหรับผู้เล่นหน้าใหม่ในตลาดร้านอาหารก็ต้องสร้างคุณค่าให้เหนือกว่าผู้เล่นที่มีอยู่แล้วในตลาด (-)

- พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันนั้นให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกรวดเร็ว มีความหลากหลายและราคาที่สมเหตุสมผล ส่งผลให้รูปแบบการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไม่ได้จำกัดแค่เพียงแต่ในร้านเท่านั้น แต่ยังขยายขอบเขตการแข่งขันครอบคลุมไปยังกลุ่มอื่น ๆ เช่น แอปพลิเคชันสั่งอาหาร (Food Delivery Application) (Chayanis Ngamrabiab,2563) (-)

ดังนั้นสรุปได้ว่าผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองสูง เนื่องจากในอุตสาหกรรมร้านอาหารมี Switching cost ที่ต่ำคือมีความต้องการที่หลากหลาย เปลี่ยนแปลงได้บ่อย และจากพฤติกรรมและความต้องการที่เน้นด้านความสะดวกรวดเร็ว มีความหลากหลาย ทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมร้านอาหารสูงขึ้น ต้องดึงจุดเด่นของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเกาหลีที่กำลังได้รับความนิยมและมีการจำหน่ายอาหารในรูปแบบชุดเซ็ท ซึ่งจะมีบริการจัดส่ง Delivery เพื่อเพิ่มช่องทางในจำหน่าย จึงจะสามารถเพิ่มยอดขายและเป็น Top of mind ของลูกค้าได้ (-)

แรงกดดันประการที่ 2 อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Power of Suppliers)

- วัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับประกอบอาหาร เช่น เนื้อสัตว์ ไข่ ผัก ผลไม้ เครื่องปรุงรส และเครื่องเทศ สามารถหาซื้อได้จากตลาดสดหรือจากห้างสรรพสินค้าได้ทั้งร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง ซึ่งในการซื้อวัตถุดิบมีผู้จัดจำหน่ายเป็นจำนวนมาก จึงมีตัวเลือกในการคัดสรรและเลือกซื้อมากโดยใช้เกณฑ์คุณภาพ ความสะอาดและราคาที่เหมาะสม ซึ่งถ้าธุรกิจมีอำนาจในการต่อรองกับ Suppliers สูง จะสามารถควบคุมต้นทุนให้อยู่ในระดับที่ต้องการและกำไรมากขึ้น (Max ideastudio, 2563) (+)

แรงกดดันประการที่ 3 การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants)

- ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้านั้น ๆ ก่อนข้างต่ำ เนื่องจากสินค้าไม่ได้แตกต่างกัน รวมถึงความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ต้องการรับประทานอาหารร้านเดิม ซึ่งนับว่าเป็นการเพิ่มโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกร้านอาหารอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ร้านประจำของตนและมองร้านที่เปิดใหม่เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกเพิ่มเข้ามา¹ (+)

¹จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยระหว่าง วันที่ 1 พฤษภาคม ถึง 15 มิถุนายน 2565

- การสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ (Product Differentiation) ร้านอาหารสามารถสร้างความแตกต่างได้เล็กน้อย เพราะอาหารเป็นสิ่งที่สามารถทำตามได้ง่าย จึงควรมุ่งเน้นไปที่คุณภาพของอาหาร รสชาติของอาหารและการบริการ มากกว่าการสร้าง ความแตกต่างของสินค้า (Brandbuffet,2564) ในกรณีร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี มีความแตกต่างในด้านเมนูอาหารและบรรยากาศร้าน แต่ก็มีโอกาสที่ร้านอื่นจะเลียนแบบได้ง่าย (-)

ดังนั้นในกรณีนี้ร้านของเราถือว่าเป็นผู้เล่นรายใหม่ในอุตสาหกรรมร้านอาหาร การที่ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าร้านหนึ่ง ๆ ต่ำ ในขณะที่การสร้าง ความแตกต่างของสินค้าและบริการของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีเป็นไปได้ยาก ดังนั้นต้องลด แรงกดดันนี้โดยมุ่งเน้นคุณภาพของอาหาร รสชาติของอาหารและการบริการให้ดีกว่าผู้ประกอบการ รายอื่นแทน ทำให้เกิดเป็นข้อได้เปรียบในการเข้ามาเป็นผู้เล่นหน้าใหม่ในอุตสาหกรรมนี้ (+)

แรงกดดันประการที่ 4 การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)

- อาหารเป็นสิ่งที่ไม่สามารถทดแทนได้ แต่รูปแบบอาหารสามารถ ถูกทดแทนได้ กล่าวคือการรับประทานอาหารนอกบ้านจะได้บรรยากาศที่ดีและ สะดวกมากกว่า แต่ จากสถานะเศรษฐกิจฝืดผู้บริโภคมักมีแนวโน้มที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายโดยการทำอาหารเองหรือซื้อ อาหารที่ถูกกลงมากขึ้น (investdiary,2561)(-)

- ภัยคุกคามจากร้านค้าทดแทนของร้านอาหารบุฟเฟต์คือ ร้านอาหารทั่วไปและร้านอาหารบุฟเฟต์สไตล์ต่าง ๆ นั้นมีความเสี่ยงมากเช่นกัน แก้ไขปัญหาได้โดย การสื่อสารให้เข้าใจว่าอาหารของเราแตกต่างจากสินค้าทดแทนอื่น ๆ อย่างไร (ไทยเอสเอ็มอีเอสเซ็น เตอร์,2564) (-)

จึงสรุปได้ว่าในฐานะผู้เล่นหน้าใหม่ในอุตสาหกรรมอาหารจะได้รับแรง กดดันจากสินค้าทดแทน เช่น ร้านค้าปลีกและร้านสะดวกซื้อ นอกจากนี้ร้านอาหารรูปแบบ บุฟเฟต์ซึ่งมีจำนวนมากขึ้นในตลาด จึงทำให้ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนส่งผลกระทบต่อ ธุรกิจ (-)

แรงกดดันประการที่ 5 การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาดเดิม (Industry Rivalry)

- ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในจังหวัดบุรีรัมย์นั้นมีความค่อนข้างมาก ในอำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ มีร้านอาหารบุฟเฟต์มากกว่า 30 ร้าน โดยส่วนมากเป็นร้านอาหารชาบูชาบู และหมูกระทะ ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง² ดังนั้นความรุนแรงการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมร้านอาหารอยู่ในระดับสูง

- ขณะเดียวกันในอำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ยังไม่มีร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีแบบออริจินัล ดังนั้นจึงนับว่าร้านมีเอกลักษณ์และมีความแปลกใหม่² (+)

จึงสรุปได้ว่าการแข่งขันในตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์อยู่ในส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อธุรกิจ เนื่องจากมีจำนวนร้านอาหารบุฟเฟต์ที่มีอยู่ในตลาดอยู่แล้วจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง (-)

ตาราง 1.1 แสดงสรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงกดดัน 5 ประการ

แรงกดดัน 5 ประการ	ผลกระทบต่อธุรกิจ
อำนาจต่อรองจากลูกค้า (Bargaining Power of Customers)	-
อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Power of Suppliers)	+
การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants)	+
การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)	-
การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาดเดิม (Industry Rivalry)	-

หมายเหตุ (+) หมายถึง เป็นผลดีต่อธุรกิจของผู้วิจัย

(-) หมายถึง เป็นผลเสียต่อธุรกิจของผู้วิจัย

²จากการสำรวจตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม ถึง 15 มิถุนายน 2565

จากการพิจารณาแรงกดดันในด้านต่าง ๆ ทั้ง 5 ประการที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น โดยภาพรวมจะเห็นว่า ในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี มีความเสี่ยงจากอำนาจต่อรองจากลูกค้า การคุกคามจากสินค้าทดแทน รวมทั้งการแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาดเดิมอยู่ในระดับสูง แต่ปัจจัยที่เป็นด้านบวกหรือเป็นผลดีต่อการเข้ามาในอุตสาหกรรมร้านอาหาร คืออำนาจในการต่อรองกับ Suppliers สูงและในฐานะที่เราเป็นผู้เล่นรายใหม่จึงมองว่าเป็นโอกาสสำหรับร้านอาหารในอุตสาหกรรมนี้

ดังนั้นหากผู้ประกอบการเข้าใจเรื่องความต้องการของผู้บริโภค มอบประสบการณ์ที่น่าประทับใจ สามารถสร้างจุดเด่นของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเกาหลีที่กำลังได้รับความนิยม และมีบริการ Delivery จำหน่ายอาหารในรูปแบบชุดเซ็ตอาหาร เพื่อเพิ่มช่องทางในจำหน่าย จะสามารถลดแรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของลูกค้า นอกจากนี้ในเรื่องการพัฒนาคุณภาพของอาหารและบริการให้ได้มาตรฐานจะช่วยปิดความเสี่ยงจากภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนได้

1.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ SWOT ของร้าน Carat Restaurant เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายในและภายนอกของทางร้าน เพื่อวิเคราะห์หาอุปสรรคและโอกาสในการเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจ เมื่อเทียบกับร้าน “บ้านปิ้งย่าง” สาขาบุรีรัมย์ ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างและชาบูชาบู (wongnai,2564)

1.3.1 Strengths (จุดแข็ง)

1. รูปแบบการปิ้งย่าง อุปกรณ์ เครื่องเคียงต่าง ๆ รวมทั้งการตกแต่งภายในร้านเป็นแบบออริจินัล เพื่อเสริมบรรยากาศให้เหมือนร้านอาหารในประเทศเกาหลี
2. เมนูอาหารที่มีรสชาติแบบเกาหลีแท้ ๆ โดยเชฟอาหารเกาหลีมืออาชีพ

1.3.2 Weaknesses (จุดอ่อน)

1. เจ้าของธุรกิจขาดประสบการณ์ในการทำธุรกิจ
2. ฐานลูกค้าไม่มั่นคงและยังไม่เป็นที่รู้จัก เนื่องจากเป็นร้านที่เปิดใหม่ จึงจำเป็นต้องทำการตลาดและมีการลงทุนเพิ่มเพื่อทำการโปรโมทร้าน

1.3.3 Opportunities (โอกาส)

1. ในอำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ยังไม่มีร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีแบบออริจินัล มีเพียงร้านอาหารเกาหลีและร้านปิ้งย่างทั่วไปเท่านั้น²
2. คำนิยมที่ว่าผู้บริโภคยุคใหม่มองหาร้านอาหารที่ไม่ได้ตอบโจทย์แค่การรับประทานอาหารมองหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ช่วยสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภค ดังนั้นนอกเหนือจากรสชาติอาหารที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกแล้ว บรรยากาศแปลกใหม่ นับเป็นจุดขายสำคัญสำหรับการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารในยุคนี้ (alivesonline,2562)
3. จากงานวิจัยยังพบว่าภาพอาหารที่ดูอร่อยน่าทานจะสามารถเพิ่มยอดขายรายการเมนูได้ถึงร้อยละ 30 (unileverfoodsolutions,2565) ซึ่งค่านิยมในปัจจุบันที่ผู้คนมักถ่ายรูปหรือเช็คอินสถานที่และโพสต์ลงบนช่องทางโซเชียลแพลตฟอร์มเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านและกระตุ้นยอดขายได้ดีมาก
4. ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10-15 (post today,2561)

1.3.4 Threats (ภัยคุกคาม หรืออุปสรรค)

1. ราคาวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ประสบปัญหาเงินเพื่อทำให้ราคาสินค้าต่างๆเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้นตาม (ธนาคารแห่งประเทศไทย,2565)
2. การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และมาตรการล็อกดาวน์จากรัฐที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงกระทบต่อการวางแผนธุรกิจ กรุงเทพมหานคร มาตรการของไทย ประเมินผลกระทบจากการล็อกดาวน์ที่เข้มงวดขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 ต่อกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจวัตถุดิบอาหาร โดยคาดว่าจะก่อให้เกิดมูลค่าความเสียหายรวมประมาณ 130,000-259,600 ล้านบาท และหากผลกระทบจากการคุมการระบาดของ COVID-19 ที่ยืดเยื้อ ทำให้ธุรกิจร้านอาหารต้องปรับตัวอย่างหนัก ต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นตัวอย่างน้อย 2 ปี (ไทยรัฐ,2564)

²จากการสำรวจตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม ถึง 15 มิถุนายน 2565

1.4 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision, Mission and Goals)

1.4.1) วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นร้านอาหารปิ้งย่างสไตล์เกาหลีแบบออริจินัล ในรูปแบบบุฟเฟต์ ที่มีความเป็นเลิศ ทั้งด้านคุณภาพของอาหารและการให้บริการ

1.4.2) พันธกิจ (Mission)

1. รักษามาตรฐานคุณภาพของอาหาร มีความสะอาด และรสชาติดี
2. การให้บริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอ สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า
3. การตกแต่งภายในร้านให้มีบรรยากาศที่ดี มีระดับ และตามหลักอนามัย

1.4.3) เป้าหมาย (Goals)

- เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)
 1. สร้างให้ร้านอาหาร Carat Restaurant เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง (Brand Awareness) โดยวัดจากยอดกด Like เพจร้านในแพลตฟอร์ม Facebook มากกว่า 5,000 คน³
 2. สร้างยอดขายของร้าน Carat Restaurant ร้อยละ 5 ในปีแรก⁴
- เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2)
 1. มียอดขายของร้าน Carat Restaurant เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีแรก⁴
- เป้าหมายระยะยาว (ปีที่3 เป็นต้นไป)
 1. มียอดกด Like เพจร้านในแพลตฟอร์ม Facebook มากกว่า 15,000 คน คิดเป็น 3 เท่าของปีแรก
 2. เริ่มขยายสาขาที่ 2 ที่อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นอำเภอที่มีจำนวนครัวเรือนมากเป็นอันดับ 2 รองจากอำเภอเมืองบุรีรัมย์ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์, 2561)

³จากการค้นข้อมูลในวันที่ 11 มีนาคม 2565 พบว่า เพจ Facebook ของคู่แข่งมียอดกด Like เพจอยู่ที่ 10,637 คน ภายในระยะเวลา 2 ปี

⁴จากการคาดการณ์โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าธุรกิจร้านอาหารในปี 2565 จะเติบโต 5.0%

1.5 ปัญหาของผู้บริโภคและคุณค่าที่คาดว่าจะลูกค้าจะได้รับ (Customer Pain and Gain)

ตาราง 1.2 แสดงปัญหาของผู้บริโภค และคุณค่าที่คาดว่าจะลูกค้าจะได้รับ

	ปัญหาของผู้บริโภค (Customer Pain)	คุณค่าที่คาดว่าจะลูกค้าจะได้รับ (Customer Gain)
1. คุณภาพและความสะอาดของอาหารในร้านอาหารแบบบุฟเฟต์	ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักพบเจอปัญหาได้รับประทานอาหารจากร้านบุฟเฟต์แล้วมีอาการท้องเสียหรืออาหารเป็นพิษ เนื่องมาจากความสะอาดและคุณภาพของอาหารที่ไม่ได้มาตรฐาน (afterclass,2562)	ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารปิ้งย่างสไตส์เกาหลีในรูปแบบบุฟเฟต์ที่มีวัตถุดิบสดใหม่รวมทั้งอาหารที่ปรุงสุกและสะอาด
2. กลิ่นและควันจากอาหารปิ้งย่าง	ในการรับประทานอาหารปิ้งย่างจะเกิดควันฟุ้งในอากาศ และจะมีกลิ่นติดไปกับเส้นผมและเสื้อผ้าของผู้บริโภค รวมทั้งควันที่ลอยอยู่อาจทำให้เกิดการสำลักหรือระคายเคืองต่อระบบทางเดินหายใจได้ (sanook,2562)	ทางร้านติดตั้งระบบดูดควันเตาปิ้งย่าง เพื่อป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์จากการปิ้งย่างลอยฟุ้งในอากาศและติดไปตามร่างกายผู้บริโภค ลดการสำลักหรือระคายเคืองระบบทางเดินหายใจจากควัน

บทที่ 2

แผนการตลาด

ในการจัดทำแผนการตลาด ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2565 ถึงวันที่ 15 มิถุนายน 2565 เพื่อศึกษาภาพรวมตลาดเพื่อนำไปสู่การเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงคาดการณ์แนวโน้มตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี ในอนาคต โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลดังนี้

- การสังเกตการณ์ (Observation) ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีที่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อศึกษาภาพรวมของตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี
- การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองคือกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี ที่อาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี

ตาราง 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง	วิธีการ
กลุ่มลูกค้าร้านอาหารบุฟเฟต์/ผู้บริโภค	เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 60 ราย โดยกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี เช่น อาหาร ภาพยนตร์/ละคร ศิลปิน เป็นต้น ซึ่งประเด็นในการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี

ตาราง 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด แบ่งเป็น 2 ส่วน (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	วิธีการ
ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง	เครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล คือ การสังเกตการณ์ (Observation) ซึ่ง ประเด็นในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ส่วนที่ 2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านรูปแบบสินค้าและการบริการ

หมายเหตุ : ภาคผนวก ก และ ภาคผนวก ข

2.1 การศึกษาภาพรวมของตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี

2.1.1 ประเด็นการศึกษาตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี

จากการเก็บข้อมูลภาพรวมของตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี สามารถวิเคราะห์คู่แข่งของ Carat Restaurant โดยได้กำหนดประเด็นในการเก็บข้อมูลดังนี้

