

Cost and return analysis of korea bbq in yangtalad distiact,karasin province

Karun Boupan¹ & Thanapon Wimonard²

Received	Reviewed	Revised	Accepted
23/08/2022	15/09/2022	20/09/2022	25/09/2022

Abstract

This independent study aimed to study 1) cost and return of Korean barbeque restaurant 2) to analysis the guideline of cost administration of Korean barbeque restaurant in Yangtalad District ,Kalasin Province. The researcher collects data from the business owner and their staff in Yangtalad district,Kalasin Provice. In this study, the researcher use survey research model by using semi- structured questionnaire with 3 restuarants in Yantalad District, Kalasin Province. The statistics use with this study is percentage and average. The result of this study found that early inverting 515,183 bht, investor would gain back 3,487,426 bht per year and pay back period is 8 months after investing. The raw material is the highest cost which is equal to 79.20 bht. However, the lowest expense is production cost which is equal to 3.64. In other words, it is the most suitable restaurant to invest nowadays. In addition, internal yield is equal to 298 and the benefit ratio per cost is equal to 1.42 accordingly.

The result of Swot Analysis found that the most strength point of the restaurant is the location which is not only ready for parking but also beautiful interior-design including with clean food and good taste. Anyway, the staff of the restaurant is not enough for customers.

The chance of the business is that it is the economy which is early stimulated after Covid-19. People want to consume everything in high demand. Nevertheless, the obstacle is the natural phenomenon such as heavy rain and insects in rainy season that affect to the customers can not sit and eat comfortably.

¹ Khon Kaen University, Email-karun_bo@kkumail.com

² Khon Kaen University, Email-karun_bo@kkumail.com

By using Tows Matrix, the study found that the proactive strategy is that the restaurant should focus on the strength point that they have many raw materials, clean food and good taste. Also, they should stimulate customer by using social media promotion. In addition, the passive strategy is when the raw material price is higher including with the behavior of the customer is changed, they must searching for supplier that can offer them both best cost and best quality. Furthermore, they should looking for alternative raw materials instead of reducing the quality of raw material in order to maintain the suitable price.

Keyword : Cost and return analysis, Korea bbq, Yangtalad distiact,karasin province

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์

การุณย์ บัวพันธ์³ และธนภณ วิมูลอาจ⁴

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของร้านปิ้งย่างเกาหลี และ (2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการบริหารต้นทุนของร้านปิ้งย่างเกาหลีในอำเภอยางตลาดจังหวัดกาฬสินธุ์ มีการเก็บข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจ และพนักงานโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้างกับร้านอาหารปิ้งย่างเกาหลีในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 3 ร้าน ซึ่งมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนพบว่า โครงสร้างต้นทุนเกี่ยวกับร้านปิ้งย่าง เกาหลีในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการลงทุนเริ่มแรกเท่ากับ 515,183 บาท มีรายได้เฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 3,487,426 บาท มีระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ยเท่ากับ 8 เดือน โดยต้นทุนราคาวัตถุดิบเป็นต้นทุนที่สูงที่สุดของต้นทุนทั้งหมด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 79.20 และค่าใช้จ่ายในการผลิตมีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 3.64 โดยร้านอาหารปิ้งย่างเกาหลีมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่เหมาะสมในการลงทุน รวมไปถึงอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการจากการลงทุนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 298 และมีอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนเฉลี่ยเท่ากับ 1.42 เท่าตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่าร้านอาหารปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ จุดแข็ง คือ สถานที่มีความพร้อมไม่ว่าจะเป็นที่จอดรถหรือความสวยงามบรรยากาศรวมถึงรสชาติอาหาร จุดอ่อน คือ พนักงานยังไม่เพียงพอต่อการให้บริการ โอกาส คือ เศรษฐกิจช่วงเริ่มเปิดร้านจากโควิด-19 เป็นเศรษฐกิจที่ถูกกระตุ้นการใช้จ่ายจากผู้คนสูง อุปสรรค คือ ร้านพบปัญหาทางธรรมชาติไม่ว่าจะเป็น อากาศ หน้าฝนหน้าร้อนร้านไม่สามารถเปิดให้บริการได้ และฤดูแล้งมีแมลงมาบินตอมไฟมากจนไม่สามารถนั่งรับประทานอาหารได้ โดยใช้ TOWS Matrix พบว่า กลยุทธ์เชิงรุก คือ ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องใช้จุดแข็งที่มีวัตถุดิบมากมายและอาหารสะอาดรสชาติดี ใช้กระตุ้นการรับรู้ด้วยการ โปรโมททางออนไลน์ที่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ เข้าถึงการรับรู้ผ่านช่องทางนี้กลยุทธ์เชิงรับ คือ เมื่อวัตถุดิบราคาสูงมากขึ้นรวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องมองหาซัพพลายเออร์ที่สามารถให้ราคาและคุณภาพที่คุ้มค่าหรือดีกว่าเกินราคา มองหาวัตถุดิบทดแทน แทนการลดคุณภาพของวัตถุดิบลง เพื่อรักษาระดับราคาที่เหมาะสม

³ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, Email-karun_bo@kkumail.com

⁴ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, Email-karun_bo@kkumail.com

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน,ร้านอาหารปิ้งย่างเกาหลี,อำเภอตลาดจังหวัดกาฬสินธุ์

บทนำ

ปัจจุบันคนไทยรับวัฒนธรรมจากชาติเข้ามาโดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านการบริโภคที่เข้ามามีบทบาทสำคัญกับคนไทยเป็นอย่างมากจะเห็นได้ว่า อาหารจีน เวียดนาม ฝรั่งเศส อิตาลี เกาหลี เป็นอาหารที่คนไทยชื่นชอบและเป็นที่ยอมรับ จากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีในโลกโลกาภิวัตน์ ประเทศไทยก็ถือเป็นประเทศเสรีในการรับข้อมูลข่าวสารในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการบริโภค เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี พฤติกรรมการบริโภคอาหารในปัจจุบันทุกคนต้องการความสบาย สะดวก รวดเร็วในการใช้ชีวิตแบบเร่งรีบและเรียบง่าย จึงต้องการอาหารที่ให้ความรู้สึกที่แตกต่างและแปลกใหม่จากเดิมต้องการอาหารที่มีรสชาติ บรรยากาศที่ดี ที่ทำให้รู้สึกผ่อนคลายหลังจากการใช้เวลาในชีวิตประจำวันจากการทำงานและกิจกรรมต่างๆ (Wattanapriya, R. & Kongsawatkiat, K., 2013) ธุรกิจอาหารประเภทปิ้งย่าง ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงโดยเฉพาะอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี โดยการปิ้งย่าง การย่าง ภาษาอังกฤษเรียกว่า Grilled ธุรกิจร้านปิ้งย่างเกาหลียังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นเพราะไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไป แม้ว่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาจะเห็นว่า เศรษฐกิจยังคงชะลอตัว ภาพรวมธุรกิจร้านปิ้งย่างเกาหลีปี 2562 จากข้อมูลของ Wongnai พบว่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่าอยู่ที่ 400,000 ล้านบาท โดยหนึ่งในนั้นคือ ธุรกิจบริการจัดส่งอาหารที่มีมูลค่า 30,000 ล้านบาท และมีร้านอาหารเปิดใหม่ในปี 2562 ถึง 70,149 ร้าน โตถึง 2 เท่าของปี 2561 และปี 2563 ธุรกิจบริการจัดส่งอาหารของไทยยังเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง เป็นเพราะการขยายตัวของเมืองส่งผลให้ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาทานอาหารนอกบ้านหรือสั่งอาหารมากยิ่งขึ้น (เจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภค ยุค เดลิเวอรี่ 2563) จากข้อมูลการสำรวจธุรกิจร้านอาหารในฐานะข้อมูล wongnai มีอัตราการเติบโตสูงขึ้น 40% ระหว่าง 2560-2561 แต่หากย้อนดูสถิติในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีร้านอาหารที่เปิดใหม่ 10% เท่านั้นที่อยู่รอด และมีการเปิด-ปิดร้านอาหารหลายร้อยร้านในทุกสัปดาห์ โดยมีจำนวนร้านอาหารเปิดใหม่ทั้งหมดในปี 2562 พุ่งเป็น 70,149 ร้าน โตถึง 97% (Sertsanit, C., 2013)

จะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านปิ้งย่างสไตล์เกาหลีในปัจจุบันมีร้านอาหารประเภทนี้เปิดกิจการใหม่ๆ เพื่อเอาใจผู้บริโภคกันแทบทุกวัน ด้วยความเป็นกระแสด้านอาหารปิ้งย่างกำลังมาแรงประกอบกับอาหารปิ้งย่างจะเน้นเรื่องความสดใหม่ของวัตถุดิบทำให้รสชาติของอาหารได้ถูกปากถูกถูกใจของผู้รับประทาน จึงมีกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารปิ้งย่างสไตล์เกาหลี จึงได้รับการตอบรับที่ดีแทบทุกร้านที่หันมาประกอบธุรกิจอาหารปิ้งย่างสไตล์เกาหลีมากยิ่งขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น แต่ละร้านต้องพยายามหากลยุทธ์จุดเด่นมาแข่งขันเพื่อสามารถครองใจผู้บริโภคให้มากที่สุด (Boonprad, P. & Krommueang, A., 2015)

