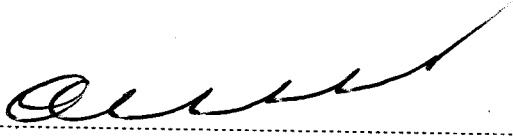
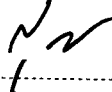



หัวข้อการศึกษา ค้นคว้าอิสระ การวางแผนการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพ
ในเขตอำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี
ชื่อและนามสกุล นางสาวจริญา จันทร์คูเมือง
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โจนนแสง

คณะกรรมการสอบการศึกษา ค้นคว้าอิสระ ได้ให้ความเห็นชอบการศึกษา ค้นคว้าอิสระ
ฉบับนี้แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โจนนแสง)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุวิณา ตังโพธิสุวรรณ)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ อนุมัติให้รับการศึกษา
ค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ ประเสริฐศรี)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

วันที่ 21 เดือน มกราคม พ.ศ. 2551

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การวางแผนการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพ
 ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
ผู้ศึกษา นางสาวจริญา จันทร์คูเมือง **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง **ปีการศึกษา** 2550

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวางแผนการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากผู้ลงทุนพบว่าปัญหาในปัจจุบันคนเริ่มหันมาให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพ โดยให้ความสำคัญกับการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น

ผู้ศึกษาจึงได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายร้านอาหารเพื่อสุขภาพจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากส่วนราชการ บริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษาและประชาชนผู้รักสุขภาพรวมทั้งทำการศึกษาถึงปัจจัยทางด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยศึกษาสถานะแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอก ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด จากการศึกษาพบว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เนื่องจากรูปแบบร้านมีความแตกต่างจากคู่แข่งและมีกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการมาใช้บริการร้านในรูปแบบที่น่าเสนอ มีความเป็นไปได้ในการจัดองค์ประกอบจากการที่สามารถจัดหาบุคลากรมารับการเปิดกิจการได้ มีโปรแกรมฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้และความสามารถในการให้บริการตามรูปแบบของร้าน มีความเป็นไปได้ทางการผลิตที่สามารถคัดสรรวัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการศึกษาสรุปได้ว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุนที่ 2 ปี 2 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 4,784,975.31 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการเท่ากับ 49% ซึ่งเป็นอัตราผลตอบแทนที่มากกว่าความต้องการที่ตั้งไว้ก่อนการศึกษา ซึ่งโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งและมีผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน

คำสำคัญ การวางแผนการลงทุน ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ปทุมธานี

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำชี้แนะและแก้ไขในส่วนของ วิธีการที่ประเด็นปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้องและรองศาสตราจารย์สุวิณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลมาประกอบการศึกษาเพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา นักวิชาการ เพื่อนนักศึกษาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้การสนับสนุนและช่วยเหลือตลอดมา

ขอขอบพระคุณบิดามารดาและสมาชิกในครอบครัวทุกคน ซึ่งเป็นแรงผลักดัน เป็นกำลังใจให้กับผู้ศึกษาจนประสบความสำเร็จในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

จริญา จันทร์คูเมือง

พ.ศ. 2550

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
กรอบแนวคิดการศึกษา	4
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
ทฤษฎีและเครื่องมือที่นำมาใช้	7
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	30
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
การวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	33
สถานภาพของประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง	33
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานหรือประเด็นปัญหา	33
การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	33
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	44
การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการตลาด	57
การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านองค์การและการจัดการ	66
การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการเงิน	89

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ข้อสรุปที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ	107
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	108
สรุปการวิจัย	108
อภิปรายผล	109
ข้อเสนอแนะ	111
บรรณานุกรม	112
ภาคผนวก	115
ก โฆษณาการเพื่อสุขภาพ	116
ข กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	122
ค แบบสอบถาม	133
ง ความปลอดภัยของอาหารและตลาดสดน่าซื้อ	140
จ เมนูสุขภาพ	148
ประวัติผู้ศึกษา	161

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	33
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	34
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	34
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้	35
ตารางที่ 4.5 ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน	35
ตารางที่ 4.6 มีอาหารที่รับประทาน	36
ตารางที่ 4.7 สถานที่ที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน	36
ตารางที่ 4.8 ค่าใช้จ่ายต่อมื้ออาหาร	37
ตารางที่ 4.9 ปัจจัยในการเลือกร้านอาหาร	38
ตารางที่ 4.10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	39
ตารางที่ 4.11 การเคยไม่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	39
ตารางที่ 4.12 ประเภทอาหารสุขภาพที่นิยมรับประทาน	40
ตารางที่ 4.13 สาเหตุที่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	40
ตารางที่ 4.14 ความถี่ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	41
ตารางที่ 4.15 ร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่เลือกรับประทาน	41
ตารางที่ 4.16 เหตุผลที่เลือกร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	42
ตารางที่ 4.17 สาเหตุที่ไม่เลือกร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	42
ตารางที่ 4.18 จำนวนผู้ต้องการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	43
ตารางที่ 4.19 รายการอาหารเรียกน้ำย่อย	58
ตารางที่ 4.20 รายการอาหารจานเดียวและอาหารทั่วไป	58
ตารางที่ 4.21 อาหารแนะนำสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก	58
ตารางที่ 4.22 ขนมหวานและผลไม้	59
ตารางที่ 4.23 เครื่องดื่ม	59
ตารางที่ 4.24 ต้นทุนในการผลิตต่อจาน	60
ตารางที่ 4.25 ประมาณการค่าใช้จ่ายปีที่ 1-5	63
ตารางที่ 4.26 กิจกรรมและระยะเวลาดำเนินงาน	66
ตารางที่ 4.27 รายละเอียดค่าอุปกรณ์สำนักงาน	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.28 รายละเอียดของพนักงานแต่ละตำแหน่ง	69
ตารางที่ 4.29 โปรแกรมทำความสะอาด	79
ตารางที่ 4.30 ตัวชี้วัดกลยุทธ์การดำเนินงานในระยะสั้น	87
ตารางที่ 4.31 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ	89
ตารางที่ 4.32 ประมาณการเงินลงทุนเริ่มต้น	90
ตารางที่ 4.33 การชำระเงินต้นและดอกเบี้ย	91
ตารางที่ 4.34 ประมาณการยอดขายปีที่ 1-5	92
ตารางที่ 4.35 การคำนวณหาต้นทุนต่องาน	93
ตารางที่ 4.36 ประมาณการยอดขายอาหาร	93
ตารางที่ 4.37 ประมาณการการยอดขายเครื่องดื่ม	93
ตารางที่ 4.38 ต้นทุนผันแปรต่องาน ราคา 49 บาท	94
ตารางที่ 4.39 ต้นทุนผันแปรต่องาน ราคา 69 บาท	94
ตารางที่ 4.40 ต้นทุนผันแปรต่องาน ราคา 99 บาท	94
ตารางที่ 4.41 ต้นทุนผันแปรต่อแก้ว	95
ตารางที่ 4.42 เปรียบเทียบราคาร้านคู่แข่ง	95
ตารางที่ 4.43 ประมาณการค่าน้ำประปาของกิจการ	96
ตารางที่ 4.44 ประมาณการค่าไฟฟ้าของกิจการ	96
ตารางที่ 4.45 ประมาณการค่าโทรศัพท์ของกิจการ	96
ตารางที่ 4.46 ประมาณการเงินเดือนพนักงาน	97
ตารางที่ 4.47 ประมาณการค่าประกันสังคม	97
ตารางที่ 4.48 ประมาณการภาษีป้าย	97
ตารางที่ 4.49 ประมาณการค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	97
ตารางที่ 4.50 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด	98
ตารางที่ 4.51 ประมาณการค่าเสื่อมราคา	98
ตารางที่ 4.52 ประมาณการภาษีเงินได้	99
ตารางที่ 4.53 สมมติฐานต้นทุนผันแปร	99
ตารางที่ 4.54 ประมาณการยอดขาย	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.55 ประมาณการต้นทุนการผลิต	100
ตารางที่ 4.56 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	101
ตารางที่ 4.57 ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ	102
ตารางที่ 4.58 การสรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน	106

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา	4
ภาพที่ 2.1 แสดงตัวแบบพฤติกรรมกรซื้อและพลังผลักดัน	7
ภาพที่ 2.2 Five Force Model	10
ภาพที่ 2.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	25
ภาพที่ 4.1 แรงผลักดัน 5 ประการ	48
ภาพที่ 4.2 ส่วนแบ่งการตลาดร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	54
ภาพที่ 4.3 แผนผังโครงสร้างองค์กร	68
ภาพที่ 4.4 กระบวนการหรือขั้นตอนในการให้บริการลูกค้า	82
ภาพที่ 4.5 แผนผังร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	85
ภาพที่ 4.6 แผนผังที่ตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	86

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาวะสังคมและเศรษฐกิจปัจจุบันที่มีแต่ความเร่งรีบและการแข่งขัน ทำให้คนในสังคม โดยเฉพาะสังคมเมืองละเลยการดูแลสุขภาพ ขาดการออกกำลังกายและพักผ่อนไม่เพียงพอจึงเป็นต้นเหตุของโรคร้ายไข้เจ็บหลายชนิด แต่การจะทำให้มีสุขภาพแข็งแรงซึ่งเป็นบ่อเกิดแห่งการมีคุณภาพชีวิตที่ดีนั้น นอกจากต้องหมั่นออกกำลังกายอย่างเป็นประจำและนอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอแล้ว ยังจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องอาหารการกินอีกด้วย นอกจากนี้ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของคนไทยก็กว้างขวางมากขึ้น การติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วทำให้การดำเนินชีวิตประจำวันและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับความเร่งรีบและเรื่องของเวลากลายมาเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตทำให้พฤติกรรมต่าง ๆ ในแต่ละวันต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เกิดความเหมาะสม ดังนั้น วัฒนธรรมการบริโภคจึงเปลี่ยนแปลงไป โดยการหันไปสนใจบริโภคอาหารของชาติตะวันตก โดยเฉพาะอาหารจานด่วน (Fast Food) จากสรุปภาวะธุรกิจปี 2545 และแนวโน้มปี 2546-2549 กล่าวว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้การบริโภคอาหารนอกบ้านหรือการซื้ออาหารสำเร็จรูปมารับประทานที่บ้านจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549) ส่งผลให้บุคคลไม่ค่อยมีเวลาที่จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องความสมดุลของอาหารที่รับประทาน

