

เว็บไซต์เพื่อการเรียนรู้ของผู้ตั้งถิ่นฐานใหม่

การดำเนินการและบริหาร ร้านค้า





【 สารบัญ 】

• อยากใช้เงินทุนเท่าไรในการสร้างธุรกิจ	2
• เงินทุนนำมาใช้อย่างไร	4
• โครงสร้างต้นทุนการเปิดร้าน	7
• สินค้าของเราจะขายให้ใคร	9
• อัตรากำไรขั้นต้นของสินค้า	11
• เลือกทำเล	13
• กำหนดราคาอย่างไร	15
• การประชาสัมพันธ์ทั้งบนถนนและโลกออนไลน์	17
• ทำโปรโมชั่นแบบมีเงื่อนไข	19
• การกำหนดการบริโภคขั้นต่ำของลูกค้า	21
• วิธีการออกแบบเมนูอาหารและการนำเสนอ	23
• มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์หรือมุ่งเน้นลูกค้า	25
• เลือกซัพพลายเออร์	27
• การบริหารจัดการสต็อกวัตถุดิบ	29
• การดูแลลูกค้า	32
• วิเคราะห์กำไรขาดทุน	35





อยากใช้เงินทุนเท่าไรในการสร้างธุรกิจ

- ▶ คนที่ทำธุรกิจ แต่ละคน มีเบื้องหลังและประสบการณ์แตกต่างกัน การเข้าถึงความสัมพันธ์และทรัพยากรก็แตกต่างกัน นอกจากต้องเลือกทำธุรกิจที่เราสามารถแสดงศักยภาพได้เต็มที่แล้ว สิ่งสำคัญต้องตระหนักว่าเราต้องเจอกับความเสี่ยง และต้องมีเงินทุนรองรับ

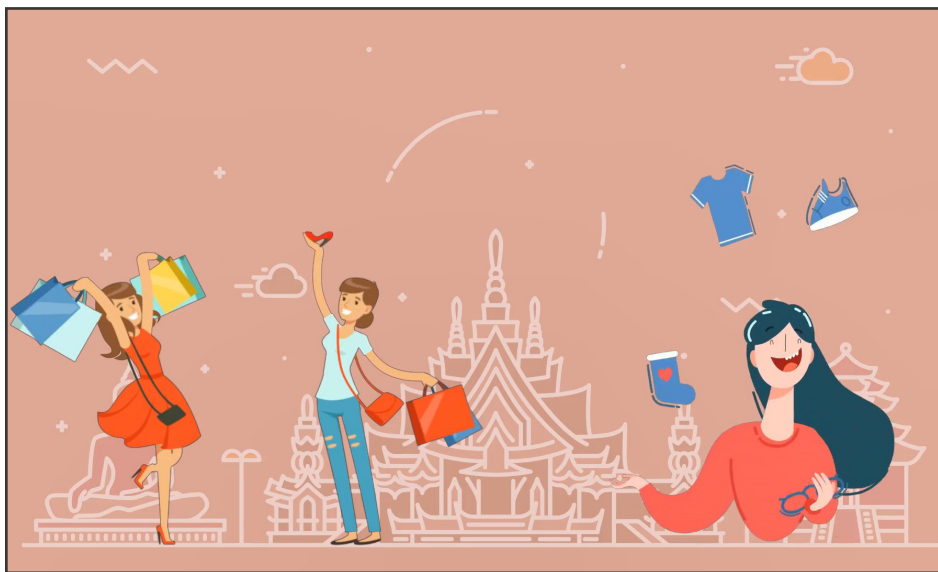


- ▶ เงินลงทุนสำหรับเปิดร้านทำธุรกิจ
 1. ธุรกิจแฟรนไชส์เงินทุน 3 ล้าน
ธุรกิจแฟรนไชส์ มีรูปแบบการทำธุรกิจที่สามารถนำไปใช้ได้เลย
 2. ธุรกิจสร้างเองเงินทุน 1.5 ล้าน
การสร้างแบรนด์ตดสร้างธุรกิจด้วยตัวเอง ต้องสร้างระบบการบริหารจัดการเอง ต้องวางแผนธุรกิจเองทั้งหมด





- ▶ หลักการประเมินธุรกิจแฟรนไชส์ หรือว่า ธุรกิจสร้างเอง
อยู่ที่ว่าแบบไหนเหมาะสมกับเรามากกว่าไม่ใช่อยู่ที่เงินทุน
- ▶ ถ้าเลือกทำธุรกิจแฟรนไชส์
ถ้าเงินทุนไม่มากพอ อย่าประเมินจากเงินทุนแล้วเลือกผิดแฟรนไชส์เด็ดขาด
เพราะจะได้ไม่คุ้มเสีย





เงินทุนนำมาใช้อย่างไร

- ▶ เงินทุนเปิดร้านประหยัดได้ก็ควรประหยัด
การสร้างธุรกิจไม่ได้เป็นไปอย่างที่เราคิดไว้หรอก เราต้องควบคุมเงินทุนดีๆ
เพราะเราใช้เงินทุนอยู่บนความเสี่ยง ประหยัดได้ก็ควรประหยัด
- ▶ พยายามลดเงินทุนให้ต่ำที่สุด
การเปิดร้านครั้งแรก เงินทุนระยะแรก
ควรประหยัดให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้จนกว่าธุรกิจเราจะเดินต่อไปได้
แล้วค่อยตกแต่งและซื้ออุปกรณ์ใหม่ก็ยังไม่สาย
- ▶ เงินทุนหมุนเวียนประกอบด้วยค่ามัดจำร้านและสำรองรายจ่ายได้ถึง 3 เดือน
ถ้าในสถานการณ์เช่นนี้ เงินทุนหมุนเวียนไม่พอ
ความพยายามที่ทามาโดยตลอดอาจไร้ผล เพราะว่าโรคระบาดในครั้งนี้
เนื่องจากเราไม่มีเงินหมุนเวียนในระบบ ในที่สุดอาจต้องปิดกิจการไป





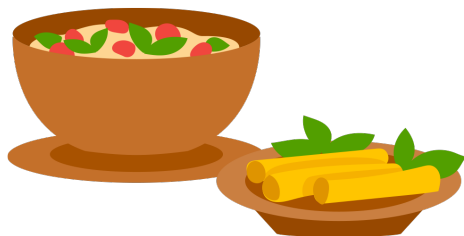
- ▶ อุปกรณ์มือสอง ร้านแข่งกิจการสามารถลดเงินทุนเปิดร้านได้
ปัจจุบันมีกลุ่มธุรกิจร้านค้าที่เกี่ยวข้อง มีอุปกรณ์ครัวมือสอง
เฟอร์นิเจอร์มือสอง ร้านแข่งกิจการต่อ ในเฟสบุ๊คมากมาย ไม่ว่าจะเป็นโต๊ะ
เก้าอี้ โซฟา แม่เต้โคมไฟ ง่ายต่อการหาซื้อในกลุ่มธุรกิจร้านค้าบนเฟสบุ๊ค
ส่วนร้านที่จะแข่งต่อ เราสามารถเล็งเป้าหมาย ไปหาร้านที่เคยประกอบธุรกิจ
คล้ายคลึงกันกับเรา นอกจากทำให้เราสามารถประหยัด ค่าใช้จ่ายได้มาก
- ▶ อุปกรณ์มือสองต้องระวังเรื่องคุณภาพและการประกันการซ่อมแซม
อุปกรณ์มือสองต่างๆ มีอายุการใช้งานจำกัด หากเป็นประเภทที่เกินอายุการ
ใช้งานแล้ว ไม่ใช่ว่าจะใช้ไม่ได้ แต่เราต้องรู้ประวัติการซ่อมบำรุงของมัน
และต้องรู้ว่าเครื่องนี้ใช้ขายบ่อยแค่ไหน ใช้ทุกวัน หรือใช้สัปดาห์ละครั้ง
เป็นต้น