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- รูปแบบร้าน เช่น รูปแบบการปิ้งย่าง อุปกรณ์ และการตกแต่งภายใน
- พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้า เช่น อัตราการใช้บริการของลูกค้าในแต่ละ

ละช่วงเวลา ระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้ง

- ราคาจำหน่ายต่อหน่วยต่อครั้ง

2.1.2 ผลการศึกษาตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี

จากการสำรวจเพื่อการศึกษาตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างพบว่าร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างในอำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์มีจำนวนมาก แต่ยังไม่มียี่ห้อร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีแบบออริจินัล ผู้วิจัยจึงเลือกร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีแบบออริจินัลเพื่อนำมาวิเคราะห์คู่แข่ง ดังตาราง 2.2

ตาราง 2.2 แสดงลักษณะของกลุ่มของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี ⁽²⁾⁽⁵⁾

ชื่อร้าน	บ้านปิ้งย่าง	คิบทอง บุฟเฟต์	Mr. Grill Shabu&Grill บุฟเฟต์
สัญลักษณ์			
รูปแบบ	<ul style="list-style-type: none"> เตาไฟฟ้าสำหรับปิ้งย่าง หรือ 2 ช่องสำหรับปิ้งย่างและชาบู⁽⁵⁾ เมนูเสริม ได้แก่ ข้าวผัด ยำ ผลไม้ ขนมหวาน และไอศกรีม⁽⁵⁾ มีเฉพาะโซนนั่งในร้าน⁽⁵⁾ 	<ul style="list-style-type: none"> มีเตา 2 แบบคือตะแกรงเหล็ก และเตากระทะ นูนสำหรับเนื้อสัตว์ ทวีไป และผัก ไข่ เชื้อเพลิงจากถ่านไม้⁽²⁾⁽⁵⁾ เมนูเสริมคือ กุ้งราด ซอสเกาหลี ไข่เกาหลี ซูชิหน้าต่าง ๆ⁽⁵⁾ มีที่นั่ง 2 โซนคือ โซนในร้าน และโซนนอกร้าน⁽⁵⁾ 	<ul style="list-style-type: none"> เตาไฟฟ้า 2ช่องสำหรับปิ้งย่างและชาบู⁽⁵⁾ เมนูเสริม ได้แก่ ข้าวผัด ยำ ผลไม้ ขนมหวานและไอศกรีม⁽⁵⁾ มีที่นั่ง 2 โซนคือ โซนในร้าน และโซนนอกร้าน⁽⁵⁾
ภาพแสดงรูปแบบเตापิ้งย่าง	 ที่มา: facebook.com/baanpinyang.br	 ที่มา: facebook.com/คิบทอง-บุฟเฟต์	 ที่มา: facebook.com/MrGrillShabuGrill/
ราคาจำหน่าย (สำรวจวันที่ 10 เมษายน 2565)	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ใหญ่ 329 บาท เด็กโต 189 บาท เด็กเล็ก 109 บาท รวมเครื่องดื่ม จำกัดเวลา 90นาทีต่อรอบ⁽⁵⁾ 	<ul style="list-style-type: none"> เริ่มต้น 199 บาทต่อท่าน (รวมเครื่องดื่ม)ไม่จำกัดเวลา⁽⁵⁾ Delivery set 299 บาท⁽⁵⁾ 	<ul style="list-style-type: none"> ราคา 249 บาทต่อท่าน (รวมเครื่องดื่ม) ไม่จำกัดเวลา⁽⁵⁾

² จากการสำรวจตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์⁵ ข้อมูลทุกข้อมูมิจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

ตาราง 2.2 แสดงลักษณะของกลุ่มแข่งของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี(ต่อ) ⁽²⁾⁽⁵⁾

ชื่อร้าน	บ้านปิ้งย่าง	กิบทอง บุฟเฟต์	Mr. Grill Shabu&Grill บุฟเฟต์
จุดเด่นของร้าน	มีเนื้อหมูที่เสิร์ฟแบบสไลด์และแบบชิ้นใหญ่ ⁽²⁾	อาหารทะเลหลากหลายเมนู ได้แก่ หอยแมลงภู่ กุ้งสด ปูม้า เป็นต้น ⁽²⁾	เนื้อโคขุน เช่น ริบอาย เสือร้องไห้ เนื้อติดมัน และเนื้อหมักงา ⁽²⁾
สถานที่ตั้ง	พิกัดทางเส้นไปโรงแรมเทพนคร ⁽⁵⁾	พิกัดทางเส้นโรงพยาบาลบุรีรัมย์มาทางทิศตะวันตก ร้านอยู่ติดถนน ⁽⁵⁾	พิกัดบริเวณอนุสาวรีย์รัชกาลที่ 1 ตรงข้ามวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีบุรีรัมย์ ⁽⁵⁾
ช่องทางการจัดจำหน่าย	หน้าร้าน	หน้าร้านและสั่งผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหาร	หน้าร้าน

2.2 การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี

โดยผู้วิจัยได้แบ่งการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง จำนวน 30 ราย และกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี จำนวน 30 ราย โดยได้กำหนดประเด็นในการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์เชิงลึกดังนี้

- ส่วนใหญ่จะเข้าใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ร่วมกับบุคคลใด
- ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ต่อเดือนคือเท่าใด
- ใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์เมื่อใด/โอกาสใด
- ราคาอาหารบุฟเฟต์ที่ใช้บริการ
- ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง

² จากการสำรวจตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์

⁵ ข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

2.2.1 ผลวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย

2.2.1.1 ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ที่ชอบรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง⁽¹⁾

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าประจำร้านอาหารบุฟเฟต์พบว่าพฤติกรรมบริโภคอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างของกลุ่มตัวอย่างนี้คือ ส่วนใหญ่มักใช้บริการในวันสำคัญครบครัน ช่วงสิ้นเดือน และเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์เฉลี่ยอยู่ที่ 2-3 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่จะเข้าไปใช้บริการร่วมกับครอบครัวหรือญาติ และแต่ละครั้งจะใช้บริการร่วมกันจำนวน 3-4 ท่านต่อรอบ

ราคาจำหน่ายที่ลูกค้าส่วนใหญ่ยินดีจ่ายในการเข้าไปใช้บริการอยู่ที่ราคา 240-299 บาทซึ่งคิดเป็นร้อยละ 33.33 ลำดับถัดมาคือราคามากกว่า 300 บาท อยู่ที่ร้อยละ 30 โปรโมชันที่ชื่นชอบหรือสนใจคือ โปรโมชันส่วนลดตามเทศกาลต่าง ๆ และ มา 4 จ่าย 3 คิดเป็นร้อยละ 30 และร้อยละ 26.67 ตามลำดับ

พบว่าชื่นชอบร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์ในเรื่องคุณภาพและความสดของอาหาร รองลงมาคือตัวเลือกที่หลากหลาย, ความสะอาด และความเหมาะสมของราคา ตามลำดับ และพบว่าปัญหาในการรับประทานอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์คือ คุณภาพอาหารไม่ได้มาตรฐาน อาหารไม่สด ร้านไม่สะอาด กลิ่นและควันรบกวน ความคาดหวังในร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีคือการแก้ปัญหาที่กล่าวไว้ข้างต้น กล่าวคือลูกค้าต้องการอาหารรสชาติดี วัตถุดิบสด สะอาด มีคุณภาพ และมีตัวเลือกที่หลากหลาย รวมถึงการจัดการกับกลิ่นและควันอาหาร

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีความเห็นเกี่ยวกับร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีว่า ร้านมีความน่าสนใจ โดยให้เหตุผลว่าเป็นร้านเปิดใหม่ และรูปแบบเตาปิ้งย่างของทางร้านจะช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับกลิ่นและควันรบกวนซึ่งเป็นปัญหาที่ลูกค้าประสบบ่อยจากการใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง โดยราคาจำหน่ายรวมเครื่องดื่ม อยู่ที่ 299 บาท ลูกค้ามีความเห็นว่าราคาสมเหตุสมผลและรู้สึกยินดีจ่ายในราคานี้เพื่อเข้าไปใช้บริการ

2.2.1.2 ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี⁽¹⁾⁽²⁾

จากการสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี พบว่าพฤติกรรมบริโภคอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างของกลุ่มตัวอย่างนี้คือ ส่วนใหญ่มักใช้บริการในวันหยุดสุดสัปดาห์ และเทศกาลต่าง ๆ ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์เฉลี่ยอยู่ที่ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่จะเข้าไปใช้บริการร่วมกับเพื่อนหรือคนรู้จัก และแต่ละครั้งจะใช้บริการร่วมกันจำนวน 3-4 ท่าน

¹ จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์

² จากการสำรวจตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์

ราคาจำหน่ายที่ลูกค้าส่วนใหญ่ยินดีจ่ายในการเข้าใช้บริการอยู่ที่ราคา 200-239 บาทซึ่งคิดเป็นร้อยละ 33.33 ลำดับถัดมาคือราคา 240-299 อยู่ที่ร้อยละ 26.67 โปรโมชันที่ชื่นชอบหรือสนใจคือ มา4 จ่าย3 คิดเป็นร้อยละ 50

พบว่าชื่นชอบร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์ในเรื่องการมีราคาที่เหมาะสม รองลงมาคือ คุณภาพและความสดของอาหารและความสะอาด และพบว่าปัญหาในการรับประทาน อาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์คือ คุณภาพอาหารไม่ได้มาตรฐาน อีกทั้งมีกลิ่นและควันรบกวน ความคาดหวัง ในร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีคือการแก้ปัญหาที่กล่าวไว้ข้างต้น กล่าวคือลูกค้าต้องการ วัตถุดิบสด สะอาด มีคุณภาพ และการจัดการกับกลิ่นและควันอาหารเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง

จากอิทธิพลการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีมาสู่ไทย ทำให้ผู้บริโภคมี พฤติกรรมชื่นชอบอาหารเกาหลีร่วมด้วย และพบว่าลูกค้าในกลุ่มนี้มีความเห็นเกี่ยวกับร้านอาหาร บุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีว่าสนใจ โดยให้เหตุผลร้านอาหารเกาหลีในอำเภอเมืองบุรีรัมย์มีน้อยมาก และไม่มีร้านอาหารปิ้งย่างสไตล์เกาหลีแบบออริจินัล ดังนั้นร้าน Carat Restaurant จึงเป็นตัวเลือกที่ น่าสนใจอย่างมากในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารประเภทอาหารปิ้งย่างสไตล์เกาหลี โดย ราคาจำหน่ายรวมเครื่องดื่ม อยู่ที่ 299 บาท ลูกค้ามีความเห็นว่าราคาสมเหตุสมผลและรู้สึกยินดีจ่าย

จากการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มา ทำให้เห็นภาพรวมและแนว ทิศทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี ในส่วนต่อไปจะเป็นแผนการตลาดจาก ข้อมูลที่ได้โดยมีดังนี้

- การแบ่งกลุ่มส่วนแบ่งการตลาดและการกำหนดลูกค้าเป้าหมาย
- การกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจ
- การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า
- การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)
- แผนการดำเนินการส่งเสริมการตลาดและงบประมาณค่าใช้จ่าย

2.3 การแบ่งกลุ่มส่วนการตลาดและการกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

2.3.1 การแบ่งกลุ่มส่วนการตลาด

นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจตลาดร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย โดยจะใช้เกณฑ์ Consumer Behavior หรือพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนี้

ตาราง 2.3 แสดงการแบ่งกลุ่มส่วนการตลาด

พฤติกรรมผู้บริโภค	กลุ่มที่ชื่นชอบและสนใจ วัฒนธรรมเกาหลี	กลุ่มที่ไม่สนใจ วัฒนธรรมเกาหลี
กลุ่มที่ชื่นชอบรับประทานอาหาร บุฟเฟต์ปิ้งย่าง	Secondary Customer	Primary Customer
กลุ่มที่ไม่ชื่นชอบรับประทานอาหาร บุฟเฟต์ปิ้งย่าง		

2.3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี Carat Restaurant เจาะกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างเป็นหลัก เน้นการนำเสนอสไตล์อาหารและการตกแต่งร้านแบบร้าน อาหารเกาหลีดั้งเดิม นอกจากนี้ผู้บริโภคสนใจวัฒนธรรมเกาหลีปิ้งย่างดูควัน ที่ร้านใช้เป็นจุดเด่นและสร้างความแตกต่าง เพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงระดับราคาที่จำหน่ายสินค้าในระดับค่าเฉลี่ยของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างทั่วไป⁽²⁾ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตามที่ต้องการเลือกขึ้นมา โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน Carat restaurant มี 2 กลุ่ม

2.3.2.1 ลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary Customer)

จากการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีของกลุ่มเป้าหมายหลัก⁽¹⁾ คือกลุ่มที่ชื่นชอบอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างแต่ไม่ได้สนใจวัฒนธรรมเกาหลี โดยกลุ่มนี้ส่วนใหญ่อายุ 20-30 ปี และประกอบอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ เป็นกลุ่มที่มีครอบครัว ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการจึงเป็นช่วงเวลาเย็น เนื่องจากเป็นเวลาที่ได้อยู่ร่วมกันกับครอบครัว และช่วงสิ้นเดือนเมื่อได้รับเงินเดือนเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองรูปแบบหนึ่ง ซึ่งกลุ่มนี้ค่อนข้างมีรายได้สูงและฐานะมั่นคง ดังนั้นในการเลือกร้านอาหารจึงเน้นที่คุณภาพของวัตถุดิบ

2.3.2.2 ลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary Customer)

จากการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลีของกลุ่มเป้าหมายรอง⁽¹⁾ คือกลุ่มที่ชื่นชอบอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างและมีความสนใจวัฒนธรรมเกาหลีด้วย โดยกลุ่มนี้ส่วนใหญ่อายุ 20-30 ปี

¹ จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์

² จากการสำรวจตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์

เป็นกลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง เนื่องด้วยช่วงวัยและอาชีพของผู้บริโภค จึงพบว่ามี การเข้าใช้บริการร้านอาหารร่วมกับกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นส่วนใหญ่ และช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการมักอยู่ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีรายได้ที่ไม่มั่นคง ดังนั้นในการเลือกร้านอาหารจึงเน้นที่ราคาจำหน่ายที่เหมาะสมเป็นหลัก

2.4 การกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจ

กลยุทธ์ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี Carat restaurant จะเน้นด้านความแตกต่าง (Differential Strategy) โดยออกแบบรูปแบบการรับประทานปิ้งย่างเป็นแบบเกาหลีดั้งเดิม วิธีการย่างหมูให้ร่อยแบบต้นตำรับเกาหลี จะต้องย่างเนื้อหมูสามชั้นลงไปทั้งเส้น จนเริ่มเกรียมและมีสีสวยที่ผิวด้านนอกเล็กน้อย จากนั้นค่อยตัดแบ่งเป็นชิ้นเล็ก ๆ การย่างแบบนี้จะช่วยกักเก็บไขมันและความชุ่มฉ่ำของเนื้อหมูเอาไว้ด้านใน ให้ความอร่อยกระจายตัวไปทั่วปากเวลาเคี้ยว (wongnai,2564) จากนั้นห่อด้วยผักกาดเขียวแบบเมี่ยงคำไทย โดยใส่น้ำจิ้มเต้าเจี้ยว และเครื่องเคียงที่ชอบและข้าวสวยร้อนตามความชอบ อีกทั้งมีการนำนวัตกรรมเตาปิ้งย่างดูดควันมาติดตั้งเพื่อลดปัญหาควันและกลิ่นจากอาหารรบกวน ซึ่งสรุปแบบแบบนี้หายากมากหรือไม่มีร้านปิ้งย่างที่ให้บริการในรูปแบบนี้⁽²⁾

ดังนั้นร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี Carat restaurant จึงใช้กลยุทธ์ผู้นำด้านความต่าง หรือ Differentiation Strategy เพื่อสร้างความได้เปรียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ

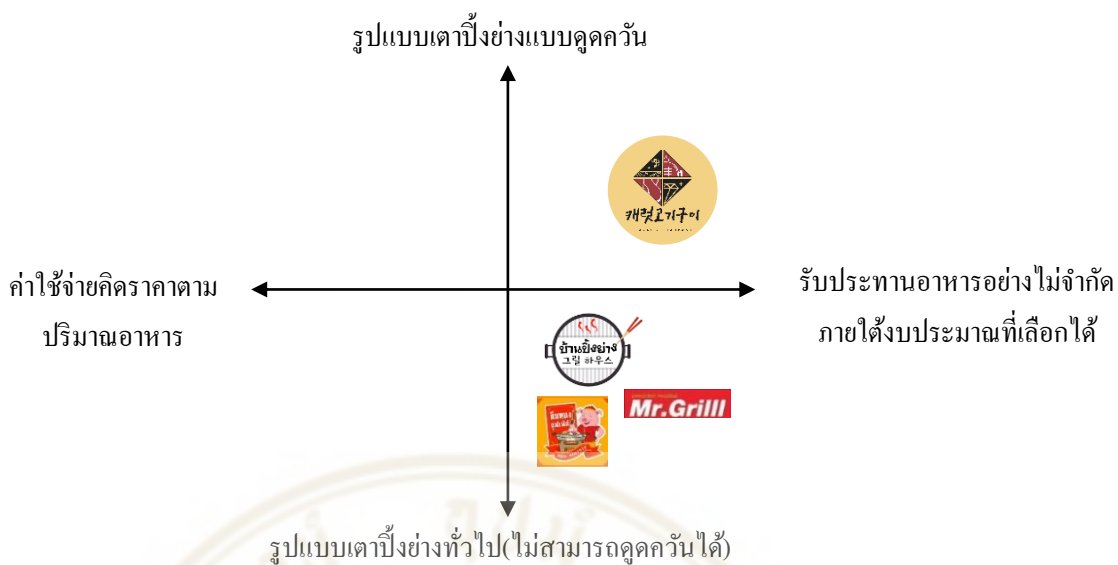
2.5 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Positioning)⁽²⁾⁽⁵⁾

การวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ Perceptual map ในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า กำหนดแกนตั้งเป็นรูปแบบเตาปิ้งย่างแบบดูดควัน ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าให้การเข้าใช้บริการ และแกนนอนเป็นรับประทานอาหารอย่างไม่จำกัด ภายใต้งบประมาณที่เลือกได้ เป็นจุดเด่นของร้านอาหารบุฟเฟต์

¹ จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์

² จากการสำรวจตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์

⁵ ข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต



รูปภาพ 2.1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Positioning) ของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี Carat restaurant

2.6 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)

2.6.1 กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ (Product strategy)

2.6.1.1 ตราสินค้า

เนื่องจากธุรกิจร้าน Carat restaurant เป็นร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี จึงมีการออกแบบสัญลักษณ์ร้านได้ดังนี้



รูปภาพ 2.2 แสดงสัญลักษณ์ของร้าน Carat restaurant

ชื่อร้าน Carat restaurant หรือในภาษาเกาหลีคือ 캐럿고기구이 โดยคำว่า **고기구이** หมายถึง เนื้อย่างหรือบาร์บีคิวเกาหลี (Trip101,2021) บนสัญลักษณ์จึงมีการใช้ชื่อทั้งภาษาอังกฤษและภาษาเกาหลี เพื่อบ่งบอกอย่างชัดเจนว่า Carat restaurant คือร้านปิ้งย่างสไตล์เกาหลี

สีที่ใช้หลักๆคือสีแดง ดำและเหลือง โดยหลักในการเลือกสีคือ สีแดงให้ความรู้สึกถึงการมีพลัง มีความตื่นเต้นและมีความเป็นผู้นำ และสีเดงนั้นเป็นสีที่โดดเด่นและดึงดูดการมองเห็นได้ดีที่สุด สีดำแสดงถึงความหนักแน่นและมั่นคง สุดท้ายสีเหลืองซึ่งเป็นสีที่เป็นองค์ประกอบส่วนใหญ่ในเอกลักษณ์ของทางร้าน สีเหลืองเป็นสีที่สะดุดตาตรงลงมาจกสีแดง ซึ่งหมายถึงความคิดสร้างสรรค์ ความสดใส เพื่อให้ภาพลักษณ์ของร้าน Carat restaurant ดูเข้าถึงง่าย

ในรูปจตุรัสด้านบนแบ่งเป็นส่วน โดยสองส่วนด้านซ้ายเป็นรูปลายบนเนื้อหมูและอาหารทะเล เพื่อแสดงถึงความเป็นร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยมีทั้งเนื้อหมูและอาหารทะเลเป็นจุดเด่นหลักของทางร้าน ทางมุมขวาบนเป็นรูปเตาสำหรับปิ้งย่างและสุดท้ายล่างขวาเป็นรูปเพชร เพื่อเป็นตัวแทนที่แสดงถึงชื่อร้าน Carat restaurant

หลังการออกแบบสัญลักษณ์ของร้านแล้ว ทางผู้วิจัยได้นำตราสัญลักษณ์นี้ไปสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายว่าชอบสัญลักษณ์นี้หรือไม่ และมีความคิดเห็นอย่างไร⁽⁶⁾ โดยสุ่มกลุ่มเป้าหมายตามจำนวน 10 ราย พบว่าร้อยละ 90 แสดงความคิดเห็นว่า รู้สึกชื่นชอบสัญลักษณ์ของร้าน เนื่องจากมีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ มีสีสัน และมองแล้วรู้ว่าร้านจำหน่ายสินค้าอะไร อีกทั้งยังทำให้ดูน่าสนใจมากขึ้นเพราะมีการใช้ตัวอักษรภาษาเกาหลี บ่งบอกได้อย่างชัดเจนว่าเป็นอาหารเกาหลีอย่างแน่นอน ส่วนอีกร้อยละ 10 มองว่าสัญลักษณ์ของร้านนั้นดูหยาบกว่าร้านที่เคยใช้บริการ จึงประมาณราคาจำหน่ายว่ามีราคาสูงกว่าปกติ

2.6.1.2 รูปแบบร้าน

การตกแต่งร้านที่ทำให้สัมผัสได้ถึงกลิ่นอายของร้านอาหารเกาหลี โต๊ะถูกออกแบบให้เป็น โต๊ะกลมมีหลุมตรงกลางสำหรับวางเตา รูปแบบเตาเป็นเตาไฟฟ้าและข้างบนตะแกรงเหล็ก เพิ่มการติดตั้งท่อดูดควันเหนือเตาเพื่อลดควันและกลิ่นที่ฟุ้งกระจาย

การตกแต่งภายในส่วนด้านหน้าร้านจะเน้นความโปร่ง ส่วนที่นั่งจะจัดโต๊ะเก้าอี้ที่นั่งในแบบที่ไม่แน่นจนเกินไป เพื่อให้ความรู้สึกโดยรวมดูผ่อนคลาย โปร่งและไม่อึดอัด โดยมีการจัดโซนตามจำนวนที่นั่ง คือ มากกว่า 4 ที่นั่ง, 4 ที่นั่งและ 2 ที่นั่ง มีเพลงเกาหลีเปิดเพื่อเสริมบรรยากาศภายในร้าน

⁶ จากการสอบถามแบบสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 10 รายเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ของร้าน Carat restaurant

สีหลักที่ใช้คือสีขาว ไม้สีอ่อน และดำ ให้ความรู้สึกสบายตา แสงไฟในร้านจะใช้แสงสีโทนอุ่น เนื่องจากโทนสีไฟอุ่น คือสีที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกอยากอาหาร และ ช่วยสร้างบรรยากาศการตกแต่งร้านอาหาร (mlnlighting,2563)



รูปภาพ 2.3 แสดงตัวอย่างการตกแต่งร้านอาหารปิ้งย่างสไตล์เกาหลี
ที่มา <https://food.trueid.net/detail/x2EGqxxgVeZ8>

2.6.1.3 สินค้าและบริการ

ร้านเปิดให้บริการเวลา 15.00 ถึง 22.00 น. โดยเมนูอาหารแบ่งเป็น 2 ส่วน

- 1) การเขียนเลขจำนวนวัตถุดิบที่ต้องการลงบนกระดาษเมนูแล้วจะมีบริการเสิร์ฟถึงโต๊ะ ได้แก่ กลุ่มเนื้อสัตว์ชนิดต่าง ๆ หรือส่วนประกอบของเนื้อ ไก่ทอดเกาหลี
- 2) บริการตนเอง โดยทางร้านจะมีวัตถุดิบจัดวางเป็น โซนให้ลูกค้าสามารถเลือกหยิบได้ตามต้องการ ได้แก่ ผัก ผลไม้ เครื่องเคียง น้ำจิ้ม และเครื่องดื่ม

ความแตกต่างอีกประการหนึ่งของร้าน Carat restaurant เมื่อเทียบกับร้านปิ้งย่างอื่น ๆ คือ เนื้อหมูที่เสิร์ฟมาทั้งเส้นหรือทั้งชิ้นใหญ่ ๆ เนื่องจากการรับประทานปิ้งย่างตามแบบต้นตำรับเกาหลี จะต้องย่างเนื้อหมูสามชั้นลงไปทั้งเส้น (wongnai,2564) จึงต่างจากร้านอื่น ๆ ที่เสิร์ฟมาเป็นแบบสไลด์บาง

⁵ ข้อมูลทุกข้อมูมิจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต



รูปภาพ 2.4 แสดงตัวอย่างเนื้อสัตว์และเครื่องเคียงในร้านอาหารปิ้งย่าง
ที่มา <https://www.timeout.com/bangkok/th/restaurants/korean-bbq>

ตาราง 2.4 แสดงเมนูตัวอย่างจากร้าน Carat restaurant

เนื้อสัตว์	ผัก และเครื่องเคียง	เครื่องดื่ม
สันคอหมู	ผักสลัด	น้ำอัดลม
หมูสามชั้น	ใบงา	น้ำผลไม้
หมูสามชั้นหมักซอส	กิมจิ	น้ำชา
เนื้อวัว	หัวไชเท้าดอง	
ไก่หมักซอสบาร์บีคิว	กระเทียมสับ	
ซี่โครงหมู	พริก	
ปลาคอดดี	หอมหัวใหญ่	
กุ้ง	เห็ดชนิดต่าง ๆ	
หมึก	น้ำจิ้มสูตรต่าง ๆ	

2.6.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

จากการสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา จึงไม่สามารถตั้งราคาสูงได้ และผู้บริหารก็มีความสามารถในการจ่ายเพื่อใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์เฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ราคา 257 บาทต่อคน ทั้งนี้การตั้งราคาของร้านจะใช้วิธีการกำหนดราคาจากต้นทุน โดยคำนวณจาก ราคาขายเท่ากับกำไรต่อหน่วยรวมกับต้นทุนต่อหน่วย ดังนั้นร้าน Carat restaurant

จึงตั้งราคาอยู่ที่ 299 บาท และมีการจำกัดเวลารับประทาน 90 นาที ซึ่งเป็นเวลาที่ร้านบุฟเฟต์ส่วนใหญ่ตั้งข้อกำหนดขึ้นมา⁵⁾

2.6.3 กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

สถานที่ตั้งของร้านอยู่ที่ชุมชนหน้าสถานีรถไฟ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองบุรีรัมย์ ซึ่งอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชนและหมู่บ้าน รวมถึงอยู่ใกล้โรงเรียน โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย ห้างสรรพสินค้า และสถานีรถไฟ ซึ่งร้านอยู่ติดถนน และมีที่จอดรถ ทำให้สะดวกต่อผู้มาใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์พบว่าลูกค้าร้อยละ 86.67 ให้ความสนใจเกี่ยวกับบริการจัดส่ง Delivery ดังนั้นทางร้านจึงออกแบบเมนูอาหารจานเดียว ซึ่งประกอบด้วยเนื้อย่างและเครื่องเคียงเป็นชุด และชุดเซตสำหรับปิ้งย่างเองที่บ้าน นอกจากนี้ทางร้านได้เพิ่มช่องทางติดต่อในการสั่งอาหารผ่านทางโทรศัพท์ และสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ผ่านทางหน้าเพจหรือส่งข้อความมาถามแบบส่วนตัวบนแพลตฟอร์ม Facebook โดยทางร้านมีบริการส่งถึงที่ในบริเวณ 3 กิโลเมตรจากตำแหน่งที่ตั้งร้าน

2.6.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion strategy)

ผู้วิจัยแบ่งรูปแบบการส่งเสริมการตลาดตามช่วงเวลา ดังนี้

2.6.4.1 เป้าหมายระยะสั้น ช่วงปีที่ 1

- การสร้าง Brand Awareness ของร้าน โดยร้านจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย หรือ Page ร้านบน Facebook พร้อมกับการเพิ่มโปรโมชั่น โดยให้ผู้ใช้บริการกดถูกใจ Page และแชร์โพสต์บนหน้าไทม์ไลน์เพื่อรับสินค้าพิเศษจากทางร้าน โปรโมชั่นนี้จะช่วยโปรโมทและทำให้มีคนที่รู้จักร้าน Carat restaurant มากขึ้น
- การส่งเสริมการขายในปีแรก จะเป็นการทำโปรโมชั่นราคาพิเศษฉลองการเปิดร้าน เช่น ส่วนลดร้อยละ 10 จากราคาเดิม และมีการแจกของแถม คือสินค้า/เมนูตัวอย่างให้ลูกค้าได้ทดลองรับประทาน เพื่อให้เกิดการตลาดใช้ฟรีและมีการขอความเห็นตอบกลับเพื่อการปรับปรุงให้ดีขึ้น

⁵⁾ ข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

2.6.4.2 เป้าหมายระยะกลาง ช่วงปีที่ 2

- จัดทำโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาล ทั้งเทศกาลของไทย สากล และเกาหลี รวมทั้งการจัดโปรโมชั่นในช่วงหลังสอบ เช่น ในช่วงเดือนเมษายน และเดือนพฤศจิกายน เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา

- มีการทำบัตรสมาชิก/คูปองสะสมแต้ม เช่น มาตรฐาน 3 รอบ รับส่วนลด 100 บาทต่อรอบ เพื่อให้เกิดความถี่ในการมาใช้บริการซ้ำหรือการบอกต่อกับกลุ่มลูกค้าใหม่

2.6.4.3 เป้าหมายระยะยาวช่วงปีที่ 3

- เริ่มขยายสาขาที่ 2 ที่อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์
- ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางผ่าน Facebook page ของร้าน โดยจะโพสต์รูปอาหารและวัตถุดิบต่าง ๆ จำนวน 7 โพสต์ต่อสัปดาห์ หรือทุกวันที่ร้านเปิดให้บริการ และมีการสร้างคอนเทนต์ที่เข้ากับกระแสในปัจจุบัน

2.7 แผนการดำเนินการส่งเสริมการตลาดและงบประมาณค่าใช้จ่าย

แผนการตลาดและงบประมาณ โดยใช้เครื่องมือ Gantt chart แบ่งรายละเอียดได้ดังนี้

ตาราง 2.5 แสดงแผนการการตลาดและงบประมาณปีที่ 1

กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)	เดือน												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
สร้าง contents และซื้อโฆษณาบน Facebook	30,000 ⁷													
โปรโมชั่นทดลองเปิดร้าน ส่วนลด 10 % และสินค้าทดลองฟรี	50,000 ⁸													
รวม	80,000													

⁷ ซื้อโฆษณาบน Facebook โดยตั้งงบประมาณและราคาประมูล (Meta, 2565)

⁸ ทางผู้จัดทำหนดงบประมาณขึ้นสำหรับใช้เพื่อเป็นงบประมาณในส่วนการจัดโปรโมชั่น

ตาราง 2.6 แสดงแผนการการตลาดและงบประมาณปีที่ 2

กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)	เดือน											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
สร้าง contents และซื้อโฆษณาบน Facebook	39,000 ⁹												
จัดโปรโมชั่นสำหรับเทศกาลต่าง ๆ	150,000 ⁸												
โปรโมชั่นบัตรสมาชิก/คู่มือสะสมแต้ม	50,000 ⁸												
รวม	239,000												

ตาราง 2.7 แสดงแผนการการตลาดและงบประมาณปีที่ 3

กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)	เดือน											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ป้ายโฆษณาหน้าร้านสาขา 2	2,000 ⁸												
สร้าง contents และซื้อโฆษณาบน Facebook	48,000 ⁹												
จัดโปรโมชั่นสำหรับเทศกาลต่าง ๆ	150,000 ⁸												
รวม	191,000												

⁷ ซื้อโฆษณาบน Facebook โดยตั้งงบประมาณและราคาประมูล (Meta, 2565)

⁸ ทางผู้จัดกำหนดงบประมาณขึ้นสำหรับใช้เพื่อเป็นงบประมาณในส่วนการจัดโปรโมชั่น

⁹ ซื้อโฆษณาบน Facebook โดยตั้งงบประมาณและราคาประมูล ซึ่งจะเพิ่มงบประมาณขึ้นปีละ 30 % (Digital tips,2562)

2.8 การพยากรณ์ยอดขายและรายได้จากการขาย

การประเมินยอดขายและยอดค่าใช้จ่ายบริการร้าน Carat Restaurant ในปีที 1 คำนวณจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์เกี่ยวกับจำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน และข้อมูลงบกำไรขาดทุนของบริษัท บ้านปิ้งย่าง จำกัด จังหวัดภูเก็ต จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่าในปี 2564 จำนวนรายได้รวมของธุรกิจมีอัตราเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 9.32

จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวันของร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์คือ 60 รายต่อวัน² ราคาจำหน่ายคือ 299 บาท คิดเป็น 17,940 บาทต่อวัน รวมถึงการขายผ่านทาง Food Delivery Application คิดเป็นร้อยละ 10 ของยอดขายหน้าร้านต่อวัน หรือเท่ากับ 1,794 บาท ดังนั้นยอดขายในปีที 1 ประมาณ 7,202,910 บาท

ตาราง 2.8 แสดงการพยากรณ์ยอดขายปีที 1 ถึง ปีที 3

รายการ	ปีที 1	ปีที 2	ปีที 3
ยอดขายหน้าร้าน (บาท)	6,548,100	7,137,429	7,779,798
ยอดขายผ่าน Food Delivery Application (บาท)	654,810	713,743	777,980
รวมยอดขายสุทธิ (บาท)	7,202,910	7,851,172	8,557,778

หมายเหตุ : 1 จำนวนยอดขายในปีที 2 – 3 คำนวณจากการประมาณการเติบโตของยอดขาย 9% ต่อปี

2 การประเมินยอดขายในปีที 1 ได้จากการสำรวจข้อมูลร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

² จากการสำรวจตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองบุรีรัมย์

บทที่ 3

แผนการดำเนินงาน

3.1 การจดทะเบียนพาณิชย์และการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

- การจดทะเบียนพาณิชย์ (พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499)

3.1.1 จดทะเบียนพาณิชย์ประเภทบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อที่จดทะเบียนว่า “บริษัท Carat Restaurant จำกัด”