ในปัจจุบันประชาชนได้ให้ความสนใจและเอาใจใส่กับสุขภาพของตนเองและครอบครัวมากขึ้น ประกอบกับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลที่เล็งเห็นถึงความสำคัญในการดูแลสุขภาพของประชาชน โดยมีการส่งเสริมการบริโภคเพื่อสุขภาพและส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง อีกทั้งยังได้สนับสนุนให้ประชาชนมีการศึกษาที่สูงขึ้นกว่าในอดีต พยายามสร้างสรรค์ความรู้ทุก ๆ ด้านให้แก่ประชาชน มีความตระหนักและให้ความสำคัญกับการศึกษามากขึ้น การมีจำนวนประชากรที่มีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ทำให้เกิดการแยกแยะ คัดสรรเพื่อที่จะเลือกสิ่งดี ๆ ให้กับตนเอง โดยเฉพาะในการเลือกรับประทานแต่สิ่งที่เป็นสมุนไพรหรือการบริโภคอาหารแบบธรรมชาติ อาหารปลอดสารพิษ เครื่องดื่มสมุนไพร ซึ่งในปัจจุบันได้ตื่นตัวตามกระแสการดูแลสุขภาพเอาใจใส่ในสุขภาพกันมากอย่างเห็นได้ชัด ทั้งหันมาออกกำลังกาย ตรวจสอบสุขภาพ

ตลอดจนพิถีพิถันในการเลือกรับประทานแต่สิ่งที่มีคุณค่าและคุณประโยชน์ เป็นเหตุให้มีผู้คนจำนวนมากให้ความนิยมกับร้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพหรือสมุนไพรจำพวกอาหารชีวจิต ธัญพืช ร้านพืชผักปลอดสารพิษ เป็นต้น

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากประชากรมีจำนวนเพิ่มขึ้น การบริโภคจึงสูงขึ้นตามจำนวนประชากรและพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะในสังคมเมืองที่มีแต่ความเร่งรีบในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้ไม่มีเวลาที่ปรุงอาหารด้วยตนเอง จึงนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน ผูกอาหารปั่น โดหรือใช้บริการส่งอาหาร โดยตรงถึงบ้าน

ตลาดของธุรกิจร้านอาหารนั้นมีความหลากหลายทั้งร้านอาหารทั่วไป ร้านข้าวราดแกง ร้านข้าวต้ม ร้านอาหารบุฟเฟ่ Pub and Restaurant ฯลฯ และเนื่องจากภาครัฐบาลได้มีการสนับสนุนให้เกิดธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะฉะนั้นธุรกิจร้านอาหารจึงควรมีการพัฒนารูปแบบให้แปลกใหม่และมีคุณภาพอย่างแท้จริง ประกอบกับสภาวะการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่มีสูงขึ้นจากการที่มีผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ เข้ามาทำตลาดเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการรายเก่าและรายใหม่จึงต้องเร่งสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ตลาดของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่พบเห็น โดยทั่วไปในเขตอำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี ที่เห็นชัดเจนว่าเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพนั้นยังมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบของอาหารปรุงสำเร็จรูปประเภทข้าวราดแกง ซึ่งจะทำเป็นรูปแบบของอาหารเจ อาหารมังสวิรัตและร้านอาหารทั่วไปที่อาจใช้ผักปลอดสารพิษในการปรุงอาหาร แต่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีความเด่นชัดในเรื่องของผลิตภัณฑ์นั้นยังไม่ชัดเจนนัก

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นถึงโอกาสสำหรับการจัดตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและแสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ทำการศึกษาได้ตัดสินใจเลือกทำร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีเมนูสุขภาพและยังไม่มีผู้ใดเปิดให้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในลักษณะเช่นนี้มาก่อน

นอกจากนี้แล้วเหตุผลอีกด้านหนึ่ง คือ เนื่องจากทางครอบครัวดำเนินธุรกิจร้านอาหารตามสั่ง ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชนและอยู่ใกล้สถานศึกษา ประกอบกับได้รับแรงจูงใจจากคุณแม่ซึ่งท่านมีประสบการณ์มานานกว่า 10 ปี ในด้านการทำร้านอาหารตามสั่งซึ่งรสชาติก็เป็นที่ชื่นชอบและได้รับคำชมจากลูกค้ารวมทั้งคนใกล้ชิด พร้อมกันนี้ทางครอบครัวยังมีที่ดินที่ไม่ได้ใช้งานจำนวน 300 ตารางเมตร ด้วยเหตุนี้จึงได้สนใจและต้องการที่จะศึกษาถึงการวางแผนการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

2.1 วัตถุประสงค์หลัก

เพื่อศึกษาการวางแผนการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี

2.2 วัตถุประสงค์รอง

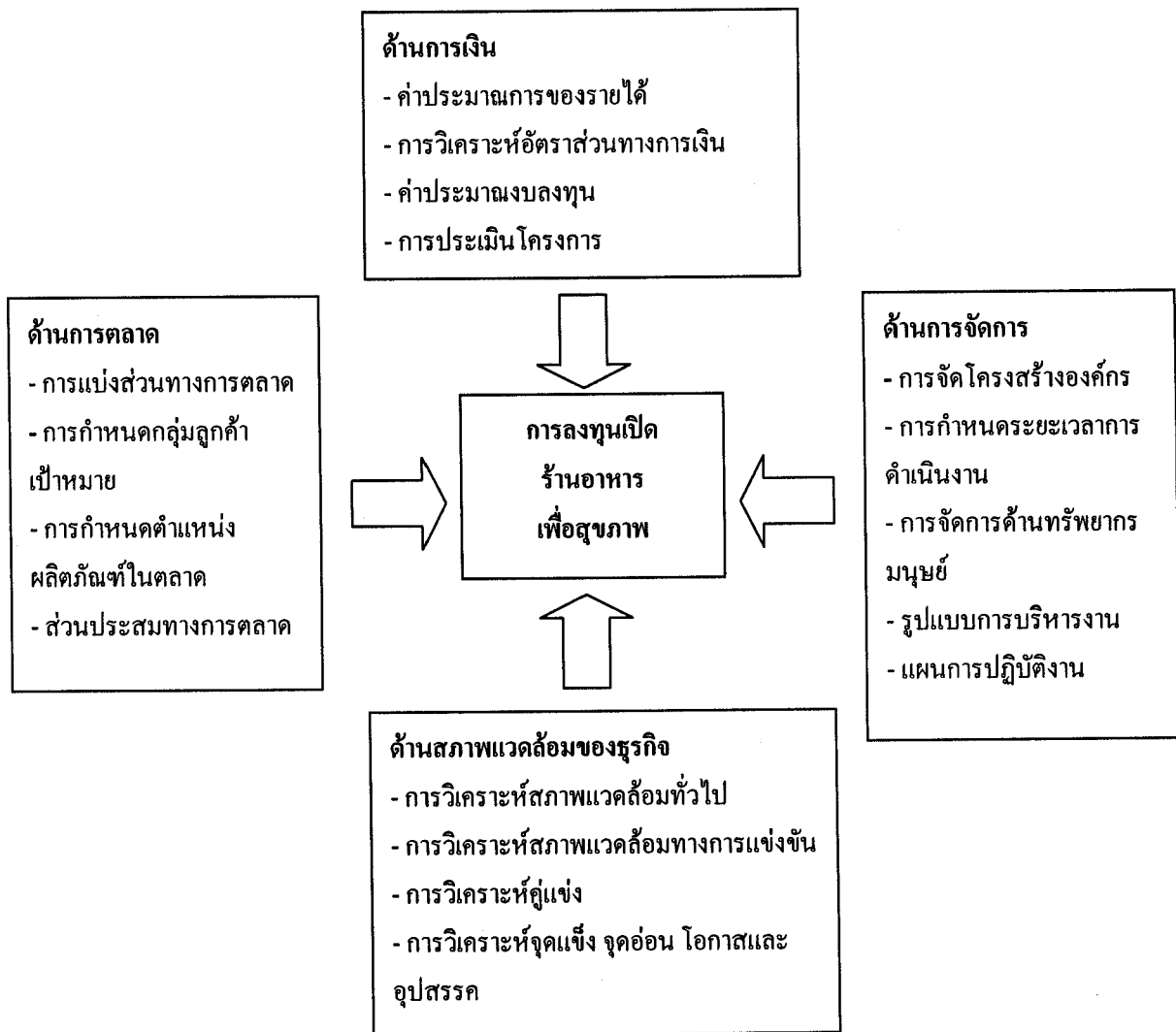
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ได้แก่ การแบ่งส่วนทางการตลาด การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด ส่วนประสมทางการตลาด
4. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดการที่เหมาะสม ได้แก่ แผนผังโครงสร้างองค์กร การกำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน การจัดรูปแบบการบริหารงานภายใน ผังการปฏิบัติงานและการจัดการทรัพยากรมนุษย์
5. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ได้แก่ การประมาณการยอดขายและต้นทุน อัตราส่วนทางการเงิน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนของโครงการ ดัชนีความสามารถในการทำกำไร ทั้งนี้เพื่อให้แน่ใจว่าการวางแผนการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพตามแนวคิดที่กำหนดไว้ในเขตอำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี สามารถได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่างบเงินที่ต้องลงทุนไป และสามารถนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนได้

เป้าหมายของโครงการ

โดยอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ทางร้านต้องการเท่ากับร้อยละ 40 คิดจากการสอบถามร้านที่อยู่ในธุรกิจนี้ พบว่าร้านอาหารในธุรกิจนี้ต้องการอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนประมาณร้อยละ 30-35 ดังนั้นทางผู้ศึกษาเห็นว่าร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีความสามารถที่จะทำกำไรได้มากกว่านี้ จึงต้องการอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่มากกว่า จึงเลือกอัตราผลตอบแทนที่ร้อยละ 40

3. กรอบแนวคิดของการศึกษา

ในการวางแผนการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี
ครั้งนี้พิจารณาภายใต้ข้อมูลต่าง ๆ และแนวคิดดังรูปภาพ



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดของนักศึกษา

4. ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปและสภาพแวดล้อมของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพทั้งโดยภาพรวมของประเทศและในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การวิเคราะห์คู่แข่งและการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค

2. ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด กำหนดให้การศึกษาในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด คือ การแบ่งส่วนทางการตลาด การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด ส่วนประสมทางการตลาด