► ร้านเชิงกิจการต้องระวังเรื่อง รายละเอียดและสัญญาเช่าต้องดูให้ดี

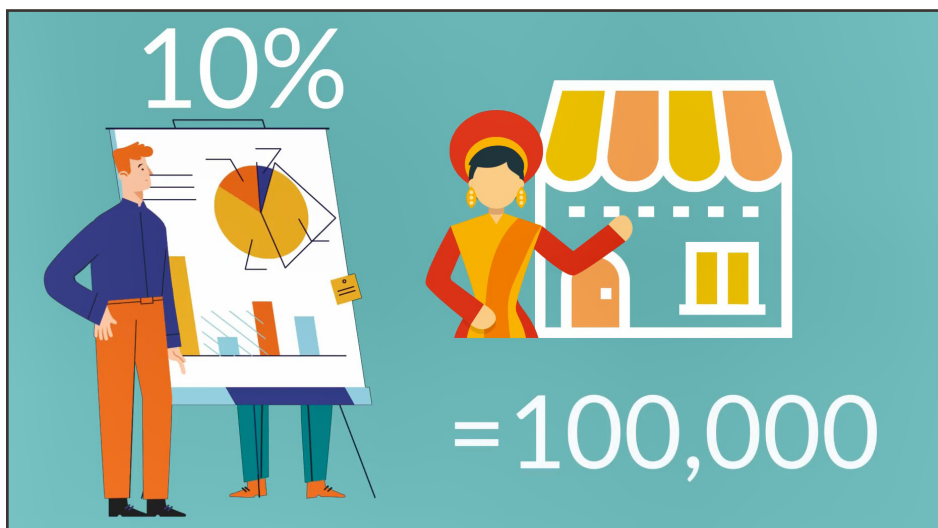
1. ข้อแรก ถ้าเราต้องการหาร้านที่เชิงกิจการ
แล้วเชื่อมโยงกับธุรกิจที่เราจะทำ
สามารถถามเขาว่าผลประโยชน์ของเขา เป็นอย่างไร
เพื่อประกอบการพิจารณา
2. ข้อสอง ระยะเวลาเช่าเหลืออีกกี่เดือน
เจ้าของมีท่าทางยินยอมให้เช่าต่อไหม
หรือว่าต้องการขึ้นค่าเช่า





โครงสร้างต้นทุนการเปิดร้าน

- ▶ ค่าเช่าร้านควรอยู่ที่หนึ่งส่วนสิบของผลประกอบการ
เพราะว่าเป้าหมายของการทำกำไร
อย่างน้อยต้องมี 15-20% ส่วนแรงงานคนยากต่อการควบคุมให้อยู่ใน
20% ส่วนวัตถุดิบโดยทั่วไปจะอยู่ระหว่าง 25-35% ส่วนสินค้าอื่นๆ
มีสัดส่วนประมาณ 15% ทุกอย่างรวมกัน เราจะเหลือแค่ 10% เป็นค่าเช่าร้าน



▶ ส่ววิธีการประเมินก่อนเปิดร้าน

1. รูปแบบของร้านเป็นนำกลับหรือทานในร้าน
จะเป็นแบบไหนนำกลับหรือทานในร้าน กลุ่มที่ซื้อกลับและกลุ่มที่กินในร้าน
บางทีอาจมีพฤติกรรมทับซ้อนกัน แต่ความชอบและจำนวนจะแตกต่างกัน
ผลประกอบการที่ได้ก็แตกต่างกัน





2. ราคา

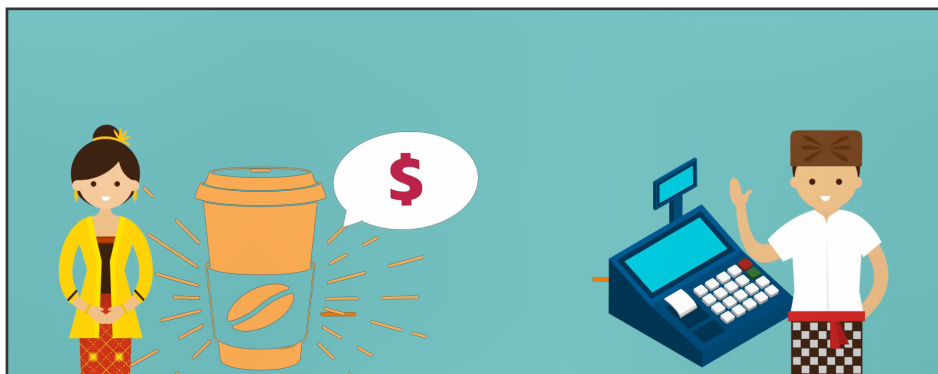
สินค้าประเภทเดียวกันในโซนนี้
สอดคล้องกับที่เราจะขายไหม ถ้าของที่เราจะขายแพงกว่า
ก็ดูที่ความแตกต่าง ความแตกต่างที่มากำหนดราคาสินค้า
สามารถทำให้ผู้คนในโซนนี้รับได้ไหม

3. กลุ่มลูกค้าหลัก

แล้วก็มีคนที่มาซื้อของๆ เรา โซนนี้ส่วนใหญ่
เป็นกลุ่มนักเรียนหรือพนักงานออฟฟิศ หรือผู้คนมาเดินเที่ยว

4. คู่แข่ง

จากตำแหน่งร้านที่คาดหวัง วาดจุดศูนย์กลาง เดินประมาณ 5
นาที และในวงกลมนี้มีร้านที่ขายสินค้าประเภทเดียวกับเรา
เราลองสังเกตว่า เขาได้ผลประกอบการประมาณเท่าไร ดูที่ราคาเฉลี่ย
ค่าหัวเฉลี่ยต่อคนเท่าไร





สินค้าของเราจะขายให้ใคร

▶ ขั้นตอนการขาย

1. กำหนดกลุ่มลูกค้าหลัก

ก็คือ ใครที่เป็นคนซื้อสินค้าเรา สมมติ วันนี้ เราตัดสินใจได้แล้ว ว่าจะขายอะไร เราต้องเข้าใจก่อนว่า ใครที่จะเป็น ลูกค้าของเรา

2. หาความเคยชิน และจุดที่กลุ่มลูกค้าหลักให้ความสำคัญให้เจอ

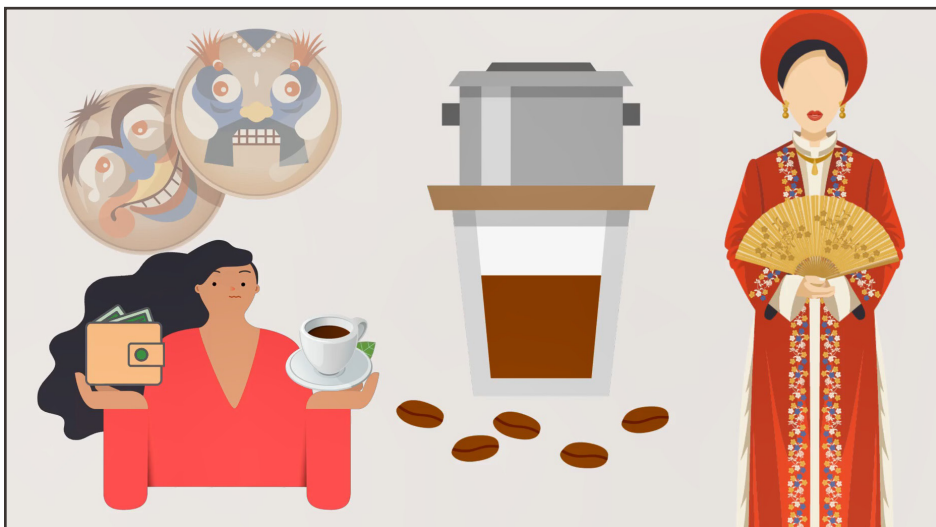
พวกที่ต้องการซื้อเลย ถือว่าเป็นพวกเฉพาะเจาะจงมาซื้อเลย

