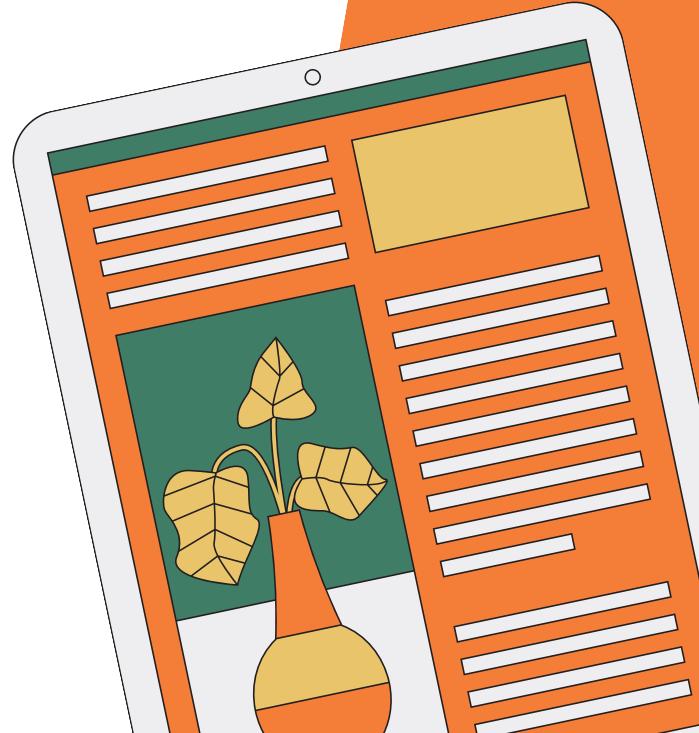
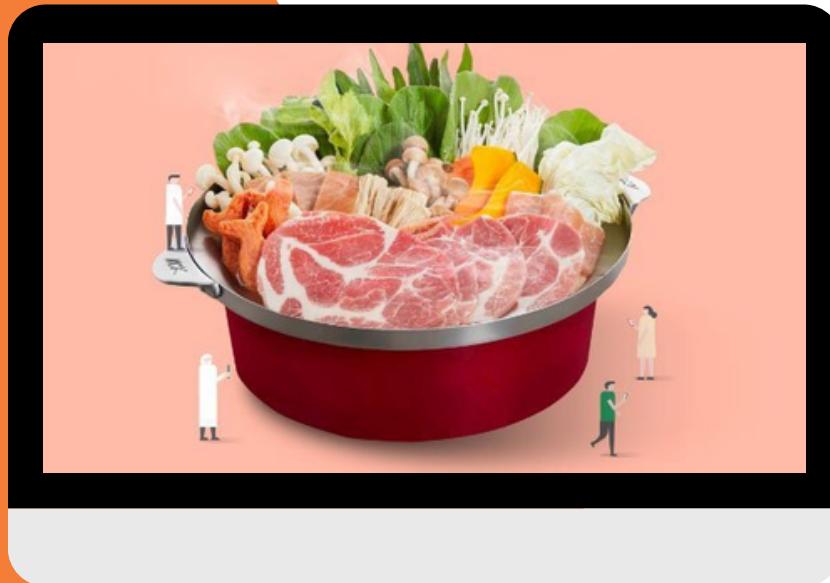