3. ศึกษาความเป็นไปได้ทางการจัดการ โดยการใช้เครื่องมือในการบริหารด้านโครงการและการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์

4. ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยการใช้เครื่องมือในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน คือ การประมาณการด้านการเงินของโครงการ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินทางการเงินและการประเมินโครงการ

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

อาหาร หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์และสัตว์คืมกินเข้าไปเพื่อบำรุงร่างกายให้เจริญเติบโตและดำรงชีวิตอยู่ สิ่งที่ทำรุ่งหล่อเลี้ยง (มานิต มานิตเจริญ, 2519)

สุขภาพ คือ ภาวะที่ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่รับประทานเข้าไปแล้ว สามารถสร้างประโยชน์ให้แก่ร่างกายและส่งผลไปถึงจิตใจได้ หรือเป็นอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ คือ มีสารอาหาร มีวิตามินต่าง ๆ มีโปรตีนและแร่ธาตุ จึงควรมีลักษณะเป็นอาหารไขมันต่ำ ไขมันดี ไขมันอิ่มตัว ไขมันไม่อิ่มตัว ไขมันไม่อิ่มตัวไม่อิ่มตัว และมีเส้นใยอาหารสูง

แผนการลงทุน หมายถึง แผนงาน ซึ่งแสดงในรูปของตัวเลขอธิบายเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุน เป็นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่าง ๆ ที่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากและให้ผลตอบแทนในอนาคต ซึ่งเป็นสิ่งที่คาดคะเนได้ยากและมักมีความไม่แน่นอนหรือความเสี่ยงรวมอยู่ด้วย

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

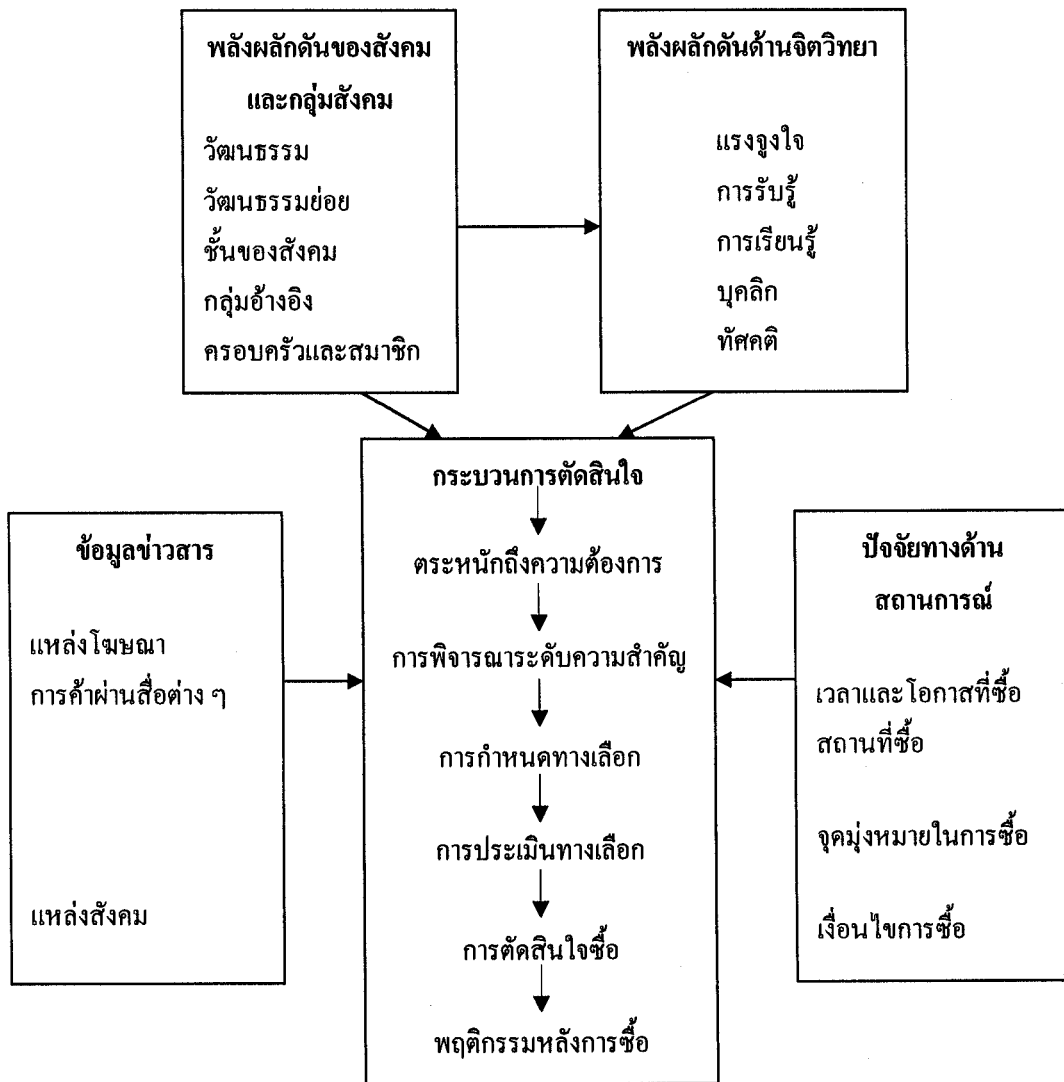
เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีในอนาคต โดยจะทำให้เราทราบถึงความเชื่อมั่นในการลงทุน ด้านการจัดการ การผลิต การตลาดและการเงิน

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและเครื่องมือที่นำมาใช้

1.1 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

พิบูล ที่ประปาต (2545) ได้แสดงตัวแบบและพฤติกรรมการณ์ซื้อและแรงผลักดัน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 แสดงตัวแบบพฤติกรรมการณ์ซื้อและพลังผลักดัน

1.2 ด้านการตลาด

“บางคนคิดอยู่เสมอว่า การตลาด คือ ความต้องการขาย แต่จุดมุ่งหมายของการตลาด คือ เพิ่มการขายให้มากขึ้น ต้องรู้จักและเข้าใจลูกค้าเป็นอย่างดีเพื่อจัดสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้สินค้าหรือบริการนั้นสามารถขายตัวมันเองได้ การตลาดจะได้ผลต่อเมื่อลูกค้าพร้อมที่จะซื้อและมีสินค้าหรือบริการที่พร้อมจะขาย” (Peter Drucker นักทฤษฎีทางการจัดการ: Marketing Management by Philip Kotler)

การจัดการด้านการตลาด เราต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งสภาพแวดล้อมทั่วไป และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม

1.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปทางเศรษฐกิจแบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ (การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ: ผศ.ดร.พัชร์พวง วัฒนสินธุ์) คือ

1) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic) เป็นปัจจัยที่ต้องพิจารณาว่าในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเป็นอย่างไรและแนวโน้มในการขยายตัวของธุรกิจไปอีก 3-5 ปี จะเป็นอย่างไร เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาว่าผู้บริหารโลกเป้าหมายจะมีกำลังซื้ออย่างน้อยเพียงใด

2) สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technological) การพัฒนาทางเทคโนโลยีนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างน้อยเพียงใด ซึ่งจะต้องนำมาศึกษาในเรื่องของการขนส่งรวมทั้งการใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับข่าวสารข้อมูล

3) สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย การเมือง (Political-Legal) เป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ เราจะต้องศึกษาว่า ณ ปัจจุบันนโยบายของรัฐบาลมีแนวโน้มอย่างไรและข้อจำกัดของกฎหมายใดบ้างที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

1.4) สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural) เราต้องมีการศึกษาถึงสังคมและวัฒนธรรมของผู้บริโภคเป้าหมายว่ามีวิถีชีวิตและการดำเนินชีวิตอย่างไร

1.5) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Ecology) ต้องศึกษาถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่อาจทำให้เกิดภัยคุกคามกับธุรกิจ เช่น ภัยทางธรรมชาติ

1.2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environment Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อการพิจารณาถึงโอกาสและภาวะคุกคามของกิจการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อพิจารณาถึงจุดแข็งและจุดอ่อน ทั้งปัจจุบันและในอนาคต เรียกการวิเคราะห์นี้ว่าการวิเคราะห์ SWOT Analysis การจัดการทางกลยุทธ์เป็นการตัดสินใจวางแผนกำหนดแนวทางการดำเนินงานในระยะยาว เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง จากการวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis) อันเป็นกระบวนการเพื่อแสวงหา

แนวทางที่เหมาะสมเชิงกลยุทธ์ (Strategic Fit) ระหว่างโอกาสหรือช่องทางธุรกิจที่เกิดขึ้นภายนอกกับความแข็งแกร่งหรือจุดแข็งของบริษัท โดยจะต้องคำนึงถึงอุปสรรคและจุดอ่อนของบริษัทอีกด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) โดยที่ SWOT มีรายละเอียดดังนี้

1) จุดแข็ง (Strengths) เป็นความแข็งแกร่งที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในของตัวธุรกิจเอง เช่น จุดแข็งทางด้านกายภาพ จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านส่วนประสมทางการตลาด จุดแข็งด้านองค์กร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ธุรกิจจะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด

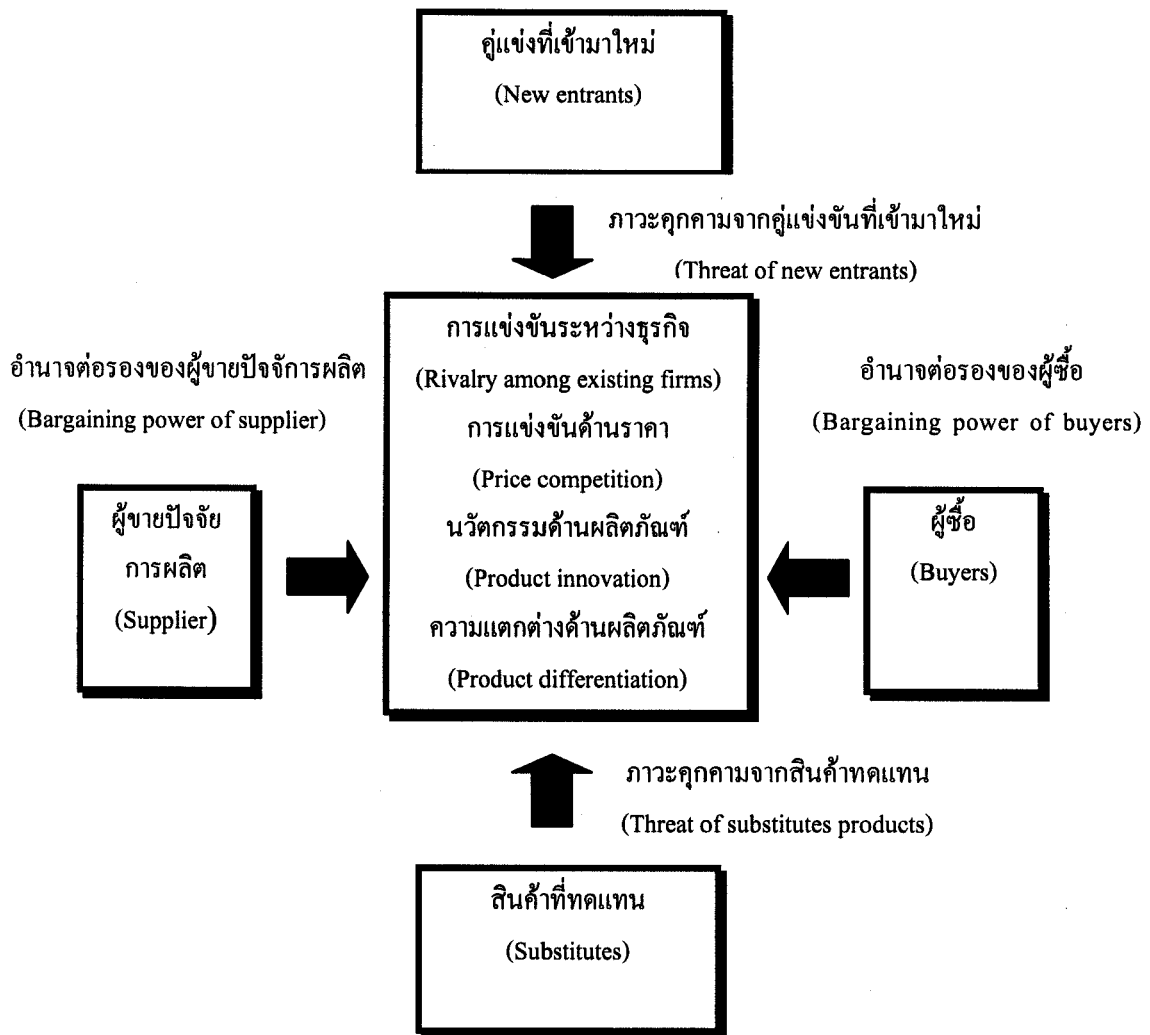
2) จุดอ่อน (Weaknesses) เป็นปัญหาที่เกิดภายในธุรกิจของตัวองค์กร ซึ่งธุรกิจจะต้องหาทางแก้ไขปัญหานั้น

3) โอกาส (Opportunities) เป็นข้อได้เปรียบของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งองค์กรอาจนำปัจจัยเหล่านี้มาเป็นโอกาสในการใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับสภาพการณ์นั้น ๆ ตามเวลาที่เหมาะสม

4) อุปสรรค (Threats) เป็นภาวะคุกคามที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งธุรกิจจะต้องปรับตัวให้ทันและปรับกลยุทธ์เพื่อแก้ไขปัญหานั้น ๆ

1.2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Competitive Environment Analysis)

เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจที่มีความคล้ายคลึงกันหรืออาจจะเรียกว่า เป็นการวิเคราะห์อุตสาหกรรมก็ได้ ซึ่งสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้จะมีผลกระทบต่อการบริหารงานทางธุรกิจ Michael E.Porter ได้สร้างตัวแบบเพื่อใช้ในการนำไปวิเคราะห์การแข่งขันของอุตสาหกรรม ซึ่งจะมีตัวแบบผลักดัน 5 ประการ หรือเรียกว่า Five Force Model ซึ่งพลังผลักดันทั้ง 5 มีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 โมเดลพลังผลักดันทั้ง 5 (Five Force model of competition)

- 1) ภัยคุกคามที่เกิดจากการแข่งขันระหว่างธุรกิจประเภทเดียวกัน (Intensity of Rivalry among Existing Competitors) คือ สภาวะการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มีลักษณะและขนาดที่ใกล้เคียงกัน ในอุตสาหกรรมเดียวกัน
- 2) ภัยคุกคามที่เกิดจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ (Threat of new entrants) คือ ภัยที่เกิดจากคู่แข่งที่ปัจจุบันอยู่ในธุรกิจอื่นแต่มีแนวโน้มและศักยภาพว่าในอนาคตจะเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน
- 3) ภัยคุกคามที่เกิดจากสินค้าและบริการทดแทน (Threat of substitute's products) คือ ภัยที่เกิดจากการที่มีบริการหรือมีสินค้าที่มีลักษณะที่ทดแทนกันได้กับสินค้าและบริการของเรา

4) ภัยคุกคามจากอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of buyers) คือ การที่ผู้ซื้อ มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ กล่าวคือ อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อ อุตสาหกรรม

5) ภัยคุกคามที่เกิดจากอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining power of supplier) คือ การที่ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีอิทธิพลในการกำหนดราคาของวัตถุดิบให้สูงหรือต่ำได้ ซึ่ง จะมีผลกระทบต่อต้นทุนและกำไรของอุตสาหกรรม

1.2.4 การตลาดเป้าหมาย

เนื่องจากธุรกิจไม่สามารถผลิตสินค้าได้ครอบคลุมตามความต้องการของลูกค้าได้ทุกคน ทุกกลุ่ม โดยที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มนั้นมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นในการผลิตสินค้าใหม่หรือ ปรับปรุงพัฒนาสินค้าใหม่นั้น ผู้ศึกษาจำเป็นต้องศึกษาตลาดของกลุ่มที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมาย นั้น ๆ ว่ามีความต้องการอย่างไร จึงทำการผลิตสินค้าและปรับปรุงสินค้าให้ได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการศึกษาแนวความคิดการตลาดเป้าหมายเป็นแนวความคิดในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเลือกตลาดธุรกิจ จะเลือกใช้วิธีการตลาดเป้าหมาย ซึ่งนักการตลาดจะต้องดำเนินการ 3 ขั้นตอน เรียกว่า STP Marketing (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) ดังนี้คือ

1) การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market Segment)

เป็นการแบ่งส่วนตลาดลูกค้าออกเป็นกลุ่ม ๆ แล้วเลือกที่จะเข้าไปทำการตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการ มีจุดเด่นที่แตกต่างกันไป ซึ่งอาจใช้เกณฑ์ อายุ พฤติกรรม ทัศนคติ ระดับรายได้ของผู้ซื้อเป็นเกณฑ์ในการแบ่งเพื่อเลือกเป็นตลาดเป้าหมาย (Market Target) ในการเสนอผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

2) การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Target)

เป็นการประเมินความน่าสนใจของแต่ละส่วนตลาดเพื่อเลือกตลาดกลุ่มย่อยเพียงหนึ่งกลุ่ม หรือมากกว่าหนึ่งกลุ่มเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Market Positioning)

เป็นการกำหนดภาพลักษณ์ ตำแหน่งทางการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์หรือข้อเสนอทางการตลาด เพื่อเข้าไปอยู่ในใจผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย ผลลัพธ์ของการวางตำแหน่งทางการตลาด คือ ความสำเร็จในการสร้างข้อเสนอที่ทรงคุณค่าแก่ผู้บริโภค เป็นเหตุโน้มน้าวว่าทำไม ผู้บริโภคถึงต้องซื้อสินค้าของเรา

1.2.5 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Market Mix หรือ 8P's)

คือ ตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาดที่บริษัทหรือองค์กรนำมาผสมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย ซึ่งมีส่วนประสมอยู่ 8 อย่าง หรือที่เรียกว่า 8P's ที่จะทำหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อจะทำให้การตลาดมีประสิทธิภาพ

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่ผลิตออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ โดยผู้ผลิตต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพ หากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตไม่ได้คุณภาพก็จะทำให้เกิดการเสียเปรียบคู่แข่งและแม้ว่าจะทุ่มงบประมาณในการโฆษณาสินค้าเพียงใดก็ไม่สามารถช่วยให้สินค้าขายได้

2) ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่ถูกกำหนดมาในรูปแบบของมูลค่าของสินค้าที่เป็นตัวเงิน ผู้ผลิตจะต้องเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า ส่วนผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพของสินค้าและบริการ การกำหนดราคาสินค้าต้องให้สอดคล้องกับคุณภาพและภาพลักษณ์ของตัวสินค้าด้วย

3) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง จุดหรือเส้นทางที่สินค้าจะเปลี่ยนมือไปสู่ผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้อาจมีคนกลางหรือไม่ก็ได้ การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายเราควรคำนึงถึงตัวผลิตภัณฑ์และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายว่าเหมาะที่จะใช้ช่องทางใดในการลำเลียงสินค้าและจำหน่ายสินค้า

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารและการสร้างกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนการจำหน่ายและส่งเสริมยอดขาย ซึ่งอาจจะเกิดกับพนักงานขายโดยตรงหรือไม่ก็ได้ เช่น การโฆษณา การจัดกิจกรรมทางการตลาด การออกร้าน การให้สินค้าตัวอย่าง

5) บุคคล (People) หมายถึง พนักงานในองค์กร ซึ่งจะต้องผ่านการคัดเลือก ฝึกฝนและพัฒนาทักษะทางด้านต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ พร้อมทั้งปลูกฝังทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กรด้วย

6) ต้องมีความพยายามที่จะนำเสนอลักษณะทางด้านกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยจะต้องมีการสร้างคุณภาพโดยรวมในทุก ๆ ด้านให้ลูกค้าเห็น (Total Quality Management: TQM) เช่น อาหารที่เสิร์ฟจะต้องสะอาดและหน้าตาน่ารับประทาน พร้อมทั้งการบริการที่ดีควบคู่กันไป

7) กระบวนการ (Process) หมายถึง วิธีการที่จะส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าให้เกิดความประทับใจและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

8) ผลผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity)

1.2.6 แนวคิดส่วนประสมการสื่อสารการตลาด (Marketing Communications Mix)