3.1.2 จดทะเบียนพาณิชย์ตั้งใหม่ ต้องจดทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันเริ่มประกอบพาณิชย์กิจ

3.1.3 ดำเนินการด้านเอกสารในการจดทะเบียนพาณิชย์

3.1.4 ชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนบริษัท 5,000 บาท

3.1.5 เมื่อดำเนินการการจดทะเบียนพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบพาณิชย์กิจต้องแสดงใบทะเบียนพาณิชย์หรือใบแทนใบทะเบียนพาณิชย์ไว้ ณ สำนักงานในที่เปิดเผยและเห็นได้ง่าย

- การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (กรมทรัพย์สินทางปัญญา)

3.2.1 ดำเนินการด้านเอกสารในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

3.2.2 ยื่นคำขอทางอินเทอร์เน็ตเนตกรมทรัพย์สินทางปัญญา www.ipthailand.go.th

3.2.3 ค่าธรรมเนียมยื่นขอจดทะเบียนสินค้าหรือบริการแต่ละจำพวก 1-5 อย่าง ously ละ 1,000 บาท

3.2.4 ได้รับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหลังจากยื่นจดทะเบียน กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะใช้เวลาออกหนังสือสำคัญการจดทะเบียนประมาณ 6-12 เดือน

3.2 สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งร้าน Carat Restaurant ตั้งอยู่บนถนนอินจันทร์ณรงค์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยอยู่ตรงข้ามสหกรณ์ออมทรัพย์ครูบุรีรัมย์ จำกัด



รูปภาพ 3.1 แสดงแผนที่ร้าน Carat Restaurant

ที่มา <https://www.facebook.com/Grandma.caferesto/>

3.3 แผนการตกแต่งร้าน

เนื่องจากเป็นร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี แบบออริจินัล เราจึงต้องการตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศเหมือนร้านปิ้งย่างในประเทศเกาหลี เช่น การนำเอาอักษรเกาหลีหรืออักษรฮันกึลมาตกแต่งและการเปิดเพลงเกาหลี ส่งเสริมบรรยากาศในการรับประทานอาหารมากยิ่งขึ้น ร้านจะถูกออกแบบให้มีความโปร่ง ตกแต่งโดยใช้สีโทนสว่าง เช่น สีขาว สีครีม เป็นต้น อีกทั้งรูปแบบการจัดที่นั่งโต๊ะเก้าอี้แบบไม่แน่นจนเกินไป เพื่อให้ความรู้สึกโดยรวมดูผ่อนคลาย อบอุ่น และไม่อึดอัด



รูปภาพ 3.2 แสดงตัวอย่างการตกแต่งร้านอาหารปิ้งย่างสไตล์เกาหลี

ที่มา <https://food.trueid.net/detail/x2EGqxxgVeZ8>

3.4 แผนผังร้าน

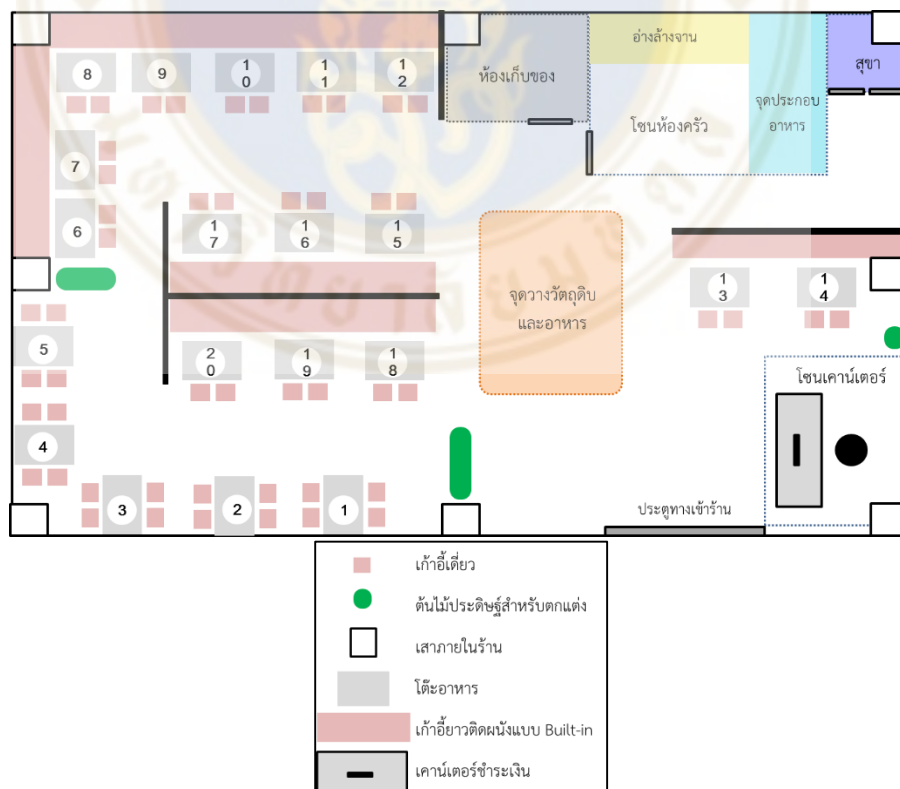
แผนผังร้านจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- โซนห้องครัว สำหรับการเตรียมวัตถุดิบและอาหาร ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ๆ คือ จุดประกอบอาหาร และ อ่างล้างจานและล้างทำความสะอาดวัตถุดิบก่อนนำไปประกอบอาหารหรือเก็บในตู้แช่แข็ง ถัดจากห้องครัวคือห้องเก็บของ ซึ่งจัดเก็บอุปกรณ์ประกอบอาหารและอุปกรณ์สำรองต่าง ๆ

- โซนเคาน์เตอร์บริการลูกค้าและแคชเชียร์ จัดตำแหน่งอยู่ทางเข้าร้าน โดยมีพนักงานประจำสำหรับกล่าวต้อนรับลูกค้าและเก็บค่าบริการ

- โซนสำหรับนั่งรับประทานอาหาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ รูปแบบเก้าอี้เดี่ยว 4 ที่นั่ง จำนวน 5 โต๊ะ และเก้าอี้เดี่ยว 2 ตัวกับเก้าอี้ยาวติดผนัง จำนวน 15 โต๊ะ รวมทั้งสิ้น 20 โต๊ะ หรือ ชั้นต่ำ 80 ที่นั่ง ตรงกลางร้านเป็นจุดวางวัตถุดิบสำหรับให้ลูกค้าบริการตนเอง เช่น อาหารว่าง ของทานเล่น ผลไม้ ผักชนิดต่าง ๆ เป็นต้น

โดยเฟอร์นิเจอร์ภายในร้านจะเน้นไปที่สีขาว สีดำ และไม้สีอ่อน รวมถึงการติดตั้งไฟสี Warm light เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความอบอุ่น และผ่อนคลาย



รูปภาพ 3.3 แสดงแผนผังของร้าน

3.5 การดำเนินการและค่าใช้จ่ายในการตกแต่ง

ร้าน Carat Restaurant ต้องเช่าพื้นที่อาคารพาณิชย์ 2 คูหา ชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน ซึ่งคิดราคาต่อเดือนเท่ากับ 15,000 บาท (ข้อมูล ณ วันที่ 20 มิถุนายน 2565)



ภาพ 3.4 แสดงการประกาศให้เช่าสถานที่สำหรับเป็นร้าน Carat Restaurant

ทางร้านได้เลือกบริษัทสำหรับการตกแต่งร้านดังนี้

- Built in counter ในโซนห้องครัว เลือกใช้บริการบริษัท SB Design Square เนื่องจากเป็นศูนย์รวมเฟอร์นิเจอร์ จึงทำให้มีตัวเลือกสำหรับตกแต่งร้านที่หลากหลายและเหมาะสมมากขึ้น
- ติดตั้งระบบท่อดูดควัน และเดินระบบเครื่องปรับอากาศ เลือกใช้บริการบริษัท ไทยมาวีนทีเรียดีไซน์ จำกัด ซึ่งมีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในการออกแบบตกแต่งร้านเป็นอย่างดี

ตาราง 3.1 แสดงรายการและค่าใช้จ่ายในการลงทุนร้าน Carat Restaurant

รายการ	ชื่อรุ่นของสินค้า	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งภายในร้าน				
โต๊ะแคชเชียร์	Greenforst โต๊ะแคชเชียร์ Counter Bar รุ่น 2178	1	991	991
เครื่อง POS	ชุด POS ร้านอาหาร พร้อมใช้ iMin D3-504 & RP326 & MK420 Free App Loyverse	1	14,250	14,250

ตาราง 3.1 แสดงรายการและค่าใช้จ่ายในการลงทุนร้าน Carat Restaurant (ต่อ)

รายการ	ชื่อรุ่นของสินค้า	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งภายในร้าน				
โต๊ะปิ้งย่าง	โต๊ะและเก้าอี้ 4 ตัว MELLTORP & ADDE	20	2,000	40,000
โคมไฟช่อ	ไฟช่อ CARINI LS-PE464	10	699	6,990
ต้นไม้ประดิษฐ์	ต้นกล้านกยูงประดิษฐ์ LALA HOME 74 ซม.	6	500	3,000
เก้าอี้ม้านั่ง	ม้านั่งสนาม 130 ซม. สีขาว	2	400	800
เครื่องปรับอากาศ	เครื่องปรับอากาศ Daikin-Cassette-FCRN รุ่น FCRN24FXV1S (21,800BTU)	2	39,500	79,000
	เครื่องปรับอากาศ Haier-CTC-Series-R32 รุ่น HSU-10CTC03T (10,042BTU)	2	11,800	23,600
เครื่องดูดควัน	ชุดดูดควันเนื้อยาง ประกอบด้วยท่อ, มอเตอร์ดูดควันและจานรอง	20	3,000	60,000
รวมราคาเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งภายในร้าน				216,831
เครื่องครัวและอุปกรณ์				
เตาแม่เหล็กไฟฟ้า	เตาแม่เหล็กไฟฟ้า HAIER A3B	22	750	16,500
กระทะปิ้งย่าง	กระทะปิ้งย่างเกาหลี SKU BBQ B1	25	299	7,475
ตู้แช่แข็ง	ตู้แช่ 2 ระบบ SANDEN SCF-0465 14.1 คิว สีขาว	1	13,490	13,490
ตู้แช่เย็น	ตู้เครื่องดื่ม 2 ประตู SANDEN YEM-1105i 26.9 คิว สีขาว	1	27,450	27,450
ภาชนะสำหรับใส่อาหาร	- Mama Cooking ถ้วยน้ำจิ้มกลม	200	27	5,400
	- Mama Cooking ชามสแตนเลส	200	49	9,800
	- Mama Cooking จานสแตนเลส	200	30	6,000

ตาราง 3.1 แสดงรายการและค่าใช้จ่ายในการลงทุนร้าน Carat Restaurant (ต่อ)

รายการ	ชื่อรุ่นของสินค้า	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
เครื่องครัวและอุปกรณ์				
ถาดใส่อาหาร	จาน OFTAST ออฟทาสท์ สีขาว 25 ซม.	80	19	1,520
หม้ออุ่นน้ำซุป	KOCH KITCHEN อ่างอุ่นซุปสเตนเลสหม้อคู่ 64x36x33 ซม. JAPAH	1	2,190	2,190
ช้อน ส้อม ตะเกียบ	Mama Cooking ช้อนส้อมและตะเกียบสเตนเลส	100	52	5,200
แก้วน้ำ	Mama Cooking แก้วสเตนเลส ขนาด 350 ซม.	50	39	1,950
อ่างล้างจาน	ซิงค์สี 2 หลุม THAI FORWARD FS8004 สเตนเลส	1	2,275	2,275
ชั้นวางอุปกรณ์	ชั้นวางของโล่ง FURDINI FRAME LR88T4 สีโครม	2	2,590	5,180
เครื่องสไลด์เนื้อ	เครื่องสไลด์หมู/เนื้อ กิ่งอัตโนมัติ ขนาด 6 นิ้ว Spring Green Evolution MS6	1	2,680	2,680
อุปกรณ์เบ็ดเตล็ด	Homepro & Makro	1	30,000	30,000
รวมราคาเครื่องครัวและอุปกรณ์				137,110

3.6 แผนการดำเนินธุรกิจ

3.6.1 การจัดซื้อวัตถุดิบ

ร้าน Carat Restaurant ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพ ความสด และความสะอาดเป็นหลักก่อนขายของวัตถุดิบ อีกทั้งกระบวนการให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบนั้นต้องสะดวกในการเลือกซื้อ โดยปัจจัยดังกล่าวทำให้ทางร้านเลือก Supplier ดังนี้

- บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด เป็นแหล่งวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากเกาหลี เช่น พริกป่น แป้งต็อก น้ำหวาน และซอสรสชาติต่างๆ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีราคาขาย อีกทั้งมีการจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ เหมาะกับการใช้ในร้านอาหาร
- ตลาดเช้า วัดกลาง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นแหล่งวัตถุดิบจำพวกเครื่องเทศ เครื่องปรุงร่งต่าง ๆ สินค้าจะมีราคาถูกเนื่องจากเป็นสินค้าที่ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ที่สำคัญอีกประการคือสินค้าจะมีความสดใหม่มากกว่าสินค้าที่วางขายในช่วงเวลาอื่น
- ตลาดสดไนท์บาร์ชาบุรีรัมย์ เป็นแหล่งวัตถุดิบจำพวกเนื้อสัตว์ต่าง ๆ อาหารทานเล่น รวมถึงผักและผลไม้ โดยรวมร้านขายอาหารสดจำนวนมาก ทำให้ทางร้านสามารถเลือกซื้อวัตถุดิบที่ต้องการได้สะดวกและได้สินค้าครบทุกประเภทในการซื้อจากแหล่งจำหน่ายเดียว ซึ่งได้เทียบกับ Suppliers รายอื่น ดังนี้

ตาราง 3.2 แสดงการเปรียบเทียบแหล่งวัตถุดิบประเภทอาหารสด

แหล่งจำหน่าย	รายการสินค้า	ปริมาณ	หน่วย	ราคา (บาท)	การสั่งและการจัดส่ง
ตลาดไนท์ บลานา บุรีรัมย์	หมูสามชั้น	15	kg.	210	<u>การสั่งซื้อ</u> <ul style="list-style-type: none"> • เลือกและซื้อสินค้าผ่านทางหน้าร้านค้า • สินค้าจำพวกเนื้อสดและของทานเล่น จำนวนจากปริมาณที่เหลือในสต็อกแล้วจึงซื้อเพิ่มในส่วนที่ขาด • สินค้าจำพวกผลไม้ จะสั่งซื้อวันต่อวันเพื่อรักษาความสดของผักและลดปัญหาผลไม้เหี่ยวเฉาหรือน้ำเสีย <u>การจัดส่ง</u> ใช้รถขนของของทางร้านสำหรับรับวัตถุดิบ
	ซี่โครงหมู	6	kg.	200-235	
	สันคอหมู	15	kg.	195	
	เนื้อวัว	6	kg.	300	
	เนื้อไก่	5	kg.	90	
	กุ้งขาว(กลาง)	5	kg.	220	
	ปลาคอปลี	5	kg.	160	
	หมึกสาย	5	kg.	180	
	ลูกชิ้น	5	ห่อ	60	
	ฮอตดอก	5	ห่อ	60	
	ปูอัด	5	ห่อ	60	
	ไข่ไก่สด เบอร์ 1	5	แผง	120	
	เฟรนช์ฟราย	5	ห่อ	100	
	นักเก็ตไก่	5	ห่อ	100	
	แตงโม	5	kg.	20-40	
ชมพู	5	kg.	40		
ผักชนิดต่าง ๆ	5	kg.	500		

ตาราง 3.2 แสดงการเปรียบเทียบแหล่งวัตถุดิบประเภทอาหารสด (ต่อ)

แหล่งจำหน่าย	รายการสินค้า	ปริมาณ	หน่วย	ราคา (บาท)	การสั่งและการจัดส่ง
CP Fresh Mart - บุรีรัมย์	หมูสามชั้น	15	kg.	240	<u>การสั่งซื้อ</u>
	ซี่โครงหมู	6	kg.	210-255	สามารถแจ้งยอดการสั่งซื้อ
	สันคอหมู	15	kg.	230	ล่วงหน้า 1 วัน ไปยังศูนย์
	เนื้อไก่	10	kg.	100	จำหน่ายสาขาย่อย
	กุ้งขาว(กลาง)	5	kg.	300	<u>การจัดส่ง</u>
	ปลาคอปลี	5	kg.	200	ทางสาขาย่อยมีบริการจัดส่ง
	ลูกชิ้น	5	ห่อ	200-250	สินค้า (ไม่มีค่าใช้จ่าย
	สอตดอก	5	ห่อ	200-250	เพิ่มเติม)
	ปูอัด	5	ห่อ	200	
	ไข่ไก่สด เบอร์ 1	5	แผง	170	
	เฟรนช์ฟราย	5	ห่อ	200	
	นักเก็ตไก่	5	ห่อ	200	
เบทาโกรซื้อป บุรีรัมย์	หมูสามชั้น	15	kg.	260	<u>การสั่งซื้อ</u>
	สันคอหมู	15	kg.	200	สมัครสมาชิกกับเบทาโกร
	เนื้อไก่	10	kg.	100-120	สามารถแจ้งยอดการสั่งซื้อ
	ลูกชิ้น	5	ห่อ	100-120	ล่วงหน้า 1 วัน ไปยังศูนย์
	สอตดอก	5	ห่อ	200-300	จำหน่ายสาขาย่อย
	ไข่ไก่สด เบอร์ 1	5	แผง	130	<u>การจัดส่ง</u>
				ทางสาขาย่อยมีบริการจัดส่ง	
				สินค้า (ไม่มีค่าใช้จ่าย	
				เพิ่มเติม)	

