



บริษัท เคที เรสทอรองท์ จำกัด KT Restaurant Co. Ltd.



สรชัย ชาญอนเดช
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เคที เรสทอรองท์ จำกัด



ได้รับรางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 11
1) Branding and Marketing
2) Operational Best Practice
3) Entrepreneurship

บริษัท เคที เรสทอรองท์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี 2543 โดยคุณสรชัย ชาญอนเดช เข้ามาเป็น CEO และผู้ถือหุ้นใหญ่ในปี 2554 บริษัทดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านสเต็กเฮาส์ในห้างสรรพสินค้าแห่งแรกในประเทศไทย ภายใต้ชื่อแบรนด์ "ซานตาเฟ" (Santafe) ซึ่งเป็นชื่อเมืองหลวงในมลรัฐนิว เม็กซิโก ซึ่งมีเอกลักษณ์เด่นคือเป็นเมืองความอบอุ่น เลี้ยงวัว และเป็นเมืองชมสายรถไฟ จึงนำ Story ของรถไฟออกมาสร้างความแตกต่างจากร้านสเต็กทั่วไปที่มักใช้ความอบอุ่นและวัวเป็นสัญลักษณ์ และสร้าง Experience marketing ออกแบบประสบการณ์ที่น่าจดจำให้ลูกค้า ทั้งด้านบรรยากาศ ราคา รูปลักษณ์อาหาร สร้างแบรนด์ให้มีบุคลิกชัดเจน เป็นกันเอง ทำให้ลูกค้าออกจากร้านไปอย่างมีความสุข และพนักงานทำงานอย่างมีความสุข (happiness well done) และเน้นจุดเด่นที่การเลือกสรรวัตถุดิบคุณภาพดี และตั้งราคาไม่สูงมาก เพื่อให้คุ้มค่าต่อเงินของลูกค้า

คุณสรชัยได้เข้ามาพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ด้วยกลยุทธ์บริหารต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยตัดสินใจสั่งยกเลิกระบบครัวกลาง ปรับเปลี่ยนมาสู่การใช้ระบบโลจิสติกส์ ให้ซัพพลายเออร์จัดส่งวัตถุดิบโดยตรงถึงแต่ละสาขา จึงช่วยลดต้นทุนของบริษัทลงให้สอดคล้องกับยอดขาย ในขณะที่ ก็ยังสามารถรักษามาตรฐานไว้ได้เท่าเดิม นอกจากนี้ ยังใช้ระบบควบคุมการผลิตขอสูตรลับ Rambo ด้วยการแยกให้ซัพพลายเออร์ 2 ราย ผลิตส่วนผสมของซอสแยกกันเป็น 2 ส่วน แล้วค่อยนำมาผสมเพื่อปรุงรสชาติภายในร้านเพื่อลดความเสี่ยง ซึ่งระบบการจัดการเหล่านี้เองเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ซานตาเฟสามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีระบบควบคุมคุณภาพทั้งสาขาแบบแฟรนไชส์และสาขาที่เปิดเอง

จากความตั้งใจที่จะเป็นร้านอาหารแบบ Casual Dining ที่ราคาไม่สูง ทำให้มีจำนวนลูกค้าใช้บริการซ้ำสูงถึง 80-90% ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และตั้งเป้าเป็นผู้นำตลาดอันดับ 1 ในร้านอาหารประเภทสเต็กในประเทศไทย จนปัจจุบันซานตาเฟมีทั้งหมด 82 สาขา แบ่งเป็นร้านแฟรนไชส์ประมาณ 50% และมีแผนขยายสาขาให้ได้ถึง 300 สาขา ในเวลา 8 ปี โดยตั้งเป้าส่วนแบ่งแฟรนไชส์เป็น 70%

ทั้งหมดนี้ทำให้บริษัทได้รับรางวัล Bai Po Business Award by Sasin ครั้งที่ 11 ในมิติการบริหารจัดการด้านการสร้างตราสินค้าและการตลาด (Branding and Marketing), การบริหารจัดการด้านการปฏิบัติการ (Operational Best Practice) และการสร้างธุรกิจด้วยพลังแห่งการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)