การตลาดยุคใหม่มิใช่เพียงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีแต่ยังต้องทำการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปัจจุบันและในอนาคตตลอดจนสาธารณชนทั่วไป องค์กรจึงต้องแสดงบทบาทเป็นผู้สื่อสาร (Communication) ผู้ส่งเสริม (Promoter) ส่วนประสมการสื่อสารการตลาดประกอบด้วยกลวิธีการสื่อสาร 5 วิธีคือ

- 1) การโฆษณา (Advertising) เป็นวิธีการนำเสนอที่มีค่าใช้จ่ายโดยไม่ต้องใช้บุคคล เพื่อนำเสนอแนวคิดหรือบริการโดยระบุผู้ให้การสนับสนุนอย่างชัดเจน
- 2) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นวิธีการให้สิ่งจูงใจในระยะสั้น เพื่อให้เกิดการทดลองใช้ หรือซื้อสินค้า หรือบริการ
- 3) การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสาร (Public relation and Publicity) เป็นโปรแกรมที่ออกแบบเพื่อส่งเสริม หรือปกป้องภาพพจน์ของบริษัท หรือภาพพจน์ของสินค้า
- 4) การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากับผู้ที่ประสงค์จะซื้อสินค้า โดยมีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอตอบข้อซักถามและปิดการขาย
- 5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการชี้จดหมาย โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลล์ อินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อสารโดยตรงหรือจูงใจให้เกิดการตอบสนองจากลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

1.2.7 โครงสร้างของธุรกิจร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีอยู่ในตลาดเมืองไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การจัดการที่ไม่เป็นการค้า (Non commercial food service management) เป็นการจัดการเพื่อเป็นสวัสดิการและไม่หวังผลกำไรให้แก่บุคคลบางกลุ่มตามสถาบันต่าง ๆ ดังนี้
 - โรงพยาบาล คลินิกและสถานพยาบาลต่าง ๆ (Health Care Food service) จัดบริการสำหรับคนไข้พักฟื้น จึงให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการและความสะอาด
 - โรงเรียนและสถานรับเลี้ยงเด็กเล็ก (School food service) เน้นคุณค่าทางโภชนาการและความสะอาดเพื่ออนามัยของเด็กนักเรียนที่อยู่ในช่วงเจริญเติบโต
 - มหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ (University and Collage food service) ที่จัดบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในมหาวิทยาลัย
 - โรงงานอุตสาหกรรมและสถานที่ต่าง ๆ (Industry and Business food service) เป็นบริการจัดอาหารให้กับพนักงานหรือจำหน่ายอาหารในราคาถูกเป็นพิเศษเพื่อเป็นสวัสดิการให้กับพนักงาน
 - เรือนจำหรือสถานที่คุมขังต่าง ๆ (Prison food service) จัดบริการให้กับนักโทษ ผู้ต้องหา และเจ้าหน้าที่

- การประกอบการขนส่ง (Transportation food service) จัดบริการให้กับผู้โดยสารในขณะเดินทางในสถานีและในยานพาหนะต่าง ๆ
- โรงงานและสถานประกอบการรายเล็ก (Vending Operations) จัดบริการอาหารว่างและเครื่องดื่มใส่ไว้ในเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ (Automatic Vending Machine)
- สถานบันเทิงและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ (Recreational and Leisure food) มุ่งจัดบริการกับนักท่องเที่ยวที่เข้าไปแสวงหาความเพลิดเพลินตามสถานที่ต่าง ๆ
- สโมสร สมาคมต่าง ๆ (Residential Club) จัดบริการให้กับสมาชิกของสโมสรหรือสมาคมต่าง ๆ

2. การจัดการที่เป็นการค้าและมุ่งผลกำไร (Commercial food service management) หมายถึง สถานบริการอาหารและเครื่องดื่มที่จัดขึ้นเป็นธุรกิจมุ่งหวังผลกำไรมากที่สุด มีการบริหารงานและดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีรายการอาหารให้เลือกมากมาย มีการแข่งขันในด้านคุณภาพและมาตรฐานการบริการสูง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าทั่วไป ห้องอาหารที่ดำเนินงานเป็นธุรกิจมุ่งผลกำไร มีดังนี้

2.1 ห้องอาหารภายในโรงแรม

- ห้องอาหารภายในโรงแรมขนาดใหญ่ (Restaurant of large Residential Hotel) มุ่งให้บริการกับแขกที่มาพักและลูกค้าทั่วไป รูปแบบการบริการที่หรูหราและอาจจะมีบริการอื่น ๆ ด้วย เช่น การจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ การจัดเลี้ยงในการประชุมสัมมนา การบริการอาหารในห้องพัก
- ห้องอาหารที่ให้บริการแบบหรูหรา (Fine Dining Restaurant/Classical Restaurant/Full Service Restaurant) จัดบริการด้วยความหรูหรา สะดวกสบาย บรรยากาศดี การปรุงอาหารและการให้บริการของพนักงานเป็นเลิศ วัตถุประสงค์ได้รับการเลือกสรรมาอย่างดีจากต่างประเทศ มีเครื่องดื่มหลายประเภทไว้คอยบริการ การตกแต่งภายในอุปกรณ์เครื่องใช้เน้นความหรูหรา
- ห้องอาหารของโรงแรมขนาดเล็ก (Dining room of smaller Residential Hotel) หมายถึง ห้องอาหารที่ให้บริการกับลูกค้าประจำเป็นเวลานาน ๆ ในโรงแรมขนาดเล็ก
- ห้องอาหารประจำชาติ (Specialty restaurant/Restaurant/Ethnic Restaurant) หมายถึง ห้องอาหารประจำชาติต่าง ๆ เช่น อาหารมังสวิรัต อาหารญี่ปุ่น อาหารจีน อาหารฝรั่งเศส ฯลฯ การตกแต่งร้านมีลักษณะประจำชาตินั้น ๆ
- ห้องอาหารที่ให้บริการรวดเร็ว (Coffee Shop) เป็นห้องอาหารที่มักตั้งอยู่บริเวณชั้นล่างของโรงแรม หรือที่ลูกค้าสามารถเข้าไปใช้บริการได้อย่างสะดวก บริการมักจะเป็นอาหารจานเดียวหรืออาหารที่ปรุงอย่างรวดเร็ว ห้องอาหารแบบนี้เปิดบริการ 24 ชั่วโมง

- บาร์และเลาจน์ (Bar and Lounge) เป็นห้องหรือสถานที่จัดให้แขกมานั่งพักผ่อนและดื่มก่อนหรือหลังรับประทานอาหารค่ำ การจัดห้องเหมือนห้องรับแขกและมีดนตรีเพื่อการพักผ่อน

2.2 ห้องอาหารภายนอกโรงแรม ได้แก่

- ห้องอาหารทั่ว ๆ ไป (Commercial restaurant/Casual restaurant) เป็นห้องอาหารตามสถานที่ต่าง ๆ ทั่วไป ไม่มีบริการที่พัก จะให้บริการอาหารและเครื่องดื่มมากมายหลายรูปแบบให้เลือก ความสำเร็จของธุรกิจนี้ขึ้นกับรสชาติ คุณภาพของอาหาร ทำเลที่ตั้ง ราคาและบริการที่ดี

- ห้องอาหารจานด่วน (Fast Food Restaurant) เป็นห้องบริการอาหารที่ทำเสร็จเรียบร้อยพร้อมเสิร์ฟทันที มีการเน้นความสะดวก สะดวกรวดเร็ว ลูกค้าต้องบริการตัวเอง (Self service) ลูกค้าสามารถซื้อและนำกลับไปรับประทานที่บ้านได้

- Café and Snack Bars หมายถึง ห้องอาหารที่คอยให้บริการอาหารเบา ๆ หรืออาหารว่างและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ มีทั้งที่ให้พนักงานคอยบริการและลูกค้าบริการตัวเอง จะให้บริการอาหารที่ปรุงอย่างรวดเร็วเพื่อให้ทันต่อการหมุนเวียนของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

- Public House หมายถึง ห้องอาหารที่ให้บริการตั้งแต่อาหารว่างที่ซื้อได้จากเคาน์เตอร์ไปจนกระทั่งถึงการให้บริการอาหาร 3 จาน แบบไม่หรูหรามากนัก มีพนักงานให้บริการ

- Cafeterias Food Park หมายถึง ห้องอาหารที่มีรูปแบบการให้บริการอยู่ในสถาบันต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัย โรงเรียน สำนักงานหรือสถานที่ที่ต้องต้อนรับผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ลูกค้าจะต้องบริการตนเอง สำหรับ Cafeterias ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่อาจให้บริการอาหารครบชุดหรือให้บริการอาหารมากมายหลายประเภท

- ห้องอาหารในสถานบันเทิงและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ (Recreational and Leisure Food service) บริการอาหารและเครื่องดื่มในสถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวได้พักผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อย อาหารจึงปรุงอย่างง่าย ๆ บริการรวดเร็วและราคาไม่แพง

- รถเข็นขายอาหาร (Food Trucks Service) เป็นบริการอาหาร เครื่องดื่ม ขนม ผลไม้ที่ใส่รถเข็นขายไปตามสถานที่ต่าง ๆ

1.3 ด้านการจัดการ

เป็นการวิเคราะห์การจัดรูปแบบองค์กรและการบริหารงานของโครงการ ว่าควรจะเป็นอย่างไรจึงจะมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพที่ดีที่สุด เช่น รูปแบบการบริหารงานตามโครงการนี้จะใช้อนิสระหรือว่าจะต้องอาศัยสังกัดหน่วยงานไหน ถ้าเป็นอิสระจะจัดรูปแบบองค์กรและระบบงานอย่างไร ดังนั้นการจัดการจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของโครงการ เพราะการ

จัดการที่ดีจะช่วยให้การดำเนินงานตามโครงการมีประสิทธิภาพสูง ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานตามโครงการนั้นประสบความสำเร็จ โดยประเด็นที่จะศึกษามีดังนี้

- 1.3.1 ผังโครงสร้างองค์กร
- 1.3.2 การกำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน
- 1.3.3 รูปแบบการบริหารงานภายใน
- 1.3.4 แผนการปฏิบัติงาน

โดยแผนการปฏิบัติงานแบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่ การบริหารในระยะก่อนการดำเนินงานและการบริหารในระยะดำเนินงาน การศึกษาด้านนี้จะช่วยกำหนดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่ชัดเจน รวมทั้งถ่ายทอดสู่พนักงานในระดับต่าง ๆ ทั้งทั้งองค์กร ช่วยในการกำหนดวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายในการดำเนินงานที่ชัดเจน ช่วยในการวางแผนกำหนดเป้าหมายและแผนการปฏิบัติการ

