

แผนธุรกิจ ร้าน สโม ผับและบาร์

วศินี ศรีวิจารณ์¹

บทสรุปผู้บริหาร

ร้าน สโม ผับและบาร์ เป็นธุรกิจอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบในการดื่ม และ เพลิดเพลินเสียงเพลงในรูปแบบดนตรีสด หรือ พบปะสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อน และผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ภายในจังหวัดนนทบุรี ซึ่ง เป็นกลุ่มทางการตลาดที่น่าสนใจในปัจจุบัน และมีขนาดใหญ่ขึ้น

ในด้านโอกาสทางธุรกิจ คณะผู้บริหารมองเห็นว่า ปัจจุบันธุรกิจการบริการได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว บวกกับนโยบายที่รัฐบาลสนับสนุนในการประกอบธุรกิจ SMEs ของประเทศไทย เพื่อนำเงินเข้าสู่ประเทศ และ มองเห็นว่า ในช่วงเวลากลางคืนเป็นช่วงที่มีช่วงเวลาที่ยาวกว่า และผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ในการบริโภคและใช้จ่าย นอกเหนือจากการบริโภคแล้ว ยังเป็นช่วงเวลาที่ต้องการผ่อนคลายทางอารมณ์ อีกทั้งยังลดความตึงเครียดจากการทำงานส่งผลให้เป็นโรคเครียดที่มากขึ้นในปัจจุบัน จึงทำให้ผู้คนมักจะใช้เวลาวางในการผ่อนคลายความเครียด โดยหนึ่งในวิธีการผ่อนคลายความเครียด คือ การบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์ เบียร์ ในปี 2558 มีมูลค่าประมาณ 140,000 ล้านบาท (<https://positioningmag.com/1091496>) ด้วยมูลค่าการตลาดที่สูง จึงเป็นแรงจูงใจให้มีผู้ประกอบการเข้ามาทำธุรกิจผับบาร์ จำนวนมาก สโมบาร์เป็นหนึ่งในผู้ประกอบการ ที่เข้ามาทำธุรกิจผับ บาร์ เนื่องจากมองเห็นว่า ก่อให้เกิดกำไร หรือ ผลตอบแทนต่อเงินลงทุน ในอัตราที่สูง

โดย สโมบาร์ได้ประเมินการลงทุนไว้ เป็นมูลค่า 2,716,500 บาท และคาดว่า เมื่อเปิดกิจการจะทำรายได้ในปีแรก เท่ากับ 12,729,600 บาท เมื่อหักค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ แล้ว เหลือกำไรสุทธิ 1,875,744 บาท หรือ คิดเป็น 15% จากต้นทุนทั้งหมด

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ร้าน สโม ผับและบาร์

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

บทนำ

ธุรกิจกลางคืน เป็นหัวข้อสัมมนา ที่จัดโดยนักศึกษาปริญญาโท สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ในหัวข้อ เรื่อง ธุรกิจกลางคืน ที่นำลงทุนรวมทั้งกลยุทธ์ที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ นักศึกษากลุ่มดังกล่าว ได้มีการสำรวจและวิจัย จากคนทำงานในกลุ่ม อายุระหว่าง 30-44 ปี หรือที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2511-2525 โดยเรียกคนในกลุ่มนี้ว่า เจนเอ็กซ์ และอายุระหว่าง 19-29 ปี หรือที่เกิดระหว่างปี 2526-2546 โดยเรียกคนในกลุ่มนี้ว่า เจนวาย (แต่จากการศึกษากลุ่มเจนวาย ครั้งนี้สำรวจเฉพาะผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี) จำนวน 440 คน ในเขตกรุงเทพฯ ทั้งนี้พบว่า กลุ่มคนเจนเอ็กซ์ มีรายได้เฉลี่ย 35,000–50,000 บาท ในขณะที่ กลุ่มคนเจนวาย มีรายได้เฉลี่ย 18,000–24,000 บาท จากการวิจัย พบว่า ร้อยละ 80 ของทั้งสองกลุ่มมีพฤติกรรมในการใช้ชีวิตกลางคืน และ ธุรกิจยามค่ำคืนที่ได้รับการพูดถึง ได้แก่ ธุรกิจเครื่องดื่ม, ธุรกิจล้างรถ เนื่องจาก คนทำงานไม่มีเวลาในตอนกลางวัน และมองหาร้านอาหารในตอนกลางคืน ธุรกิจกีฬา เช่น สนามฟุตบอล สนามแบดมินตัน เป็นต้น

