

## แผนธุรกิจ ดิออฟฟิศ คาเฟ่

ณราชล ทิตา<sup>1</sup>

### บทสรุปผู้บริหาร

อาหารจัดว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับร่างกาย จึงมีการกำหนดอาหารขึ้นเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งในการดำเนินชีวิต ดังนั้นคนทุกคนจำเป็นจะต้องรับประทาน ด้วยเหตุนี้ธุรกิจร้านอาหารมีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ดี แนวโน้มของการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าในปี 2558 จะมีการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารรายใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหญ่ เช่น ธุรกิจเครื่องดื่ม ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจผลิตอาหาร เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ทางเจ้าของกิจการจึงได้ประกอบธุรกิจร้านอาหาร The Office Cafe ซึ่งเป็นธุรกิจบริการประเภทผลิตและจัดจำหน่ายเองผ่านทางร้านค้าของตนเอง จัดทะเบียนเป็นร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในรูปแบบ Restaurant ผสมผสานกับรูปแบบของ Cafe ให้บริการในวัน จันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 6.30-15.00 น. เป็นร้านอาหารขนาด 50 ที่นั่ง บนเนื้อที่ประมาณ 60 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณ ศูนย์การค้าคัสโมลล์ ซอยโรงพยาบาล 2 ถนนพระราม 4 มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลาง และพนักงานบริษัท มีจุดเด่นคือ เน้นการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่รวดเร็วทันใจ เหมาะกับช่วงเวลาเร่งด่วนที่ต้องรีบไปทำงาน รูปแบบของร้านมีการจัดตกแต่งให้สวยงาม มีการจัดการด้านเมนูอาหารแบ่งหลักๆเป็น 2 ช่วงด้วยกันคือ ช่วงเช้าจำหน่ายเป็นกาแฟสด และชุดเมนูอาหารเช้า ซึ่งเมนูอาหารเช้าจะหมุนเวียนเปลี่ยนกันไปไม่ซ้ำกันในแต่ละวัน ส่วนในช่วงบ่าย มีการจำหน่ายเป็นก๋วยเตี๋ยวเห็ดตุ๋น ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของทางร้าน มีลักษณะเป็นเห็นหอมและเห็นชนิดอื่นๆ ตุ๋นรวมกับน่องไก่ ทางร้านเน้นความสะอาดและรวดเร็วเพื่อให้เหมาะกับการใช้ชีวิตที่เร่งรีบของคนวัยทำงาน

ร้านอาหารใช้เงินลงทุนเริ่มต้นทั้งสิ้น 400,000 บาท บาท โดยเงินทั้งหมดนั้นเจ้าของเป็นผู้ถือหุ้นเพียงรายเดียว 100% บริษัทเริ่มมีผลกำไร 595,637 ในปี 1

**คำสำคัญ:** แผนธุรกิจ, ร้านอาหาร, ดิออฟฟิศคาเฟ่

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

## บทนำ

อาหารจัดว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับร่างกาย จึงมีการกำหนดอาหารขึ้นเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งในการดำเนินชีวิต ดังนั้นคนทุกคนจำเป็นจะต้องรับประทานอาหารเพื่อให้ชีวิตดำเนินต่อไป อาหาร คือ สิ่งต่างๆ ที่เรารับประทานเข้าไป โดยการใส่ปาก เคี้ยว กลืนและย่อยเพื่อให้ดูดซึมไปบำรุงส่วนต่างๆ ของร่างกาย รวมถึงอาหารใจเมื่อได้รับประทานเข้าไป จะรู้สึกพอใจ ประทับใจ อาหารที่ดี คืออาหารที่สะอาดไม่เป็นพิษ มีรสชาติอร่อย โดยสารอาหารถูกจำแนกให้เป็น 6 หมู่หลักตามองค์ประกอบทางเคมี คือ