1.4 ด้านการเงิน

การศึกษาด้านการเงินของโครงการเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการลงทุนว่าจะต้องจ่ายเงินในด้านใดบ้าง เพราะการศึกษาด้านการเงินของโครงการเป็นตัวสำคัญในการตัดสินใจสำหรับการจะประกอบกิจการทางธุรกิจ ซึ่งการวิเคราะห์การเงินเราต้องวิเคราะห์ถึงงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด รวมทั้งการหาจุดคุ้มทุน เพื่อพิจารณาว่าจะสมควรลงทุนหรือไม่

1) ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period: PB) จะเป็นตัวที่บอกถึงสภาพคล่องของโครงการ หมายถึง ระยะเวลาทั้งหมดที่จะต้องใช้ในการที่จะเปลี่ยนสินทรัพย์ที่ลงทุนไปนั้นกลับมาเป็นเงินสดอีกครั้งหนึ่ง ระยะเวลาคืนทุนที่สั้นกว่าจะบอกถึงสภาพคล่องที่ดีกว่าและมีความเสี่ยงที่ต่ำกว่า (Eugene F.Brigham, Joel F. Houston, 2544)

2) วิธีหาค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เป็นการประเมินโดยการนำความสำคัญของค่าเงินตามเวลาเข้ามาคิด วิธีนี้จะพยายามให้เงินสดเกี่ยวข้องกับโครงการลงทุนทุกรายการจะถูกนำมาพิจารณา ณ จุดที่มีค่าของเงินเท่า ๆ กัน เหมาะสำหรับการพิจารณาลงทุนในระยะยาว ค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ คือ ผลต่างระหว่างค่าปัจจุบันรวมของกระแสเงินสดรับสุทธิทั้งโครงการกับค่าปัจจุบันของเงินลงทุน โดยถ้า NPV ที่คำนวณได้มีค่าเป็นบวกก็ควรลงทุนในโครงการนั้นได้ แสดงว่าการลงทุนในโครงการนั้นได้ผลตอบแทนเกินความต้องการ หากมีมูลค่าสุทธิเป็นศูนย์แสดงว่า โครงการนั้นคุ้มทุนพอดี

3) วิธีหาอัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) หมายถึง อัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับจากการลงทุนในโครงการ พิจารณาเฉลี่ยต่อปีตลอดอายุการลงทุน เป็นอัตราส่วนที่ทำให้ผลรวมของค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิทั้งโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์

สำหรับการตัดสินใจโดยวิธีนี้ถ้าอัตราผลตอบแทนของโครงการสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนเงินลงทุนจึงควรลงทุน

2. ข้อมูลเบื้องต้น

2.1 ภาวะเศรษฐกิจโลก

เศรษฐกิจโลกโดยรวมในปี 2550 ขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราที่ชะลอลงจากปี 2549 จากระดับ 59.1 มาอยู่ที่ระดับ 56.2 เป็นการชะลอตัวลงทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ ทั้งนี้กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ปรับเพิ่มแนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกปีนี้ที่ร้อยละ 5.2 จากที่คาดการณ์ไว้เดิมที่ร้อยละ 4.9 โดยได้แรงขับเคลื่อนจากเศรษฐกิจจีน อินเดียและรัสเซีย รวมทั้งเศรษฐกิจของประเทศผู้นำหลักของโลกที่มีแนวโน้มเติบโตดีกว่าที่คาดไว้ โดยเฉพาะญี่ปุ่นกับยุโรป อย่างไรก็ตาม IMF ยังได้เตือนถึงความเสี่ยงจากแรงกดดันด้านเงินเฟ้อที่เกิดขึ้นทั่วโลกจากราคาน้ำมันและราคาอาหารที่สูงขึ้น รวมทั้งแรงกดดันจากตลาดแรงงาน ทำให้ธนาคารกลางของประเทศต่าง ๆ ต้องดำเนินนโยบายการเงินที่รัดกุมมากขึ้นกว่าเดิม ปัญหาการชะลอตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ในสหรัฐอเมริกาเริ่มส่งผลกระทบต่อไปในวงกว้าง หลังจากบริษัทที่มีสัดส่วนการลงทุนระดับสูงในหุ้นกู้ในตลาดสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสำหรับผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ (Sub prime Market) เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่อง ส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงระบบสถาบันการเงินของสหรัฐอเมริกาที่ปล่อยกู้ให้กับ Hedge Fund เหล่านั้น จึงสร้างความกังวลให้กับนักลงทุนทั่วโลก ส่งผลให้ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลกปรับลดลง

การประชุมของผู้ว่าการธนาคารกลางในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (South East Asian Central Bank: SEACEN) จำนวน 16 ประเทศ มีข้อสรุปว่าเศรษฐกิจโลกจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องในปี 2551 และ 2552 จากการเติบโตในประเทศตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) และระบุงบภัยเสี่ยงที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด คือ การชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา แรงกดดันจากเงินเฟ้อ ปัญหาอุปทาน ความผันผวนของราคาน้ำมันและตลาดการเงินที่มีความอ่อนไหวมากขึ้น

2.2 ข้อมูลภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน

สำนักงานเศรษฐกิจการคลังรายงานประมาณการเศรษฐกิจ ณ เดือนสิงหาคม 2550 ว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2550 คาดว่าจะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 4.0 ต่อปี (โดยมีช่วงคาดการณ์อยู่ที่ร้อยละ 3.8-4.3 ต่อปี) โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการใช้จ่ายภาครัฐที่เร่งตัวขึ้นเพื่อสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในช่วงที่การใช้จ่ายภาคเอกชนยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ในขณะที่ปริมาณการส่งออก

สินค้าและบริการขยายตัวในระดับสูง สำหรับด้านเสถียรภาพของเศรษฐกิจในปี 2550 คาดว่ายังอยู่ในระดับแข็งแกร่ง โดยดุลบัญชีเดินสะพัดต่อ GDP ในปี 2550 คาดว่าจะเกินดุลอยู่ที่ร้อยละ 5.1 (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 4.5-5.5) ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อทั่วไปในปี 2550 คาดว่าจะอยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 2.0 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 1.5-2.5 ต่อปี) โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

การขยายตัวทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจไทยในปี 2550 คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 4.0 ต่อปี เท่ากับที่คาดการณ์ไว้เดิม ณ เดือนพฤษภาคม 2550 โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการบริโภคภาครัฐที่แท้จริงที่คาดว่าจะเร่งตัวขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 11 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 9.0-13.0 ต่อปี) เพิ่มขึ้นจากการคาดการณ์เดิมที่ร้อยละ 10.8 ต่อปี และการลงทุนภาครัฐที่แท้จริงที่คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.7 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 0.7-4.7 ต่อปี) เพิ่มขึ้นจากการคาดการณ์เดิมที่ร้อยละ 2.2 ต่อปี เนื่องจากรัฐบาลสามารถเร่งรัดเบิกจ่ายงบประมาณได้ตามเป้าหมายที่ร้อยละ 93 ของกรอบวงเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2550 จำนวน 1.57 ล้านล้านบาท นอกจากนี้การปรับเพิ่มกรอบวงเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2551 (ตุลาคม 2550 – กันยายน 2551) อีกร้อยละ 6.0 ต่อปี มาอยู่ที่ 1.66 ล้านล้านบาท รวมทั้งการปรับขึ้นเงินเดือนภาครัฐอีกร้อยละ 4 ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2550 คาดว่าจะช่วยให้การใช้จ่ายภาครัฐเร่งตัวขึ้นในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2550

ด้านการใช้จ่ายภาคเอกชน สำนักงานเศรษฐกิจการคลังคาดว่า การบริโภคภาคเอกชนในปี 2550 จะขยายตัวที่ร้อยละ 2.0 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 1.5-2.5 ต่อปี) ลดลงจากการคาดการณ์เดิมที่ร้อยละ 2.3 ต่อปี เนื่องจากการบริโภคภาคเอกชนในไตรมาสแรกของปี 2550 ขยายตัวชะลอลงจากที่คาดการณ์ไว้เดิมค่อนข้างมาก ส่วนการลงทุนภาคเอกชนคาดว่าจะมีแนวโน้มไม่ขยายตัวในปี นี้ โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ (-0.5) ต่อปี เนื่องจากการลงทุนภาคเอกชนในไตรมาสแรกของปี 2550 หดตัวลงมากกว่าที่คาดการณ์ไว้เดิมเช่นกัน อย่างไรก็ตามนโยบายการเร่งเบิกจ่ายของภาครัฐ และนโยบายการปรับลดอัตราดอกเบี้ยในช่วงที่ผ่านมา ประกอบกับการเลือกตั้งที่คาดว่าจะมีขึ้นในช่วงปลายปี น่าจะช่วยให้การใช้จ่ายภาคเอกชนกลับมาฟื้นตัวดีขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี 2550

ด้านอุปสงค์จากภายนอกประเทศ สำนักงานเศรษฐกิจการคลังคาดว่าปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการในปี 2550 มีแนวโน้มขยายตัวชะลอลงจากที่คาดการณ์เดิมเล็กน้อย ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจคู่ค้าและค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น โดยปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการในปี 2550 คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 6.5 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 6.0-7.0 ต่อปี) ลดลงจากการคาดการณ์เดิมที่ร้อยละ 8.1 ต่อปี ในขณะที่ปริมาณการนำเข้าสินค้าและบริการในปี 2550 คาดว่าจะขยายตัวลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 2.7 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 2.2-3.2 ต่อปี) สอดคล้องกับอุปสงค์จากภายนอกประเทศและการใช้จ่ายภาคเอกชนที่ลดลง

ด้านเสถียรภาพเศรษฐกิจ

เสถียรภาพเศรษฐกิจภายนอกประเทศในปี 2550 ยังอยู่ในระดับมั่นคงโดยคาดว่าดุลบัญชีเดินสะพัดต่อ GDP ในปี 2550 จะยังคงเกินดุลประมาณร้อยละ 5.1 (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 4.5-5.5) โดยสาเหตุหลักที่ทำให้ดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุลสูงขึ้นมาจากดุลการค้าที่คาดว่าจะยังคงเกินดุลต่อเนื่องตามมูลค่าการส่งออกสินค้าที่คาดว่าจะขยายตัวสูงกว่ามูลค่าการนำเข้าสินค้าค่อนข้างมาก ทั้งนี้สำนักงานเศรษฐกิจการคลังคาดว่ามูลค่าส่งออกสินค้าในรูปดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2550 จะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 12.5 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 12.0-13.0 ต่อปี) แต่มูลค่านำเข้าสินค้าในรูปดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2550 คาดว่าจะขยายตัวเพียงร้อยละ 6.9 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 6.4-7.4 ต่อปี)