การศึกษาต้นทุนของธุรกิจร้านปิ้งย่างเกาหลีเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีการวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผน ผู้ศึกษาจึงได้วิเคราะห์ข้อมูลด้านต้นทุนโดยวิเคราะห์ต้นทุนของวัตถุดิบแต่ละชนิด วัสดุ และอุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนวัตถุดิบที่แท้จริงและการบริหารต้นทุนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านปิ้งย่างเกาหลีที่จะสามารถประกอบการ ลดการลงทุน และเพิ่มผลตอบแทนตามแนวโน้มของสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคอาหารปิ้งย่างเกาหลีได้ตามสถานการณ์ในปัจจุบันในเรื่องของความคุ้มค่า

ผลตอบแทนเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจร้านปิ้งย่างเกาหลีทราบถึงผลลัพธ์ทางการเงินเพื่อวิเคราะห์ถึงความสนใจ ความคุ้มค่า และความสามารถในการทำกำไรของร้านปิ้งย่างเกาหลี ซึ่งธุรกิจร้านปิ้งย่างเกาหลีเป็นธุรกิจที่กำลังมาแรงในยุคปัจจุบันที่ทุกคนหันมาให้ความสำคัญและลงทุนในกิจการดังกล่าว เพราะจะเห็นผลตอบแทนที่เร็วภายในระยะเวลาสั้นๆ (Department of Commercial Economics, 2011) ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาด้านผลตอบแทนของธุรกิจร้านปิ้งย่างเกาหลีเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน การทราบถึงข้อมูลด้านผลตอบแทนทำให้ธุรกิจร้านปิ้งย่างเกาหลีสามารถนำไปต่อยอดให้ประสบผลสำเร็จต่อไป

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าวของร้านธุรกิจร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ผู้วิจัยได้พบปัญหาเกี่ยวกับการขาดความรู้ด้านการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนอย่างถูกต้อง จึงส่งผลให้ไม่สามารถวิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตที่แท้จริงได้ทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินการส่งผลให้ไม่สามารถวางแผนธุรกิจร้านปิ้งย่างเกาหลีในช่วงสถานการณ์ที่กำลังแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID 19 ได้ จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญและความจำเป็นของการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนและแนวทางการบริหารต้นทุน โดยใช้ประโยชน์จากเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT ANALYSIS) และใช้ TOW MATRIX วิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารต้นทุนในกลุ่มร้านอาหารปิ้งย่างเกาหลีเป็นเครื่องมือในการบริหารและเพิ่มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในการประกอบการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาดจังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการบริหารต้นทุนของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาดจังหวัดกาฬสินธุ์

ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาดจังหวัดกาฬสินธุ์

3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ร้านปิ้งย่างในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 3 ร้าน

3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลา 3 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2565

ระเบียบวิธีวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Methodology) โดยใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง

ผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์กรณีศึกษาร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกของร้านปิ้งย่างเกาหลี A B และ C มีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกัน โดยร้านปิ้งย่างเกาหลี A ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกมากที่สุด รวมทั้งหมดเท่ากับ 661,000 บาท ส่วนร้านปิ้งย่างเกาหลีที่ใช้เงินทุนเริ่มแรกน้อยที่สุดคือร้านปิ้งย่างเกาหลี B เท่ากับ 427,449 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 64.67 ของร้านปิ้งย่างเกาหลี A โดยค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 515,183 บาท ในส่วนของราคาวัตถุดิบรวมของปิ้งย่างเกาหลี A B C มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7,500 บาทต่อวัน และมีมูลค่าเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 1,284,000 บาท โดยปิ้งย่างเกาหลี C มีราคาต้นทุนวัตถุดิบที่มากที่สุดคือ 9,000 บาทต่อวัน และร้านปิ้งย่างเกาหลี A มีราคาต้นทุนวัตถุดิบที่น้อยที่สุดคือ 6,500 บาทต่อวัน ในส่วนของเงินเดือนพนักงานของร้านปิ้งย่างเกาหลี A B C มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 36,667 บาทต่อเดือน และมีเงินเดือนเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 428,000 บาทต่อปี ซึ่งร้านปิ้งย่างเกาหลี C มีค่าใช้จ่ายของเงินเดือนพนักงานมากที่สุดเท่ากับ 38,000 บาทต่อเดือน และร้านปิ้งย่างเกาหลี B มีค่าใช้จ่ายของเงินเดือนพนักงานน้อยที่สุดเท่ากับ 33,000 บาทต่อเดือน ในส่วน ค่าใช้จ่ายในการบริการงานด้านอื่นๆของร้านปิ้งย่างเกาหลี A B C มีช่วงเท่ากับ 110,000 บาทต่อปี ไปจนถึง 160,000 บาทต่อปี โดยร้านปิ้งย่างเกาหลี C มีค่าใช้จ่ายในการบริการงานด้านอื่นๆที่มากที่สุดเท่ากับ 156,300 บาทต่อปี และร้านปิ้งย่างเกาหลี C ค่าใช้จ่ายในการบริการงานด้านอื่นๆที่น้อยที่สุดเท่ากับ 106,308 บาทต่อปี ในส่วนของ ต้นทุนรวมของร้านปิ้งย่างเกาหลี A B C สามารถสรุปได้ว่า ต้นทุนราคาวัตถุดิบมีมูลค่าที่สูงที่สุดของต้นทุนทั้งหมด โดยค่าเฉลี่ยร้อยละเท่ากับ 79.20 ของค่าเฉลี่ยต้นทุนรวมทั้งหมด รองลงมาคือ ค่าแรงงานทางตรงมีค่าเฉลี่ย

ร้อยละเท่ากับ 17.15 และค่าเฉลี่ยร้อยละต้นทุนเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการผลิตมีค่าน้อยที่สุดคือ 3.64 ดังนี้

แสดงระยะเวลาต้นทุนของร้านปิ้งย่างเกาหลี A B C				
ร้านปิ้ง ย่าง เกาหลี	เงินลงทุนเริ่มแรก	เงินสดที่คาดว่าจะ ได้รับภายใน 1 ปี	ระยะเวลาการ คืนทุน	ระยะเวลา เดือน/ปี
A	661,000.00	1,026,240.00	0.64	8 เดือน
B	427,446.00	273,120.00	1.57	1ปี 7 เดือน
C	457,100.00	529,972.00	0.86	10 เดือน

2. เพื่อศึกษาผลตอบแทนของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์

จากการวิเคราะห์รายรับของร้านปิ้งย่างเกาหลี A B และ C ภายในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ในปีที่ 1 ร้านปิ้งย่างเกาหลีA มีส่วนแบ่งทางการตลาดเท่ากับ 34.26% , ร้านปิ้งย่างเกาหลีB มีส่วนแบ่งทางการตลาดเท่ากับ 28.30% , ร้านปิ้งย่างเกาหลีC มีส่วนแบ่งทางการตลาดเท่ากับ 37.43% โดยมีมูลค่ารวมของรายได้ต่อปีทั้งหมดเท่ากับ 9,843,943 บาท ในส่วนของกระแสเงินสดสุทธิพบว่า ร้านปิ้งย่างเกาหลีA มีกระแสเงินสดสุทธิมากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง เท่ากับ 3,778,380บาทต่อปี รองลงมาคือร้านปิ้งย่างเกาหลีC มีกระแสเงินสดสุทธิเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 3,687,432 บาทต่อปี อันดับที่สามคือ ร้านปิ้งย่างเกาหลีB มีกระแสเงินสดสุทธิเท่ากับ 1,881,927บาทต่อปี ส่วนของกระแสเงินสดและระยะเวลาการคืนทุน ร้านปิ้งย่างเกาหลี C มีกระแสเงินสดสุทธิที่มากที่สุดคือ 3,687,432 บาท ต่อปี ส่วนร้านปิ้งย่างเกาหลี B มีกระแสเงินสดสุทธิน้อยที่สุดคือ 1,881,927 บาทต่อปี โดยร้านปิ้งย่างเกาหลี A มีระยะเวลาในการคืนทุนที่น้อยที่สุดเท่ากับ 8 เดือน ส่วนร้านปิ้งย่างเกาหลี B มีระยะเวลาในการคืนทุนนานที่สุดเท่ากับ 1 ปี 7 เดือน ในส่วนของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ร้านปิ้งย่างเกาหลี C มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่มากที่สุดเท่ากับ 3,611,410 บาท โดยที่ร้านปิ้งย่างเกาหลี B มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิน้อยที่สุดเท่ากับ 1,588,040 บาท ในส่วนของอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ ร้านปิ้งย่างเกาหลี C มีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมากที่สุดเท่ากับ 298 % โดยที่ร้านปิ้งย่างเกาหลี B มีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการน้อยที่สุดเท่ากับ 273 % และในส่วนของอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน ร้านปิ้งย่างเกาหลี A มี

อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนที่มากที่สุดเท่ากับ 1.42. โดยที่ร้านปิ้งย่างเกาหลี B มี อัตราส่วน
 ผลประโยชน์ต่อต้นทุนน้อยที่สุดเท่ากับ 1.16

ตารางสรุปเปรียบเทียบร้านปิ้งย่างเกาหลี A B C					
ร้านปิ้ง ย่าง เกาหลี	กระแสเงิน สดสุทธิ	ระยะเวลา คืนทุน	มูลค่า ปัจจุบันสุทธิ	อัตรา ผลตอบแทน ภายใน ของ โครงการ	อัตราส่วน ผลประโยชน์ ต่อ ต้นทุน
A	3,778,380. 00	8 เดือน	3,255,752. 00	285%	1.42
B	1,881,927. 00	1 ปี 7เดือน	1,588,040. 00	273%	1.16
C	3,687,432. 00	10เดือน	3,611,410. 00	298%	1.32

3. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารงานของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
 จากการศึกษาร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้ นำเอาหลักการ SWOT
 Analysis และ TOWS Matrix เพื่อที่จะวิเคราะห์และสร้างแนวทางในการ บริหารต้นทุนของร้านปิ้งย่าง
 เกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
 ควรได้รับการโปรโมทผ่านช่องทางต่างๆมากขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้ให้มากกว่าเดิมในช่วงเศรษฐกิจของ
 ไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 เพราะสถานการณ์ โรคระบาดโคโรนา-19 กำลังชะลอตัวลงทำให้รัฐออกมา
 ประกาศให้สถานการณ์เป็นปกติทำให้ภาครัฐและธุรกิจต่างๆ กำลังค่อยๆขับเคลื่อนตัวเป็นสัญญาณที่ดีที่
 ทำให้เราต้องกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภค แต่ควรวางแผนรับมือ กับต้นทุนที่สูงขึ้นเนื่องจากราคาต้นทุน
 ของซัพพลายเออร์สูงมากยิ่งขึ้น ทำให้ซัพพลายเออร์ต้องขึ้นราคาของวัตถุดิบที่เป็นต้นทุนของเราอีกที เกิดจาก
 ราคาการขนส่งที่แพงมากยิ่งขึ้น หรือต้องมองหาวัตถุดิบทดจากท้องตลาดเพื่อลดต้นทุน หรือการหาซัพพลาย