หมู่ที่ 1 โปรตีน พบใน เนื้อสัตว์ ไข่ นม ถั่ว

หมู่ที่ 2 คาร์โบไฮเดรต พบใน ข้าว แป้ง น้ำตาล เผือก มัน

หมู่ที่ 3 เกลือแร่หรือแร่ธาตุ มีอยู่ใน พืชผัก

หมู่ที่ 4 วิตามิน มีอยู่ใน ผลไม้

หมู่ที่ 5 ไขมัน ไขมันจากพืชและสัตว์

หมู่ที่ 6 น้ำ

อาหารที่ดีนอกจากจะมีคุณค่าทางอาหารยังขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. การใช้วัตถุดิบและเครื่องปรุง เป็นการคัดวัตถุดิบ เครื่องปรุง การเก็บรักษา การถนอมอาหารให้มีคุณภาพมาตรฐาน

2. การปรุงอาหารโดยคำนึงถึง การปรุงอาหารให้สุกโดยทั่วถึง การสงวนคุณค่า เช่น อาหารประเภทผัก ผลไม้ ควรใช้ไฟแรง และใช้เวลาสั้นในการลวกหรือต้มแค่สุก และมีวิธีปรุงที่ถูกสุขลักษณะป้องกันการปนเปื้อนต่างๆ

3. ภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ จะต้องใช้อุปกรณ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหาร อุปกรณ์มีความสะอาด เก็บรักษาเรียบร้อย ซ้อน สีส้ม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้ามขึ้นในภาชนะโปร่งสะอาด และมีการปกปิด เก็บสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.

4. การบริการ การให้การต้อนรับและดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ให้ได้ถูกต้องตามมาตรฐานที่ดี

5. ความสะอาดของสถานที่ ปลอดภัยจากฝุ่นละออง แมลง สัตว์ต่างๆ จัดสถานที่เป็นสัดส่วน ห้องน้ำ อยู่ห่างจากที่ปรุงและทานอาหาร ขยะมูลฝอยและน้ำเสียได้รับการกำจัดด้วยวิธีที่ถูกหลักสุขาภิบาล

องค์ประกอบอีกอย่างที่อยู่คู่กับอาหารก็คือเครื่องดื่ม โดยเครื่องดื่มแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ ชนิดที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และ ที่มีแอลกอฮอล์

## 1. เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

- ชา
- กาแฟ
- ซ็อกโกแลต

## 2. เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

- ไวน์
- เหล้าค็อกเทล
- เหล้ากลั่น
- เหล้าออกรสหวาน
- เบียร์
- น้ำผลไม้ที่มีแอลกอฮอล์

(จาก เว็บไซต์ <http://narairestaurantservice.blogspot.com> การบริการอาหารและเครื่องดื่ม)

ด้วยเหตุที่อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยในการดำรงชีพธุรกิจร้านอาหารจึงมีหลากหลายประเภทด้วยกัน โดยรูปแบบของร้านอาหารแบ่งได้ดังต่อไปนี้

1. Restaurant คือ ภัตตาคาร มักจะขายอาหารเฉพาะอย่างเช่น อาหารไทย, อาหารเวียดนาม หรืออาหารทะเล รวมทั้งร้านที่ขายเฉพาะอาหารฝรั่งเศสด้วย จะเปิดขายอาหารกลางวันถึงประมาณบ่ายสามโมงแล้วปิด จะขายอาหารเย็นอีกครั้งราวหกโมงครึ่งไปจนถึง 4-5 ทุ่ม การสั่งอาหารจะค่อนข้างใช้เวลานาน

2. Brasserie คือ ร้านอาหารที่เปิดขายตั้งแต่เช้าจรดเย็น โดยไม่มีเวลาหยุดพัก และมีอาหารเสิร์ฟทั้งวัน

3. Cafe คือ ร้านกาแฟ เป็นแหล่งชุมนุมของผู้คนในละแวกนั้น จะเสิร์ฟอาหารแบบง่ายๆ อาทิ แซนวิช หรือ ครัฟฟอง แต่ส่วนใหญ่จะเป็นกาแฟ หรือเครื่องดื่มอื่นๆ