ເລີ່ມໄຄ ໄສຕໂຮງທ່ານ ກົດ

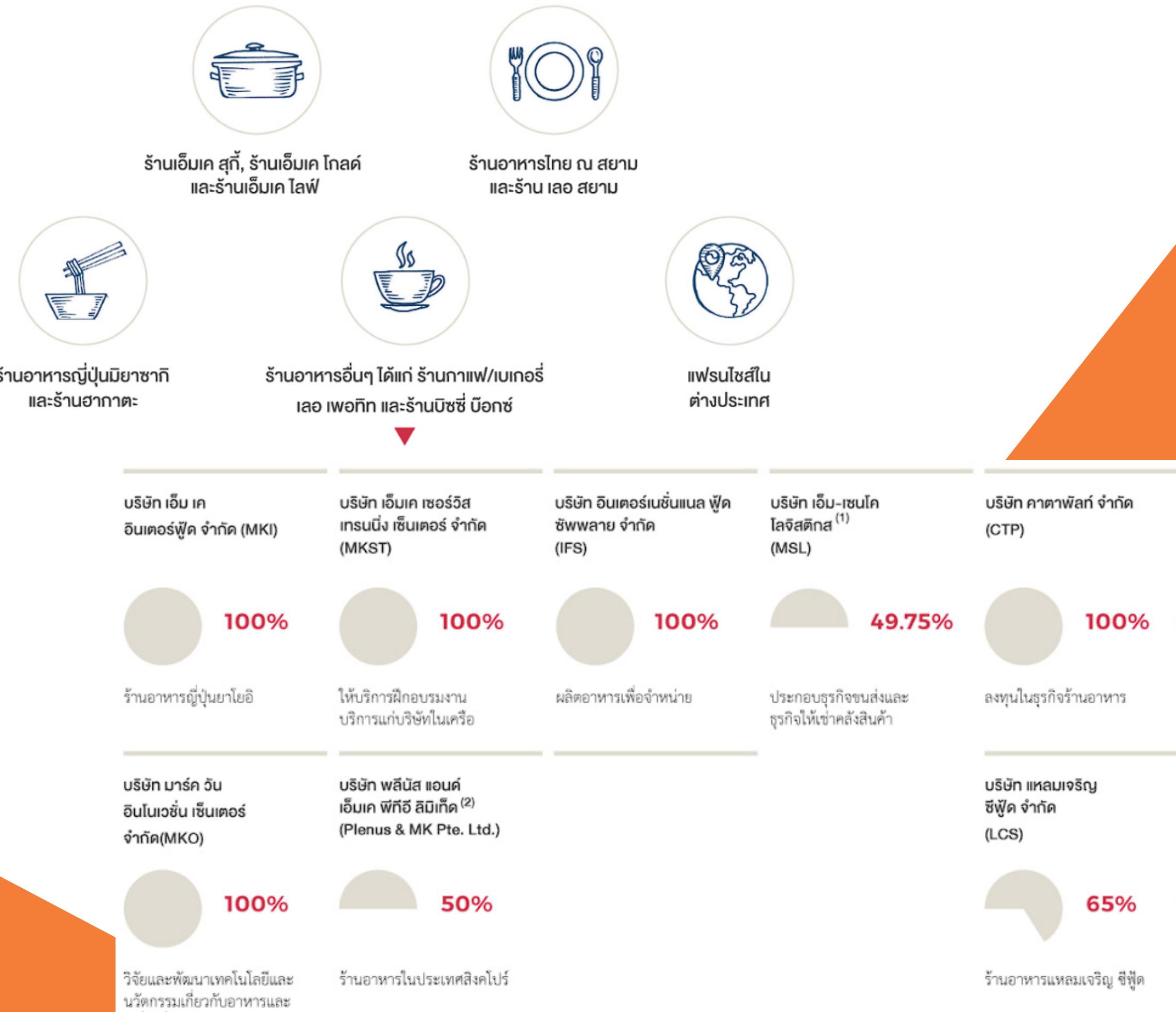


About the Company

บริษัท เอ็มเค เรสโตรองต์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (ย่อ M) ประกอบธุรกิจร้านอาหาร
จดทะเบียนตั้งเป็นบริษัทเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2532 มีทุนจดทะเบียนเริ่ม
แรก 1 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจหลัก คือ ร้านอาหารประเภทสุกี้ยากิ ซึ่ง เอ็มเค ส
กี นอกจากนี้ยังดำเนินงานร้านอาหารญี่ปุ่น ยาโยอิ, ฮาการตุะ และ มิยาซากิ มีร้าน
อาหารไทย ณ สยาม และ เลือสสยาม มีร้านร้านกาแฟ/เบเกอรี่ ที่ชื่อ เลอ เพอทิก ร้าน
ข้าวกล่องที่ชื่อ บีซซี่ บีอ๊กซ์ และร้านขนมหวานที่ชื่อ เอ็มเค ฮาร์เวสต์