สำหรับด้านเสถียรภาพเศรษฐกิจภายในประเทศในปี 2550 นั้น คาดว่าอัตราเงินเฟ้อทั่วไปในปี 2550 จะยังคงอยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 2.0 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ร้อยละ 1.5-2.5 ต่อปี) เนื่องจากค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นค่อนข้างมาก จะช่วยบรรเทาแรงกดดันเงินเฟ้อด้านอุปทานจากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่อาจปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนเล็กน้อย ในขณะที่เดียวกันการชะลอตัวของการใช้ภายในประเทศจะช่วยลดแรงกดดันเงินเฟ้อทางด้านอุปสงค์ด้วยอีกทางหนึ่ง

แม้ว่าตลาดหุ้นไทยและค่าเงินบาทจะอ่อนตัวลงตอบสนองต่อเหตุวินาศกรรมที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานครในวันที่ 31 ธันวาคม 2549 ที่ผ่านมามาแต่ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ณ ขณะนี้ยังคงประมาณการอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2550 ไว้ที่ร้อยละ 4.0-5.0 เทียบกับที่ขยายตัวร้อยละ 5.0 ในปี 2549 แต่ก็มีแนวโน้มเอียงไปในเชิงลบ (Negative Bias) ต่อการบริโภคและการลงทุนในประเทศ อันเป็นผลมาจากความไม่แน่นอนทางการเมืองที่เพิ่มขึ้นจากเหตุวินาศกรรมดังกล่าว โดยระดับของผลกระทบที่จะมีต่อภาวะการใช้ภายในประเทศนั้นย่อมจะขึ้นอยู่กับความคืบหน้าในการดำเนินการสอบสวนและจับกุมผู้กระทำความผิดของทางการ รวมทั้งความนิ่งของเหตุการณ์ทางการเมืองในประเทศ อย่างไรก็ตามอาจจะกล่าวได้ว่าธุรกิจที่น่าจะได้รับผลกระทบโดยตรงจากความไม่เชื่อมั่นดังกล่าวคงได้แก่ ธุรกิจเพื่อการบริโภคต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้าและพื้นที่ใกล้เคียง ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่อาจถูกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวนั้นก็ย่อมจะส่งโดยตรงต่อธุรกิจ โรงแรมรวมทั้งต่อธุรกิจอื่น ๆ ที่พึ่งฐานลูกค้าต่างชาติ เช่น ธุรกิจบริการทางการแพทย์ รวมทั้งโครงการอสังหาริมทรัพย์ ทั้งที่เป็นโครงการที่อยู่อาศัยระดับสูงและโครงการนิคมอุตสาหกรรม ในขณะเดียวกันสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมืองและเศรษฐกิจในประเทศที่เพิ่มขึ้นก็อาจจะส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติรอดูท่าที่อยู่นอกประเทศ แทนที่จะกลับเข้ามาลงทุนในตลาดทุนไทย แม้ว่าราคาหลักทรัพย์ในตลาดจะได้ปรับตัวลดลงมาแล้วก็ตาม ซึ่งการลดน้ำหนักการลงทุนดังกล่าวของต่างชาติย่อมจะส่งผลกระทบต่อปริมาณธุรกรรมและสภาพคล่องของ

ตลาดโดยรวมและอาจทำให้ตลาดทุนไทยต้องใช้เวลาานกว่าที่คาดไว้เดิมในการที่จะฟื้นตัว ซึ่งนอกจากจะส่งผลกระทบต่อความมั่งคั่ง (Wealth Effect) ของผู้บริโภคที่เป็นนักลงทุนรายย่อยแล้วยังอาจเป็นอุปสรรคแก่ธุรกิจไทย ที่ในปี 2550 นี้มีแผนที่จะระดมทุนผ่านตลาดทุน ไม่ว่าจะ เป็นตลาดหุ้นหรือตลาดตราสารหนี้

2.3 แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2551-2559

เศรษฐกิจภายในประเทศมีแนวโน้มดีขึ้นในช่วงปี 2551-2554 ซึ่งเป็นช่วงที่การลงทุนภาคเอกชนและการลงทุนเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นทั้งในเรื่องการบริการจัดการน้ำ ระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ บริการพื้นฐานต่าง ๆ มีความคืบหน้าโดยที่ภาคเอกชนนั้นจะได้รับผลบวกจากการลงทุนของรัฐ เป็นช่วงที่ภาคเอกชนมีการปรับตัวเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและขยายกำลังการผลิตเพื่อแข่งขันในตลาดโลกในช่วงที่เป็นช่วงขาขึ้นของวัฏจักรต่อไป

ช่วงปี 2555-2559 จะเป็นช่วงที่การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจเริ่มมีผลเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพแรงงาน การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การส่งเสริมการออมและการระดมทุนอย่างเหมาะสมมากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการผลิตให้สูงขึ้น โดยเป็นศักยภาพที่เพิ่มขึ้นจากการจัดการด้าน Supply Side และเป็นการเพิ่มในด้านคุณภาพ

ปัจจัยสนับสนุนสำหรับเศรษฐกิจไทย

- การลงทุนมีแนวโน้มขยายตัวดี เนื่องจากมีอัตราการผลิตที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องและเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญ มีการลงทุนในโครงการใหญ่ ๆ และการตั้งเป้าหมายการเบิกจ่ายร้อยละ 100 จากงบประมาณรัฐวิสาหกิจและผลประกอบการภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

- การส่งออกยังมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าเกษตร หมวดอาหาร ยานยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์

- ภาคการเกษตรยังมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีทั้งในด้านราคาและปริมาณผลผลิตที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นภายหลังประสบปัญหาน้ำท่วมในช่วงปีที่ผ่านมา

- การท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น จากการฟื้นฟูสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ รวมทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคอื่นของประเทศ

ปัจจัยเสี่ยง

ปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดของการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ราคาน้ำมันที่ยังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับสูง เศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง แรงกดดันอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มสูงขึ้นซึ่ง

จะเป็นข้อจำกัดสำหรับการใช้จ่ายครัวเรือนและมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของภาคธุรกิจ ปัญหาความไม่สงบในภาคใต้และอุบัติภัยต่าง ๆ

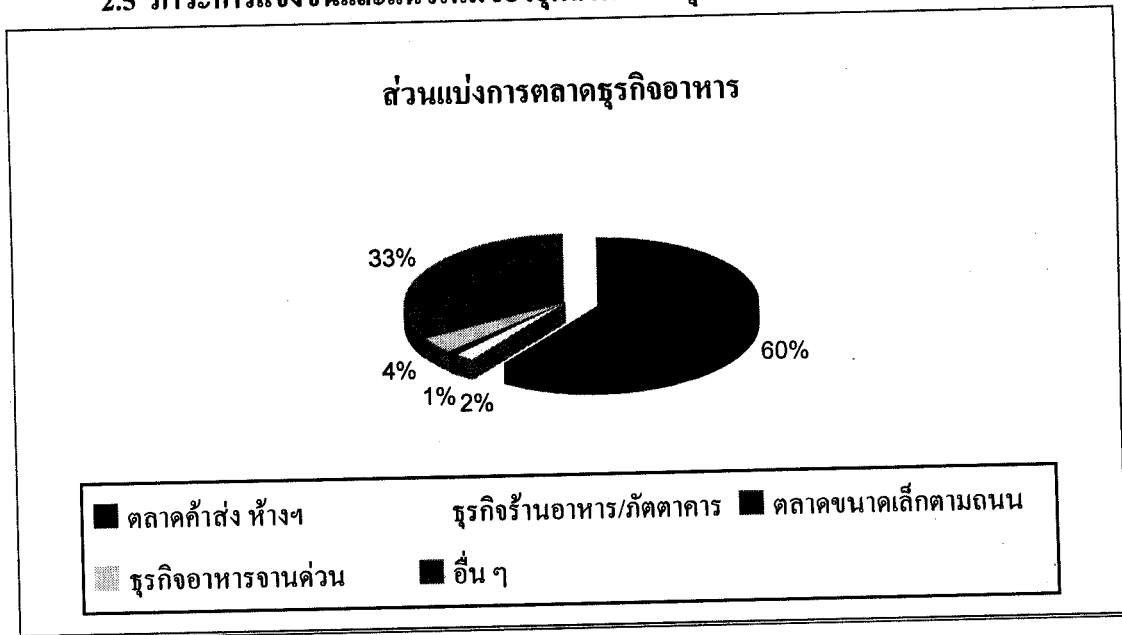
2.4 ภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดปทุมธานี

บทสรุปผู้บริหาร

ภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดปทุมธานี ขึ้นอยู่กับการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคการค้าปลีก ค้าส่งและภาคเกษตรกรรมเป็นสำคัญ

เศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดปทุมธานีในเดือนธันวาคม 2549 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่แล้วยังคงขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัว โดยพิจารณาจากการผลิตภาคอุตสาหกรรมซึ่งมีผลผลิตลดลง เป็นผลมาจากผลผลิตที่เป็นวัตถุดิบลดลง สอดคล้องกับปริมาณการใช้ไฟฟ้าในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมที่ลดลง ด้านการบริโภคพิจารณาจากภาษีมูลค่าเพิ่มที่สามารถจัดเก็บได้เพิ่มขึ้น การจดทะเบียนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลลดลง ส่วนการจดทะเบียนรถยนต์จักรยานยนต์และการใช้ไฟฟ้าเพื่อที่อยู่อาศัยขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง การผลิตภาคการเกษตรเริ่มมีผลผลิตเพิ่มขึ้น โดยพิจารณาจากอัตรการขยายตัวของมูลค่าผลผลิตข้าวที่เพิ่มขึ้น สำหรับด้านการเงินปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและปริมาณเงินฝากของธนาคารพาณิชย์เริ่มชะลอตัวลง ด้านภาวะการจ้างงานยังคงทรงตัว โดยพิจารณาจากจำนวนแรงงานในระบบประกันสังคม ดัชนีราคาผู้บริโภคสูงขึ้นในอัตราที่ชะลอตัว