3.6.2 กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบ

3.6.2. 1 ผู้จัดการร้าน เป็นผู้ดำเนินการติดต่อและประสานงานกับร้านจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ เพื่อสั่งซื้อและรับสินค้า คำนวณยอดสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้า 1 วัน โดยดูปริมาณวัตถุดิบคงเหลือในสต็อกและจึงซื้อมาเติมในส่วนที่ขาด เพื่อให้ Suppliers จัดเตรียมสินค้ารอการไปรับจากทางร้าน

3.6.2.2 ผู้ช่วยผู้จัดการ เป็นผู้ตรวจสอบปริมาณของวัตถุดิบแบบรายวัน หลังปิดร้าน เพื่อดูปริมาณวัตถุดิบคงเหลือในสต็อกแล้วจัดทำรายงานส่งผู้จัดการร้าน รวมไปถึงการรับวัตถุดิบที่สั่งซื้อมาจากแหล่งจำหน่ายโดยตรวจสอบจำนวนและคุณภาพของสินค้าก่อนนำไปเก็บ

3.6.3 กระบวนการผลิต

3.6.3.1 การเข้าใจวัตถุดิบและสูตรอาหาร

ทางร้านมีการส่งพ่อครัวไปอบรมเพื่อศึกษาในหลักสูตรอาหารเกาหลี ดั้งเดิม เพื่อให้รสชาติอาหารเกาหลีจากร้านมีรสชาติที่ดีและลูกค้าชื่นชอบ รวมถึงพนักงานทั่วไปต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาหารเกาหลีและที่สำคัญคือการปิ้งย่างตามแบบฉบับปิ้งย่างเกาหลี

3.6.3.2 การเตรียมวัตถุดิบ

- วัตถุดิบจำพวกเนื้อสดจะถูกนำเข้าสู่แช่แข็งทันทีหลังจากได้รับการทำความสะอาดและหั่นพร้อมเสิร์ฟเรียบร้อยแล้ว เมื่อเปิดร้านจะย้ายเนื้อสดจากในตู้แช่มาไว้ที่อุณหภูมิห้องก่อนจัดส่งให้ลูกค้าตามรายการสั่งอาหาร
- วัตถุดิบจำพวกผักและผลไม้ จะได้รับการทำความสะอาดตามวิธีที่เหมาะสมของผักผลไม้แต่ละชนิด แล้วจึงนำเข้าสู่แช่เย็นเพื่อถนอมความสดของอาหาร
- น้ำจิ้มและเครื่องปรุงต่าง ๆ จะถูกปรุงหลังจากได้รับวัตถุดิบมาแล้วจัดเก็บไว้ในตู้แช่เย็นเช่นเดียวกับผักและผลไม้
- อาหารปรุงสุก จะถูกปรุงและจัดเตรียมเสร็จสมบูรณ์ก่อนร้านเปิด อาหารจำพวกซุปรวมจะนำมาก่อนเสิร์ฟเสมอ และอาหารประเภทของว่างทานเล่นจะมีการปรุงเพื่อเติมให้ถาดอาหารเต็มอยู่เสมอ

3.6.3.3 ส่วนประกอบและต้นทุน

อาหารในร้าน Carat Restaurant ประกอบด้วย 3 ประเภทหลัก ได้แก่

1. เนื้อสด สำหรับการปิ้งย่างด้วยตนเอง
2. อาหารเกาหลีปรุงสุก
3. เครื่องเคียงและเครื่องดื่ม

ซึ่งทางผู้วิจัยได้ทำการสำรวจราคาของวัตถุดิบจากบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด, ตลาดเช้า วัดกลางจังหวัดบุรีรัมย์ และตลาดสดไนท์บาร์ชาบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน – 3 กรกฎาคม 2565 และได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตาราง 3.3 แสดงส่วนประกอบและต้นทุนของต็อก โบกี้ (True ID,2564)

วัตถุดิบ	ต้นทุน		
	ปริมาณที่ใช้	หน่วย	ราคา(บาท)
แป้งต็อกโบกี้	1	กิโลกรัม	200
ลูกชิ้นปลา	0.5	กิโลกรัม	50
หอมแดง	200	กรัม	15
ซอสโคชูจัง	250	กรัม	90
ซีอิ๊วขาว	10	ช้อนโต๊ะ	1
น้ำตาลทรายแดง	10	ช้อนโต๊ะ	8
พริกป่นเกาหลี	10	ช้อนโต๊ะ	44
กระเทียมสับ	5	ช้อนโต๊ะ	3
น้ำเปล่า	2	ลิตร	10
น้ำมันงา	10	ช้อนโต๊ะ	25
งาขาว	10	ช้อนโต๊ะ	18
ต้นหอมซอย	20	กรัม	1
รวม			470

ตาราง 3.4 แสดงส่วนประกอบและต้นทุนของซุปรสเกาหลี (True ID,2565)

วัตถุดิบ	ต้นทุน		
	ปริมาณที่ใช้	หน่วย	ราคา(บาท)
สาหร่ายทะเลแห้ง	0.5	กิโลกรัม	200
หมูบด	1	กิโลกรัม	130
กระเทียมสับ	10	ช้อนโต๊ะ	6
น้ำมันงา	30	ช้อนโต๊ะ	75
ซีอิ๊วขาว	40	ช้อนโต๊ะ	4
เกลือ	20	กรัม	0.25
น้ำเปล่า	15	ลิตร	75
รวม			490.25

ตาราง 3.5 แสดงส่วนประกอบและต้นทุนของไก่ทอดซอสเกาหลี (True ID,2563)

วัตถุดิบ	ต้นทุน		
	ปริมาณที่ใช้	หน่วย	ราคา(บาท)
ปีกไก่	3	กิโลกรัม	300
แป้งทอดกรอบ	1000	กรัม	39
เกลือป่น	20	กรัม	0.25
พริกไทย	20	กรัม	3
ซอส โคชูจัง	20	ช้อนโต๊ะ	108
น้ำผึ้ง	20	ช้อนโต๊ะ	20
น้ำส้มสายชู	20	ช้อนโต๊ะ	3.50
ซอสมะเขือเทศ	20	ช้อนโต๊ะ	10
น้ำมันพืช	2	ลิตร	140
น้ำเปล่า	500	มิลลิลิตร	2.50
งาขาว	3	ช้อนโต๊ะ	6
ต้นหอมซอย	200	กรัม	10
กระเทียมสับละเอียด	10	ช้อนโต๊ะ	6
รวม			648.25

ตาราง 3.6 แสดงส่วนประกอบและต้นทุนน้ำจิ้มปิ้งย่างเกาหลีและเครื่องเคียง

วัตถุดิบ	ต้นทุน		
	ปริมาณที่ใช้	หน่วย	ราคา(บาท)
น้ำจิ้มสุกี้สูตรกวางตุ้ง	5	กิโลกรัม	230
ซอส โคชูจัง	3	กิโลกรัม	705
ซอสยาคินิซุ	2	กิโลกรัม	270
ซอสซมจั้ง	2	กิโลกรัม	298
กิมจิผักกาดขาว	2	กิโลกรัม	254
หัวไชเท้าดอง	1	กิโลกรัม	160
น้ำมันงา	300	มิลลิลิตร	67
รวม			1,497

3.6.4 Service Blueprint

การบริการของร้าน Carat Restaurant มีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. การเตรียมตัวก่อนเปิดร้าน พนักงานทำความสะอาด มีหน้าที่ดูแลทำความสะอาดภายในร้านและเช็ดอุปกรณ์ เครื่องครัว รวมถึงภาชนะใส่อาหารให้พร้อมสำหรับการใช้งาน พนักงานผู้ช่วยพ่อครัวมีหน้าที่เตรียมวัตถุดิบหลัก ได้แก่ เนื้อสดและผักต่าง ๆ โดยนำออกมาจากตู้แช่แข็งเพื่อร่อนนำไปประกอบอาหารหรือหั่นเป็นชิ้นไว้รอรายการสั่งอาหารจากลูกค้า ผู้ช่วยผู้จัดการ มีหน้าที่ตรวจสอบความเรียบร้อย คือดูความสะอาดในร้านโดยรวม และตรวจสอบการใช้งานอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้แก่ เตามแม่เหล็กไฟฟ้า ปลั๊กไฟ เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น หาพบความผิดปกติหรือได้รับความเสียหายให้ทำบันทึกส่งซ่อมเพื่อแจ้งให้ผู้จัดการร้านทราบและดำเนินการส่งซ่อม จากนั้นเก็บอุปกรณ์ชำรุดไว้ที่ห้องเก็บอุปกรณ์และนำอุปกรณ์สำรองมาใช้ก่อน

2. การกล่าวต้อนรับ พนักงานต้อนรับหรือพนักงานประจำจุดชำระเงิน (แคชเชียร์) ประจำตำแหน่งหน้าร้าน กล่าวคำทักทายลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาภายในร้าน ด้วยคำว่า “อันของฮาเซโย สวัสดิ์ค่ะ Carat Restaurant ยินดีต้อนรับค่ะ/ครับ” พร้อมโบหน้าที่ยิ้มแย้มเพื่อสร้างความประทับใจแรกของลูกค้าและให้เกิดความรู้สึกถึงความเต็มใจในการให้บริการ

3. การรับคำสั่งสินค้า เมื่อลูกค้าเดินผ่านจุดต้อนรับ พนักงานบริการจะเข้าไปสอบถามจำนวนลูกค้าที่เข้าใช้บริการและนำทางลูกค้าไปยังโต๊ะอาหารที่ว่างหรือตำแหน่งที่ลูกค้าสนใจ เมื่อลูกค้านั่งแล้วให้สอบถามก่อนว่าเคยใช้บริการที่ร้านแล้วหรือไม่ หากลูกค้ายังไม่เคยใช้บริการร้านให้แนะนำขั้นตอนแล้ววิธีการสั่งอาหารอย่างสุภาพและชัดเจน พนักงานบริการจะมารับใบเสร็จที่แสดงค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องชำระ และเวลาสิ้นสุดการใช้บริการจากแคชเชียร์เพื่อไปเปะไว้ที่โต๊ะลูกค้า พร้อมกล่าวแจ้งว่า “ใบแจ้งชำระเงินและเวลาค่ะ/ครับ กรุณานำไปยื่นที่แคชเชียร์เพื่อชำระเงินเมื่อรับประทานเสร็จนะคะ/นะครับ ทานให้อร่อยนะคะ/นะครับ”

4. การเตรียมอาหาร เมื่อพนักงานบริการรับคำสั่งจากลูกค้ามาให้แจ้งยอดพร้อมแปะกระดาษคำสั่งที่เคาน์เตอร์ครัวให้ทีมงานในครัวทราบ ทีมงานในครัวประกอบด้วยพ่อครัวและผู้ช่วย มีหน้าที่ดังนี้ พ่อครัวรับผิดชอบในส่วนอาหารปรุงสุก โดยนำอาหารที่ปรุงแล้วมาอุ่นพร้อมจัดใส่จานตามจำนวนคำสั่ง ผู้ช่วยพ่อครัวมีหน้าที่นำวัตถุดิบที่ถูกนำมาละลายความเย็นแล้วหั่นหรือสไลด์ใส่ถาดรวมถึงเตรียมเครื่องเคียงสำหรับเสิร์ฟ ตามจำนวนที่ลูกค้าสั่ง

5. การเสิร์ฟอาหาร เมื่ออธิบายวิธีการสั่งอาหารเสร็จ จึงขออนุญาตเพื่อเปิดเตาแม่เหล็ก ไฟฟ้าและเดินกลับมายังครัวเพื่อจัดเตรียมชุดจานชามและกระชားให้ลูกค้า โดยเมื่อจะวางหรือเสิร์ฟอาหารทุกครั้งให้กล่าวขออนุญาตลูกค้าก่อนวางของ “ขออนุญาตเสิร์ฟอาหารค่ะ/ครับลูกค้า ขออภัยที่ให้อร่อยนะคะ/นะครับ”

6. การกล่าวขอบคุณ พนักงานต้อนรับหรือพนักงานประจำจุดชำระเงิน (แคชเชียร์) จะกล่าวขอบคุณว่า “ขอบคุณที่มาใช้บริการนะคะ/ครับ” เมื่อลูกค้ากำลังจะออกจากร้าน

7. การทำความสะอาดหลังจากลูกค้าเข้าใช้บริการ พนักงานบริการจะนำรถเข็นมาเก็บอุปกรณ์และภาชนะที่ถูกใช้ โดยแยกเศษอาหารใส่ถังขยะเปียกเพื่อนำไปกำจัดในภายหลัง เช็ดโต๊ะและเตาแม่เหล็กไฟฟ้าด้วยผ้าชุบน้ำยาล้างจานบิดหมาดตามด้วยผ้าสะอาดแห้ง แล้วนำอุปกรณ์และภาชนะวางในจุดล้างจาน เพื่อให้พนักงานทำความสะอาดล้างและเช็ดแห้งร่อนำออกมาใช้ใหม่ และกำหนดเวลาปิดรับลูกค้าที่ 20.30 น. เพื่อให้ร้านปิดภายในเวลา 23.00 น. รวมเวลาเก็บทำความสะอาดร้านและตรวจสอบสภาพการทำงานอุปกรณ์ที่ใช้งานเสร็จแล้ว

8. การจัดการอาหารเสีย เศษอาหารจากการประกอบอาหารและที่เหลือหลังจากลูกค้ารับประทานเสร็จแล้วจะถูกเก็บรวมกันและแยกไว้ในถังสำหรับเศษอาหารหรือขยะเปียก และพนักงานทำความสะอาดจะนำขยะและเศษอาหารไปทิ้ง โดยแยกขยะตามประเภทเพื่อให้สะดวกต่อการกำจัด ก่อนทำการปิดร้าน

3.7 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตาราง 3.7 แสดงยอดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

รายการ	ค่าใช้จ่าย (บาท)	
	ถาวร	รายเดือน
การจดทะเบียนพาณิชย์และการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า		
การจดทะเบียนพาณิชย์	5,000	-
การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	1,000	-
การดำเนินการและค่าใช้จ่ายในการตกแต่ง		
เช่าพื้นที่อาคารพาณิชย์	-	15,000
เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งภายในร้าน	216,831	-
เครื่องครัวและอุปกรณ์	137,110	-
การจัดซื้อวัตถุดิบ		
วัตถุดิบสำหรับปิ้งย่าง	-	534,900
วัตถุดิบสำหรับอาหารปรุงสุก เครื่องเคียง และน้ำจิ้ม	-	93,165
รวม	359,941	628,095

บทที่ 4

การบริหารจัดการในองค์กร

4.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

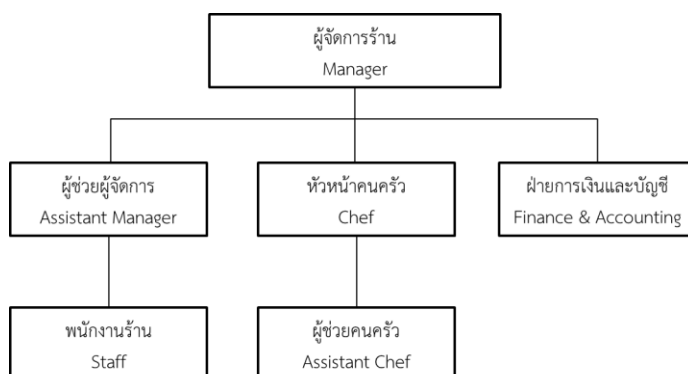
ร้าน Carat Restaurant ร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในสไตล์เกาหลีแบบออริจินัล เป็นร้าน อาหารในรูปแบบบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท Carat Restaurant จำกัด มีทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท ซึ่งบริษัทมีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 3 ราย แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของผู้ถือหุ้น 20,000 หุ้น หุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงินลงทุน 2,000,000 บาท และมีสัดส่วนการถือหุ้น ดังนี้

1. นางสาว พันธุ์ชิตา นพตลุงไชยภัทร จำนวน 10,000 หุ้น คิดเป็นมูลค่าการลงทุน 1,000,000 บาท
2. นางสาว กัญสุรีย์ สรรพาวุธ จำนวน 5,000 หุ้น คิดเป็นมูลค่าการลงทุน 500,000 บาท
3. นาง มาลินี มงคลมะไฟ จำนวน 5,000 หุ้น คิดเป็นมูลค่าการลงทุน 500,000 บาท

4.2 ลักษณะการบริหารงาน

ลักษณะการบริหาร Carat Restaurant ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี บริหารในรูปแบบง่าย (Simple Structure) เนื่องจากเจ้าของกิจการเป็นผู้ดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง มีบทบาทในการกำหนดเป้าหมายและวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการต่าง ๆ และมุ่งเน้นให้พนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ เพื่อให้เกิดการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาองค์กรไปในทางที่ดีขึ้น

4.2.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร



รูปภาพ 4.1 แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กรของร้าน Carat Restaurant

4.3 แผนการบริหารงาน

4.3.1 ผู้จัดการร้าน (Manager) หน้าที่และความรับผิดชอบ (JobTH,2565) มีดังนี้

- กำหนดและวางกลยุทธ์ รวมถึงวางแผนดำเนินงานขององค์กร
- วางแผนเรื่องกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักและสามารถดึงดูด

ความสนใจจากลูกค้าได้

- ดูแลความเรียบร้อยและพร้อมให้บริการลูกค้า รวมไปถึงการประสานงานและกระจายข่าวสารจากผู้ประกอบการหรือเจ้าของร้านถึงพนักงานภายในร้านให้ทราบโดยทั่วกัน
- เป็นผู้ประสานงานกับองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้อง
- เป็นผู้ตัดสินใจเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
- กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนของพนักงานภายในร้าน

4.3.2 ผู้ช่วยผู้จัดการ (Assistant Manager) หน้าที่และความรับผิดชอบ (JobTH,2565)

มีดังนี้

- เป็นผู้ตรวจสอบปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ อุปกรณ์ รวมถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ภายในร้าน และจัดทำรายงานในกรณีพบอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าได้รับความเสียหายหรือชำรุด เพื่อดำเนินการเปลี่ยนหรือซ่อม

- ดูแลความเรียบร้อยและพร้อมให้บริการลูกค้า รวมไปถึงการประสานงานกับผู้จัดการร้านในกรณีพบปัญหาที่ต้องให้ผู้จัดการร้านเป็นผู้ตัดสินใจ

- ควบคุมการทำงานของพนักงานภายในร้านให้ปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับอย่างเหมาะสม
- ดูแลช่องทางการติดต่อระหว่างร้านและลูกค้า รวมถึงตอบคำถามหากลูกค้ามีข้อสงสัยภายใต้ขอบเขตที่สามารถตอบได้

- ประจำตำแหน่งแคชเชียร์ รับชำระเงินจากลูกค้า และจัดทำรายงานการขายและรับชำระเงิน

4.3.3 พนักงานร้าน (Staff) หน้าที่และความรับผิดชอบ (JobTH,2565) มีดังนี้

- บริการลูกค้าด้วยความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และดูแลลูกค้าตลอดการเข้าใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและได้รับประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการร้าน

- จัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มตามที่ลูกค้าสั่ง และนำไปเสิร์ฟให้กับลูกค้า
- ช่วยเหลืองานในห้องครัว

- ทำความสะอาดร้าน โต๊ะเก้าอี้ และเก็บภาชนะที่ให้บริการลูกค้า รวมถึงนำขยะหรือเศษอาหารไปกำจัด
- รายงานปัญหาพนักงานที่พบเจอในแต่ละวันให้ผู้ช่วยผู้จัดการทราบ

4.3.4 หัวหน้าคนครัว (Chef) หน้าที่และความรับผิดชอบ (JobTH,2565) มีดังนี้

- ประกอบอาหารให้เป็นไปตามสูตรของร้าน รวมถึงคิดสูตรอาหารและออกเมนูใหม่ตามเทศกาลหรือวันสำคัญต่าง ๆ
- วางแผนขั้นตอนการทำงานให้กับพนักงานภายในครัว และควบคุมการทำงานในห้องครัวทั้งหมดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย
 - ตรวจสอบปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบที่ต้องใช้ในแต่ละวัน
 - วางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบที่ต้องใช้ในแต่ละวันให้มีเพียงพอต่อการให้บริการ แล้วจัดทำรายงานส่งต่อผู้จัดการร้าน เพื่อดำเนินการสั่งซื้อจากแหล่งจำหน่าย

4.3.5 ผู้ช่วยคนครัว (Assistant Chef) หน้าที่และความรับผิดชอบ (JobTH, 2565)

มีดังนี้

- ตรวจสอบปริมาณคงเหลือของวัตถุดิบแต่ละชนิด และรายงานต่อหัวหน้าคนครัวเพื่อดำเนินการวางแผนสำหรับการสั่งซื้อเพิ่ม
- ทำความสะอาดและจัดเก็บวัตถุดิบแต่ละประเภทหลังจากหัวหน้าคนครัวตรวจสอบปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบเรียบร้อยแล้ว
 - จัดเตรียมวัตถุดิบสำหรับนำมาประกอบอาหาร
 - ปฏิบัติตามคำสั่งของหัวหน้าคนครัวอย่างเหมาะสม
 - ดูแลและทำความสะอาดอุปกรณ์เครื่องครัวและภาชนะต่าง ๆ ก่อนและหลังใช้งาน

4.3.6 ฝ่ายการเงินและบัญชี (Finance & Accounting) หน้าที่และความรับผิดชอบ (JobTH, 2565) มีดังนี้

- บริหารและจัดการค่าใช้จ่ายขององค์กร
- ดูแลด้านการจัดซื้อ จัดจ้าง
- วิเคราะห์และควบคุมต้นทุนสินค้า
- จัดทำแผนงบประมาณของฝ่ายต่าง ๆ
- การสรรหาแหล่งเงินทุน

4.4 วันและเวลาการทำงาน

ร้าน Carat Restaurant เปิดบริการทุกวัน เวลา 15.00 – 22.00 น. โดยพนักงานเริ่มเข้างานเวลา 13.00-14.00 น. และเลิกงานเวลา 22.00-23.00 น. ทั้งนี้เวลาเข้าและเลิกงานขึ้นอยู่กับตำแหน่งปฏิบัติงาน รวมเวลาทำการ 8 ชั่วโมง โดยร้านจะแบ่งเวลาในการทำงานของพนักงานในแต่ละวัน ดังนี้

ตาราง 4.1 แสดงช่วงเวลาการทำงานของพนักงาน

	ผู้จัดการ ร้าน	ผู้ช่วย ผู้จัดการ	พนักงาน ชุด 1	พนักงาน ชุด 2	หัวหน้า คนครัว	ผู้ช่วย คนครัว	การเงิน และ บัญชี
13.00-14.00							
14.00-15.00							
15.00-16.00							
16.00-17.00							
17.00-18.00	พัก		พัก		พัก		
18.00-19.00		พัก		พัก		พัก	
19.00-20.00							
20.00-21.00							
21.00-22.00							
22.00-23.00							

ในส่วนงานของกลุ่มพนักงาน ทางร้านได้จะมีการแบ่งและจัดตำแหน่งปฏิบัติงานให้กับพนักงานแต่ละคน เพื่อความสมดุลของปริมาณงานที่พนักงานแต่ละตำแหน่งต้องรับผิดชอบ ซึ่งจะแบ่งพนักงานออกเป็น 2 ชุดหลักตามตำแหน่งงาน ได้แก่ชุด 1 อยู่ส่วนหน้าร้าน ทำหน้าที่ทำความสะอาดร้านและเตรียมความพร้อมก่อนเปิดรับลูกค้า ให้บริการลูกค้าและทำความสะอาดโต๊ะเก้าอี้ก่อนและหลังให้บริการ และชุด 2 อยู่ส่วนหลังร้าน ทำหน้าที่จัดเตรียมอุปกรณ์ ภาชนะต่าง ๆ และช่วยเหลืองานในห้องครัว และทำความสะอาดร้านก่อนปิดร้าน

4.5 การวางแผนกำลังคนและโครงสร้างค่าตอบแทน

ร้าน Carat Restaurant มีการวางแผนจ้างงานทั้งหมด 4 ตำแหน่งในปีแรกของการเปิดกิจการ ได้แก่ หัวหน้าคนครัว ผู้ช่วยคนครัว ฝ่ายการเงินและบัญชี และพนักงานร้าน ในส่วนของตำแหน่งผู้จัดการร้าน เจ้าของกิจการเป็นผู้ดำเนินการเอง ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ จะดำรงตำแหน่งโดยคนในครอบครัวของเจ้าของกิจการ ทั้งนี้ทางร้าน Carat Restaurant ได้มีการวางแผนจัดกำลังคนและการจ้างงานดังต่อไปนี้

ตาราง 4.2 แสดงการจ้างงานพนักงานในแต่ละปี

ตำแหน่ง	อัตรากำลังคน				
	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ผู้จัดการร้าน	1	1	1	1	1
ผู้ช่วยผู้จัดการ	1	1	1	1	1
หัวหน้าคนครัว	1	1	1	1	1
ผู้ช่วยคนครัว	2	2	2	2	2
ฝ่ายการเงินและบัญชี	1	1	1	1	1
พนักงานร้าน	7	7	7	7	7
รวม	13	13	13	13	13

ตาราง 4.3 แสดงอัตราเงินเดือนของพนักงานในปีแรก

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	รวมเงินเดือนโดยประมาณ (บาท)
ผู้จัดการร้าน	1	15,000	15,000
ผู้ช่วยผู้จัดการ	1	12,000	12,000
หัวหน้าคนครัว	1	12,000	12,000
ผู้ช่วยคนครัว	2	9,000	18,000
ฝ่ายการเงินและบัญชี Part-time	1	5,000	5,000
พนักงานร้าน	7	9,000	63,000
รวม	13		125,000

4.6 การสรรหาและการคัดเลือกพนักงาน

4.6.1 การรับสมัครพนักงาน

เพื่อให้ได้พนักงานที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับตำแหน่งงานมากที่สุด ทางร้านจึงใช้ช่องทางในการเปิดรับสมัครที่หลากหลาย ได้แก่ ประกาศรับสมัครพนักงานจากคนรู้จักหรือคนใกล้ชิดที่สนใจในการหางาน และประกาศรับสมัครในสื่อ Social Media เช่น Facebook และ Instagram เป็นต้น หลังจากนั้นจะมีการสัมภาษณ์สำหรับผู้สมัครงาน ดำเนินการโดยเจ้าของกิจการและผู้ช่วยผู้จัดการ โดยผู้สมัครจะต้องมีคุณสมบัติตามที่เจ้าของกิจการกำหนด

4.6.2 คุณสมบัติของพนักงาน

ทางร้านได้กำหนดคุณสมบัติของพนักงานให้สอดคล้องกับตำแหน่งและหน้าที่ที่ได้รับ

ตำแหน่งหัวหน้าคนครัว (Job bkk, 2565)

เพศหญิงหรือชาย อายุ 20 ปีขึ้นไป มีใบประกอบวิชาชีพการประกอบอาหาร โดยต้องมีคุณสมบัติคือผ่านการเรียนการสอนในสถาบันที่ได้รับการรับรอง จำนวน 6 หน่วยกิต ขึ้นไป หรือผ่านการเรียนการสอนจากคอร์สในสถานบันที่กำหนดไว้ มากกว่า 90 ชั่วโมงขึ้นไป มีทักษะในการใช้เครื่องครัว สามารถประกอบอาหารและเครื่องดื่มได้ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีใจรักในงานบริการ หากมีประสบการณ์หรือมีความรู้ด้านอาหารเกาหลีจะพิจารณาเป็นพิเศษ

ตำแหน่งผู้ช่วยคนครัว (Job bkk, 2565)

เพศหญิงหรือชาย อายุ 20 ปีขึ้นไป มีทักษะในการใช้เครื่องครัว สามารถประกอบอาหารและเครื่องดื่มได้ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีใจรักในงานบริการ หากมีประสบการณ์หรือมีความรู้ด้านอาหารเกาหลีจะพิจารณาเป็นพิเศษ

ตำแหน่งฝ่ายการเงินและบัญชี (Job bkk, 2565)

เพศหญิงหรือชาย สำเร็จวุฒิการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ขึ้นไป ถึงระดับปริญญาตรี มีความรู้พื้นฐานทางบัญชี มีทักษะการใช้โปรแกรม Microsoft ต่างๆ มีความละเอียด ช่างสังเกต และมีความจำดี มีความซื่อสัตย์ในงานที่รับผิดชอบ หากมีประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชีจะพิจารณาเป็นพิเศษ

ตำแหน่งพนักงานร้าน (Job bkk, 2565)

เพศหญิงหรือชาย อายุ 18 ปีขึ้นไป สำเร็จวุฒิการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ขึ้นไป หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พนักงานครัว, พนักงานเสิร์ฟ ขึ้นไป มีบุคลิกภาพที่ดี มีใจรักในงานบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเข้ากับผู้อื่นได้ง่าย หากมีประสบการณ์ทำงานในร้านอาหารจะพิจารณาเป็นพิเศษ

4.7 แผนพัฒนาบุคลากร

ทางร้านมีการฝึกอบรม โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

4.7.1 การฝึกอบรมพนักงานใหม่

เป็นการฝึกอบรมเพื่อให้พนักงานมีทักษะในด้านการบริการและการปฏิบัติงานตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้อง และสามารถปฏิบัติงานร่วมกับพนักงานคนอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการอบรมพนักงานใหม่ประกอบด้วย นโยบายการทำงานของทางร้าน ซึ่งแจ้งขั้นตอนการปฏิบัติงานตั้งแต่การเตรียมตัวก่อนเปิดร้านจนถึงการปิดร้าน ตำแหน่งและหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ การใช้งานอุปกรณ์และภาชนะต่าง ๆ ภายในร้าน รวมถึงการแต่งกายและการแนวทางการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

4.7.2 การฝึกอบรมพนักงานเก่า

เป็นการอบรมเพื่อสร้างความตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของพนักงานในแต่ละตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย โดยผู้จัดการร้านและผู้ช่วยผู้จัดการ จะเป็นผู้สังเกตการณ์การปฏิบัติงานของพนักงาน การฟังความเห็นจากผู้ร่วมงานรายอื่น ตลอดจนการรับคำร้องเรียนจากลูกค้า ซึ่งในกรณีที่พนักงานท่านใดที่ปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ร้านกำหนด จะมีการเรียกอบรมพนักงานเป็นรายบุคคล นอกจากนี้ทางร้านมีนโยบายสนับสนุนพนักงานในการศึกษาหาความรู้พัฒนาตนเองอยู่เสมอ

บทที่ 5 แผนการเงิน

5.1 เงินลงทุน

เงินลงทุนสำหรับธุรกิจร้าน Carat Restaurant ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี ประกอบด้วยเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานและเงินทุนหมุนเวียน โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตาราง 5.1 ดังนี้

ตาราง 5.1 รายละเอียดของเงินทุน

รายการ	มูลค่า (บาท)
1. เงินลงทุนในทรัพย์สินถาวร	
เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งภายในร้าน	216,831
เครื่องครัวและอุปกรณ์	137,110
2. เงินทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
ค่าจดทะเบียนพาณิชย์	5,000
ค่าจัดเครื่องหมายการค้า	1,000
3. เงินทุนหมุนเวียน	
เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน	1,640,059
รวมมูลค่าการลงทุน	2,000,000

5.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

ร้าน Carat Restaurant ใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 2,000,000 บาท โดยใช้เงินลงทุนของตนเองและหุ้นส่วน ไม่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินแต่อย่างใด ซึ่งการลงทุนของบริษัทมาจากผู้ร่วมลงทุนทั้งสิ้น 3 ราย แบ่งสัดส่วนเป็นเงินลงทุนจากเจ้าของกิจการ 1,000,000 บาท และเงินทุนจากหุ้นส่วน 2 ราย รายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น จำนวนหุ้นและมูลค่าการลงทุน ดังแสดงในตาราง 5.2

ตาราง 5.2 รายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น จำนวนหุ้นและมูลค่าการลงทุน

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวน	สัดส่วน	เงินลงทุน(บาท)
1	พัฒนัชิตา นพตลุงไชยภัทร	10,000	50%	1,000,000
2	กัญสุรีย์ สรรพาวุธ	5,000	25%	500,000
3	มาลินี มงคลมะไฟ	5,000	25%	500,000
รวม		20,000	100%	2,000,000

5.3 สมมติฐานทางการเงิน

ตาราง 5.3 สมมติฐานทางการเงินของร้าน Carat Restaurant

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	5 ปี แบบเส้นตรง
ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	5 ปี แบบเส้นตรง
สินค้าคงคลังสำเร็จรูป	ร้อยละ 10 ต่อเดือน
ค่าซาก	ไม่มีนโยบายค่าซาก
ให้เครดิตการชำระเงินให้แก่ลูกค้า	ไม่มีการให้เครดิต
ได้รับเครดิตการชำระเงินจากเจ้าหนี้การค้า	30 วัน และมียอดค้างชำระไม่เกินร้อยละ 20 ของยอดทั้งหมด
อัตราเงินเฟ้อ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)	เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 ต่อปี
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (กรมสรรพากร, 2561)	ร้อยละ 15 ต่อปี
นโยบายการจ่ายเงินปันผล	บริษัทจ่ายเงินปันผลที่ร้อยละ 70 จากกำไรสุทธิ บริษัทจ่ายเงินปันผลครั้งแรกในปีที่ 4
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)	ไม่มีการคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม

ตาราง 5.3 สมมติฐานทางการเงินของร้าน Carat Restaurant (ต่อ)

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
เงินทุนหมุนเวียน	ไม่มีเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี
ค่าความผันผวนของตลาด (β)	1
อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity)	ร้อยละ 9.32
ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก WACC (Weight Average Cost of Capital)	ร้อยละ 9.32
อัตราการเติบโตทางการตลาด	คาดการณ์ยอดขายเติบโต 5% ต่อปี
ค่าเช่าพื้นที่	15,000 บาทต่อเดือน

5.4 ประเมินการรายได้

ร้าน Carat Restaurant มีรายได้จากการให้บริการลำจำหน่ายสินค้า 2 ช่องทางคือ ทางหน้าร้านและจัดส่ง Delivery โดยมีรายละเอียดดังตาราง 5.4

ตาราง 5.4 การประเมินการรายได้ ปีที่ 1 – ปีที่ 5

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผ่านหน้าร้าน					
จำนวนผู้เข้าใช้บริการ	21,900	22,995	24,145	25,352	25,352
ราคาจำหน่ายต่อคน	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00
รายได้	6,548,100.00	6,875,505.00	7,219,280.25	7,580,244.26	7,580,244.26
ผ่าน Food delivery					
จำนวนขาย (ชุด)	2,190	2,300	2,414	2,535	2,535
ราคาจำหน่ายต่อคน	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00
รายได้	654,810.00	687,550.50	721,928.03	758,024.43	758,024.43
รายได้สุทธิ (บาท)	7,202,910.00	7,563,055.50	7,941,208.28	8,338,268.69	8,338,268.69