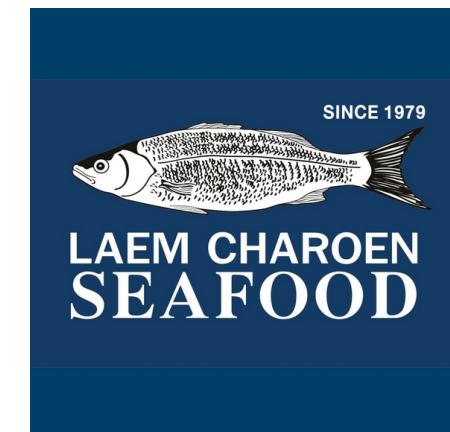


โครงสร้างของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

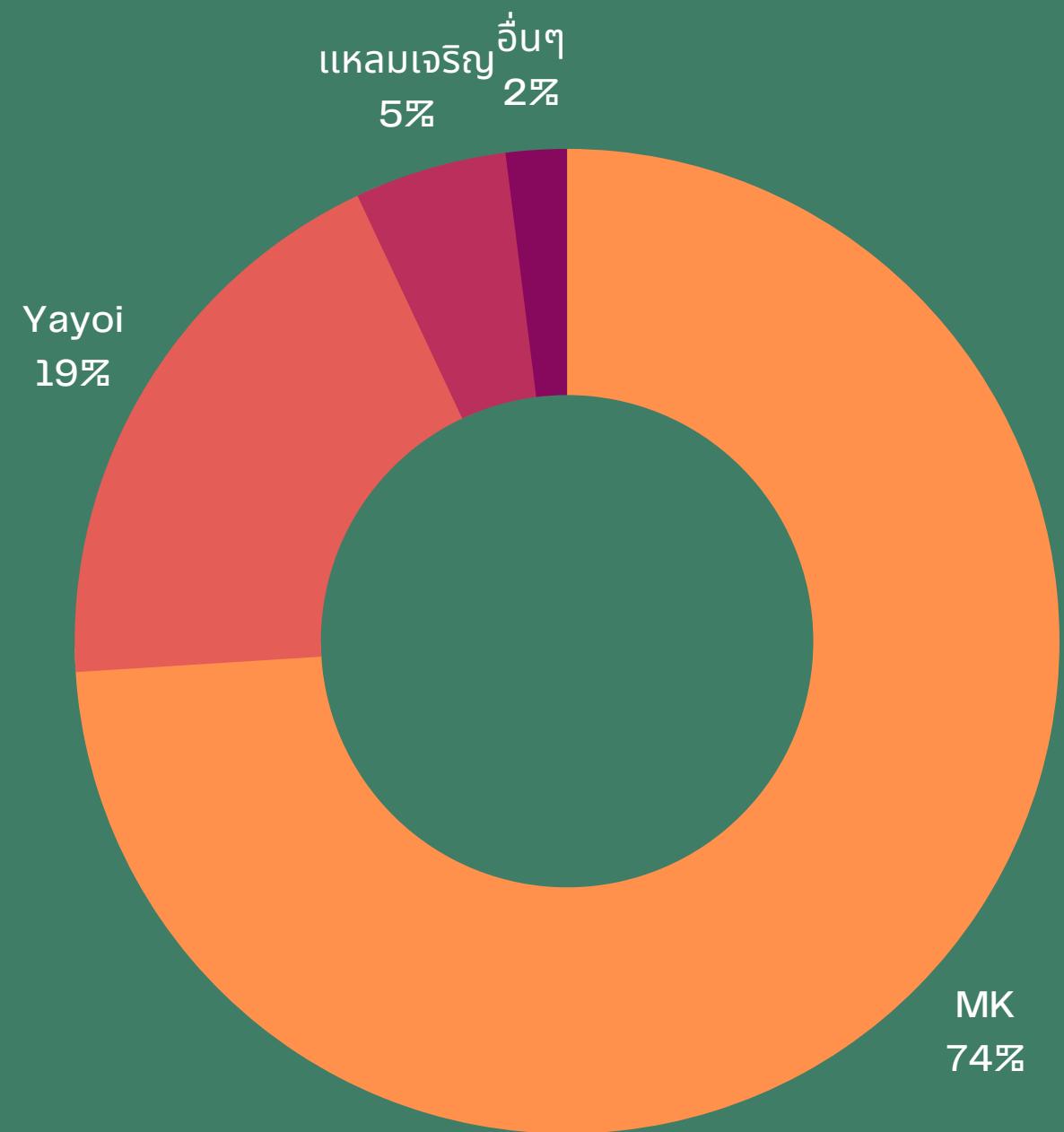




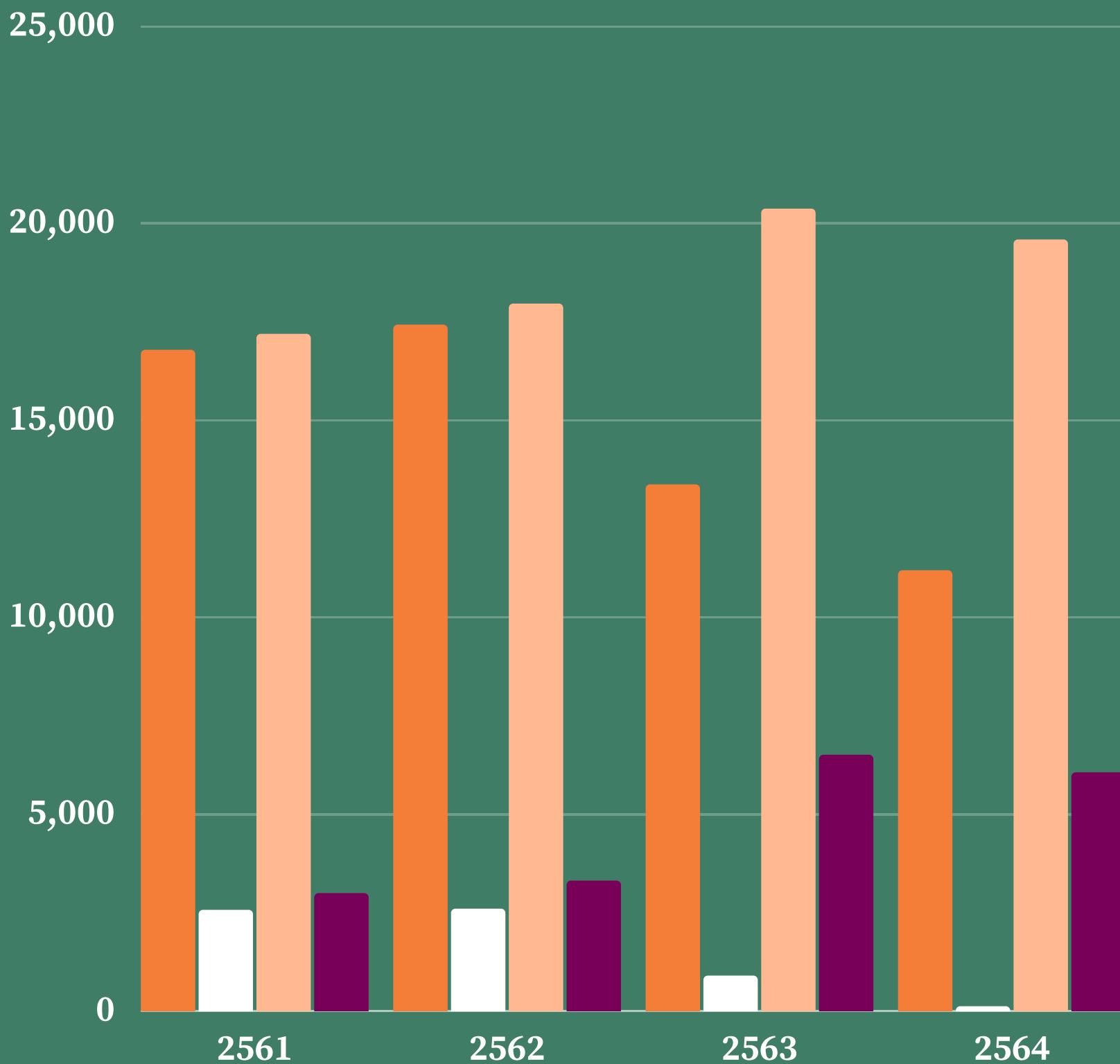
จากข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 มีร้านเอ็มเค สุกี้ ทั้งสิ้น 452 สาขา (รวม
ร้านเอ็มเค โกลด์ 5 สาขา และเอ็มเค ไลฟ์ 4 สาขา), ร้านอาหารญี่ปุ่น ยาโยอิ 193
สาขา, ร้านอาหารแอลมิเนริญ ชีฟฟี่ 31 สาขา, ร้านอาหารญี่ปุ่น ฮาเกตะ 2 สาขา,
ร้านมิยาซากิ 15 สาขา, ร้านอาหารไทย เลอ สยาม 3 สาขา, ร้านอาหารไทย ณ สยาม
1 สาขา, ร้านบิชชี่ บีกอร์ช 3 สาขา, ร้านเลือ เพอทิก 3 สาขา ยังมีแฟรนไชส์ร้านใน
ประเทศไทย ญี่ปุ่น เวียดนาม ลาว และจัดตั้งบริษัตร่วมทุนในการดำเนินธุรกิจร้าน
อาหารในสิงคโปร์

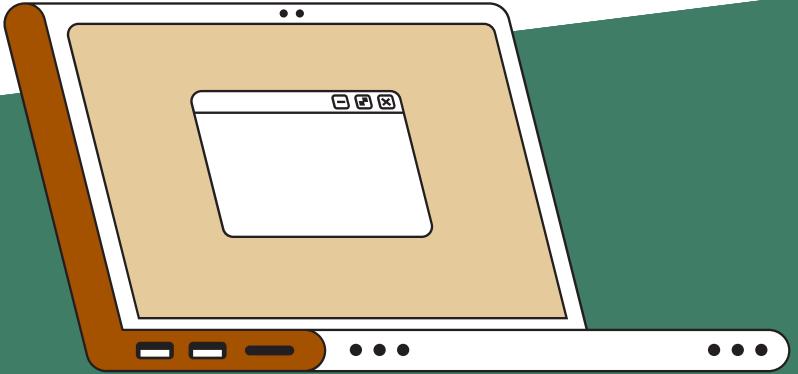


สัดส่วนรายได้จาก การขายและบริการ



รายได้จากการขายและบริการ
สินทรัพย์ หนี้สิน กำไรสุทธิ





The Big Picture

MISSION:

- ส่งมอบสุขภาพที่ดีและเติมเต็มความสุขให้กับลูกค้า ด้วย อาหารที่มีคุณภาพและความอร่อย พร้อมทั้งให้บริการอันเป็น เลิศ ในราคาที่เหมาะสม
- รับรู้และเข้าใจความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง อย่าง ต่อเนื่อง เพื่อนำมาสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่ลูกค้า
- สร้างผลกำไรอย่างยั่งยืนในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้น ของ บริษัทกั้งหมด
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหุ้นส่วนทางธุรกิจของ บริษัทใน ระยะยาว
- สร้างความเป็นเลิศและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อให้ เกิดประสิทธิภาพและมีความสุขในการทำงาน
- สร้างสรรค์และคิดค้นนวัตกรรมที่มีส่วนช่วยในการ ร่วมรับ ผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางของบริษัท

VISION:

ส่งมอบความสุขแก่ลูกค้าของเราด้วยอาหาร ที่อร่อย มี คุณภาพ ท่ามกลางประสบการณ์ ที่ประทับใจ และสร้างโอกาส ความก้าวหน้า ให้กับพนักงาน ตลอดจนส่งเสริมชุมชนและสิ่ง แวดล้อม

COMPANY BACKGROUND

ร้านกรีน เอ็มเค



คุณสันกฤต์ จิราธิวัฒน์ เจ้าของเครือเช็นกรัลกรุ๊ป ได้ชวนคุณป้า กองคำ มาเปิด ร้านอาหารไทยใน เช็นกรัล ลาดพร้าว ในชื่อร้านใหม่ ว่า “กรีน เอ็มเค”

1984

1962

ร้านอาหารไทยย่านสยาม สแควร์

เอ็มเค เริ่มจากร้านอาหารไทยร้าน เล็กๆ มีเนื้อที่เพียง 1 คูหาที่ สยาม สแควร์ ซอย 3 ดำเนินกิจการโดย คุณป้ากองคำ เมนโต ซึ่งซื้อกิจการต่อมาจากเจ้าของชาวอ่องกงเดิม คุณมาคง คิง ยี (Makong King Yee) ที่มาของ คำว่า เอ็มเค หลังจากที่คุณมาคง คิงยี ย้ายครอบครัวไปอยู่บอสตัน ประเทศ สหรัฐอเมริกาเมื่อปี 2505 คุณป้าทำกิจการด้วยใจรักงาน บริการ จนลูกค้าที่มาอุดหนุนติดใจ กลับมา รับประทานอีก และ กลายเป็นลูกค้า ประจำในที่สุด บันก์เป็นเพราะความ ใจดีของ คุณป้าบันเงย อาหารขึ้นชื่อ ในสมัยนั้นมีหลายอย่าง เช่น ข้าว มันไก่ เนื้อตุ๋น พัดไกย พัดขี้เมา เนื้อย่างเกาหลี (เตาถ่าน) ยำ แซบๆ ทุกชนิด อีกทั้งมีเค้กแสนอร่อยขาย ตอนปีใหม่ อีกด้วย

1986

ร้านสุกี้เอ็มเค

สาขาแรกในห้างเช็นกรัลลาดพร้าว

คุณสันกฤต์ได้ซักชวนคุณป้า กองคำ ให้เปิดร้านสุกี้เอ็มเค สาขาแรกใน ห้างเช็นกรัล ลาดพร้าว มีสุกี้เป็นเมนูเด็ดที่ เรียกว่าลูกค้ามาเข้าร้าน อย่างต่อเนื่อง



1994



เปิดสาขาในประเทศไทยญี่ปุ่น

เอ็มเคลงครับ 400 สาขา

มีสาขาในประเทศไทย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ อินโด네เซีย และเวียดนาม

2013

1996

ทุกสาขาเปลี่ยนจากหม้อก่อใช้ระบบ
แก๊ส เป็นระบบไฟฟ้า



COMPANY LOGISTIC SYSTEM

“เอ็ม-เซนโคน” (M-SENKO) – ระบบคลังสินค้าอัตโนมัติลดการสัมผัส

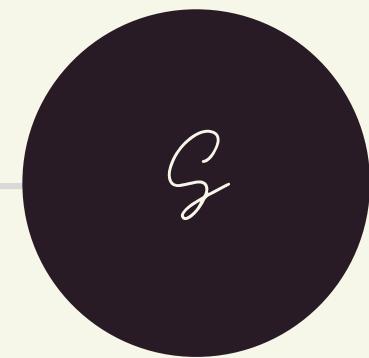
ขั้นตอนต่อไปคือการกระจายสินค้าผ่านโกดังสินค้าและรถขนส่ง 170 คันของ บริษัท เอ็ม-เซนโคน โลจิสติกส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเอ็มเค โกดังแห่งนี้แยกการจัดเก็บสินค้าเป็นกลุ่มสินค้าของสดและสินค้าของแห้ง และยังแบ่งการจัดเก็บเป็นหลายช่วง อุณหภูมิตั้งแต่ อุณหภูมิห้องปกติ 25-30 องศาเซลเซียส, แชร์เย็น 6-10 องศาเซลเซียส, แชร์เย็น 0-4 องศาเซลเซียส และแชร์แข็ง -25 องศาเซลเซียส