จากข้อมูลข้างต้นผู้จัดทำแผนธุรกิจ ได้มองเห็นถึงโอกาสในการลงทุนประกอบธุรกิจกลางคืน ค่านิยมหรือทางเศรษฐกิจในปัจจุบันมีความเหมาะสมแก่การประกอบธุรกิจกลางคืนส่งผลให้ตลาดธุรกิจกลางคืนมีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับมากกว่าการประกอบธุรกิจกลางวัน โดยการจัดตั้งธุรกิจครั้งนี้ จะตั้งอยู่ชานเมืองซึ่งค่อนข้างห่างไกลความเจริญ แต่ก็ยังเป็นเขตบริเวณที่มีคู่แข่งประเภทเดียวกันน้อยรายอยู่ในปัจจุบัน จึงตั้งสถานบันเทิงแห่งใหม่ในเขตนนทบุรี ภายใต้ชื่อร้านว่า สโมบาร์ ซึ่งยังมีคู่แข่งไม่มากนัก เป็น ผับหรือบาร์เล็กๆ ภายในร้าน เป็นห้องแอร์ แบบปิด มี พื้นที่ 2 ชั้น บรรยากาศเต็มไปด้วยความอบอุ่นจัดแต่งสไตล์ บรรยากาศในเมือง แต่ตั้งอยู่ที่ชานเมืองเป็นศูนย์รวมนักดื่มที่จะต้องมารวมตัวกันและพบปะสังสรรค์กัน สนทนากันแบบครอบครัว มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน เน้นบรรยากาศที่เป็นกันเอง ภายในร้านตกแต่งโดยสไตล์แบบเรโทร มีดนตรีสด หลายประเภท เช่น โฟล์ค อคูสติค ร็อค แจ๊ส ให้ฟังตลอดคืน มีเครื่องดื่ม หลากหลาย คือ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 1. วิสกี้หรือ บรั่นดี 2. เบียร์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ 3. ค็อกเทล และ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์และยังมีอาหารทานเล่นหรืออาหารจานเดียว

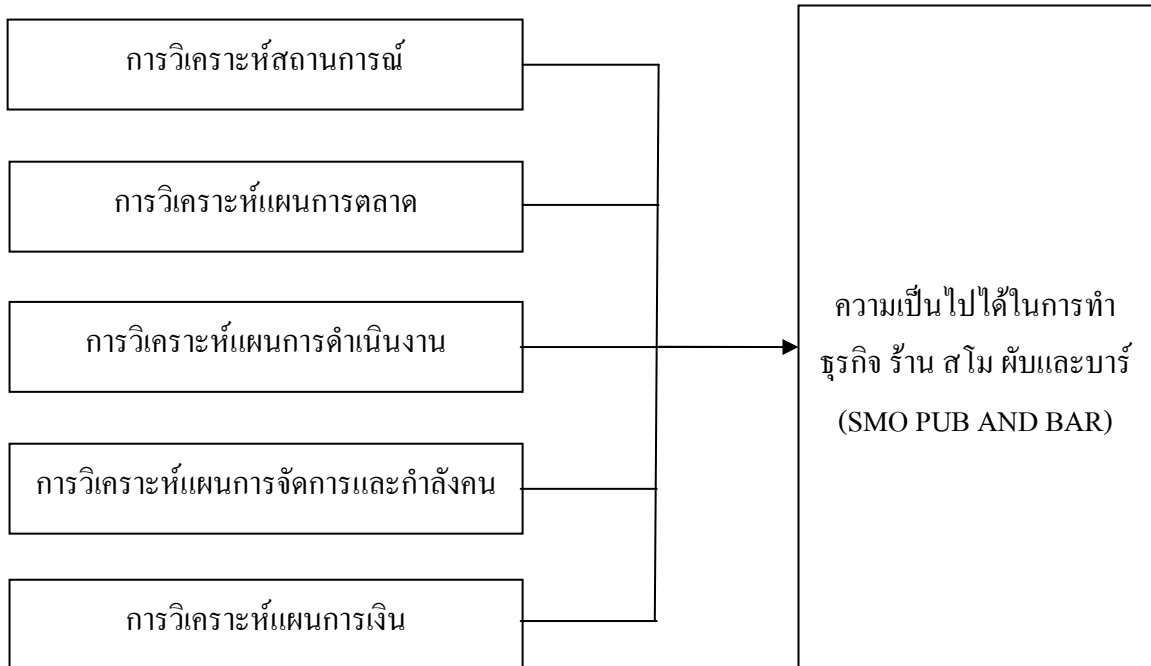
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้าน สโม ผับและบาร์ (SMO PUB AND BAR)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้าน สโม ฝับ และบาร์ (SMO PUB AND BAR)