เออร์ที่ให้ราคาดีที่สุดมากกว่าซัพพลายเออร์ที่มีอยู่ ทั้งนี้เพื่อสมารถที่จะเพิ่มประสิทธิภาพเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของ ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกเฉลี่ยของร้านปิ้งย่างเกาหลี A B C ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ อยู่ที่ 515,182 บาทต่อปี มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 3,487,426 บาทต่อปีโดยมีกระแสเงินสดสุทธิเฉลี่ยอยู่ที่ 3,115,913 บาทต่อปี วัตถุประสงค์ทางตรงของร้านปิ้งย่างเกาหลีเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 2,768,396 บาท ต้นทุนค่าแรงงานเฉลี่ยเท่ากับ 428,000 บาทต่อปี ค่าใช้จ่ายในการผลิตอื่นของร้านปิ้งย่างเกาหลีเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 142,667บาท จากเงินลงทุนเริ่มแรกและกระแสเงินสดสุทธิเฉลี่ยต่อปี ส่งผลให้มีระยะเวลาในการคืนทุนเฉลี่ยของร้านปิ้งย่างเกาหลี A B C ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ อยู่ที่ 1 ปี 3 เดือน โดยอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 1.3 แสดงให้เห็นว่า หากมีการลงทุนไปในต้นทุนที่ 1 ล้านบาท จะมีผลตอบแทนอยู่ที่ 0.3 ล้านบาท หรือมีกำไรสุทธิอยู่ที่ประมาณ 300,000 บาทซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของร้านอาหารญี่ปุ่น ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น Natnua, J. (2021) ผลการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนโดยผู้วิจัยได้นำเอา SWOT Analysis และ TOWS Matrix มาวิเคราะห์เพื่อสร้างกลยุทธ์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของรีสอร์ท ในอำเภอกำแพง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีทั้งหมด 4 รูปแบบดังนี้ SO-Strategies (กลยุทธ์เชิงรุก) ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องใช้จุดแข็งที่มีวัตถุดิบมากมายและอาหารสะอาดรสชาติดี ใช้กระตุ้นการรับรู้ด้วยการโปรโมททางออนไลน์ที่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ เข้าถึงการรับรู้ผ่านช่องทางนี้ WO-Strategies (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องแก้ไขจุดอ่อนที่ไม่สามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบได้ จากโอกาสที่เศรษฐกิจในไตรมาสที่ 2 ของปี 65 กำลังฟื้นตัวอาจจะให้ราคาวัตถุดิบขึ้นขึ้นจะต้องเริ่มดูแนวโน้มของสินค้าที่เป็นวัตถุดิบของร้านปิ้งย่างเกาหลี ว่าแนวโน้มไปในทิศทางใดST-Strategies (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องใช้จุดแข็งวัตถุดิบสะอาดรสชาติดี ใช้เป็นข้อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าว่าราคาที่ลูกค้าจ่าย คุณภาพอาหารและรสชาติเกินคุ้มราคา WT-Strategies (กลยุทธ์เชิงรับ) เมื่อวัตถุดิบราคาสูงมากขึ้นรวมไปถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องมองหาซัพพลายเออร์ที่สามารถให้ราคาและคุณภาพที่คุ้มค่าหรือดีกว่าเกินราคา มองหาวัตถุดิบทดแทน แทนการลดคุณภาพของวัตถุดิบลง เพื่อรักษาระดับราคาที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้ศึกษาได้นำเอาผลการศึกษามาวิเคราะห์เพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางในการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนของร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ให้เกิดประสิทธิภาพ โดยใช้ทฤษฎี TOWS Matrix ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO-Strategies)

ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องใช้จุดแข็งที่มีวัตถุดิบมากมาย และอาหารสะอาด รสชาติดี ใช้กระตุ้นการรับรู้ด้วยการโปรโมททางออนไลน์ที่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ เข้าถึงการรับรู้ผ่านช่องทางนี้

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO-Strategies)

ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องแก้ไขจุดอ่อนที่ไม่สามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบได้ จากโอกาสที่เศรษฐกิจในไตรมาสที่ 2 ของปี 65 กำลังฟื้นตัวอาจจะให้ราคาวัตถุดิบขึ้นจะต้องเริ่มดูแลแนวโน้มของสินค้าที่เป็นวัตถุดิบของร้านปิ้งย่างเกาหลี ว่าแนวโน้มไปในทิศทางใด

3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST-Strategies)

ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องใช้จุดแข็งวัตถุดิบสะอาด รสชาติดี ใช้เป็นข้อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าว่าราคาที่ลูกค้าจ่าย คุณภาพอาหารและรสชาติเกินคุ้มราคา

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT-Strategies)

เมื่อวัตถุดิบราคาสูงมากขึ้นรวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ร้านปิ้งย่างเกาหลี ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องมองหาซัพพลายเออร์ที่สามารถให้ราคาและคุณภาพที่คุ้มค่าหรือดีกว่าเกินราคา มองหาวัตถุดิบทดแทน แทนการลดคุณภาพของวัตถุดิบลง เพื่อรักษาระดับราคาที่เหมาะสม

Reference

- Boonprad, P. & Krommueang, A. (2015). The decision to use food truck service in Bangkok. *Journal of Administration and Management* , 7(1), 1-12.
- Department of Commercial Economics. (2011). *Trade Statistics and Economic Indicators of Thailand 2000*. Bangkok : Department of Commercial Economics.
- Natnua, J. (2021). *Cost-benefit analysis of Japanese restaurants in Khon Kaen University*. Khon Kaen : Khon Kaen University.

Sertsanit, C. (2013). *Marketing Factors Influencing Choice of Restaurant Service in Muang District, Roi Et Province*. Khon Kaen : Khon Kaen University.

Wattanapriya, R. & Kongsawatkiat, K. (2013). The decision to choose the restaurant service of Consumers in Bangkok. *Journal of Marketing. And Communication*,1(2).

วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 10 (2) : พฤษภาคม-สิงหาคม 2566

Journal of Research and Development Institute, Rajabhat Maha Sarakham University, 10 (2) : May-August 2023