โดยระบบส่วนใหญ่ใช้การจัดเก็บและหยิบของด้วยระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (ASRS) ทำให้มีบุคลากรเกี่ยวข้องในการหยิบจับสินค้าน้อยมาก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานทั้งเรื่องความรวดเร็ว ความถูกต้อง และลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อน ขณะที่รถขนส่ง 170 คันดังกล่าวเป็นรถบุญวนกันความร้อนทั้งหมด เพื่อให้อาหารคงความสดใหม่ตั้งแต่ครัวกลาง จนถึงครัวของร้านอาหารเครือเอ็มเคแต่ละสาขา ด้วยความสะอาด และความปลอดภัยในทุกขั้นตอนการผลิตตั้งแต่ครัวกลางจนถึง จานอาหารที่ได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อสุขอนามัยที่ดีของลูกค้า นี่จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ เอ็มเค เรสโตรองต์ กรุ๊ป ยืนหยัดเป็นแบรนด์ในดวงใจของครัวหลายคน มาตลอดหลายสิบปี



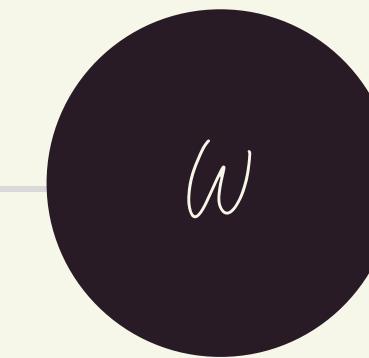
Strategic Branding

EMPLOYEE SWOT ANALYSIS



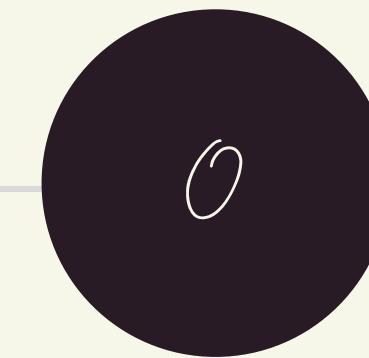
STRENGTHS

- แบรนด์ที่แข็งแกร่ง ยกคู่แข่งจะมาเกียบ ในธุรกิจของสุกี้
- มีฐานลูกค้าที่หน้าแน่น
- การบริการที่เป็นเลิศ และสร้าง talk of the town ได้การเดินประกอบ
- ที่ตั้งกำลังกับกลุ่มเป้าหมาย และไลฟ์สไตล์ของลูกค้า



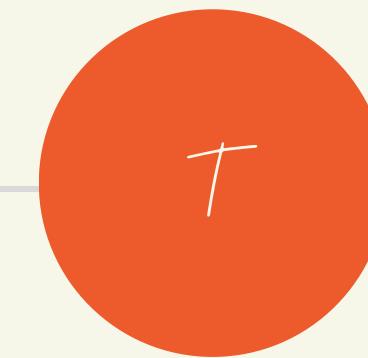
WEAKNESSES

- อาหารวัตถุดิบที่มีราคาแพง ทำให้ต้นทุนสูง มาร์จินน้อยลง
- การเปิดสาขาในตำแหน่งที่ลูกค้าไม่มาก ทำให้เปลืองงบประมาณ และการจ้างลูกจ้าง