พวกเขารู้ว่าตัวเองอยากได้อะไร มีความจำเพาะเจาะจงที่ชัดเจน

ไม่สนใจกิจกรรมโปรโมชั่นต่างๆ และง่ายต่อการกลายเป็นกลุ่มลูกค้าประจำ

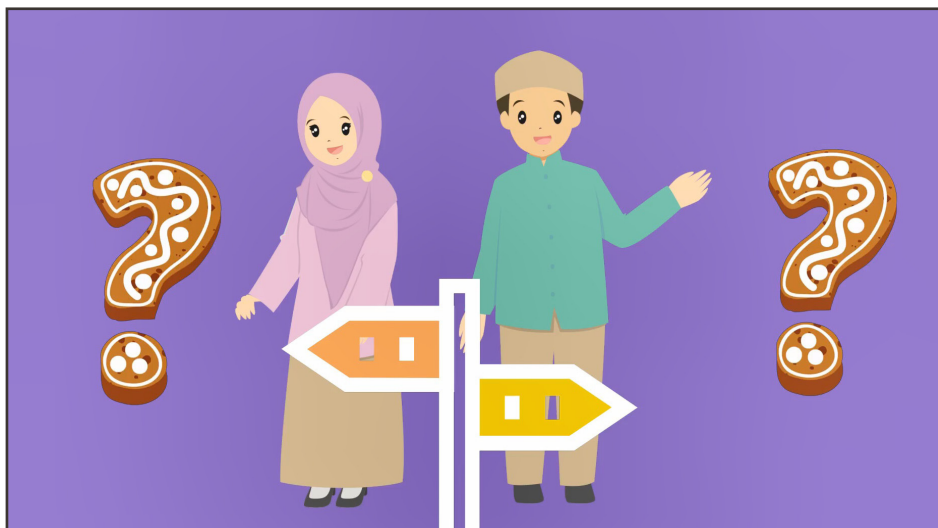
ลูกค้าอีกแบบก็คือซื้อเพราะให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ ก็เลยต้องการซื้อ

นอกจากตัวสินค้าแล้ว อีกอย่างที่สำคัญที่สุด ความเป็นเอกลักษณ์ที่ร้านอื่นไม่มี





3. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าจำเพาะเจาะจงมาซื้อเลย
หรือว่าเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์
ล้วนต้องเข้าใจความชอบของพวกเขา ราคา รสนิยม ความสะดวก
ตอบสนองความรู้สึก ก็สามารถดึงดูดพวกเขาได้ ก็ส่งผลให้สินค้าขายได้
แถมพวกเขายังพึงพอใจอีกด้วย
4. ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย
โดยปกติ บรรดาลูกค้า จะมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ชัดเจน
ถ้าเราสามารถตอบสนอง วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของพวกเขา
เราก็ขายได้ และลูกค้าก็พึงพอใจก็จะได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย





อัตรากำไรขั้นต้นของสินค้า

► หลักการกำหนดอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้า

1. สถานะร้านที่ชัดเจน

เพราะว่าภาพลักษณ์ที่แสดงออกมา มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนกำไรขั้นต้นจนแทบจะแยกกันไม่ออก อัตราส่วนกำไรขั้นต้นก็เหมือนกับคันโยก มันสามารถจะโยกให้สูงขึ้น แล้วก็โยกลงมาต่ำๆ ได้ มันเป็นศาสตร์ที่ขึ้นอยู่กับ การวางสถานะของเราให้ชัดเจน และการกำหนดกลุ่มลูกค้า

2. รู้ความต้องการของลูกค้า

ตอนที่เรซื้ออาหารเช้าทุกวัน ส่วนใหญ่จะเป็นเวลาที่เร่งรีบ ดังนั้นสำหรับคุณภาพของอาหารเช้า เราก็คงไม่ค่อยได้ใส่ใจอะไรมากมาย และกลับใช้บิในการซื้อที่ต่ำ แค่อิ่มท้องก็พอ พอมาถึงมือกลางวัน ช่วงที่เราจะทานอาหารกลางวัน ซึ่งเมื่อเทียบกับช่วงเช้า ถือว่ายังมีเวลามากกว่าหน่อย ตอนที่พวกเขาออกมาหาร้านอาหาร นอกจากหอบความหวังว่าจะหาเจอ แบบที่ราคาสมเหตุสมผล แล้วก็คุณภาพดี อาจถึงขนาดต้องดูดีหน่อย





มาถึงช่วงเย็น พวกเขาจะทานอาหารกับครอบครัว หรือเพื่อนๆ หรือกับลูกค้า เพื่อคุยธุรกิจกัน ก็จะอยากได้ร้านที่มีบริการดีขึ้นมาอีก หรือมีบรรยากาศที่ดี ก็กินข้าวเหมือนกัน แต่กลับมีความต้องการต่างกันในแต่ละมื้อ ประหยัดเงินค่าอาหารเช้าเที่ยง จีเฟลิดเฟลินกับอาหารค่ำ

3. ใช้ทรัพยากรมากแค่ไหน

เรามีทรัพยากรแบบไหน และมีเงินทุนเท่าไร

สามารถเช่าหน้าร้านพื้นที่เท่าไรสามารถตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจของราคา หรือความต้องการทางประสาทสัมผัสของ กลุ่มลูกค้าได้เท่าไร ความต้องการที่แตกต่าง เงินที่จะลงทุนไปก็ไม่เท่ากัน

- ▶ อัตราค่าไฉนต้นที่แตกต่างกลุ่มลูกค้าก็แตกต่าง
- ▶ หัวใจสำคัญที่สุดของการกำหนดอัตราค่าไฉนต้นอยู่ที่การตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า





เลือกทำเล

- ▶ ทำเลที่ตั้งเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจค้าปลีก ช่วงเปิดร้านระยะแรกแล้วเราเจาะจงทำเลดีๆ เลย บางทีอาจมีโอกาสน่าสนใจ ความสำเร็จ หรือโอกาสความล้มเหลวอย่างรวดเร็ว เพราะว่าทำเลที่ลูกค้าเยอะ ข่าวสารก็จะกระจายไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะชาวตลาด
เมื่อเราเริ่มเปิดร้านช่วงแรก ไม่มีใครรู้จักแบรนด์ทั้งชาติทุนทรัพย์ ดังนั้น เราต้องห ทำเล ที่เหมาะกับสินค้าของเราที่สุด
- ▶ สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับผลกำไรที่ยั่งยืน คือความสามารถในการบริหารจัดการ ดังนั้นสิ่งที่สามารถทำให้ ร้านได้ทำผลกำไรได้อย่างยั่งยืน นอกจากตัวสินค้าแล้วสำคัญที่สุดคือความสามารถในการบริหารจัดการ แต่ความสามารถนี้ไม่ได้ติดตัวมาแต่กำเนิด เว้นแต่เราเคยมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องมา หรือเกิดจากการเรียนรู้





- หาทำเลที่เหมาะสมที่สุดจากสถานที่และความต้องการ
ชอยเจียบบู ข้างโรงเรียน
ทางเดินใต้ตึกใกล้สวน บริเวณโดยรอบสวนสาธารณะถนนหมู่บ้านข้างๆ
หรือแม้แต่บริเวณโดยรอบโรงพยาบาลนตร เราสามารถใช้ความคิดในลักษณะนี้
ในการหาสินค้าที่จะขาย หาทำเลที่ตั้ง





กำหนดราคาอย่างไร

▶ ขั้นตอนการกำหนดราคาสินค้า

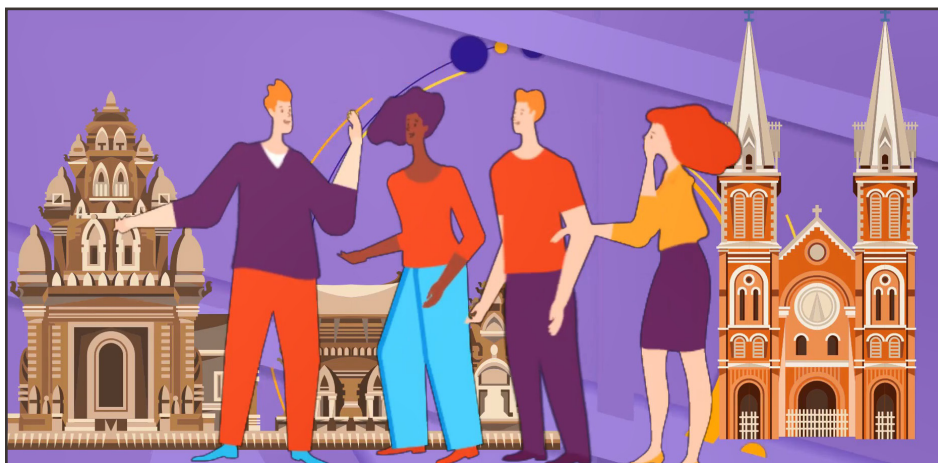
ตามปกติ การกำหนดราคาของร้านๆ หนึ่ง
ถ้าไม่ได้มีผลกระทบต่อแบรนด์ หรือว่าไม่มีแบรนด์ เราต้องพิจารณาจาก
นิสัยความเคยชินของลูกค้าในโซนพื้นที่นั้น