4. Salon de The เป็นภาคที่หรูหราของกาแฟ เสิร์ฟอาหารเบาๆ พวกสลัด หรือ แซนวิช และมีขนมอบ ขนมหวาน เครป และไอศกรีมให้รับประทาน ส่วนใหญ่จะเปิดสายๆถึงหัวค่ำ

5. Boulangerie หรือ ร้านขายขนมปัง สดใ้หม่น่ารับประทาน จะเปิดแต่เช้าและปิดตอนใกล้ค่ำ

6. Patisserie ร้านขายขนมอบนานาชนิด ไม่ว่าจะเป็นเพสตรี เอแคลร์ หรือครัฟฟอง บางร้านมีโต๊ะวางไว้เพื่อลูกค้าจะนั่งในร้าน และมีชา กาแฟเสิร์ฟ ด้วย

7. Confiserie หมายถึง ร้านที่ขายของหวานจำพวกช็อกโกแลต ลูกกวาด ผลไม้เชื่อม ในบางร้านอาจมีเค้ก พาย ที่แต่งอย่างน่ารัก สวยงาม

จากเว็บไซต์ thaigoodview รูปแบบของอาหาร และร้านอาหาร 14/09/2008

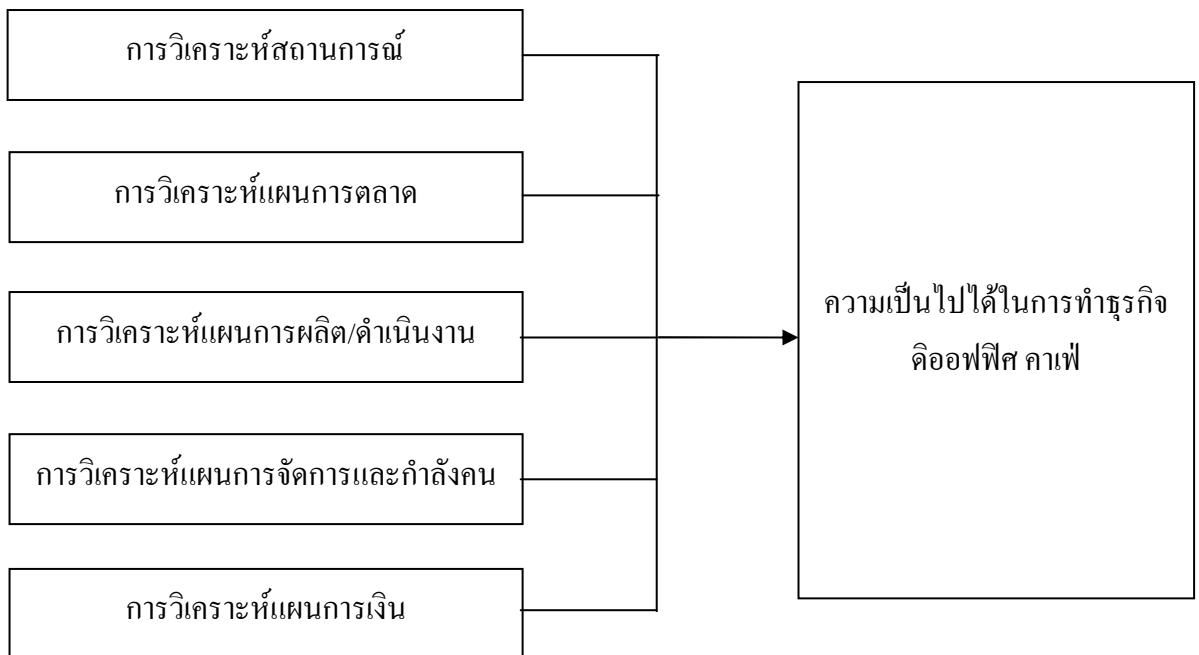
### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ดิออฟฟิศ คาเฟ่