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้าน สโม ฝับ และบาร์ (SMO PUB AND BAR)
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาคั้งแต่เดือนเดือนมกราคม- พฤษภาคม 2561

นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. ร้าน สโม ฝับและบาร์ หมายถึง ร้านประเภทหนึ่งที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และมีการแสดงดนตรีสด พร้อมกับการบริการ

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. มีอาหารที่รสชาติดี ถูกปากลูกค้าผู้มาใช้บริการ และมีเครื่องดื่มที่หลากหลายให้เลือกสรร

2. มีวงดนตรีสดที่มีคุณภาพ และมีแนวเพลงที่เป็นที่นิยมครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกเพศ ทุกวัย

3. มีบรรยากาศร้านที่ทันสมัยและเป็นเอกลักษณ์ ประกอบกับมีพื้นที่บริการที่จอดรถกว้างขวาง

4. พนักงานมีบริการที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า

5. มีสภาพการเงินและสภาพคล่องที่ดี

6. เป็นร้านที่มีชื่อติดตลาด

7. ผู้จัดการร้านมีเครือข่ายในกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกจ้างขององค์กรซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก

8. มีทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมสะดวกต่อการเดินทาง

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. ร้านสโมคัฟและบาร์ ยังไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป

2. การขาดแคลนบุคลากรภายในของบริษัทและยังขาดประสบการณ์ในการทำงาน

3. ค่าครองชีพในปัจจุบันสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะส่งผลทำให้ค่าใช้จ่ายของร้านโดยรวมสูงขึ้น

4. ขาดแคลนเงินทุน

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. ร้านสโม ผับและบาร์ ตั้งอยู่ใกล้แหล่งออฟฟิศที่มีคนวัยทำงาน

2. สถานะสังคมปัจจุบันทำให้ประชาชนมีความเครียด กอดคั่น ทำให้ต้องหาสถานที่ผ่อนคลาย

3. อยู่ในเขตโซนนิ่งที่ได้รับอนุญาตจากทางภาครัฐให้สามารถเปิดบริการร้านอาหารกึ่งผับได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. เนื่องจากกระแสการรักสุขภาพเพิ่มขึ้น อาจทำให้มีผลกระทบกับธุรกิจร้าน สโม ผับและบาร์

2. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ที่ทำให้คนใช้จ่ายในเรื่องความบันเทิงลดลง

3. รัฐบาลมีนโยบายกำหนดให้มีการปิดสถานบันเทิงเร็วขึ้น และกฎหมายกำหนดอายุผู้เข้าใช้บริการร้านอาหารกึ่งผับ

4. นโยบายห้ามโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

5. คู่แข่งหน้าใหม่มีมากขึ้นและมีศักยภาพในการแข่งขันสูงสุด

● การวิเคราะห์ด้านการตลาด

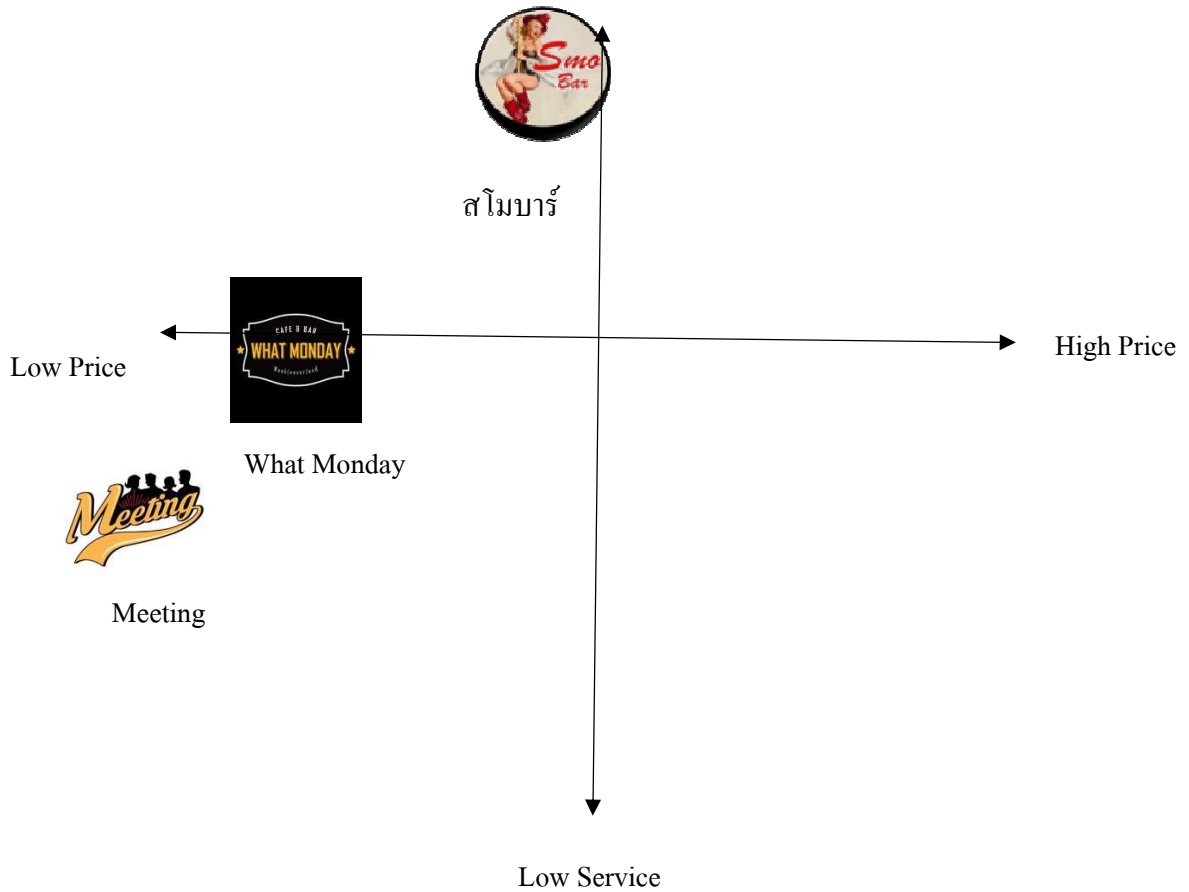
การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) คือ กลุ่มคนทำงาน เพศหญิงและเพศชายที่อาศัยอยู่ในเมืองทองธานี และ เขตนนทบุรี อายุระหว่าง 20-40 ปี ขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-40,000 บาท ขึ้นไป เป็นคนยุคใหม่ที่เต็มใจจะจ่าย มีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวสถานบันเทิงยามกลางคืน เพื่อความบันเทิงทั้งกายและทางใจ หลังจากการเกิดความเครียด ความกดดันจากการทำงาน และเป็นที่สังสรรค์ ต้องการคุณภาพและความปลอดภัย

กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) คือ กลุ่มคนทำงาน ไม่จำกัดเพศที่อาศัยอยู่ในเมืองทองธานี และ เขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมชอบสรรหาแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวยามกลางคืนในรูปแบบใหม่ เพื่อเป็นประสบการณ์ และความรู้ใหม่ๆ และกลุ่มที่ชื่นชอบสถานบันเทิงร้านรูปแบบ สโมบาร์ เพื่อความแปลกใหม่และบันเทิง

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (P : Positioning)

สโมบาร์เป็นธุรกิจที่ดำเนินการในพื้นที่เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี ในพื้นที่มีรูปแบบธุรกิจที่คล้ายกันไม่มากนักแต่มีการวางตำแหน่งทางการตลาดใกล้กัน สโมบาร์จึงต้องปรับตัว ปรับรูปแบบให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เพิ่มประสิทธิภาพการบริการลูกค้าอย่างเต็มที่ และ แสดงวงดนตรีอย่างมีคุณภาพ ดังนั้นสินค้าและบริการจะต้องมีความชัดเจน ทั้งด้านการบริการ ด้านราคา และ ภาพลักษณ์ของร้าน โดยวางคุณภาพของสโมบาร์ โดยการมีบริการที่มีมาตรฐานและประทับใจ มีราคาที่เหมาะสม เครื่องดื่มมีคุณภาพและรสชาติดี พร้อมทั้งภาพลักษณ์ที่โดดเด่น ให้ความสุขแก่ผู้ใช้บริการการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้กับสินค้าโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางตรงของธุรกิจ ประกอบด้วย ร้าน What Monday MEETING BAR & BISTRO และ Retro & Café



กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix 7Ps)

เป็นสินค้าและบริการ ไม่ได้ มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมที่รวดเร็ว ทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมการใช้ ชีวิตของคนในประเทศ ข่อมมีผลต่อการดำเนิน

ธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงกับธุรกิจ การศึกษาและทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ในปัจจัยด้านต่างๆ เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างมากซึ่งจะเป็นสิ่งที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการได้เปรียบด้านการวางแผนกลยุทธ์การบริการได้ดี การวางแผนและการทำกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของทุกองค์กร กล่าวคือ เพื่อเป็นทิศทางในการเดินทางสู่ความสำเร็จของธุรกิจต้องมีการวางแผนรวมไปถึงการนำไปใช้ที่เหมาะสม

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

ร้าน สโม ฝับและบาร์ ได้พิจารณาการคัดสรรสินค้าที่จะนำเข้ามาจำหน่ายในร้าน สโมบาร์ โดยเน้นสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของนักดื่ม และรสชาติดี มีคุณภาพ สินค้าในบางรายการนั้นอาจมีต้นทุนที่สูงบ้างบางรายการ เช่น เบียร์นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากเน้นคุณภาพและความหลากหลายของสินค้า และได้ทำการศึกษาและปรับปรุงเทคนิคการปรุงอาหารและเครื่องดื่มที่แปลกใหม่ น่าสนใจ และรสชาติดี มีการนำบุคลากรที่มีประสบการณ์และผ่านการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานมาผลิตสินค้าให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น เช่น บาร์เทนเดอร์ ที่มีประสบการณ์การทำเครื่องดื่ม cocktail จากสถาบันการสอนทำเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียง ส่วนด้านครัวนั้น ทางร้านไม่ได้มีการปรุงอาหารเอง เพียงแต่เป็นผู้คัดสรรรายการเมนู และใช้วิธีโดยการจ้าง Outsource เข้ามาจัดการในด้านอาหารและครัว สินค้าที่ สโมบาร์ คัดสรรมีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับ ในอนาคตยังมีแผนการนำสินค้าใหม่ๆ เข้ามาจำหน่ายอยู่ตลอดเวลา

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ในด้านราคาจะพิจารณาจากราคาของต้นทุนและกำไรที่ต้องการรวมไปถึง ตลาดเป้าหมาย ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่มีรายได้ระดับปานกลางและสูง เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการ ส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงานจึงสามารถตั้งราคาที่เหมาะสมกับบรรยากาศและบริการ หรือตั้งราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง โดยตรงที่มีจุดยืนทางการตลาดที่ใกล้เคียงกัน จะผันแปรไปตามภาวะเศรษฐกิจแต่จะคงทนรักษาคุณภาพไว้ตลอดเวลา ในการบริการนี้ร้าน สโมบาร์ ไม่มีค่าธรรมเนียมในการบริการ (Service Charge) เนื่องจากร้าน สโมบาร์ มีความตั้งใจให้บริการแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าตอบแทน และ ส่วนของรายการเมนูต่างๆ เป็นราคาขายที่ตั้งไว้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว (Vat Included)

กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ร้าน สโม ฝับและบาร์ ได้พิจารณาเห็นถึงความจำเป็นอย่างยิ่งในเรื่องการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าและมีการบริการควบคู่ไปด้วยกัน เพื่อรักษามาตรฐานของการให้บริการแก่ลูกค้า และความเป็นเอกลักษณ์ สโมบาร์จึงมีการจัดการ

บุคลากรผู้ที่มีตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของการบริการลูกค้า โดยฝึกอบรมการสื่อสารและการบริการเป็นหลัก หรือความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการไปยังลูกค้า (CRM.) ให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการได้รับสินค้าและบริการสูงสุด จึงเลือกเป็นช่องทางหลักในกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และยังมีอีกหนึ่งช่องทางที่ปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยม คือ การรับจองโต๊ะผ่านทางโทรศัพท์ Facebook และ Line หรือ ชำระเงินผ่านทางออนไลน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการให้ความสะดวกรวดเร็วแก่ลูกค้า

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวสินค้าของ สโมบาร์ให้เป็นที่รู้จัก รับรู้ และจดจำ ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จึงเลือกกลยุทธ์เพื่อเน้นสร้างการรับรู้ในตราของร้านสโมบาร์ในการทำการตลาด เพื่อให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีต่อการรับรู้สินค้าว่าเป็นตราที่เน้นความโดดเด่นและสะดวกรวดเร็วในการบริการ โดยเลือกใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด คือ จัดทำ Facebook Fan page ชื่อ Smo bar-สโมบาร์ เพื่อลงรายละเอียด รูปภาพ และข้อมูล โดยตรง เพื่อสร้างช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล รายละเอียดต่างๆ ของทางร้านได้ตลอดเวลา

กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People Strategy)

ความชำนาญของพนักงานและการให้คำแนะนำรวมทั้งการบริการลูกค้าในเรื่องต่างๆ กับ ผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ และแอดมินเพจหรือผู้ดูแลเว็บไซต์ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับกิจการได้ดี

กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evident Strategy)

ร้านสโม คับและบาร์ ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและน่าประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร ให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็วและถูกต้อง มีทักษะในการสื่อสารที่ดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี สำหรับพนักงานบาร์เทนเดอร์จะต้องผ่านการอบรมคอร์สการผสมเครื่องดื่มขั้นพื้นฐานและสามารถแนะนำเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี บริการด้านการโฆษณาของ สโมบาร์จะลงเป็นช่วงเวลาเพื่อไม่ให้เป็นการรบกวน ช่องทาง Facebook และ Line ของลูกค้ามากจนเกินไป และมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าอย่างเที่ยงตรง โต้ตอบกล่องข้อความอย่างรวดเร็ว มีเจ้าหน้าที่ตอบลูกค้า 24 ชั่วโมง ลูกค้าสามารถเข้าถึงแบรนด์ได้ง่ายไม่ว่าจะช่วงเวลาใด

- การวิเคราะห์แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการให้บริการ

เป็นกระบวนการการบริการในการดำเนินงานที่มีต่อลูกค้าตั้งแต่เริ่มพบปะพูดคุยกับลูกค้าจนถึงการบริการขั้นตอนสุดท้าย โดยมีเป้าหมายในทางเดียวกัน คือ ให้บริการลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. พนักงานต้อนรับ กล่าวสวัสดี ลูกค้าและสอบถามว่า ลูกค้ามาใช้บริการที่ท่าน สอบถามว่า ต้องการโซนด้านนอกหรือด้านใน หรือแนะนำสถานที่และแนวเพลงของทางร้าน

2. เมื่อลูกค้าสนใจเข้ามาใช้บริการ พนักงานต้อนรับรับลูกค้า จากขั้นตอนที่ 1 จึงหาโต๊ะที่เหมาะสมแก่ลูกค้า จากนั้นนำลูกค้าไปที่โต๊ะ

3. พนักงานที่ดูแลโซนนั้นๆ จะทำการแนะนำเมนูเครื่องดื่มพร้อมโปรโมชัน และรอรับออเดอร์จากลูกค้าเพื่อส่งต่อยังบาร์นำ

4. เมื่อลูกค้าตัดสินใจสั่งออเดอร์แล้ว จากนั้นพนักงานทวนออเดอร์ที่ลูกค้าสั่งอีกครั้งเพื่อความแม่นยำและถูกต้อง พร้อมทั้งสอบถามและแนะนำสินค้าตัวอื่นๆ ว่า ลูกค้าต้องการเพิ่มด้วยหรือไม่

5. เมื่อพนักงานรับออเดอร์ส่งบิลออเดอร์แล้ว บาร์เทนเดอร์จะทำการผสมเครื่องดื่ม Cocktail หรือ Mocktail ในกรณีที่ลูกค้าสั่งเครื่องดื่มประเภทนี้ แต่ถ้ากรณียูกค้าสั่งเครื่องดื่มประเภทเบียร์ สุรา บาร์เทนเดอร์จะจัดเตรียมออเดอร์ทั้งหมดที่สั่งให้แก่พนักงานที่รับออเดอร์จากลูกค้านั้น

6. พนักงานเสิร์ฟรับเครื่องดื่มจากบาร์เทนเดอร์ และทำการจัดเสิร์ฟต่อไปยังลูกค้าที่ส่งไปยังที่โต๊ะ พร้อมจัดเตรียมภาชนะให้ครบตามจำนวนที่ลูกค้ามาใช้บริการ

7. เมื่อลูกค้าสั่งเช็คบิล พนักงานเสิร์ฟรับคำสั่งจากลูกค้า และจึงแจ้งไปยังแคชเชียร์ พนักงานแคชเชียร์จะรวบรวมบิลทั้งหมดที่ลูกค้าสั่งและคำนวณค่าอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดจึงนำส่งให้พนักงานเสิร์ฟส่งไปยังลูกค้าเพื่อให้ทราบยอดการซื้อและจ่ายเงิน จากนั้นพนักงานเสิร์ฟเก็บบิลออเดอร์พร้อมเงินส่งต่อให้แคชเชียร์อีกครั้ง กรณีต้องมีการทอนเงินพนักงานเสิร์ฟต้องรอเงินทอนจากแคชเชียร์แล้วจึงนำส่งให้ลูกค้าและกล่าวขอบคุณ

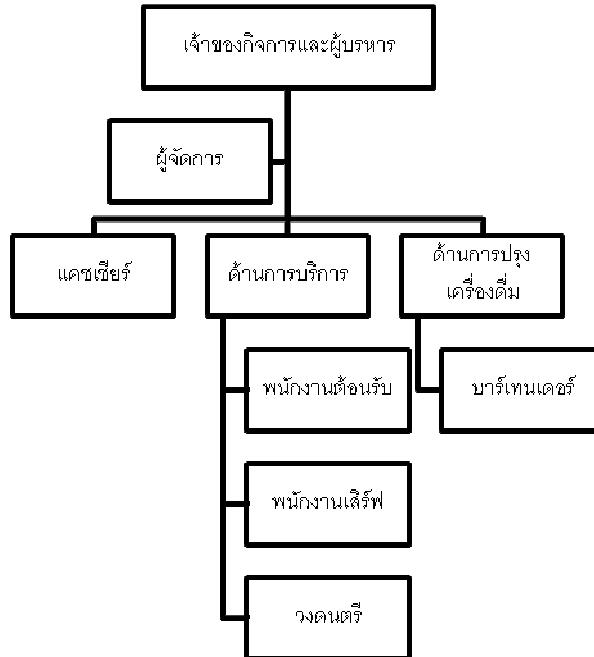
- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์การ

ร้านสโมคั๊บและบาร์ มีการกำหนดโครงสร้างองค์การแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เนื่องจากขนาดขององค์กรมีขนาดเล็ก การจัดการโครงสร้างองค์การใน

ลักษณะนี้สามารถทำให้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ผู้ประกอบการสร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด โดยมีแผนผังดังนี้

ภาพแสดงแผนผังองค์กร (Organization Chart)



- การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 2,7160,500 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 12,726,600 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 13,353,600 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 13,665,600 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 15,163,200 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 16,099,200 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 1,875,744 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 2,002,104 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 1,949,648 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 2,485,530 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 2,747,805 บาท

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจ ร้าน สโม ฟับและบาร์ (SMO PUB AND BAR) ภายใต้งี๋นใจที่บริษัทกำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

กฎหมายสถานบริการ พ.ศ. 2509. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<https://somsak55.wordpress.com/สถานบริการ/>

ตลาดเบียร์ ปี 2558. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://positioningmag.com/1091496>

ประภัทย์ บุญชะฉาย คณะวิทยาการจัดการ “รายงานวิจัยเรื่องแผนธุรกิจ Earthquake & Pub and Restaurant” มหาวิทยาลัยศิลปากร 2555. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

www.info.ms.su.ac.th

สุดยอด 5 ธุรกิจกลางคืน น้าลงทุน สมอง นักท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1338133909,2555

SCB เศรษฐกิจไทยในปี 2018. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.scbec.com/th>