การตั้งราคาสุดท้ายของสินค้าชนิดเดียวกัน ต้องผ่านการพิจารณา 4 ข้อนี้

1. กำหนดว่าใครคือลูกค้า
2. กำหนดอัตรากำไรขั้นต่ำ
3. กำหนดทำเลที่ตั้ง
4. กำหนดราคา

▶ ราคาระดับสูงคือความหวังที่ลูกค้าจะซื้อ

ส่วนสินค้าราคาสูง จำเป็นต้องมี ก็เพราะว่าในความคิดของเรา
ต้องการให้ลูกค้าจ่ายในราคาระหว่าง 200-300 มากที่สุด ดังนั้น
เราต้องให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าที่สุดในราคานี้





- ▶ ราคาระดับกลางคือสินค้าที่ควรโปรโมท
เรานำอาหารที่เราอยากขาย และขายง่ายมาตั้งให้ราคาอยู่ระดับกลาง ราคาที่แนะนำคือ ระหว่าง 100-200 ราคานี้ นอกจากบรรดานักเรียนจะรับได้ด้วย บรรดาพนักงานออฟฟิศก็ยินดีจ่ายด้วยเช่นกัน
- ▶ ราคาระดับต่ำเป็นโปรโมชันซื้อเพิ่มในราคาที่คุ้มค่า
เราจะนำสินค้าราคาระดับต่ำ เราจะนำมาเป็นสินค้าที่ซื้อเพิ่มในราคาต่ำกว่าความหมายก็คือ หลังจากที่ลูกค้าซื้อสินค้าหลักไปแล้ว ถึงพบว่ามีโปรโมชันซื้อเพิ่มในราคาต่ำกว่า หรืออาจรู้สึกว่ารราคาไม่แพง ก็เลยอยากซื้อเพิ่ม เช่น สินค้าประเภทเครื่องดื่มในร้านอาหาร นั้น สินค้าประเภทเครื่องดื่มขอแนะนำว่าให้ตั้งราคาต่ำกว่า 100 NTD.





การประชาสัมพันธ์ทั้งบนถนนและโลกออนไลน์

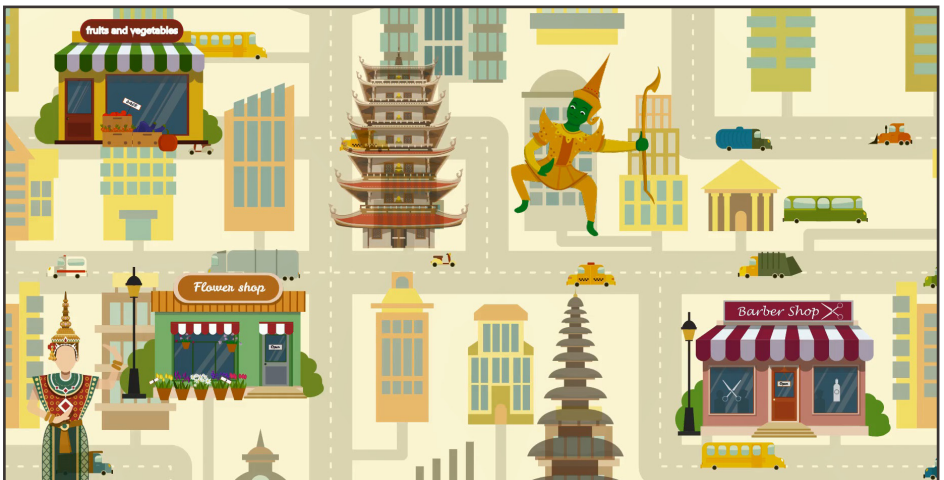
- ▶ การเปิดร้านให้ถือเป็นการบริหารแบรนด์
การเปิดร้านไม่ใช่แค่มีหน้าร้านก็จบ
แต่เรายังถือว่าการบริหารแบรนด์เมื่อเรามีแนวคิดเปิดร้าน
ทุกตรอกซอกซอยล้วนเป็นลูกค้า เมื่อเรามองไปที่แบรนด์ของเราเอง เพื่อนๆ
ในไต้หวันที่ชื่นชอบเรา ล้วนมีโอกาสเป็นลูกค้าของเราทั้งสิ้น
- ▶ จัดโครงสร้างเนื้อหาหลักของแฟนเพจด้วยบันทึกเรื่องราวของคน
งานและสิ่งของ
การใช้ คน งาน สิ่งของ จัดโครงสร้างเนื้อหาหลักของแฟนเพจ
นอกจากตัวสินค้าแล้วต้องทำให้ลูกค้ารู้จักเราในด้านต่างๆ ด้วย
ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน เรื่องราวของเรา อารมณ์ความรู้สึก คอยๆ
แสดงออกไป มีคนที่มีเรื่องราวเหมือนกันกับเรา มีอารมณ์ความรู้สึกเหมือนกัน
เขาก็จะมาติดตามแล้วมีปฏิสัมพันธ์กับเรา
- 1. ข้อแรก คือ บันทึกด้วยคน การใช้วิธีเหล่านี้
ก็เพื่อให้บรรยากาศในร้านมีชีวิตชีวา และสามารถทำให้ภายในร้าน
เหมือนชีวิตคน ที่มีทั้งอารมณ์ทุกขสขเศร้าและสนุกสนานกันไป





2. ข้อสอง บันทึกด่วยงาน การบันทึกในลักษณะนี้ ให้รหัสชาติมากกว่า
เรื่องราวของคนเสียอีก เพราะว่าเป็นเรื่องทางด้านบวก
สามารถทำให้ร้านเรามีบรรยากาศที่อบอุ่นขึ้น
3. ข้อสาม บันทึกเรื่องราวจากสิ่งของ
ก็คือการบันทึกเรื่องราวจากสินค้าของเราวันนี้มีสินค้าใหม่อะไรเข้ามา
หรือโปรโมชั่นอะไรใหม่ออกไปบ้าง แล้วก็มีกิจกรรมพิเศษอะไร
ล่วนนำมาบันทึกได้ทั้งหมด

- การประชาสัมพันธ์ในร้าน ต้องให้ลูกค้าชัดเจนกับสินค้าและราคาที่เราขาย
สำหรับวิธีการประชาสัมพันธ์ในร้าน วิธีที่ง่ายที่สุด
ก็คือดู 7-11 เป็นตัวอย่าง จะแตกต่างก็ตรงที่ 7-11 เหมือนห้างมินิ
ประชาสัมพันธ์ไปหมดทุกสิ่งทุกอย่าง แล้วร้านเราละ เพียงแค่ในร้าน
ต้องให้ลูกค้าชัดเจนกับสินค้าและราคาที่เราขาย ก็เพียงพอแล้วอีกอย่าง
ก็คือประชาสัมพันธ์กิจกรรมล่าสุด