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ดิออฟฟิศ คาเฟ่

### กรอบแนวคิดในการศึกษา



### ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ดิออฟฟิศ คาเฟ่
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังตั้งแต่วันที่เดือนเมษายน-เดือนตุลาคม 2558

### นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. ก๋วยเตี่ยวเห็ดตุ๋น หมายถึง ก๋วยเตี่ยวที่ตุ๋นร่วมกับเห็ดชนิดต่างๆ เช่น เห็ดหอม เห็ดนางฟ้า

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. มีการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ
2. เครื่องดื่มมีรสชาติที่เฉพาะตัว กลมกล่อม ไม่หวานมาก มีเมนูให้เลือกหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นกาแฟสด ชาไทย ชาเขียว และน้ำผลไม้ปั่น
3. กว้างเตี้ยเห็นตื้น เป็นสูตรเฉพาะของทางร้าน คู่แข่งรวมกับน้องไก่
4. ราคาที่ปานกลาง ไม่แพงมาก ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ
5. บรรยากาศภายในร้านที่สบาย มีการติดเครื่องปรับอากาศ ทำให้มีบรรยากาศเย็นสบาย
6. พนักงานมีอัธยาศัยดี บริการด้วยความเต็มใจ
7. องค์กรมีขนาดเล็ก การดำเนินงานจึงคล่องตัว สามารถสื่อสารและถ่ายทอดวิธีการดำเนินงานได้ง่าย

#### จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ดังนั้นจึงอาจขาดการจัดการที่ดี
2. กำลังการผลิตทั้งหมดในร้านต้องใช้กำลังคน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้แรงงานฝีมือซึ่งหาได้ยาก และอาจไม่เพียงพอ

3. การผลิตอาหารและเครื่องดื่มให้มีรสชาติที่คงที่ทำได้ยาก ต้องใช้การชั่งตวงที่แม่นยำ

4. Office Cafe จำหน่ายแต่ถ้วยเดียวในเมนูอาหารกลางวัน ทำให้ไม่สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคที่ต้องการรับประทานทั้งถ้วยเดียวและข้าว

5. เนื่องจากพื้นที่ร้านมีจำกัดจึงอาจไม่เพียงพอต่อการรองรับลูกค้า และยากต่อการขยายกิจการ

6. การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำได้ยากเนื่องจากเป็นร้านใหม่จึงต้องเร่งทำการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก

#### โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี เป็นแหล่งที่ใกล้คอนโด ออฟฟิศขนาดใหญ่ และโรงพยาบาล
2. ในทำเลที่ตั้งโดยรอบยังไม่มีร้านที่จำหน่ายทั้งกาแฟสด เมนูอาหารเช้า และถ้วยเดียวในร้านเดียวกัน
3. กระแสรักสุขภาพ เนื่องจากปัจจุบันประชาชนสนใจเรื่องการรักษาสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นจึงเลือกรับประทานอาหารในร้านที่ สดใหม่ และสะอาด
4. ตลาดอาหารและเครื่องดื่มยังเหลือพื้นที่อีกมาก มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
5. อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ดังนั้นไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นคนก็ต้องกินอาหาร

#### อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. เนื่องจากต้องเช่าสถานที่ ดังนั้นจึงเสี่ยงที่จะถูกยกเลิกการเช่าสถานที่
  2. ลูกค้าสามารถเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มได้จากหลายร้าน
  3. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท ดังนั้นในวันหยุดจึงไม่สามารถขายได้
  4. ในช่วงฤดูฝนอาจมีผลต่อยอดขาย
  5. ภัยพิบัติทางธรรมชาติมีผลต่อต้นทุนของวัตถุดิบที่ต้องใช้
- การวิเคราะห์ด้านการตลาด