OPPORTUNITIES

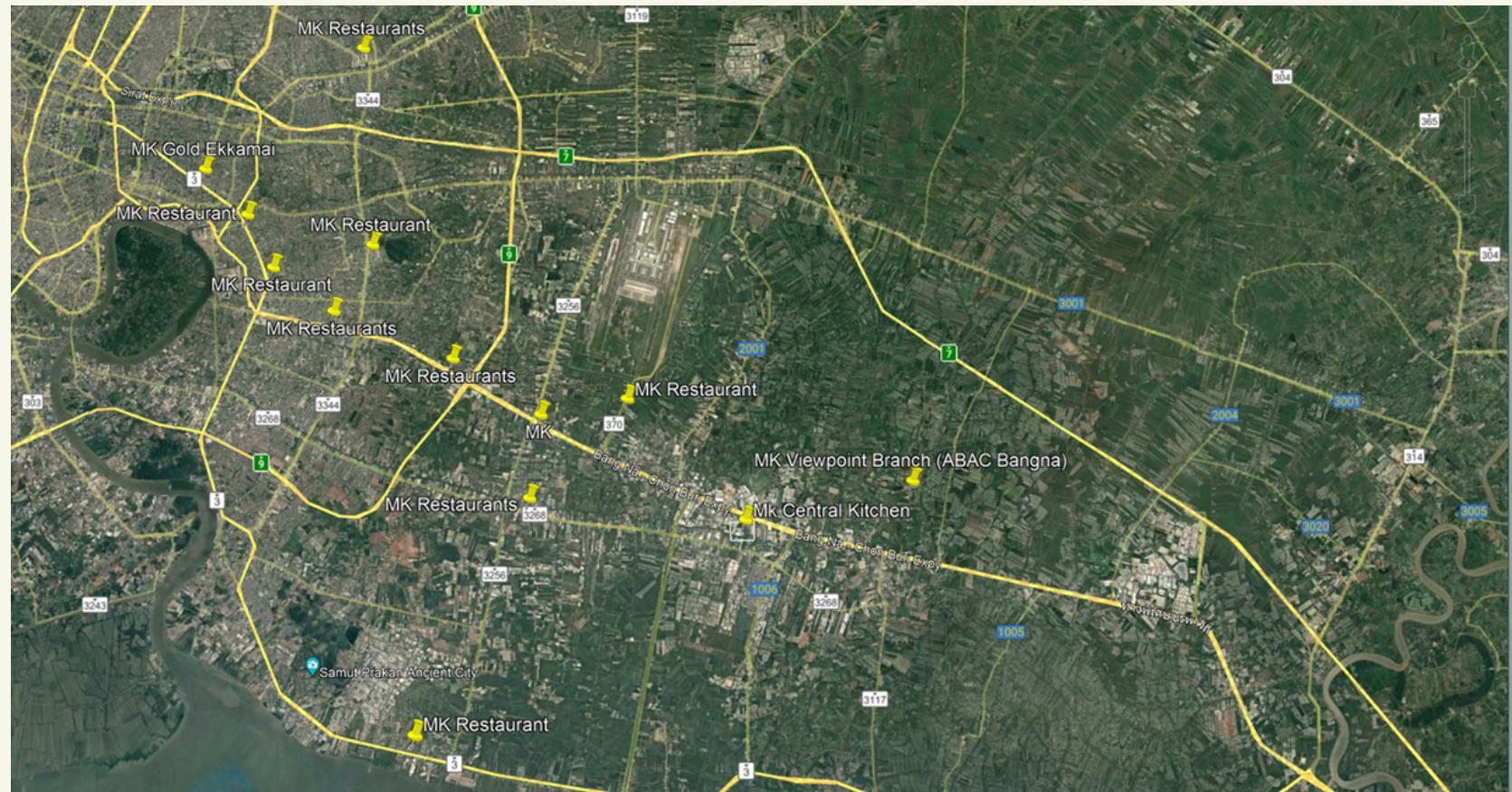
- ปัญหาคุณภาพอาหาร การปนเปื้อน เช่น คนทำงานแล้วท้องร่วง หรือความสกปรก ที่คนถ่ายรูปแชร์กัน ทางโซเชียลมีเดีย (แต่ยังไม่เกิด) ต้องควบคุมให้ได้
- คู่แข่ง ที่เกิดใหม่ หรืออาหารอื่นๆ ที่มากดגם เช่น ร้านอาหารพูจิ



THREATS

- การเปิดสาขาขยายออกไปในอาเซียน หรือต่างประเทศ เริ่มจากที่มีคนไทยรายได้ปานกลางถึงดีที่ไปพักอาศัย เช่นสิงคโปร์ หรือฮ่องกง
- ทำสุกี้จานด่วน จับลูกค้าที่ต้องการความรวดเร็ว แต่ไม่ยกนั่งนาน
- ทำเป็นชุดขาย ตามห้างใหญ่ เช่น เช็นทรัล สามารถซื้อชุดอาหารพร้อมน้ำจิ้ม ไปทำกับบ้านได้ ไม่จำเป็นต้องไปที่ร้าน

เราจะยกกลุ่มตัวอย่างนี้มาปรับปรุงการ
เลือกเส้นทางการกระจายตัวคุณให้ดีขึ้น
โดยใช้ Traveling Sale Man (TSP)



FROM	TO	DIST (KM)
A	central kitchen MK the mall bang kapi	30.4
B	central kitchen MK True digital park	23.9
C	central kitchen MK Gold ekkamai	28.4
D	central kitchen MK secon square	24.7
E	central kitchen MK Big C Bang Phili	14.2
F	central kitchen MK Lotus sukumvit 50	25.7
G	central kitchen MK mega bangna	14.1
H	central kitchen MK central bang na	21
I	central kitchen MK the Paseo lat krabang	22.6
J	central kitchen MK ABAC Bangna	17.2
K	central kitchen MK Lotus BangPu	25.3