ทำโปรโมชั่นแบบมีเงื่อนไข

- ▶ การมีเป้าหมายการทำโปรโมชั่นที่ชัดเจน สามารถทำให้ลูกค้าไม่หนีหาย เป้าหมายที่ชัดเจนหมายถึง เราต้องการเพิ่มผลประกอบการในบางช่วง เราต้องการเพิ่มผลประกอบการของการซื้อแบบครั้งเดียว เราต้องการเพิ่มยอดขายของสินค้าบางตัวและอื่น ๆ
- ▶ การทำโปรโมชั่นแบบไม่มีเป้าหมาย มีแต่จะทำให้ลูกค้าหนีจากเราไป ไม่ใช่เราต้องการเพิ่มผลประกอบการ ซึ่งเป้าหมายนี้ดูแล้วขัดใจ เพราะว่าเป้าหมายไม่ชัดเจน เราก็ไม่สามารถ เสนอวิธีที่จะเพิ่มผลประกอบการที่มีประสิทธิภาพได้ แล้วก็จะไม่สามารถรู้เลยว่า ร้านถึงเวลาจำเป็นต้องเพิ่มผลประกอบการแล้ว ผลสุดท้ายของการทำโปรโมชั่นอย่างไม่ถูกวิธี จะส่งผลให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นกับร้าน ผลลัพธ์ที่ได้ก็จะตรงกันข้าม





- ใช้ทรัพยากรส่งเสริมการขายที่แม่นยำ
การทำโปรโมชั่นไม่ใช่ การลดราคาเพียงอย่างเดียว
ผลประกอบก็จะเพิ่มขึ้นต่อเนื่องไม่จั้นเราก็โดนตีพุงสบายสิ
แต่ที่เคยได้ยินมาคือ นอกจากผลประกอบการไม่เพิ่มแล้วยังจะลดลงด้วยซ้ำ
เราจะบริหารทรัพยากรต้นทุน และแรงงานคนที่อยู่ในมือเราอย่างไร
เราจำเป็นต้องคำนวณให้แม่นยำ

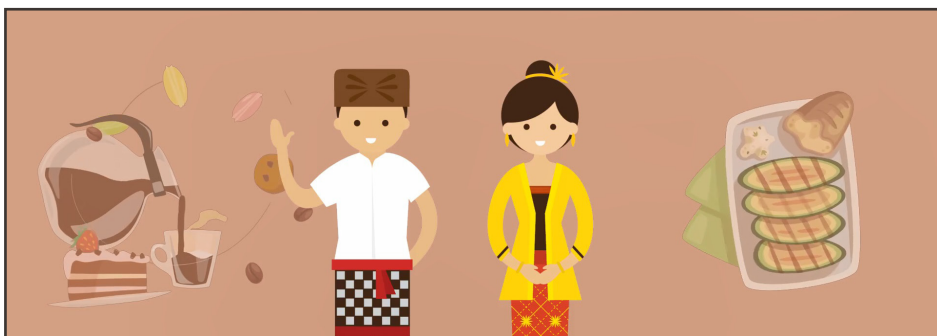




การกำหนดการบริโภคขั้นต่ำของลูกค้า

► การกำหนดการบริโภคขั้นต่ำของลูกค้า

1. กำหนดที่เครื่องดื่มหนึ่งชนิดใดชนิดหนึ่ง
กลุ่มผู้บริโภคของรูปแบบธุรกิจนี้ เราสามารถเล็งเป้าไปที่ลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น
ดังนั้น ท่าเลที่ตั้งร้าน เป็นจุดเด่นที่สำคัญ
2. กำหนดที่เมนูหลัก
ดังนั้น การกำหนดการบริโภคขั้นต่ำในร้าน
เท่ากับเป็นการบอกลูกค้าโดยตรงว่าเราขายเอกลักษณ์
การกำหนดการบริโภคขั้นต่ำของลูกค้าในรูปแบบนี้
เกือบเท่ากับปริมาณการบริโภค ดังนั้น ราคาของเมนูหลัก ต้องกำหนด
ให้สวยงามเหมาะสม ทำอย่างไรก็ได้ให้ลูกค้ารู้สึกว่ามันไม่แพง
เป็นเรื่องที่ต้องทำการบ้านพอสมควร
3. กำหนดปริมาณการบริโภคขั้นต่ำต่อคน
วิธีนี้เนี่ย สายผลิตภัณฑ์ต้องครบครัน ต่อมมี เมนูหลัก ประเภท
บะหมี่ ข้าวและชายามบาย ที่คู่กับของว่างอย่างวาฟเฟิลและแซนวิช
เพื่อดึงดูดลูกค้าหลายระดับอย่างลูกค้าที่มาแบบครอบครัว คู่รัก
หรือนักเรียน พนักงานออฟฟิศ เป็นต้น เขาถึงทุกกลุ่มลูกค้า





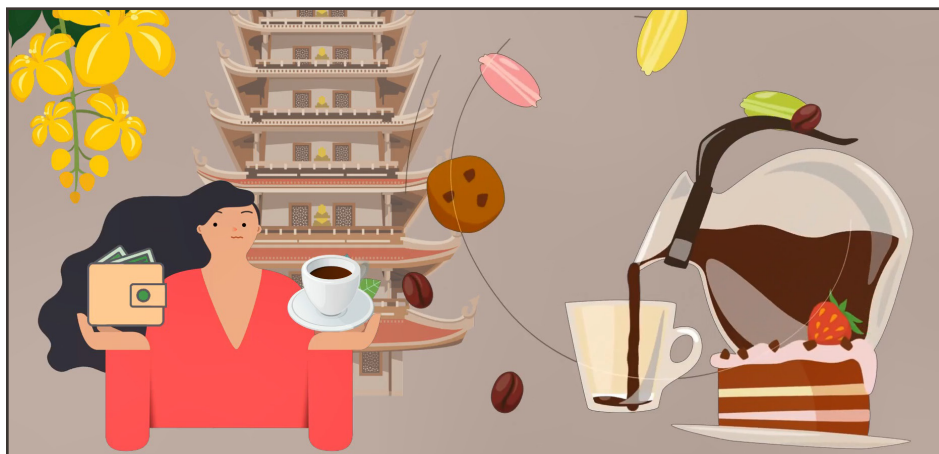
รูปแบบธุรกิจประเภทนี้

เราต้องทำให้เมนูหลักมีจุดเด่น หรือมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์
เพื่อให้เกิดความหลากหลาย ให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีความทางเลือกเยอะ
โดยทั่วไปความพึงพอใจของลูกค้าค่อนข้างสูง

4. ไม่กำหนด

การทำธุรกิจรูปแบบนี้ ตลาดของเราต้องกำหนดตำแหน่งให้ชัดเจน

- ▶ แล้วรูปแบบธุรกิจก็คือสินค้าของเรา ที่ประกอบไปด้วยทรัพยากรคน
ทำเลและพื้นที่ สุดท้ายค่อยเพิ่มกลยุทธ์เข้าไปสิ่งที่กลยุทธ์สะท้อนให้เห็น
ก็คือการกำหนดการบริโภคขั้นต่ำของเรา
เพียงนำสิ่งเหล่านี้มา match กันให้ได้ เราก็จะมองออกได้อย่างชัดเจน
ทำให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนว่าจุดเด่นของเราอยู่ตรงไหน
เอกลักษณ์ของเราคืออะไร พอนานวันเข้า ลูกค้าที่เราสะสมเอาไว้
จะมาหาเราเพราะความเป็นเอกลักษณ์



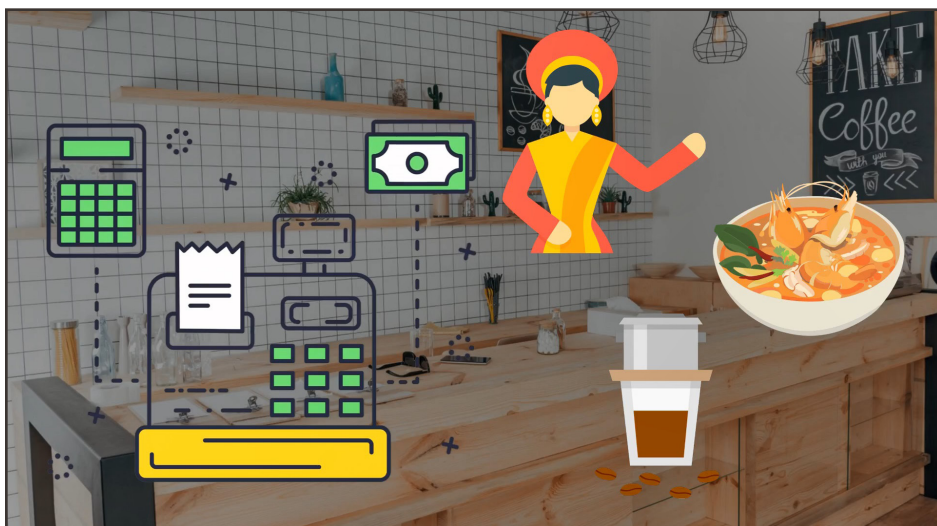


วิธีการออกแบบเมนูอาหารและการนำเสนอ

- ▶ ถ้าต้องการผลกำไรที่ยั่งยืนต้องอาศัยเรื่องราวของเรา
ความสำเร็จของแต่ละบริษัท ล้วนมีเรื่องราว ไม่ว่าจะเป็นขายอะไร
แม้ว่าผลกำไรคือธุรกิจแต่สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่ง ก็คือความยั่งยืน
ต้องอาศัยเรื่องราว
- ▶ ปัจจัยการนำเสนอ 3 ข้อ