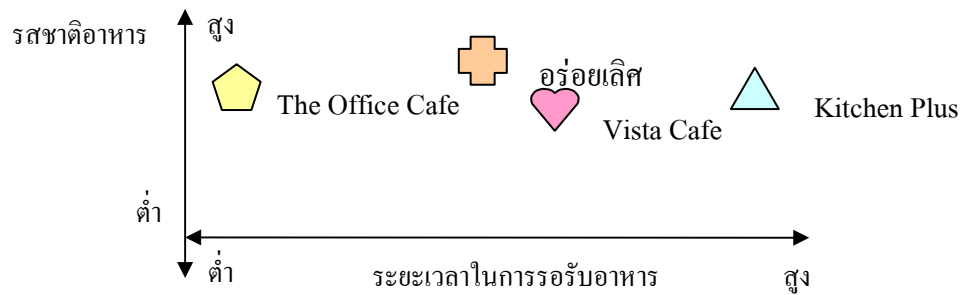
#### การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

The Office Cafe มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นพนักงานออฟฟิศ ในเขตชอยโรงพยาบาล 2 ชอยโรงพยาบาล 1 และชอยสุขุมวิท 42 ซึ่งสามารถเดินทางมาซื้ออาหารและเครื่องดื่มได้โดยไม่ต้องใช้รถยนต์ส่วนตัว ที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทเป็นต้นไป มีวิธีการดำรงชีวิตที่เร่งรีบ ต้องเข้าออกงานตามเวลาที่ทางบริษัทกำหนด ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการซื้อบริการอาหารและเครื่องดื่มไม่ต้องเสียเวลารอนานใน

ขณะเดียวกันก็ได้รับอาหารและเครื่องดื่มที่ สะอาด สดใหม่ และมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก ไม่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ

**การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)**

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด The Office Cafe ให้ความสำคัญกับรสชาติอาหารและระยะเวลาในการรอรับอาหาร เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการอาหารที่มีรสชาติอร่อยและใช้เวลาในรอน้อยเนื่องจากมีเวลาพักเที่ยงเพียง 1 ชั่วโมงเท่านั้น



**กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Strategy)**

ในส่วนของกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์นั้น เน้นใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ คุณภาพดี สะอาด ถูกหลักอนามัย แต่ลดปริมาณให้น้อยลง ไม่มากจนเกินไป เหมาะสำหรับ 1 มื้อ แบ่งรายการอาหารออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. รายการอาหารเช้า เป็นเมนูอาหารที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว สับเปลี่ยนกันไปในแต่ละวันแล้วแต่ความเหมาะสม สามารถซื้อติดมือไปกินที่ออฟฟิศได้ หรือหากมีเวลาเหลือก็สามารถนั่งรับประทานในพื้นที่ที่ทางร้านจัดไว้ให้ได้

ตารางแสดงรายการอาหารเช้า

ลำดับที่	รายการอาหาร	ราคา (บาท)
1	แซนวิชทูน่า	25
2	แซนวิชปูอัด	25
3	หุคขนมจีบ	25

2. รายการอาหารกลางวัน ในส่วนของอาหารกลางวันมีเมนูเป็นก๋วยเตี๋ยวเห็ดตุ๋น สูตรเฉพาะของทางร้าน มีลักษณะเป็นเห็ดหอมตุ๋นร่วมกับเห็ดอื่นๆ โดยมีปีกและน่องไก่

ต้นทุนด้วย ต้นจัน เป็้อยโดยลูกค้าสามารถเลือกเส้นได้ตามในชอบหรืออาจตั้งเป็นเกาเหลา กับข้าวเปล่าก็ได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางแสดงรายการอาหารกลางวัน

ลำดับที่	รายการอาหาร	ราคาธรรมดา	ราคาพิเศษน้อง
1	เส้นเล็กหืดตุ๋น	40	55
2	เส้นใหญ่หืดตุ๋น	40	55
3	เส้นหมี่หืดตุ๋น	40	55
4	บะหมี่หืดตุ๋น	40	55

3. รายการเครื่องดื่ม เน้นจุดเป็นไปที่กาแฟสดที่ขายเป็นหลักในตอนเช้า และน้ำผลไม้ปั่นที่เน้นขายในตอนบ่าย ในส่วนของกาแฟสดนั้นเน้นที่กลิ่นหอมมีรสชาติไม่หวานมาก และนำผลไม้ปั่นใช้ผลไม้สดทั้งหมดปั่นจนละเอียดด้วยเครื่องปั่นคุณภาพ เมนูผลไม้ปั่นอาจเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล

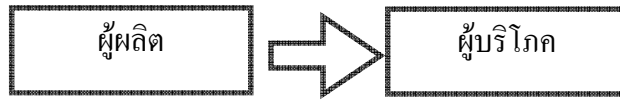
ตารางแสดงรายการเครื่องดื่ม

ลำดับที่	รายการเครื่องดื่ม	ราคาเครื่องดื่มร้อน	ราคาเครื่องดื่มเย็น	ราคาเครื่องดื่มปั่น
1	เอสเปรสโซ่	35	40	45
2	ลาเต้	35	40	45
3	คาปูชิโน	35	40	45
4	มอคค่า	35	40	45
5	แบล็คคอฟฟี่	35	40	45
6	ชอคโกแล็ต	35	40	45
7	ชาเขียว	35	40	45
8	ชาไทย	35	40	45
9	ชาดำ	-	40	45
12	สตอร์เบอร์รี่	-	40	45
13	บลูเบอร์รี่	-	40	45
14	มิกเบอร์รี่	-	40	45



### กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ในการจัดจำหน่ายนั้น The Office Cafe จัดจำหน่ายเองไม่ผ่านคนกลาง



The Office Cafe มีช่องทางในการจัดจำหน่าย แบ่งเป็น 2 ช่องทาง คือ

1. ผ่านทางหน้าร้านโดยตรง ซึ่งตั้งอยู่ที่ ชั้น 1 ศูนย์การค้า คิสมอลล์ ในซอยสุขุมวิท ซึ่งเชื่อมระหว่างถนนสุขุมวิทกับถนนพระราม 4 ติดโรงพยาบาลกล้วยน้ำไท และตั้งอยู่ตรงข้ามอาคารสำนักงานเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ มีพื้นที่ค้าปลีกให้เช่าบนพื้นที่ 3 ชั้นในคอมมิวนิตี มอลล์ พื้นที่สำนักงานอีก 3 ชั้น คิดเป็นพื้นที่รวมมากกว่า 4,000 ตารางเมตร และเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ระดับเกรดเอจำนวน 55 ยูนิต ทั้งนี้ ที่ตั้งโครงการอยู่ห่างจากมหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานครไม่ถึง 1 กิโลเมตร และห่างจากรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีเอกมัยเพียง 600 เมตรเท่านั้น โดยทางโครงการจะจัดให้มีบริการรถรับ-ส่งฟรีระหว่างสถานีและโครงการ ซึ่งรวมถึงมีจุด จอดรถรับ-ส่งบริเวณย่านชุมชนอีกหลายแห่ง และยังจัดให้มีที่จอดรถภายในโครงการได้ถึง 300 คัน

2. ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้ช่องทางผ่านทาง Application Line โดยเปิดเป็น กลุ่มขึ้นมาชื่อ The Office Cafe โดยจะมีการแจ้งเมนูอาหารให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อน 1 วันผ่านทางช่องทางนี้ และลูกค้าสามารถสั่งอาหารหรือจองโต๊ะผ่านทางช่องทางนี้ได้

### กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

บริษัทมีการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด ดังต่อไปนี้ คือ

เดือน	กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
ตุลาคม 2558	ป้ายชื่อร้าน ขนาด 1.5 X 3 เมตร	4,000
ตุลาคม 2558	ป้ายชื่อตั้งหน้าพร้อมเมนู ขนาด 1.5x1 เมตร	2,000
พฤศจิกายน 2558	ทำเมนูอาหารภาพสี 10 เล่ม	5,000
พฤศจิกายน 2558	จ้างช่างภาพถ่ายภาพอาหารทำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต	1,000
ธันวาคม 2558	โฆษณาผ่านทาง Face Book	-
ธันวาคม 2558	โฆษณาผ่านทาง Line	-
ธันวาคม 2558	ทำบัตรสมาชิกเครื่องดื่ม 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว	100
รวมค่าใช้จ่ายทางการตลาด		13,100