	Center	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Center	0	30.4	23.9	28.4	24.7	14.2	25.7	14.1	21	22.6	17.2	25.3
A	30.4	0	13.9	10.6	8.8	30.2	12.5	17.2	13	15.3	40.9	33.5
B	23.9	13.9	0	7.3	7.9	20.1	4.6	11.1	4.6	22.8	31.3	23.6
C	28.4	10.6	7.3	0	10.1	25	3.9	16.1	9.5	16.6	36.3	28.5
D	24.7	8.8	7.9	10.1	0	17.5	9.1	8.5	3.7	13.8	28.8	24.8
E	14.2	30.2	20.1	25	17.5	0	21.1	9.3	16.2	16.8	19.4	15.2
F	25.7	12.5	4.6	3.9	9.1	21.1	0	14.8	8.3	15.4	35	27.2
G	14.1	17.2	11.1	16.1	8.5	9.3	14.8	0	9.3	16.7	25.2	26.7
H	21	13	4.6	9.5	3.7	16.2	8.3	9.3	0	18.3	26.9	24.3
I	22.6	15.3	22.8	16.6	13.8	16.8	15.4	16.7	18.3	0	32	30.1
J	17.2	40.9	31.3	36.3	28.8	19.4	35	25.2	26.9	32	0	34.8
K	25.3	33.5	23.6	28.5	24.8	15.2	27.2	26.7	24.3	30.1	34.8	0

เส้นทางการเดินรถ

conclusion

จากการใช้ โมดูล TSP กับกลุ่ม
ร้านตัวอย่าง ทำให้เราทราบว่า
รถส่งวัตถุติดคิวรใช้เส้นทาง
ไหนเพื่อลด
ระยะทางและลดเวลาการจัดส่ง

```
1 import numpy as np
2 from python_tsp.exact import solve_tsp_dynamic_programming
3
4 distance_matrix = np.array([
5     [0,30.4,23.9,28.4,24.7,14.2,25.7,14.1,21,22.6,17.2,25.3],
6     [30.4,0,13.9,10.6,8.8,30.2,12.5,17.2,13,15.3,40.9,33.5],
7     [23.9,13.9,0,7.3,7.9,20.1,4.6,11.1,4.6,22.8,31.3,23.6],
8     [28.4,10.6,7.3,0,10.1,25,3.9,16.1,9.5,16.6,36.3,28.5],
9     [24.7,8.8,7.9,10.1,0,17.5,9.1,8.5,3.7,13.8,28.8,24.8],
10    [14.2,30.2,20.1,25,17.5,0,21.1,9.3,16.2,16.8,19.4,15.2],
11    [25.7,12.5,4.6,3.9,9.1,21.1,0,14.8,8.3,15.4,35,27.2],
12    [14.1,17.2,11.1,16.1,8.5,9.3,14.8,0,9.3,16.7,25.2,26.7],
13    [21,13,4.6,9.5,3.7,16.2,8.3,9.3,0,18.3,26.9,24.3],
14    [22.6,15.3,22.8,16.6,13.8,16.8,15.4,16.7,18.3,0,32,30.1],
15    [17.2,40.9,31.3,36.3,28.8,19.4,35,25.2,26.9,32,0,34.8],
16    [25.3,33.5,23.6,28.5,24.8,15.2,27.2,26.7,24.3,30.1,34.8,0]
])
17]
18 permutation, distance = solve_tsp_dynamic_programming(distance_matrix)
19
20 tour = str(permutation[0])
21 for i in range(1, len(permutation)):
22     tour += ' -> ' + str(permutation[i])
23 tour += ' -> ' + str(permutation[0])
24 # Print the tour in the desired format
25 print(tour)
26 print("Total distance : {} km".format(distance))
27
28
29
```

PROBLEMS OUTPUT DEBUG CONSOLE TERMINAL SQL CONSOLE COMMENTS

```
PS C:\Users\Vivit\Desktop\logistic> & C:/Users/Vivit/AppData/Local/Programs/Python/Python311/python.exe
0 -> 7 -> 4 -> 8 -> 2 -> 6 -> 3 -> 1 -> 9 -> 11 -> 5 -> 10 -> 0
Total distance : 147.2 km
PS C:\Users\Vivit\Desktop\logistic>
```

แต่ปัญหาระบบโครงสร้างพื้นฐานในการขนส่งยัง
คงที่จะต้องรับการปรับปรุงได้แก่

- ระบบขนส่งทางอากาศ การสร้างเครือข่ายการค้ายังไม่เป็นที่รู้จักและมีอุปสรรคในเรื่องของขีดความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลทางอากาศ
- ระบบขนส่งทางถนน ยังพบปัญหาการจราจรติดขัด พนักงานขับรถยังไม่มีความชำนาญในเส้นทางมากพอ และมักเกิดอุบัติเหตุระหว่างการส่งบ่อยครั้ง จึงทำให้ไม่สามารถส่งสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด

- ระบบขนส่งทางเรือ : กำลังเรือหลักของไทยไม่ได้อยู่บนเส้นทางเดินเรือหลักของโลก จึงเกิดข้อจำกัดในเรื่องของประสิทธิภาพของช่องทางการค้า
- ระบบขนส่งแบบราง ยังมีประสิทธิภาพที่ไม่มากพ่อการตอบสนองการส่งสินค้าไปยังผู้ใช้บริการ เนื่องจากยังมีสถานีเพื่อรองรับสินค้าที่ไม่เพียงพอ และขาดศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่สำคัญ