1. แนวคิดคืออะไร

เมนูที่ครบเซต หนึ่งคือ ต้องนำเสนอ เอกลักษณ์ของร้านเราได้ อย่าง
Mcdonald สิ่งที่ขายก็คืออาหารอเมริกันสไตล์สะดวกรวดเร็ว ส่วน Thai
Town Cuisine เขาขายอาหารไทยต้นตำรับ และซุนสุ่ยถาง เขาขาย
อาหารเมนูท้องถิ่นของไต้หวัน





2. ทำให้ลูกค้ายินดีควักกระเป๋าเพิ่มขึ้น
การมีหน้าร้านใช้ต้นทุนเยอะ เป็นเรื่องที่เลี่ยงไม่ได้
ทำอย่างไรให้เรา แนะนำสินค้าเพื่อให้ลูกค้ายินดี ควักกระเป๋าเพิ่มขึ้น
อาจไม่จำเป็นต้องเสียเงินมากมาย ก็เห็นผลได้
3. ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีกคราวหน้า
งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าบอกว่า ลูกค้ากว่า 80%
เข้ามาที่ร้านแล้วจึงจะรู้ว่าจะซื้ออะไร แสดงว่าเราขายแนวคิดอะไร
เป็นปัจจัยหนึ่งในการดึงดูดลูกค้า หลังจากลูกค้าเข้ามาที่ร้านแล้ว
จึงจะเป็นโอกาสที่เรายื่นมือแนะนำอย่างเต็มที่





มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์หรือมุ่งเน้นลูกค้า

► แนวทางธุรกิจที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์

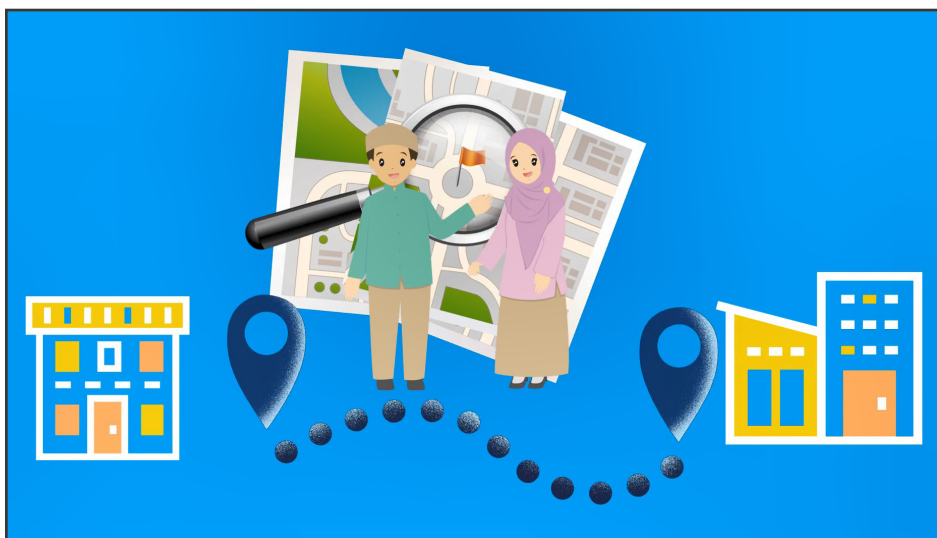
1. ต้องมีความรู้สึกที่เจ็บคมต่อตลาดเพียงพอ
แนวทางธุรกิจที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์
นั่นคือเรามีความเจ็บคมของการมองตลาด
อย่างเพียงพอ มิฉะนั้นจะกลายเป็นว่า เราเชี่ยวชาญแต่ตัวผลิตภัณฑ์
โดยไม่สนใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า
2. ต้องตรวจสอบบันทึกการขายเป็นประจำ
รู้สิ่งที่ลูกค้าชอบและการยอมรับของตลาด
เราต้องหมั่นตรวจสอบ รายงานการขายเป็นประจำ เราต้องรู้ว่าอันไหน
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าชอบที่สุด สินค้าใดเป็นที่ต้องการของตลาดน้อย
การปรับปรุงเป็นเรื่องที่ต้องทำต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเริ่ม
ต้นธุรกิจ โดยปกติจะตรวจสอบและปรับเปลี่ยน อย่างน้อยฤดูกาลละครั้ง
หรืออาจสั้นกว่านี้





► แนวทางธุรกิจที่มุ่งเน้นที่กลุ่มลูกค้า

1. ต้องมีข้อมูลเพียงพอช่วยวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
เลือกทำเลจากความต้องการของลูกค้า
จำเป็นต้องมีข้อมูลที่เพียงพอ อย่าง ข้อมูลด้านอายุของลูกค้า
จำนวนเงินเฉลี่ยที่พวกเขาใช้จ่าย เมื่อเข้ามาที่ร้าน
และสินค้าที่ชอบข้อมูลเหล่านี้ ส่วนใหญ่ร้านสาขาในเครือใหญ่ๆ
ที่บริหารธุรกิจมานานจะสะสมข้อมูลเพื่อช่วยในการเลือกที่ตั้งร้าน
ที่มีจำนวนลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้ร้านแต่ละสาขาทำผลกำไรได้ต่อเนื่อง
2. สังเกตการณ์พฤติกรรมของลูกค้าในพื้นที่
เราสามารถที่จะย่อขนาดโซนให้เล็กลง
เพื่อเริ่มจากโซนที่เราคุ้นเคยก่อน เช่น ชุมชนที่เราพักอาศัย
หรือใกล้สถานที่ทำงาน หรือสถานที่ที่เราเคยไปบ่อยครั้ง





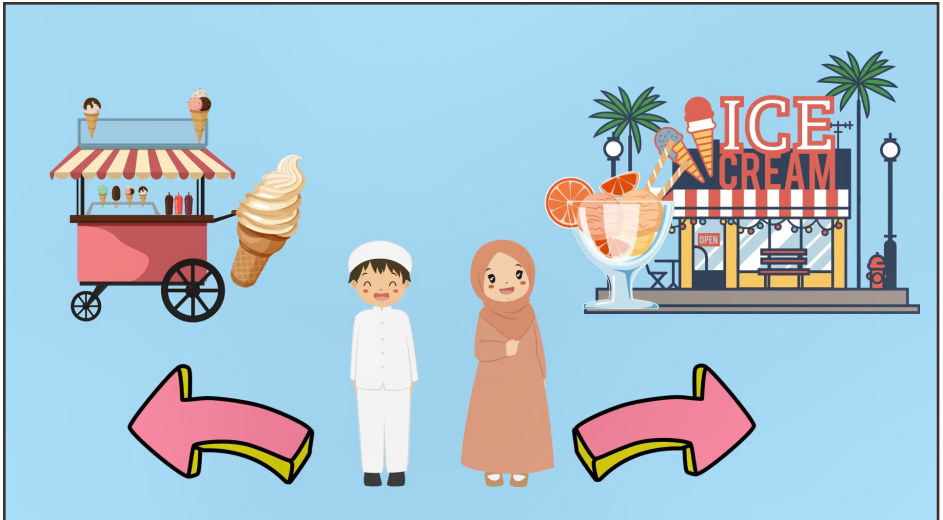
เลือกซัปปลายเออร์

▶ หลักการเลือกซัปปลายเออร์

คุณภาพของวัตถุดิบ เป็นตัวกำหนดรสชาติอาหารมากกว่า 70%
วัตถุดิบที่มาตรฐานเป็นตัว กำหนดความสวยงามของอาหาร วัตถุดิบที่ดี
จะทำให้อาหารอร่อยและสวยงาม

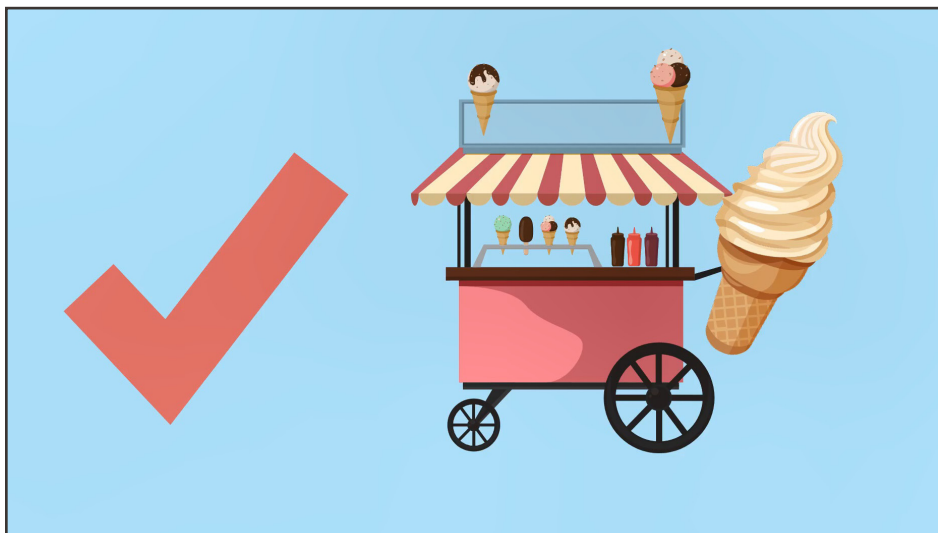
1. เครื่องดื่มต้องลองชิมก่อน

ก่อนที่เราจะเปิดร้านเราควรติดต่อขอตัวอย่าง
หรือตรงไปยังโรงงานผลิตเลย ขอให้เขาผลิตให้เรลองชิม
อย่างเมลิคกาแฟ ถ้าเราไม่ได้คั่วเอง แต่เป็นเมลิคกาแฟชนิดเดียวกัน
เราสามารถปรับรสชาติจากความละเอียดของผงกาแฟ
หรือเวลาที่สกัดออกมาเป็นกาแฟ





2. ตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบแห้งหรือซัพพลายเออร์ที่มีวัตถุดิบที่หลากหลายก็มีทั้งข้อดีข้อเสีย วัตถุดิบที่เป็นของแห้งจากผู้ผลิตในประเทศ ขอบเขตค่อนข้างกว้าง อย่าง เครื่อง กระจก ปอง ผงปรุงรส เครื่องปรุง ธัญพืช หรือแม่แต่ชีส แบบนี้ต้องแช่เย็น ยิ่งซัพพลายเออร์มีทุกอย่างครบหมด ราคาจะยิ่งสูง สาเหตุแรกคือ เขาอาจจะไม่ได้เป็นตัวแทนจำหน่ายหลักทั้งหมด สาเหตุที่สอง คือ เราเคยกู่โทรศัพท์ ก็ได้ของทุกอย่างครบ ประหยัดเวลาตระเวนหาไปได้เยอะ
3. วัตถุดิบสดต้องได้ของที่ดีจริงๆ อย่างต่อเนื่อง คุณภาพที่ต้องการจากผักผลไม้ ก็ง่าย ๆ คือสด ข้อแรกที่ต้องระวังก็คือ เราต้องขอให้ซัพพลายเออร์ส่งของสดให้เราอย่างต่อเนื่อง





การบริหารจัดการสต็อกวัตถุดิบ

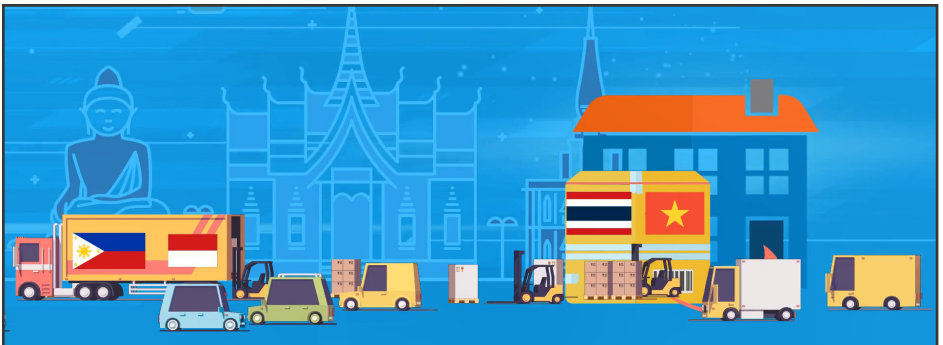
► การบริหารจัดการสต็อกวัตถุดิบและหกแนวทางการเตรียมวัตถุดิบ

1. โซนวัตถุดิบ

โซนสต็อกหลัก คือการสต็อกวัตถุดิบที่มีปริมาณมาก
ถ้าเป็นของแห้ง เช่น เครื่อง กระจก เครื่องปรุง แล้วก็น้ำผลไม้ ผงต่างๆ
และยังมีพวกถั่ว เมล็ดกาแฟ เป็นต้น ส่วนโซนสต็อกที่เตรียมไว้ใช้งาน
โซนนี้ เป็นโซนที่สต็อกของที่จำเป็นต้องใช้ แนะนำให้อยู่ใกล้
ห้องครัวมากที่สุด ของแห้งวางไว้บนตู้เครื่องครัวได้ ส่วนของสด
เช่น ผักผลไม้ ก็วางไว้ในตู้เย็นที่อยู่ในสถานที่เตรียมงานได้เลย
เพื่อสะดวกต่อการหยิบใช้

2. ปริมาณการสต็อกวัตถุดิบ

ปริมาณสต็อกของแห้ง สามารถกะจำนวนขั้นต่ำที่สุดที่ซัพพลายเออร์
ส่งมา หรือแม่แต่จำนวนขั้นต่ำที่สุด ให้เป็นขีดจำกัดของคงคลังสูงสุด
ซึ่งคำนวณจากบันทึกการขาย อย่างน้อยที่สุดควรสต็อกไว้ 1-2 สัปดาห์
ของแห้งบางอย่างเนื่องจากใช้น้อยก็สามารถสต็อกลานกว่านี้ได้
ส่วนสต็อกที่เป็นของสด อย่าง ผักผลไม้ หรือ
วัตถุดิบที่มีระยะเวลาเก็บรักษาสั้น โดยทั่วไป จะเก็บไว้ประมาณแค่สองวัน
อย่างมากที่สุดก็สามวัน แต่มีผลไม้บางอย่างสามารถเก็บได้หนึ่งสัปดาห์





3. ภาชนะใส่วัตถุดิบ

วัตถุดิบชนิดไหนใช้บ่อยที่สุด แบ่งใส่กล่องสลัดพิเศษ 1 ส่วน
6 ถ้าวัตถุดิบชนิดไหนปริมาณการใช้เยอะ แบ่งใส่กล่องสลัดเป็น
เศษ 1 ส่วน 3 ถ้าวัตถุดิบชนิดไหนใช้น้อยให้แบ่งใส่กล่องสลัดเป็น
เศษ 1 ส่วน 9 แบ่งใส่กล่องสลัด แล้วสต็อกเป็นที่เก็บทางไว้ในตู้
เย็นในสถานที่เตรียมงาน แนะนำให้เป็นกล่องใสมองเห็นด้านใน
เพราะเมื่อเปิดตู้เย็นมาก็จะเห็นวัตถุดิบทันที

4. เวลาจัดส่งวัตถุดิบ

ขับพลาเยอร์ที่มีประสิทธิภาพ

จะเสียเวลาเร่งด่วนในการจัดส่ง แต่ก็มีบางที่

เนื่องจากในเวลาลูกค้าเยอะที่สุด เป็นเวลาที่เขาต้องผ่านร้านเราพอดี
ก็เลยส่งเวลานั้น และเวลานี้ทำให้เราไม่มีกำลังคนมากพอ ที่จะเช็คของ
หรือคิดเงิน





5. เวลาเรียกวัตถุดิบมาส่ง

ความถี่ในการเรียกงส่งวัตถุดิบ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์ บางทีก็ส่งสองวันครั้ง บางทีก็ส่งทุกวัน บางทีก็ส่งสัปดาห์ละครั้ง เป็นต้น เมื่อเราต้องการเรียกงส่งวัตถุดิบควรจะให้สอดคล้องกับเวลาส่งของของซัพพลายเออร์ด้วย เพื่อกะปริมาณสต็อก

6. กลไกทดแทน

จริงๆ แล้ว การสร้างการจัดการให้มีระบบครบครัน แต่บางทีเนื่องจากปัจจัยด้านคนอาจทำให้เกิดวิกฤตได้ เช่น ลืมเรียกวัตถุดิบมาลง หรือ ปริมาณวัตถุดิบที่เรียกมาไม่พอหรือ ซัพพลายเออร์ส่งวัตถุดิบผิดมาให้ ในขณะที่เราต้องการใช้ด่วนจี๋ เป็นต้น





การดูแลลูกค้า

- ▶ การดูแลลูกค้าจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจที่จะบริโภค
สำหรับธุรกิจใหญ่โต เป้าหมายของการดูแลลูกค้า อยู่ที่การสร้างปฏิสัมพันธ์
ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนการขาย สินค้าใหม่ๆ
- ▶ ลูกค้าพึงพอใจก็จะกลับมาบริโภคซ้ำ
แต่สำหรับธุรกิจร้านค้าเล็กๆ เป้าหมายของการดูแลลูกค้า ก็เพื่อให้ลูกค้า
เกิดความพึงพอใจระหว่างมาใช้บริการ จากตรงนี้ เราจะได้รับการปฏิบัติตอบ
ที่ดีจากลูกค้า สุดท้ายอัตราการกลับมาซื้อซ้ำจะเพิ่มขึ้น
- ▶ การจัดทำ SOP สำหรับลูกค้ามี 5 วิธี
 1. ปฏิสัมพันธ์เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน
รวมถึงการทักทายเมื่อเห็นลูกค้า จะแนะนำสินค้า
ภายในร้านอย่างไร และจะนำเสนอสินค้าและเมนูอาหารอย่างไร ที่จะทำให้ลูกค้า
รู้สึกดีตลอดขณะที่อยู่ในร้านเพราะมันมีผลต่อการใช้จ่ายในร้านของลูกค้า
และมีผลต่อการแนะนำปากต่อปาก





2. รับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นชั่วคราว

เช่น มีคนเข้ามาขายของ หรือ ต้องยืมห้องน้ำข้างนอก

ต่อมาก็เป็นลูกค้านำอาหารเข้ามาทานในร้าน แล้วเราจะรับมืออย่างไร

3. เวลาจัดส่งอาหาร

รวมถึงการควบคุมเวลาส่งอาหารกับคุยกับลูกค้า วิธีรับมือกับลูกค้าที่เร่งรัด

อาหารมีสิ่งแปลกปลอม หรือวิธีรับมือกับอาหารที่มีสิ่งแปลกปลอม

แล้วก็วิธีรับมือกับลูกค้าที่เร่งรัด





4. ใช้โอกาสสุดท้ายตอนที่คิดเงินปฏิเสธพันธ์กับลูกค้า
ถามถึงความพึงพอใจ และฟังการตำหนิ แล้วก็จดจำลูกค้า
5. สิ่งที่ควรทราบเมื่อรับสายลูกค้า
เช่น จอ่งที่นั่ง แล้วก็ ถามเกี่ยวกับตัวสินค้า และการเดินทางมาร้าน เป็นต้น





วิเคราะห์กำไรขาดทุน

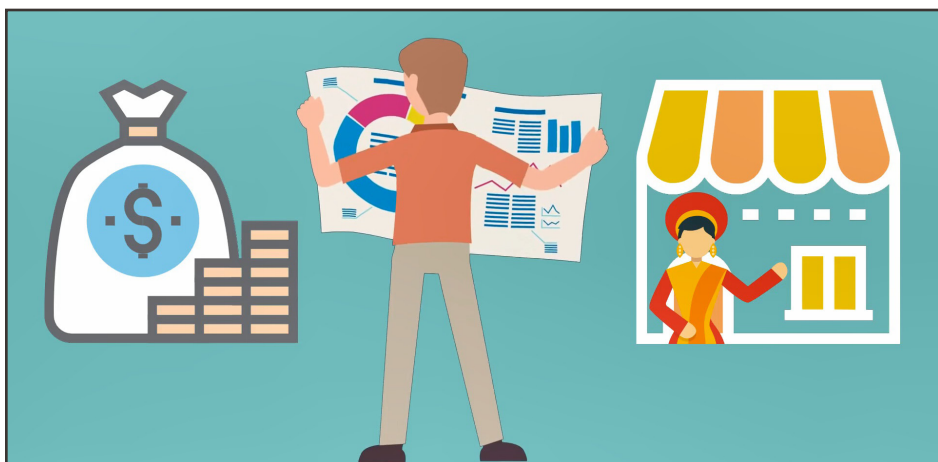
❶ ส่วนประกอบใหญ่ๆ ของรายงานกำไรขาดทุน
ส่วนประกอบแรก ก็คือ รายได้ ก็คือ เงินรายได้ของ ทุกวัน ทุกสัปดาห์
ทุกเดือน แบบนี้ทุกคนจะได้เข้าใจอย่างชัดเจน ตัวอย่างที่เราเห็นตอนนี้
คือรายงานกำไรขาดทุนหน่วยเป็นปี

ส่วนที่สอง คือ ต้นทุน ก็คือของที่เรายขาย อย่าง กาแฟ
บะหมี่ แฮม แล้วยกบรรจุภัณฑ์ ถุงที่ใส่อาหารเหล่านี้
แล้วก็วัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

ส่วนที่สาม คือ ค่าใช้จ่าย ก็คือค่าใช้จ่ายของธุรกิจ
เป็นค่าใช้จ่ายรายวันและเป็นเงินที่จะใช้จ่ายเมื่อร้านเปิด

ประเภทที่สี่ตามปกติ เราจะเรียกว่าค่าใช้จ่ายการเงิน มีประมาณสี่ข้อ

1. ข้อหนึ่ง ค่าวิศวกรรม ก็คือค่าตกแต่งก่อนเปิดร้าน
รวมถึงค่าติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆ จึงเรียกรวมว่าค่าวิศวกรรม





2. ข้อสอง คือ ค่าอุปกรณ์ ค่าอุปกรณ์ทำมาหากิน เช่น ตู้เย็น เครื่องทำน้ำแข็ง เป็นต้น
 3. ข้อสาม ก็คือค่ามัดจำ ค่ามัดจำตามปกติ จะหมายถึงค่ามัดจำร้านหรือเครื่องใช้ในร้าน หากเราไม่ได้เช่าแล้ว เจ้าของที่จะคืนให้เรา จึงเรียกรวมว่าเงินจ่ายชั่วคราว
 4. ข้อสี่ ค่าเปิดร้าน ก็คือค่าใช้จ่ายก่อนเปิดร้านหรือบริษัท เช่น ค่าจดทะเบียนบริษัทหรืออื่นๆ ที่ต้องจ่ายก่อนเปิดร้าน
- ▶ ได้เงินก็คือกำไร เสียเงินก็คือขาดทุน
 - ▶ รายรับ - ต้นทุน - รายจ่าย - รายจ่ายทางการเงิน = ส่วนเกิน
 - ▶ มีส่วนเกินก็คือกำไร ไม่มีส่วนเกินก็คือขาดทุน