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทใช้งบประมาณสำหรับการส่งเสริมการตลาดในปีที่ 1 เท่ากับ 13,100 บาท

### กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People Strategy)

- ด้านการผลิต พนักงานต้องมีความชำนาญหน้าที่รับผิดชอบของตนเอง แบ่งเป็น
  - พนักงานดูแลเครื่องดื่ม ต้องสามารถชงเครื่องดื่ม ได้รวดเร็วและมีรสชาติที่คงเดิม
  - พนักงานทำก๋วยเตี๋ยว ต้องทำให้ถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง
  - พนักงานมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใสใจ กล่าวกักทายนต้อนรับลูกค้า
  - พนักงานรับรายการอาหารและจัดส่งอาหารให้ลูกค้าอย่างถูกต้อง
  - พนักงานมีความคล่องตัวในการทำงาน จัดส่งอาหารให้ลูกค้าด้วยความรวดเร็ว
- ด้านภาพลักษณ์ พนักงานจะมีเครื่องแบบประจำใส่เหมือนเดิมในทุกๆวัน เพื่อความเรียบร้อย โดยเครื่องแบบอาจเปลี่ยนไปตามเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ คริสต์มาส เป็นต้น

### กลยุทธ์ด้านกายภาพ (Physical Evidence Strategy)

The Office Cafe จัดตกแต่งด้วยบรรยากาศสบาย เน้นโทนสีขาวเหลือง เพื่อให้ อาหารดูน่ากินและรู้สึกถึงความสะอาดของร้าน โต๊ะอาหารที่ตั้งภายในร้านมีการรองด้วย กระดาษทั้งหมดเพื่ออำนวยความสะดวกความสะอาด

### กลยุทธ์ด้านการจัดการบริการ (Process Strategy)

กระบวนการในการบริการลูกค้าเริ่มตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาในร้าน รับประทาน อาหาร คิดเงินจนกระทั่งออกจากร้านมีกระบวนการที่พนักงานต้องปฏิบัติ ดังนี้

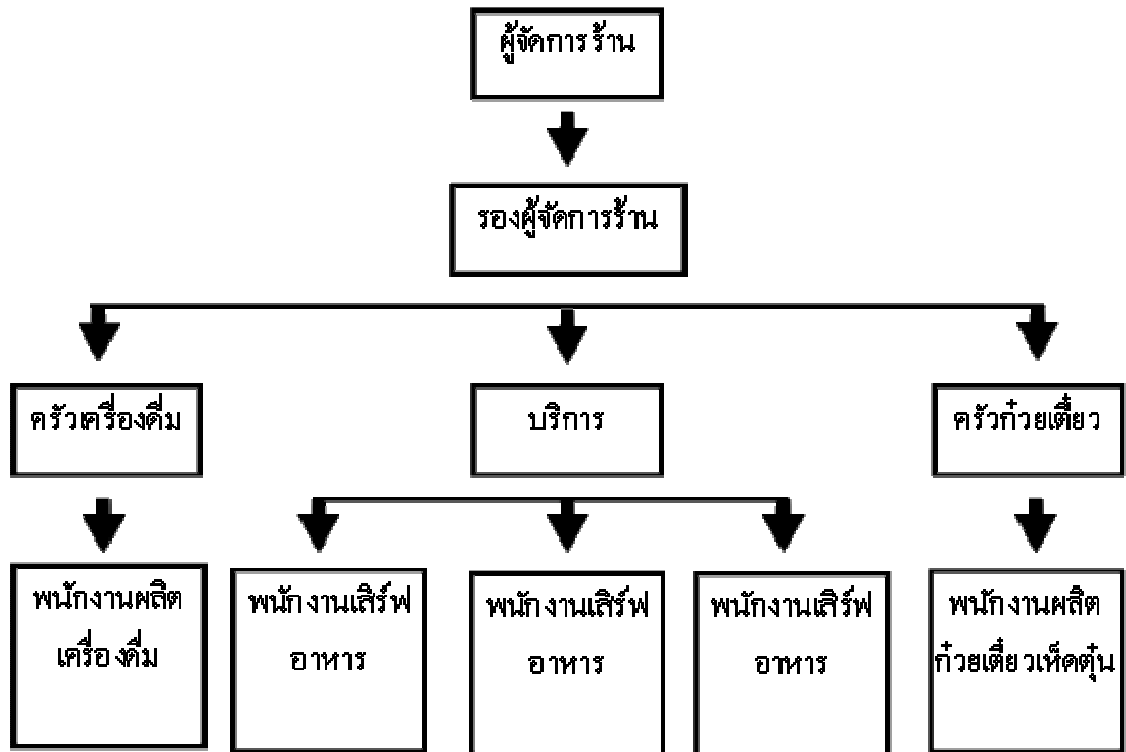
1. เมื่อลูกค้าเข้าร้านกล่าวทักทายสวัสดิ์ ถามจำนวนลูกค้าว่ามากี่ท่านแล้วเชิญไปนั่ง ที่โต๊ะ
2. ให้ลูกค้าเลือกเมนูอาหาร โดยการชี้ลงในเมนูแยกเป็นสองส่วนคือก๋วยเตี๋ยวและ เครื่องดื่ม
3. พนักงานแยกเมนูอาหารส่งเข้าสู่การผลิต โดยแยกก๋วยเตี๋ยวและเครื่องดื่ม
4. พนักงานทำการผลิตตามรายการที่ลูกค้าสั่ง และเสิร์ฟอาหารให้ที่โต๊ะ
5. หลังจากลูกค้าทานอาหารเสร็จแล้วพนักงานเดิน ไปเก็บเงินที่โต๊ะแล้วนำเงินส่ง ผู้จัดการร้านทำการจัดเก็บ
6. นำเงินทอนคืนให้ลูกค้าพร้อมกล่าวขอบคุณ
7. หลังจากลูกค้าลุกออกจากโต๊ะพนักงานต้องรีบเก็บโต๊ะทันที

#### ● การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

##### โครงสร้างองค์การ

กิจการใช้ลักษณะการจัดการ โครงสร้างองค์การแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะว่าขนาดขององค์การมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักการจัดการ โครงสร้าง องค์การในลักษณะนี้ทำได้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพแสดงแผนผังองค์กร (Organization Chart)



- การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 400,000 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 2,969,730 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 3,167,712 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 3,365,694 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 3,563,676 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 3,761,658 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 595,637 บาท ปีที่เท่ากับ 681,454 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 758,801 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 836,149 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 913,496 บาท

#### สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจร้านอาหาร คีออฟฟิศ คาเฟ่ ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

### บรรณานุกรม

“ศูนย์วิจัยกสิกรไทย” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

[http://www.ktb.co.th/ktb/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload\\_346forecast\\_05\\_2015\\_1.pdf](http://www.ktb.co.th/ktb/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_346forecast_05_2015_1.pdf)

“กฎหมายไทยที่เกี่ยวกับการผลิตหรือการขายอาหาร” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<https://sites.google.com/site/fathesky29/2200402-sh-withyakar-kar-paerrup/3-kdhmay-thiy-thi-keiyw-kar-phlit-hrux-kar-khay-xahar>

“รูปแบบของอาหารและร้านอาหาร” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://www.thaigoodview.com/node/15658>

“การบริการอาหารและเครื่องดื่ม” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://narairestaurantservice.blogspot.com>

“ปัจจัยทางสังคมกับอาหาร” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<https://sites.google.com/site/khnpheiyrphx/bthkhwam2-paccay-thang-sangkham-kab-xahar>

“ธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://www.positioningmag.com/content/ธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย-ขยายตัวต่อเนื่อง...ผู้ประกอบการเร่งปรับกลยุทธ์>