

บทที่ 1

ความรู้เกี่ยวกับร้านอาหารแบบมีหน้าร้าน
และไม่มีหน้าร้าน

แนวโน้มอุตสาหกรรมร้านอาหารในปัจจุบัน

- • เติบโตเร็วขึ้นอย่างต่อเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภค
- • ร้านไม่มีหน้าร้าน (Cloud Kitchen) เพิ่มขึ้นในเมืองใหญ่
- • ลูกค้าต้องการบริการรวดเร็วและภาพลักษณ์แบรนด์ที่ชัดเจน
- • การแข่งขันด้านราคาและรีวิวมียผลต่อยอดขายอย่างมาก

ร้านมีหน้าร้าน – ปัจจัยความสำเร็จ

- ● บรรยากาศโดดเด่น: การตกแต่ง แสง เพลง
- ● คุณภาพการบริการ: ความใส่ใจ ความสุภาพ ความรวดเร็ว
- ● ทำเลร้าน: ใกล้แหล่งงาน แหล่งท่องเที่ยว ชุมชน
- ● เมนูที่ถ่ายรูปสวยและทำซ้ำได้คุณภาพคงที่
- ● ออกแบบระบบครัวให้รองรับลูกค้าชั่วโมงเร่งด่วน

ร้านมีหน้าร้าน — กลยุทธ์ดึงดูดลูกค้า

- • การจัดโปรโมชั่นหน้าโรงอาหาร/ร้าน
- • การทำกิจกรรมภายในร้าน เช่น **Live cooking**
- • การสร้างจุดขาย (**Signature Dish**)
- • การทำรีวิวกับ **Influencer** ด้านอาหาร

ร้านไม่มีหน้าร้าน – ปัจจัยความสำเร็จ

- ● ความเร็วในการจัดเตรียมอาหารและส่ง
- ● รูปแบบ **Packaging** ที่คงคุณภาพเมนูได้ดีที่สุด
- ● การตั้งราคาที่แข่งขันได้
- ● รูปภาพเมนูต้องดึงดูด เพราะลูกค้าตัดสินใจจากภาพ
- ● ระบบครัวที่ทำงานได้ต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

ร้านไม่มีหน้าร้าน — กลยุทธ์เพิ่มยอดขาย

- ● เข้าร่วมโปรโมชันของแอปเดลิเวอรี่
- ● ยิงโฆษณาออนไลน์ในพื้นที่ใกล้เคียง
- ● ทำหลายแบรนด์ในครัวเดียว (Multi-brand Kitchen)
- ● เมนูทานง่าย หยิบจับสะดวก และเก็บอุณหภูมินาน

ความท้าทายของร้านมีหน้าร้าน

- ● ต้นทุนค่าเช่าเพิ่มขึ้นทุกปี
- ● ต้องการแรงงานจำนวนมาก
- ● ความผันผวนของลูกค้านในแต่ละวัน
- ● ต้องรักษาความสะอาดและความปลอดภัยอาหาร

ความท้าทายของร้านไม่มีหน้าร้าน

- ค่าคอมมิชชั่นสูงจากแอปเคลิเวอร์รี่ (15–35%)
- การแข่งขันสูงมากบนแพลตฟอร์ม
- ยากในการสร้างความจดจำแบรนด์
- คุณภาพอาหารลดลงได้เมื่อวิ่งระยะไกล

การออกแบบเมนูสำหรับร้านมีหน้าร้าน

- • เน้นเมนูสวยงามถ่ายรูป
- • มีเมนูราคาไฮไลท์สำหรับดึงดูดลูกค้า
- • การจัดจาน (Plating) สำคัญมาก
- • เมนูใหญ่และมีความหลากหลายได้มากกว่า

การออกแบบเมนูสำหรับร้านไม่มีหน้าร้าน

- ● เน้นเมนูที่เก็บความร้อนได้ดี เช่น ข้าว ก๋วยเตี๋ยว ข้าว
- ● หลีกเลี่ยงเมนูกรอบหรือเมนูที่หิวง่าย
- ● ใช้ชื่อเมนูชัดเจนและค้นหาง่าย
- ● ลดจำนวนเมนูเพื่อเพิ่มความเร็วในการผลิต

เปรียบเทียบด้านต้นทุนเชิงลึก

- ร้านมีหน้าร้าน: ค่าเช่า, ตกแต่ง, พนักงานเสิร์ฟ
- ร้านไม่มีหน้าร้าน: ค่า **Packaging**, ค่าโปรโมชั่น, ค่าคอม
- ร้านมีหน้าร้าน: ต้นทุนแฝงสูง เช่น แอร์, ค่าน้ำยาทำความสะอาด
- ร้านไม่มีหน้าร้าน: ต้นทุนด้านระบบจัดส่ง

ระบบปฏิบัติการร้าน (Operations)

- ร้านมีหน้าร้าน: การบริหาร โต้ะ, ระบบคิว, การเสิร์ฟ
- ร้านไม่มีหน้าร้าน: ระบบจัดคิวเคลิเวอรี, ความเร็วในการผลิต
- ร้านมีหน้าร้าน: บริหารวัตถุดิบโดยดูยอดลูกค้าในร้าน
- ร้านไม่มีหน้าร้าน: บริหารวัตถุดิบตามยอดสั่งออนไลน์รายชั่วโมง

เทคโนโลยีที่ใช้ในร้านอาหาร

- • POS และระบบจัดการโต๊ะ
- • ระบบสั่งอาหารผ่าน QR Code
- • ระบบคิดต้นทุนอาหารอัตโนมัติ
- • ระบบรวมออเดอร์เดลิเวอรี่ทุกแอป (Aggregator)

สรุปการเลือกโมเดลร้านอาหาร

- • หากมีงบมากและต้องการสร้างแบรนด์ → มีหน้าร้าน
- • หากต้องการเริ่มเร็ว ลดความเสี่ยง → ไม่มีหน้าร้าน
- • รูปแบบ **Hybrid** คือมีหน้าร้าน + เดลิเวอรี่ดีที่สุดในยุคนี้