5.5 ประมาณการต้นทุน

ในการคิดราคาต้นทุนจะคำนวณจากค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการประกอบอาหาร โดยกำหนดปริมาณวัตถุดิบแต่ละชนิดสำหรับผู้เข้าใช้บริการร้าน 100 ราย หรือเป็นจำนวนสูงสุดในการรับลูกค้าต่อวัน ซึ่งได้มาจากการสำรวจตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์

ตาราง 5.5 ต้นทุนผลิตสินค้าและบริการ

รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม
การจัดซื้อวัตถุดิบ				
1. วัตถุดิบสำหรับปิ้งย่าง				
- หมูสามชั้น	15	kg	210	3,150
- ชีโครงหมู	6	kg	217.5	1,305
- สันคอหมู	15	kg	195	2,925
- เนื้อวัว	6	kg	300	1,800
- เนื้อไก่	5	kg	90	450
- กุ้งขาว(กลาง)	5	kg	220	1,100
- ปลาคอลลี่	5	kg	170	850
- หมึกสาย	5	kg	180	900
- ลูกชิ้น	5	ห่อ	60	300
- สอตดอก	5	ห่อ	60	300
- ปูอัด	5	ห่อ	60	300
- ไข่ไก่สด เบอร์ 1	5	แผง	120	600
- เฟรนช์ฟราย	5	ห่อ	100	500
- นักเก็ตไก่	5	ห่อ	100	500
- แดงโม	5	kg	30	150
- ชมพู่	5	kg	40	200
- ผักชนิดต่าง ๆ	5	kg	500	2,500

ตาราง 5.5 ต้นทุนผลิตสินค้าและบริการ (ต่อ)

รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม
การจัดซื้อวัตถุดิบ				
2. วัตถุดิบสำหรับอาหารปรุงสุก เครื่องเคียงและน้ำจิ้ม				
- ซุปสาหร่ายเกาหลี	1	ชุด	490.25	490.25
- ต็อกโบกี	1	ชุด	470	470
- ไก่ทอดซอสเกาหลี	1	ชุด	648.25	648.25
- เครื่องเคียงและน้ำจิ้ม	1	ชุด	1,497	1,497
รวมราคาการจัดซื้อวัตถุดิบ(ต่อวัน)				20,935.50
รวมราคาการจัดซื้อวัตถุดิบ(ต่อหน่วย)				209.36
Conversion Cost				
ต้นทุนค่าไฟตู้แช่เย็น	500	unit	4.42	2,210
ต้นทุนค่าแก๊สหุงต้ม	10	ถัง	15	150
รวมราคาConversion Cost (ต่อเดือน)				2,360.00
รวมราคาConversion Cost (ต่อหน่วย)				0.79
รวมต้นทุนสินค้า(ต่อหน่วย)				210.1

ตาราง 5.6 แสดงราคาต้นทุนขายจากปริมาณยอดขายจากลูกค้าทุกช่องทางจัดจำหน่ายในปีที่ 1- 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ปริมาณยอดขายหรือจำนวน ผู้เข้าใช้บริการ	24,090	25,295	26,559	27,887	27,887
ราคาต้นทุน (บาท)	210.1	210.1	210.1	210.1	210.1
รวมต้นทุน (บาท)	5,062,313	5,315,428	5,581,200	5,860,260	5,860,260

5.6 ประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหารธุรกิจ

ตาราง 5.7 รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ปีที่ 1 – ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนพนักงาน	1,500,000	1,608,000	1,716,000	1,716,000	1,716,000
ค่าโปรแกรม Express รายปี	19,760	19,760	19,760	19,760	19,760
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	607,141	253,200	253,200	253,200	253,200
รวม	2,126,901	1,880,960	1,988,960	1,988,960	1,988,960

ตาราง 5.8 ประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด ปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผ่านช่องทางออนไลน์					
contents และซื้อ โฆษณาบน Facebook	30,000	39,000	39,000	39,000	39,000
ผ่านช่องทางออฟไลน์					
โปรโมชั่นทดลองเปิดร้าน ส่วนลด 10 % และสินค้าทดลองฟรี	50,000	-	-	-	-
โปรโมชั่นสำหรับเทศกาลต่าง ๆ	-	150,000	150,000	150,000	150,000
โปรโมชั่นบัตรสมาชิก/คูปองสะสมแต้ม	-	50,000	-	-	-
ป้ายโฆษณาเปิดร้านสาขา 2	-	-	2,000	-	-
รวม	80,000	239,000	191,000	189,000	189,000

5.7 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตาราง 5.9 ประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1- ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	7,202,910	7,563,056	7,941,208	8,338,269	8,338,269
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	5,062,313	5,315,428	5,581,200	5,860,260	5,860,260
กำไรขั้นต้น	2,140,597	2,247,627	2,360,008	2,478,009	2,478,009
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน					
หัก-ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	6,000	-	-	-	-
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	2,126,901	1,880,960	1,988,960	1,988,960	1,988,960
หัก-ค่าใช้จ่ายการตลาด	80,000	239,000	191,000	189,000	189,000
หัก-ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหาร	70,788	70,788	70,788	70,788	70,788
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	2,283,689	2,190,748	2,250,748	2,248,748	2,248,748
กำไรจากการดำเนินงาน	(143,092)	56,879	109,260	229,261	229,261
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน					
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	0	0	0	0	0
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	(143,092)	56,879	109,260	229,261	229,261
ภาษี					
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล 15%	(21,464)	8,532	16,389	34,389	34,389
กำไรสุทธิ	(121,628)	48,347	92,871	194,872	194,872
หัก-เงินปันผลจ่าย	0	0	0	136,410	136,410
กำไรหลังจ่ายเงินปันผล	(121,628)	48,347	92,871	58,461	58,461
กำไรสะสม	(121,628)	(73,281)	19,590	78,052	136,513

ตาราง 5.10 ประมาณการงบดุล ปีที่ 1- ปีที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสม	0	(121,628)	(73,281)	19,590	78,052	136,513
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,000,000	1,878,372	1,926,719	2,019,590	2,078,052	2,136,513
รวมหนี้สินและ ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,000,000	1,962,744	2,099,681	2,285,572	2,441,705	2,597,837

5.9 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตาราง 5.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1- ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ	0	(121,628)	48,347	92,871	194,872	194,872
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและ การขาย	0	70,788	70,788	70,788	70,788	70,788
เจ้าหนี้การค้า	0	84,372	88,590	93,020	97,671	97,671
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	0	(60,024)	(63,025)	(66,177)	(69,486)	(69,486)
ดอกเบี้ยจ่าย	0	0	0	0	0	0
รวม กระแสเงินสดจากการ ดำเนินงาน	0	(26,492)	144,700	190,503	293,845	293,845
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	353,941	0	0	0	0	0
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	6,000	0	0	0	0	0
รวม กระแสเงินสดจากการลงทุน	359,941	0	0	0	0	0
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินสดจากการกู้ยืมธนาคาร	0	0	0	0	0	0
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	2,000,000	0	0	0	0	0
เงินสดจ่ายปันผล	0	0	0	0	(136,410)	(136,410)

ตาราง 5.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1- ปีที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมกระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน	2,000,000	0	0	0	(136,410)	(136,410)
กระแสเงินสดสุทธิ	1,640,059	(26,492)	144,700	190,503	157,435	157,435
กระแสเงินสดต้นงวด	0	1,640,059	1,613,567	1,758,267	1,948,770	2,106,205
กระแสเงินสดปลายงวด	1,640,059	1,613,567	1,758,267	1,948,770	2,106,205	2,263,640

ตาราง 5.12 ประมาณการกระแสเงินสดอิสระของกิจการและอัตราการเติบโตอย่างยั่งยืนของกิจการ

รายการ	ผลวิเคราะห์ห้งบกระแสเงินสด
Sustainable or Long-term Growth Rate	ร้อยละ 1.2
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานปีที่ 6 (CF ₆)	297,324.58 บาท
Terminal Value ปีที่ 5	3,654,469.48 บาท

5.10 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการในระยะยาว จำแนกรายปีตามกรอบเวลา 5 ปี

ผลตอบแทนการลงทุนสำหรับธุรกิจร้าน Carat Restaurant ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี โดยเปรียบเทียบระหว่างเงินลงทุนกับผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน ดังรายละเอียดในตาราง 5.13

ตาราง 5.13 ผลวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนในกรอบเวลา 5 ปี ของ บริษัท Carat Restaurant จำกัด

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ของบริษัท	ร้อยละ 9.32
มูลค่าปัจจุบัน(บาท) (Net Present Value : NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการ	2,617,255.42

ตาราง 5.13 ผลวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนในกรอบเวลา 5 ปี ของ บริษัท Carat Restaurant จำกัด (ต่อ)

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสด รับแต่ละปีตลอดอายุโครงการและ จำนวนสินเชื่อ	ร้อยละ 72.73
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะ ได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด	3.17
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะ ได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมดโดยคิด เป็นมูลค่าปัจจุบัน	3.82

บทที่ 6

การจัดการความเสี่ยง และแนวทางรองรับความเสี่ยง

6.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินธุรกิจร้าน Carat Restaurant ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี อาจมีความเสี่ยงเกิดขึ้นได้ ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจให้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างไม่ติดขัด จึงมีการประเมินการจัดการความเสี่ยง (Risk Management) โดยมีการประเมินทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

6.1.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

ความเสี่ยงด้านการตลาดที่คาดการณ์ว่าอาจเกิดขึ้นได้ มีดังนี้

6.1.1.1 ขอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากร้านยังไม่เป็นที่รู้จักหรือไม่มี Brand awareness ดังนั้นทางร้านต้องดำเนินการปรับปรุงหรือเพิ่มการสื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าให้มีความทั่วถึงมากขึ้น หรือทำการจ้าง Youtuber/Influencer ที่กำลังเป็นกระแสหรือเป็นที่รู้จักในด้านอาหารและสามารถสื่อสารแบรนด์ของร้านได้เป็นอย่างดี โดยทำการวัดประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาดจากยอดคลิกและยอดผู้ติดตามในเพจบน social media ต่าง ๆ ว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงอย่างไร เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ร้านเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

6.1.1.2 ขอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากสินค้าและบริการไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ทางร้านจะดำเนินการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของทางร้าน โดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์จากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้าน ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับรสชาติอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบ บรรยากาศร้าน สิ่งทีลูกค้าประทับใจ รวมไปถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมหรือสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

6.1.2 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่อาจเกิดขึ้นได้ คือ การขาดสภาพคล่องทางการเงิน ดำเนินการบริหารความเสี่ยงนี้โดยการจัดทำงบกระแสเงินสดล่วงหน้าเพื่อประมาณการรายรับ-รายจ่าย และเพื่อความคุ้มครองทุนในการดำเนินงาน นอกจากนั้นแล้วต้องมีการตรวจสอบบัญชี และ

คำนวณค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออก รวมถึงต้องมีการวางแผนการระดมทุนจากผู้ร่วมลงทุนเพื่อเพิ่มสภาพคล่องในการลงทุน

6.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

ร้าน Carat Restaurant ดำเนินธุรกิจโดยไม่มีการกู้ยืมเงินเพื่อการลงทุน ดังนั้นธุรกิจจึงไม่มีความเสี่ยงทางการเงินอันเกิดมาจากการให้เครดิตที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

6.1.4 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operation Risk)

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการที่คาดการณ์ว่าอาจเกิดขึ้นได้ มีดังนี้

6.1.4.1 มีสินค้าคงเหลือเนื่องจากจำหน่ายสินค้าไม่หมดในแต่ละวัน วิธีแก้ปัญหาสินค้าคงเหลือแต่ละประเภทจะแตกต่างกันคือ สินค้าที่เป็นวัตถุดิบ เช่น อาหารสดจำพวกเนื้อสัตว์ให้ล้างแล้วนำกลับมาแช่ไว้ในตู้แช่แข็งเพื่อนำมาใช้ในวันถัดไป เป็นการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในแต่ละวัน ส่วนสินค้าที่เป็นอาหารปรุงสุก จะถูกนำไปทิ้งตามแนวทางการกำจัดอาหารเสีย อีกทั้งทางร้านจะมีการทำรายงานบันทึกรายวันเพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าเมนูไหนจำหน่ายได้น้อย เป็นสาเหตุให้มีสินค้าคงเหลือ จากนั้นนำผลที่ได้มาปรับปริมาณยอดสั่งซื้อในแต่ละวันอย่างเหมาะสมเพื่อไม่ให้เกิดเป็นต้นทุนส่วนเกิน

6.1.4.2 ปริมาณสินค้าหรือวัตถุดิบไม่เพียงพอ จากการคำนวณยอดสั่งซื้อผิดพลาด แนวทางการแก้ไขความเสี่ยงนี้คือ วางแผนสำหรับการสั่งซื้อวัตถุดิบในกรณีฉุกเฉิน โดยจะดำเนินการติดต่อกับแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบเกี่ยวกับการสั่งซื้อวัตถุดิบเร่งด่วนเพื่อให้ทางแหล่งจำหน่ายเตรียมสินค้าและจัดส่งมาทางร้าน อีกทั้งทางร้านจะมีการทำรายงานบันทึกรายวัน เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าเมนูไหนที่เป็นที่ต้องการสูงหรือขาด เป็นสาเหตุให้สินค้าไม่เพียงพอในการจำหน่าย จากนั้นนำผลที่ได้มาปรับปริมาณยอดสั่งซื้อในแต่ละวันอย่างเหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงเรื่องปริมาณสินค้าหรือวัตถุดิบไม่เพียงพอ

6.1.4.3 คุณภาพของการให้บริการแย่ง เนื่องจากพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างไม่ทั่วถึงและจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ วิธีแก้ปัญหานี้คือ ในกรณีที่พนักงานไม่เพียงพอ ในช่วงเวลาที่มีลูกค้าใช้บริการจำนวนมาก ผู้จัดการร้านและผู้ช่วยผู้จัดการจะมาช่วยดูแล นอกจากนั้นแล้วเจ้าของกิจการ, ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน รวมถึงหัวหน้าคนครัว มีหน้าที่ควบคุมและดูแลการทำงานของพนักงาน โดยการสอบถามถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ปรับปรุงแก้ไข หากวิเคราะห์แล้วว่าลูกค้ามีจำนวนมากเกินกว่ากำลังพนักงาน ผู้จัดการร้านต้องพิจารณาจ้างพนักงานใหม่เพิ่มตามความเหมาะสม

6.1.4.4 ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มมากขึ้น วิธีแก้ปัญหาคือ สํารวจแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบแหล่งอื่น ๆ ที่มีคุณภาพเทียบเท่าหรือใกล้เคียง ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์และติดตามราคาวัตถุดิบอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและเพื่อจําหรับมือได้อย่างเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

6.1.4.5 พนักงานลาออกหรือลาหยุดกะทันหัน วิธีการแก้ไขคือ ผู้จัดการร้านต้องมีการวางแผนสําหรับการสํารองพนักงาน โดยจะจัดให้มีการฝึกทักษะพนักงานสําหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งต่าง ๆ อย่างเหมาะสม เช่น ตำแหน่งผู้ช่วยคนครัวควรได้รับการอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปรุงอาหารจากหัวหน้าคนครัวเพื่อปฏิบัติงานแทนเมื่อหัวหน้าคนครัวไม่สามารถปฏิบัติงานได้ นอกจากนั้นหากไม่สามารถหาคนมาทำงานแทนได้ ทางผู้จัดการร้านหรือสมาชิกในครอบครัวจะเข้ามาช่วยเหลือกิจการด้วยตนเอง

6.2 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขในกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

ความเร่งด่วนน้อย : ระยะสั้น 1 ปี

ความเร่งด่วนปานกลาง : ระยะกลาง มากกว่า 1 ปี และไม่เกิน 3 ปี

ความเร่งด่วนมาก : ระยะยาว มากกว่า 3 ปี

ตาราง 6.1 แสดงบทวิเคราะห์ความเร่งด่วนของความเล็ง และแนวทางการลดความเสี่ยง

ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วน			แนวทางการแก้ไข
	สูง	ต่ำ	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)						
<p>ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากร้านยังไม่เป็นที่รู้จักหรือไม่มี Brand awareness</p>	✓					<p>ดำเนินการปรับปรุงหรือเพิ่มการสื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าให้มีความทั่วถึงมากขึ้น หรือทำการจ้าง Youtuber, Influencer ที่กำลังเป็นกระแสหรือเป็นที่รู้จักในด้านอาหารและสามารถสื่อสารแบรนด์ของร้านได้เป็นอย่างดี โดยทำการวัดประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาดจากยอดกดไลก์และยอดผู้ติดตามในเพจบน social media ต่าง ๆ เช่น Facebook ว่ามีอัตราการเปลี่ยนแปลงอย่างไร เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ร้านเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น</p>
<p>ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากสินค้าและการบริการไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค</p>	✓					<p>ดำเนินการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของทางร้านโดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์จากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้าน ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับรสชาติอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบ บรรยากาศร้าน สิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ รวมไปถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมหรือสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น</p>

ตาราง 6.1 แสดงบทวิเคราะห์ความเร่งด่วนของความเล็ง และแนวทางการลดความเสี่ยง (ต่อ)

ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วน			แนวทางการแก้ไข
	สูง	ต่ำ	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)						
การขาดสภาพคล่องทางการเงิน	✓				✓	ดำเนินการบริหารความเสี่ยงนี้โดยการจัดทำงบกระแสเงินสดล่วงหน้าเพื่อประมาณการรายรับ-รายจ่าย และเพื่อความคุ้มครองด้านการดำเนินงาน นอกจากนั้นแล้วต้องมีการตรวจ สอบบัญชีและคำนวณค่าใช้จ่ายไม่จำเป็นออก รวมถึงต้องมีการวางแผนการระดมทุนจากผู้ร่วมลงทุนเพื่อเพิ่มสภาพคล่องในการลงทุน
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operation Risk)						
มีสินค้าคงเหลือเนื่องจากจำหน่ายสินค้าไม่หมดในแต่ละวัน		✓		✓		อาหารสดจำพวกเนื้อสัตว์ให้ล้างแล้วนำกลับมาแช่ไว้ในตู้แช่แข็งเพื่อนำมาใช้ในวันถัดไป ซึ่งเป็นการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในแต่ละวัน ส่วนสินค้าที่เป็นอาหารปรุงสุก จะถูกนำไปทิ้งตามแนวทางการกำจัดอาหารเสีย อีกทั้งทางร้านจะมีการทำรายงานบันทึกประจำวันเพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าเมนูไหนจำหน่ายได้น้อย และเป็นสาเหตุให้มีสินค้าคงเหลือ จากนั้นนำผลที่ได้ มาปรับปริมาณยอดขายซื้อในแต่ละวันอย่างเหมาะสมเพื่อไม่ให้เกิดเป็นต้นทุนส่วนเกิน

ตาราง 6.1 แสดงบทวิเคราะห์ความเร่งด่วนของความเสี่ยง และแนวทางการลดความเสี่ยง (ต่อ)

ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วน			แนวทางการแก้ไข
	สูง	ต่ำ	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)						
ปริมาณสินค้าหรือวัตถุดิบไม่เพียงพอจากการคำนวณยอดสั่งซื้อผิดพลาด	✓				✓	วางแผนสำหรับการสั่งซื้อวัตถุดิบในกรณีฉุกเฉิน โดยจะดำเนินการติดต่อกับแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบเกี่ยวกับการสั่งซื้อวัตถุดิบเร่งด่วนเพื่อให้ทางแหล่งจำหน่ายเตรียมสินค้าและจัดส่งมาทางร้าน อีกทั้งทางร้านจะมีการทำรายงานบันทึกประจำวัน เพื่อนำมาวิเคราะห์หาเมนูไหนที่เป็นที่ต้องการสูงหรือขายดี เป็นสาเหตุให้สินค้าไม่เพียงพอในการจำหน่าย จากนั้นนำผลที่ได้มาปรับปริมาณยอดสั่งซื้อในแต่ละวันอย่างเหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงเรื่องปริมาณสินค้าหรือวัตถุดิบไม่เพียงพอ
คุณภาพของการให้บริการแย่งเนื่องจากพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างไม่ทั่วถึงและจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ	✓				✓	ในกรณีที่พนักงานไม่เพียงพอในช่วงเวลาที่มีลูกค้าใช้บริการจำนวนมาก ผู้จัดการร้านและผู้ช่วยผู้จัดการจะมาช่วยดูแล นอกจากนี้จะทำการสอบถามถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและขอเสนอแนะที่ต้องการให้ปรับปรุงแก้ไข หากวิเคราะห์แล้วว่าลูกค้ามีจำนวนมากเกินกว่ากำลังพนักงาน ผู้จัดการร้านพิจารณาจ้างพนักงานใหม่เพิ่มตามความเหมาะสม
ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มมากขึ้น		✓		✓		สำรวจแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบแหล่งอื่น ๆ ที่มีคุณภาพเทียบเท่าหรือใกล้เคียง ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์และติดตามราคาวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและเพื่อการรับมือได้อย่างเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ตาราง 6.1 แสดงบทวิเคราะห์ความเร่งด่วนของความเสี่ยง และแนวทางการลดความเสี่ยง (ต่อ)

ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วน			แนวทางการแก้ไข
	สูง	ต่ำ	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operation Risk)						
พนักงานลาออกหรือลาหยุดกะทันหัน		✓	✓			ผู้จัดการร้านต้องมีการวางแผนสำหรับการสำรองพนักงานโดยจะจัดให้มีการฝึกทักษะพนักงานสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น ตำแหน่งผู้ช่วยคนครัวควรได้รับการอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปรุงอาหารจากหัวหน้าคนครัวเพื่อปฏิบัติงานแทนเมื่อหัวหน้าคนครัวไม่สามารถปฏิบัติงานได้ นอกจากนี้หากไม่สามารถหาคนมาทำงานแทนได้ ทางผู้จัดการร้านหรือสมาชิกในครอบครัวจะเข้ามาช่วยดูแลกิจการด้วยตนเอง

ทั้งนี้จากข้อมูลแผนการเงินและผลตอบแทนการลงทุนสำหรับธุรกิจร้าน Carat Restaurant ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี โดยเปรียบเทียบระหว่างเงินลงทุนกับผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนทางผู้วิจัยแนะนำว่าเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงที่จะอยู่รอดในตลาดธุรกิจร้านอาหาร เนื่องจากทางร้านมีระยะเวลาการคืนทุนอยู่ที่ 3 ปี 2 เดือน ในขณะที่ธุรกิจร้านอาหารควรมีระยะเวลาคืนทุนในระยะเวลา 18 – 24 เดือน (blockdit,2564) ดังนั้นผู้ที่จะนำแผนธุรกิจนี้ไปใช้ควรพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุนในธุรกิจประกอบการตัดสินใจ

บรรณานุกรม

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2559). เครื่องหมายการค้า. ค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565, จาก <http://ipthailand.go.th/th/trademark-002.html>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า Department of Business Development. (2565). ทะเบียนพาณิชย์ (ร้านค้า/บุคคลธรรมดา). ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2565, จาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=373
- ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์. (2565). *Five Forces Model* สูดยอดเครื่องมือวิเคราะห์การแข่งขัน ใน ธุรกิจแฟรนไชส์ | รวมเอสเอ็มอีไทย SMEs. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <http://www.thaismescenter.com/five-forces-mode-สูดยอดเครื่องมือวิเคราะห์การแข่งขัน-ในธุรกิจแฟรนไชส์/>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2565). อพท.เตรียมประกาศ “บุรีรัมย์” เป็นพื้นที่พิเศษ เดินหน้าเปิดเวทีรับฟังความเห็นและข้อเสนอแนะ. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <https://mgronline.com/local/detail/9650000002897>
- อีไฟแนนซ์ไทย, ส. (2564). KBANK คาดปี 65 ธุรกิจร้านอาหารฟื้นตัว 26.5% จากการผ่อนคลายมาตรการ. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2565, จาก <https://www.efinancethai.com/LastestNews/LastestNewsMain.aspx?release=y&ref=M&id=UFFYdkhqZTBsam89>
- AfterKlass. (2563). ไขข้อข้องใจ ทำไมหลังกินหมูกระทะ ถึงชอบท้องเสีย? - AFTERKLASS เว็บไซต์ให้ความรู้สำหรับวัยรุ่น. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <https://www.afterklass.com/post/detail/6065>
- Brand Buffet. (2562). 'กินเพราะชอบ' ส่องอินไซด์ 'การกินของคนไทย' ที่ความ 'ฟิน' ไม่ได้มาจากแค่รสชาติหรือคุณภาพ - Brand Buffet. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2019/11/eic-data-thai-eat-insight-behavior/>
- Brand Buffet. (2564). ไม่ใช่แค่ร้านอาหารเกาหลี! “Red Sun” ขยับสู่การเป็น “Community Brand” กลยุทธ์ชนะใจแฟนค้อมเกาหลี. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2021/09/red-sun-korean-restaurant-business-strategy/>
- Digital Tips Academy. (2562). ชื้อโฆษณาวันละเท่าไร? ใช้อะไรเป็นเกณฑ์กำหนด. ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2565, จาก <https://thedigitaltips.com/blog/facebook/how-much-ads-cost-per-day/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Food.trueid. (2562). แจกสูตร ไข่ทอดเกาหลี ซอสโคชูจัง กรอบนอกนุ่มใน เมนูปาร์ตี้ปีใหม่ที่ฟิน. ค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565, จาก <https://food.trueid.net/detail/2RzWv24AvOAAQ>
- Food.trueid. (2564). สอนทำ ต็อกโบกี สูตรออริจินอล อาหารเกาหลี ทำง่ายที่บ้าน ตามแบบแม่ครัวเกาหลีเป๊ะ!. ค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565, จาก <https://food.trueid.net/detail/9g0MAnxbYEp8>
- Food.trueid. (2565). สูตรทำซุปรายเกาหลี วันเกิดคนเกาหลี ทำไม่ถึงต้องกิน. ค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565, จาก <https://food.trueid.net/detail/bkDXGJJ9OGbk>
- Infographics / EIC Data Analytics. (2563). เทรนด์คน ไทยหลัง COVID-19 วิถีชีวิตที่ (ไม่) เหมือนเดิม | SCBEIC. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2565, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/7078>
- iTAX media. (2565). ค่าแรงขั้นต่ำ 2565 แยกตามจังหวัดในไทย. ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2565, จาก <https://www.itax.in.th/media/%E0%B8%84%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%B3%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94/>
- MaxideaStudio. (2565). "5 Forces Model" แรกคิดค้นทั้ง 5 ที่มีผลต่อสภาวะแวดล้อมในการแข่งขันของธุรกิจ – MaxideaStudio. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <https://www.maxideastudio.com/blog/5-forces-model/Smart>
- Meta. (2565). การซื้อโฆษณาบน Facebook ด้วยงบประมาณเท่าไรก็ได้. ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2565, จาก <https://www.facebook.com/business/ads/pricing>
- Posttoday.com. (2561). อาหารเกาหลีฟีเวอร์ จีดูบั้ง'สบช่อบุกไทย. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/570603>
- SME. (2562). ทำความรู้จักร้านอาหาร 8 ประเภท พร้อม How to เลือกยังไง? ให้ร้านคุณได้ไปต่อ. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <https://www.smartsme.co.th/content/216521>
- Think about wealth – สร้างความมั่งคั่ง. (2564). Switching Cost ตัวแปรสำคัญ ตัวลือคถูกค้าให้อยู่ในมือคุณ. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <https://www.thinkaboutwealth.com/switching-cost/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

Wongnai.com. (2564). *เมนูหลากหลาย น้ำจิ้มที่เด็ด สะอาด พนง.บริการดีมาก ครับ @ บ้านปิ้งย่าง.*
ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <https://www.wongnai.com/reviews/9baeba677d034eaa95c4cfa10873a30a>

Wongnai.com. (2563). *ทำไมปิ้งย่างเกาหลีต้องหมูสามชั้น? แล้วกินยังไงถึงจะได้รสแบบต้นตำรับ!*
ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565, จาก <https://www.wongnai.com/food-tips/korean-bbq>





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ในอำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์

แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมของตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง สไตล์เกาหลี ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง “แผนธุรกิจ Carat Restaurant ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี จังหวัดบุรีรัมย์”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง

1. อธิบายรูปแบบของร้าน (โดยมีประเด็นดังนี้ : รูปแบบการปิ้งย่าง, อุปกรณ์, เครื่องเคียงต่าง ๆ, การตกแต่งภายในร้าน) (เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ในหัวข้อคู่แข่งในตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง)
2. ราคาจำหน่ายเท่าใด พร้อมบอกเหตุผลในการตั้งราคา (เพื่อนำข้อมูลไปวางแผนด้านการตลาดและงบประมาณ)
3. งบประมาณที่ใช้ลงทุนเพื่อซื้อวัตถุดิบในแต่ละวันคือเท่าใด (เพื่อนำข้อมูลไปประเมินงบประมาณต้นทุนในการขาย)
4. ท่านเลือกทำเลที่ตั้งในการตั้งร้านจากปัจจัยใดบ้าง (เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดด้านสถานที่)
5. สินค้าภายในร้านของท่านเป็นสินค้าที่ปรุงขึ้นเองหรือไม่ หากใช่ ท่านพบปัญหาอะไรบ้าง (เพื่อนำไปสนับสนุนการวิเคราะห์ Five force ในหัวข้ออำนาจการต่อรองของผู้ขาย Bargaining power of supplier)
6. สินค้าภายในร้านของท่านเป็นสินค้าที่รับมาจากร้านอื่นหรือไม่ หากใช่ ท่านพบปัญหาอะไรบ้าง (เพื่อนำไปสนับสนุนการวิเคราะห์ Five force ในหัวข้ออำนาจการต่อรองของผู้ขาย Bargaining power of supplier)
7. หากพบปัญหาเกี่ยวกับการส่งของของ supplier ท่านมีวิธีการแก้ไขอย่างไร (เพื่อนำไปเป็นแนวทางการแก้ไขในสถานการณ์ไม่คาดคิดในกระบวนการดำเนินงานของร้าน)

ส่วนที่ 2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและพฤติกรรมของลูกค้า

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอยู่ในช่วงอายุเท่าใด (เพื่อศึกษาและพิจารณาเลือกกลุ่มเป้าหมาย)
2. อัตราการใช้บริการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา และระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้ง (เพื่อนำข้อมูลไปวางแผนด้านการตลาด)

3. ลูกค้ารู้จักร้านของท่านผ่านช่องทางใด มีการขายอาหารปิ้งย่างผ่าน Food delivery Application หรือไม่ (หากมี มีช่องทางใดบ้าง เพราะเหตุใดแลมีกระแสตอบรับดีหรือไม่) (เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการของลูกค้า

1. ปัจจัยใดที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างของท่าน (เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด)
2. จุดเด่นของทางร้านคืออะไร (เพื่อนำข้อมูลไปวางแผนด้านการตลาด)
3. อาหารหรือเมนูใดที่ผู้บริโภคนิยมสั่งรับประทานมากที่สุด (เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด)
4. ท่านมีการทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายหรือไม่ มีอะไรบ้าง และโปรโมชั่นใดได้รับการตอบรับดีที่สุด (เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด)

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ในอำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์

แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมของตลาดร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง สไตล์เกาหลี ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง “แผนธุรกิจ Carat Restaurant ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี จังหวัดบุรีรัมย์”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม : เพศ อายุ ระดับการศึกษาหรืออาชีพ และรายได้ต่อเดือน (เพื่อใช้ระบุกลุ่มเป้าหมาย)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

1. ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟ่ต์กี่ครั้งต่อเดือน (เพื่อใช้อ้างอิงในการกำหนดเป้าหมายของร้าน)
2. ช่วงเวลา วัน หรือเทศกาลใดที่ท่านมักใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟ่ต์ (เพื่อนำข้อมูลไปวางแผนด้านการตลาด)
3. กรณีเปลี่ยนร้านอาหารปิ้งย่างของท่านคืออะไร (เพื่อนำไปสนับสนุนการวิเคราะห์ Five force ในหัวข้ออำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ Bargaining power of buyer และนำไปพัฒนาแผนการตลาด)
4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างร่วมกันคือเท่าใด มีความสัมพันธ์แบบใด (เพื่อใช้ระบุกลุ่มเป้าหมาย)
5. อาหารหรือเมนูที่ท่านมักจะสั่งเป็นประจำคืออะไร (เพื่อนำมากำหนดสินค้าและบริการของร้าน)
6. จำนวนอาหารหรือเมนูที่ท่านมักจะสั่งคือเท่าใด (เพื่อประเมินจำนวนสินค้าที่จัดเตรียมจำหน่ายในแต่ละวัน)
7. ท่านยินดีที่จะจ่ายเพื่อใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟ่ต์ต่อครั้งในราคาเท่าใด (เพื่อประเมินศักยภาพทางการเงินของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการกำหนดราคาสินค้า)
8. ปกติราคาร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟ่ต์ที่ท่านใช้บริการคือเท่าใด (เพื่อประเมินศักยภาพทางการเงินของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการกำหนดราคาสินค้า)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี

1. ท่านให้ความสำคัญต่อเรื่องใดมากที่สุดสำหรับร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์ (เพื่อนำมากำหนด Position ของร้าน)
2. ความคิดเห็นต่อการขายสินค้าปิ้งย่างผ่าน Food delivery Application (เพื่อนำไปวางกลยุทธ์ในการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)
3. ท่านคิดว่าโปรโมชันใดของร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด (เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด)
4. ท่านคิดว่าช่องทางใดที่สะดวกต่อการติดตามและรับข่าวสารได้ดีที่สุด (เพื่อนำไปวางแผนการตลาดด้านช่องทางการจำหน่ายและการทำ CRM)
5. ท่านมีมุมมองเกี่ยวกับรูปแบบเตาปิ้งย่างสไตล์เกาหลีดั้งเดิม เสริมด้วยการติดตั้งเครื่องดูดควันอย่างไร (เพื่อนำมาใช้กำหนดรูปแบบของร้าน)
6. ปัญหาที่ท่านพบในการใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์คืออะไร (เพื่อนำไปวางกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์)
7. ความคาดหวังต่อร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์สไตล์เกาหลีคืออะไร (เพื่อนำไปวางแผนด้านการตลาดและการดำเนินการ)
8. ความคิดเห็นต่อร้านอาหารปิ้งย่างบุฟเฟต์สไตล์เกาหลี Carat Restaurant (อธิบายรูปแบบร้าน สินค้า บริการ และราคา) (เพื่อนำไปวางกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ)