

## BUSINESS PLAN: DRAGON GRILLED PORK

Ananyot PRACHONG<sup>1</sup>

1 The Degree of Master of Management in Entrepreneurship, Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand; ananyot.p66@rsu.ac.th

### ARTICLE HISTORY

**Received:** 14 June 2024

**Revised:** 28 June 2024

**Published:** 12 July 2024

### ABSTRACT

Business Plan Mangkorn Mu Krata Restaurant has planned business practices in the form of providing Chinese style buffet food for customers who want to try new food and Chinese people in Kalasin Province, including pork marinated in Chinese herbs. Meat marinated in Chinese herbs, etc., Mangkorn Moo Kratha restaurant has an investment of 8,000,000 baht. The business is operated as a company with Mr. Ananyot Prajong holding 90 percent of the shares and Ms. Thitiya Khamcharan holding 10 percent of the shares. It was found that there is a return period. Capital within 1 year, the net present value of the business is positive at 13,453,329 baht with an internal return of the business of 82 percent

**Keywords:** Business Plan, Mangkorn Mu Krata

**CITATION INFORMATION:** Prachong, A. (2024). Business Plan: Dragon Grilled Pork. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 13

## แผนธุรกิจ: มังกรหุมกระทะ

อนันต์ ประจง<sup>1</sup>

1 หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต;  
ananyot.p66@rsu.ac.th

### บทคัดย่อ

แผนธุรกิจร้านมังกรหุมกระทะมีการวางแผนแนวทางการดำเนินธุรกิจในรูปแบบการให้บริการอาหารบุฟเฟต์สไตล์จีน สำหรับลูกค้าที่ต้องการลองทานอาหารแบบใหม่และคนจีนในจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้แก่ หมูหมักสมุนไพรจีน เนื้อหมักสมุนไพรจีน เป็นต้น ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน เพราะกลุ่มวัยรุ่นและคนไทยเชื้อสายจีนนี้ มีสไตล์การทานอาหารเป็นเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ผู้จัดทำจึงมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารบุฟเฟต์ใช้เงินลงทุนอยู่ที่ 8,000,000 บาท โดยดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทโดยนายอนันต์ ประจง ถือหุ้นร้อยละ 90 และนางสาวฐิตยา คำจรรย์ ถือหุ้นร้อยละ 10 พบว่า มีระยะเวลาคืนทุนภายใน 1 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของธุรกิจมีค่าเป็นบวก 13,453,329 บาท โดยมีผลตอบแทนภายในปีของธุรกิจอยู่ที่ร้อยละ 82

**คำสำคัญ:** แผนธุรกิจ, มังกรหุมกระทะ

**ข้อมูลการอ้างอิง:** อนันต์ ประจง. (2567). แผนธุรกิจ: มังกรหุมกระทะ. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 13

## บทนำ

รูปแบบธุรกิจ “ มังกรหุมกระทะ ” มีการวางแผนแนวทางการดำเนินธุรกิจในรูปแบบการให้บริการอาหารบุฟเฟต์สไตล์จีนสำหรับลูกค้าที่ต้องการลองทานอาหารแบบใหม่และคนจีนในจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้แก่ หมูหมักสมุนไพรจีน เนื้อหมักสมุนไพรจีน เป็นต้น ซึ่งราคาต่อหัวละ 300-400 บาท ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน เพราะกลุ่มวัยรุ่นและคนไทยเชื้อสายจีนนี้มีสไตล์การทานอาหารเป็นเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง เป็นการจำหน่ายแบบ B2C (Business-to-Consumer) โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้านที่ตลาดโรงสี อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ และจะมีวิธีการทำการตลาดออนไลน์เพื่อเป็นการทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วและยังสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วประเทศวันออกเฉียงเหนือหรือแบบเฉพาะเจาะจงตามความต้องการของลูกค้าด้วย ซึ่งจะสามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ทั้งในเรื่องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพราะการตลาดออนไลน์เป็นการสร้างการรับรู้เพื่อให้ปริมาณการเข้ามาใช้บริการสามารถเพิ่มขึ้นได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ผู้จัดทำจะเริ่มต้นขายผ่านหน้าร้านในจังหวัดกาฬสินธุ์แล้วจึงวางแผนในอนาคตเพื่อขยายสาขาและขายผ่านช่องทางออนไลน์ให้ทั่วประเทศ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า มังกรหุมกระทะเป็นแบบบุฟเฟต์สไตล์จีน ซึ่งอาหารจำพวกบุฟเฟต์ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “แผนธุรกิจ: ร้านมังกรหุมกระทะ” โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านมังกรหุมกระทะ เพื่อให้ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านมังกรหุมกระทะ

## การทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมาเป็นการกระทำที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ทั้งในรูปแบบสินค้าหรือการบริการ (วิศิธา สู้สกุลสิงห์ และ วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์, 2563)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ตลาด ส่วนแบ่งทางตลาด และวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (ปกัด อุดมธรรมกุลม, 2563; พัชรธากานต์ โสภณชาวัฏกุล, 2563)

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

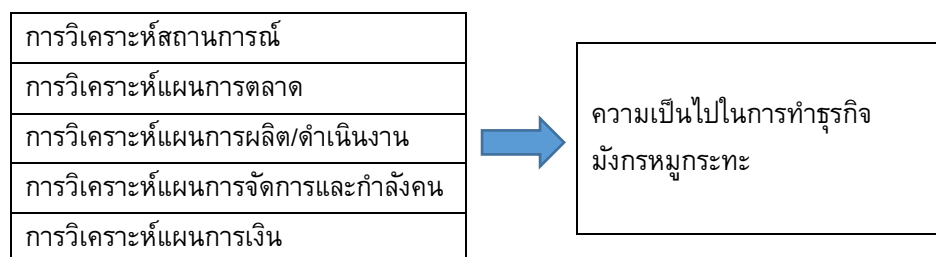
มังกรหุมกระทะ หมายถึง ร้านหุมกระทะสไตล์จีน โดยการใช้สมุนไพรจีนมาเป็นส่วนผสมในการหมักเพื่อเพิ่มรสชาติและสัมผัสที่แตกต่างจากร้านหุมกระทะแบบทั่วไป

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นัฐพล จำกำจร (2560) ได้มีการศึกษาเรื่องอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของแบรนด์ต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารบุฟเฟต์ญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับ ความสำคัญมาก คุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และการตัดสินใจเลือกร้านอาหารบุฟเฟต์ญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของแบรนด์ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกร้านอาหารบุฟเฟต์ญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร

สุภิชัย เพียรสาระ (2563: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารบุฟเฟต์ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์มากที่สุด คือ คุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือของบริการ เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารบุฟเฟต์ ส่วน อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาระค่าใช้จ่ายคงที่ที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในเรื่องของการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์

### กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

### กรอบแนวคิดในการวิธีการศึกษา

โดยวิธีการศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ มีหัวข้อที่วิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter Five Forces Model และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การวิเคราะห์สถานการณ์

##### 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PEST)

1.1) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political) สถานการณ์โควิด-19 ไม่ได้มีการแพร่ระบาดรุนแรงเป็นวงกว้าง จนก่อให้เกิดการยกระดับของมาตรการควบคุมห้ามนั่งทานอาหารภายในร้าน ทำให้เกิดการกลับมาใช้ชีวิตประจำวันแบบมาตรฐานใหม่ของผู้บริโภค ในปี พ.ศ.2565 น่าจะกลับมาขยายตัวเป็นบวกได้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2565)

1.2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic) ทิศทางเศรษฐกิจปีมะโรงใหญ่ ปี พ.ศ.2567 นี้ คาดว่าเศรษฐกิจไทยน่าจะมีการขยายตัวราวร้อยละ 3.0-3.5 ภาวะเงินเฟ้อ ร้อยละ 1.0-2.0 อัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 2-2.5 โดยในการมองภาพเศรษฐกิจไปข้างหน้า จะมองจากปัจจัยทั้งจากเศรษฐกิจต่างประเทศ และเศรษฐกิจในประเทศของเรา (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2024)

1.3) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social) ปัจจุบันวัฒนธรรมการทำอาหารทานที่บ้านลดน้อยลง ผู้คนเริ่มต้องการความสะดวกในการทานอาหารมากขึ้นสะดวก ทำให้ธุรกิจ หมูกระทะ ซาบู และบุฟเฟต์ ที่นำเสนอที่น่าจะสอดคล้องกับวัฒนธรรมของผู้คนในปัจจุบันที่เปลี่ยนไปเนื่องจากต้องการความสะดวกในการรับประทาน

1.4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological) ในส่วนของภาคการผลิตนั้นปัจจุบันนี้ได้มีการพัฒนาและคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อมาช่วยในเรื่องของการลดต้นทุนในการผลิต และการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมากกว่าเดิม เพราะเทคโนโลยีช่วยลดแรงงานหรือกำลังคนและลดเวลาการผลิต (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2562)

2) การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน โดยวิธี Porter's Five Force Model มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1) อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ (Threats of New Entrants) : สูง เนื่องจากธุรกิจหอยกระทงสามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่สามารถทำได้ง่าย และสามารถศึกษาข้อมูลก่อนการเปิดธุรกิจได้
  - 2.2) ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry among Existing Firms) : สูง การแข่งขันคู่แข่งทางอ้อมสูงเนื่องจากเป็นธุรกิจประเภทบุฟเฟ่ต์ มีบุฟเฟ่ต์หอยกระทง บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง
  - 2.3) แรงกดดันจากผลิตภัณฑ์ทดแทน (Pressure from Substitute Products) : สูง เนื่องด้วยร้านอาหารบุฟเฟ่ต์นั้นมีสินค้าทดแทนสูงมาก และลูกค้ามีตัวเลือกเป็นจำนวนมาก
  - 2.4) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargain Power of Buyers) : สูง ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองสูง เนื่องจากบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างและชาบูนั้นมีจำนวนมาก ลูกค้าสามารถเลือกได้จะใช้บริการของร้านเราหรือไม่
  - 2.5) อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargain Power of Supplier) : ต่ำ ผู้ขายมีอำนาจปัจจัยการผลิตมีการต่อรองต่ำ เพราะธุรกิจจะขึ้นอยู่กับจำนวนสินค้าที่เราสั่งและผู้ขายปัจจัยการผลิตมีวัตถุดิบอยู่ครบครันจำนวนมาก
- 3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 3.1) จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

- วัตถุดิบ หลากหลาย มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย
- รสชาติได้มาตรฐาน มีคุณภาพ น้ำจิ้มหลากหลายรสชาติ
- มีการบริการที่ดี เนื่องจากมีการอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ
- มีการวางแผนระบบครัวกลางเพื่อควบคุมคุณภาพของอาหารให้มีความสดใหม่เสมอ
- ราคาอาหารของร้านมีความเหมาะสมกับรายการอาหาร

### 3.2) จุดอ่อน (Weaknesses)

- เนื่องจากเป็นธุรกิจหน้าใหม่ ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง
- อาหารส่วนใหญ่เป็นจำพวกของสด ซึ่งเก็บไว้ได้เพียง 1 วัน
- ใช้วัตถุดิบจำพวกของสดเป็นหลัก ซึ่งราคาค่อนข้างผันผวน
- ช่วงเริ่มต้นของกิจการ มีการใช้เงินลงทุนสูง
- รสชาติอาหารไม่อร่อย ทำอาหารปิ้งย่างในห้าง

### 3.3) โอกาส (Opportunities)

- พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนบ่อยผู้บริโภคส่วนใหญ่สนใจที่จะลองร้านใหม่ๆ
- ผู้บริโภคใช้สื่อเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ
- มีแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ให้กลุ่มผู้บริโภคกว้างขึ้น
- เทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากขึ้น
- มีอาชีพ Youtuber influencer หรือนักรีวิวต่างๆ เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

### 3.4) อุปสรรค (Threats)

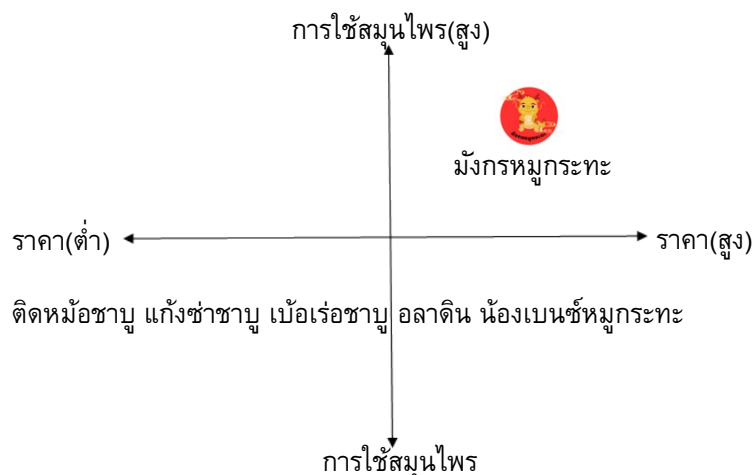
- ปัจจุบันมีแนวโน้มเข้าสู่วัยผู้สูงอายุมากขึ้น ทำให้การบริโภคอาหารบุฟเฟ่ต์ลดน้อยลง
- ค่านิยมการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น อาจทำให้ร้านได้รับความนิยมน้อยลง
- นโยบายปรับค่าแรงงาน ทำให้ในอนาคตต้องเพิ่มต้นทุนของร้าน
- การเข้ามาของคู่แข่งบุฟเฟ่ต์สไตล์เกาหลี ญี่ปุ่น เพิ่มมากขึ้น
- คู่แข่งในพื้นที่มีจำนวนมาก เช่น ร้านหอยกระทงบุฟเฟ่ต์ เป็นต้น

## การวิเคราะห์ด้านการตลาด

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T : Target Market)

อำเภอเมือง เพศชาย และเพศหญิง อายุ ต่ำกว่า 20-25 ปี และ อายุ 26-35 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 15,001-25,000 บาท พฤติกรรม 1) คนที่ชอบทานหมูกระทะแนวใหม่ 2) ผู้ที่ชอบทานอาหารจีน

2) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P : Positioning)



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคคนสุดท้ายของธุรกิจมังกรหมูกระทะ

#### 2.1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

มังกรหมูกระทะ ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในด้านวัตถุดิบอาหาร โดยเน้นวัตถุดิบอาหารที่ประชากรส่วนมากให้การยอมรับและหมักกับสมุนไพรจีนที่ได้รับการยอมรับ

#### 2.2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

การตั้งราคาอาหารทางร้านได้มีการกำหนดราคากลยุทธ์ตั้งราคาแบบตัวล่อ (Decoy Pricing) ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ 329 บาทราคาเดียว

#### 2.3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ซึ่งการเลือกช่องทาง หรือ Place ในการทำการตลาด คือ การเลือกช่องทางที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ของมังกรหมูกระทะ เพื่อทำการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มของลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมาย

#### 2.4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และตัดสินใจเข้ามาใช้บริการของมังกรหมูกระทะจึงมีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายโดย

#### 2.5) กลยุทธ์ด้านบุคคล (People Strategy)

ใช้กลยุทธ์หลักเป็นการอบรมพนักงาน (Training) ก่อนการปฏิบัติงานโดยเน้นการบริการที่เหนือชั้นกว่าคู่แข่ง

#### 2.6) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process Strategy)

มังกรหมูกระทะจะใช้กลยุทธ์ในการกำหนดมาตรฐานในการทำงานที่เรียกว่า SOP (Standard Operation Procedure) เพื่อให้เป็นบริการที่สม่ำเสมอ

#### 2.7) กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์และการบริการ (Physical Evidence Strategy)

มังกรหมูกระทะใช้กลยุทธ์การให้ประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Experience) ด้วยการสร้างบรรยากาศแบบราชวงศ์จีนเพื่อให้เหมาะกับธีมของร้าน

#### การวิเคราะห์แผนการผลิต

ร้านมังกรหมูกระทะมีโต๊ะสำหรับให้บริการทั้งหมด 20 โต๊ะแบ่งเป็น 1-2 คน 5 โต๊ะ 2-4 คน 8 โต๊ะ และ 5-8 คน 7 โต๊ะ จะมีการให้กำลังในการผลิตสูงสุดต่อรอบที่ให้บริการที่ 98 คน โดยใช้เวลาในการทานอาหารประมาณ 1.5 ชั่วโมง โดย

ทางร้านเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 14:00-23:00 น. รวมเวลา 9 ชั่วโมง ได้ทั้งหมด 6 รอบ รวมกำลังในการให้กำลังการผลิตสูงสุดต่อวันได้ 558 คน ร้านเปิดกิจการทั้งหมด 360 วัน โดยในวันจันทร์ถึงศุกร์มีคนเข้ามาใช้บริการเฉลี่ย 220 คน วันเสาร์และวันอาทิตย์มีคนเข้ามาใช้บริการเฉลี่ย 200 คน กำลังการบริการ 1 วัน ให้กำลังในการบริการเต็มที่ ได้ทั้งหมด 558 คน/วัน อัตราการให้บริการสูงสุดต่อปี 200,880 คน/ปี มาจาก  $558 \times 360$  วัน อัตราการหมุนเวียนต่อคนเฉลี่ย 1 ชั่วโมง 50 นาที ร้านเปิด 14:00-23:00 น. เปิด 9 ชม/วัน จันทร์ถึงศุกร์คาดการณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ 50% เท่ากับ  $558 \times 50\% = 279$  คน/วัน วันเสาร์และอาทิตย์คาดการณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ 70% เท่ากับ  $558 \times 70\% = 390$  คน/วัน ดังนั้นคนที่มาใช้บริการต่อปีสามารถคำนวณได้ดังนี้  $(279 \times 208) + (390 \times 152) = 58,032 + 58,500 = 116,532$  คน/ปี จากสมการ  $(279 \times 208)$  มาจากการประมาณการลูกค้าที่มาใช้บริการจันทร์-ศุกร์  $(390 \times 152)$  มาจาก การประมาณการลูกค้าที่มาใช้บริการเสาร์-อาทิตย์

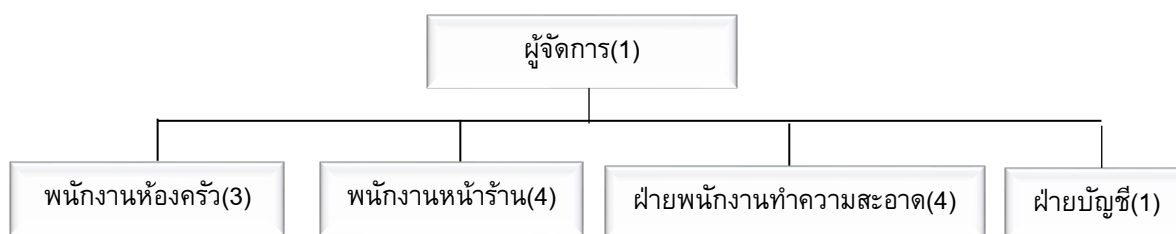
## 2) ขั้นตอนการบริการ

- 2.1) เตรียมเปิดร้านโดยการเตรียมร้านให้เรียบร้อย เช่น เตรียมวัตถุดิบให้พร้อมให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทำความสะอาดภายในร้าน เพื่อให้พร้อมที่จะต้อนรับลูกค้าในเวลาที่เราเปิด
- 2.2) เปิดร้านและเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ หาโต๊ะที่เหมาะสมให้ลูกค้าและพาลูกค้าไปนั่งที่โต๊ะ
- 2.3) ให้บริการต่างๆ เช่น อธิบายการใช้เตา วิธีการสั่งอาหาร เปิดที่ดูดควัน แนะนำโซนอาหารต่างๆที่ทางร้านมี
- 2.4) รับออเดอร์และให้บริการลูกค้า
- 2.5) นำอาหารที่ลูกค้าสั่งไปส่งที่โต๊ะให้ตรงกับออเดอร์
- 2.6) เมื่อลูกค้าทานอาหารไปได้สักพักจะมีพนักงานเข้าไปสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มเพื่อเก็บผลสำรวจไปพัฒนา
- 2.7) เมื่อลูกค้าทานเสร็จ คิดเงินและทวนรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งและส่งบิลให้กับลูกค้า
- 2.8) รับชำระเงินทุกรูปแบบ
- 2.9) เมื่อลูกค้าชำระเงินเสร็จสิ้น พนักงานจะทำการแนะนำวิธีสะสมแต้มเพื่อทานฟรีให้กับลูกค้าเพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง พร้อมกล่าวขอบคุณและอวยพรให้ลูกค้าเดินทางกลับอย่างปลอดภัย

## การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

### โครงสร้างองค์กร

“มังกรหุมกระทะ” ธุรกิจใช้ลักษณะการจัดการโครงสร้างองค์การแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะขนาดขององค์กรมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักการจัดการโครงสร้างองค์การในลักษณะนี้ทำให้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 แสดงแผนภูมิองค์กร ร้านมังกรหุมกระทะ

## การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 8 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 38,339,028 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 39,105,927 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 39,887,960 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 40,685,456 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 41,499,073 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 10,891,888 บาท ปีที่เท่ากับ 10,633,490 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 10,345,726 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 10,026,804 บาท

และปีที่ 5 เท่ากับ 9,674,932 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 1 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 13,453,329 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับร้อยละ 82

## สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจร้านมังกรหมูกระทะ ภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลงทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรศักดิ์ พิลาเกิด และคณะ (2564) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิพงศ์ มุสิกรัตน์ (2562)

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านมังกรหมูกระทะ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ จากการศึกษา PEST และ Porter' Five forces พบว่า ธุรกิจมังกรหมูกระทะมีโอกาสจากนโยบายรัฐบาลที่มีการสนับสนุน แต่อย่างไรก็ตาม ต้องระวังการแข่งขันที่สูงขึ้น เพื่อปรับแก้กลยุทธ์ทางการตลาดและบริการ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด จากการศึกษาด้านการตลาดพบว่า มังกรหมูกระทะควรเน้นกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบในการทานหมูกระทะ โดยการเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีและสดใหม่อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต จากข้อมูลการผลิตพบว่า มังกรหมูกระทะให้บริการสูงสุด 558 คน/วัน โดยเน้นการบริการทางร้านเน้นการต้อนรับลูกค้าอย่างสุภาพเรียบร้อยและให้คำแนะนำเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- 4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน การจัดการกำลังคนในธุรกิจมังกรหมูกระทะ โดยการแบ่งหน้าที่ของพนักงานอย่างชัดเจนในบทบาทและหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งงาน เพื่อให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน
- 5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน พบว่า โครงสร้างการเงินมีผลตอบแทนดีในระยะกลางถึงระยะยาว ควรพิจารณาเพิ่มเติมกับการลงทุนเพื่อเพิ่มกำไรสุทธิและสร้างมูลค่าในระยะยาว ด้วยการให้ความสำคัญกับการจัดการความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นและการบริหารการเงินอย่างเหมาะสม

## เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). มาตรการรัฐคั่น ร้านอาหาร ขยายตัว 9.9%. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/981136>.
- นัฐพล จำกำจร. (2560). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของแบรนด์ต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารบุฟเฟต์ญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปภัค อุดมธรรมกุล. (2563). ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และ ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19. กรุงเทพฯ: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- พัทธกานต์ โสภณเชาว์กุล. (2563). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของรถโดยสารประจำทางขนาดเล็ก สาย 36 กรุงเทพ-สัตหีบ-รังสิต. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก.
- วิศรา สู้สกุลสิงห์ และ วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.



ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). มูลค่าธุรกิจร้านอาหารขยายตัวในปี 2565-2566 ท่ามกลางโจทย์ท้าทายด้านต้นทุนและการรักษากำไรของผู้ประกอบการ. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/kecon/business/Pages/restaurant-z3352.aspx>.

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2024). เจาะลึก “โอกาสและความท้าทาย” เปิดตำราวางแผนปีใหญ่ “เศรษฐกิจไทย” ปี 2567. สืบค้นจาก <https://nida.ac.th/opportunities-and-challenges-thai-economy-2024/>.

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2562). จิตสำนึกของอุตสาหกรรมสู่ยุทธศาสตร์อนาคต. สืบค้นจาก <https://www.thaitextile.org/th/insign/downloads/preview.17.html>.

สุภิชัย เพียรสาระ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาเอกการจัดการ สาขาวิทยบริการ กรุงเทพมหานคร (หัวหมาก).

สรศักดิ์ พิลากิต, แก้วตา ผิวพรรณ และ วศิน พรหมพิทักษ์กุล. (2564). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการร้านอาหารประเภทหมูกระทะของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

สุทธิพงษ์ มุสิกรัตน. (2562). คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดภูเก็ต. สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

**Data Availability Statement:** The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

**Conflicts of Interest:** The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

**Publisher's Note:** All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



**Copyright:** © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).