2.5 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านอาหาร



แนวโน้มตลาดและการแข่งขัน

1. โดยภาพรวมการแข่งขันสูงทุกกลุ่มธุรกิจ โดยเฉพาะกลุ่มร้านอาหาร/ภัตตาคารและอาหารจานด่วน (Fast Food)

2. กลุ่มร้านอาหารมีอัตราการเติบโตประมาณ 10% ในปัจจุบัน

3. ธุรกิจศูนย์อาหารและซื้อกลับบ้าน/ส่งถึงบ้านมีโอกาสเติบโตสูง
การตลาดปี 2008-2009

1. อาหารเพื่อสุขภาพกำลังเป็นที่นิยม

2. ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ Life-style ที่ทันสมัย

3. ฐานลูกค้าชั้นกลางขยาย นิยมใช้ห้างเป็นทำเล/ปรับรูปลักษณะทันสมัย

4. นิยมใช้ระบบเฟรนไชส์ขยายตลาด

ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ

1. ด้านกฎระเบียบ ความล่าช้า ซ้ำซ้อนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. ด้านบุคลากร เช่น ขาดความชำนาญด้านภาษา

3. ด้านการบริหารจัดการ

4. ด้านการตลาด

5. ปัญหาการรวมกลุ่ม

6. ด้านเงินทุน

2.6 ลักษณะธุรกิจของร้าน

เป็นการดำเนินธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ซึ่งเป็นรูปแบบที่เจ้าของกิจการจะนำสินทรัพย์มาลงทุนและดำเนินกิจการด้วยตนเองอย่างอิสระ เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพจานด่วนและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นร้านลักษณะมีที่นั่งรับประทานภายในร้าน มีทั้งส่วนที่เป็นห้องปรับอากาศและสวนด้านนอกไว้บริการลูกค้า ซึ่งทางร้านเน้นการขายอาหารเพื่อสุขภาพเป็นหลัก

วิสัยทัศน์ (Vision)

จะเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีที่สุดในจังหวัดปทุมธานี เป็นแหล่งรวมความรู้ในเรื่องโภชนาการอาหารและสุขภาพในจังหวัดปทุมธานี

พันธกิจ (Mission)

1. ผลิตอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีคุณภาพตามมาตรฐานของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข เพื่อสุขภาพที่ดีของลูกค้าพร้อมกับราคาที่เหมาะสม
2. ทำการปรับปรุงคุณภาพและพัฒนาในทุก ๆ ด้านของการบริหารงานเพื่อให้ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้การรับรองมาตรฐานจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นลูกค้า
3. เป็นสถานที่ที่ให้ทั้งสุขภาพที่ดีในการบริโภค เป็นแหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องของอาหารและสุขภาพของทุกคน

รูปแบบแนวคิดของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นร้านที่ผลิตอาหารสำหรับสุขภาพประเภทอาหารตามสั่งและจัดเป็นชุด โดยมีเมนูอาหารที่จัดเอาไว้ให้ลูกค้าเลือก ใช้วัตถุดิบผัก เนื้อสัตว์ ผลไม้ เครื่องปรุงรสที่ปราศจากสารพิษปนเปื้อนทุกชนิด ซึ่งอาหารจะต้องใหม่ สดทุกวัน โดยคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งที่ได้การรับรองมาตรฐาน เช่น ตลาดสดนำซื่อ ไร่ผักออแกนิก ไร่ปลูกผักปลอดสารพิษ เป็นต้น ร้านอาหารเพื่อสุขภาพเป็นการบริการร้านอาหารสมัยใหม่ รวดเร็ว ทันสมัย ลูกค้าสามารถซื้อกลับบ้านหรือเลือกรับประทานอาหารที่ร้านได้ ภายในร้านจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นอาคารภายในร้านติดเครื่องปรับอากาศและสวนด้านนอกที่ทำเป็นระเบียงในสวน มีการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพหลากหลายเมนู มีน้ำผัก ผลไม้และน้ำเพื่อสุขภาพต่าง ๆ บรรยากาศภายในร้านจะเปิดเพลงเบา ๆ สบาย ๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย โทนสีของร้านจะเป็นสีขาว เขียว ส้ม เพื่อให้ดูสบายตาและเจริญอาหาร

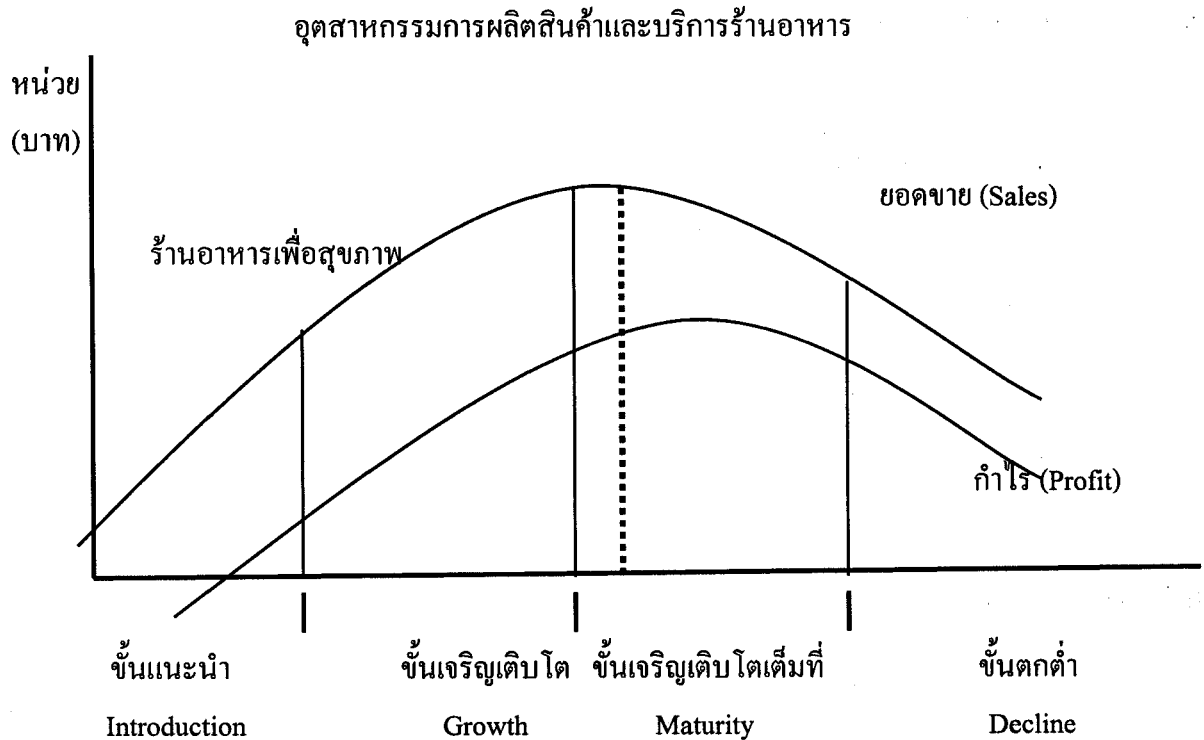
ทำเลที่ตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้ตั้งร้านเป็นแบบ Standalone มีการตกแต่งระเบียงและสวน มีต้นไม้ร่มรื่น พื้นที่รวมกันทั้งสิ้น 300 ตารางเมตร มีโต๊ะให้บริการทั้งสิ้น 15 ชุด (ชุดสำหรับ 2

ที่ จำนวน 5 ชุด ชุดสำหรับ 4 ที่ จำนวน 10 ชุด) อยู่ใกล้บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
หมู่บ้านการเคหะแห่งชาติและหมู่บ้านพรธิสาร ซึ่งเป็นแหล่งชุมชน การคมนาคมคล่องตัว ที่จอดรถ
กว้างขวาง สะดวกสบาย

การดำเนินงานเป็นแบบเจ้าของคนเดียว ร้านอาหารเพื่อสุขภาพเป็นร้านที่เริ่มเปิดดำเนินการ
ใหม่ เป็นธุรกิจขนาดเล็กมีเงินทุนในการดำเนินกิจการที่เจ้าของร้านสามารถที่จะรับผิดชอบหนี้สิน
จากการกู้ยืมได้และมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจโดยไม่ต้องรออนุมัติจากผู้อื่น โครงสร้าง
ขององค์กรไม่ซับซ้อน เน้นความคล่องตัวในการดำเนินงาน มีพนักงานบริการ Part-Time 3 คน แม่
ครัว 2 คน ทางร้านเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 11.00-21.00 น.

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นร้านอาหารที่เน้นการใช้วัตถุดิบที่เป็นของมีคุณภาพ สด สะอาด
ปลอดภัยและให้ความใส่ใจในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภค มีความ
หลากหลายในเรื่องของเมนูอาหารที่หมุนเวียนและมีการพัฒนาเมนูใหม่ ๆ ออกมาให้บริการกับ
ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ในเมนูอาหารลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความต้องการว่าลูกค้าต้องการอาหาร
อย่างไร เช่น เมนูเพื่อผู้ต้องการบริโภคอาหารไขมันต่ำ เมนูที่เหมาะสมกับคนเป็นโรคโลหิตจาง เป็นต้น
อาหารมีรสชาติที่อร่อย มีการบริการที่สุภาพ รวดเร็วและเป็นกันเอง โดยมีการทำใบสรุปคุณค่าทาง
อาหารและประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับนั้น ๆ โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะสร้างความมั่นใจ
ให้กับลูกค้าในเรื่องของสารอาหารและประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับในมื้อนั้น ๆ มีนิตยสารที่ให้
ความรู้และให้ข้อมูลในเรื่องของอาหารและสุขภาพ มีการจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ตามเทศกาล
อย่างสม่ำเสมอ มีการจัดทำบัตรสมาชิกโดยให้สิทธิพิเศษและให้ส่วนลดกับสมาชิกของร้าน

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle)



ภาพที่ 2.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมสินค้าและร้านอาหาร

จากภาพวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมสินค้าและร้านอาหารแสดงให้เห็นถึงร้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริง เป็นร้านอาหารที่เพิ่งเปิดและเพิ่งจะได้รับความนิยม ยอดขายเริ่มมีการเจริญเติบโตถึงแม้จะมีคู่แข่งทางตรง คือ ร้านอาหารเจและร้านอาหารมังสวิรัต แต่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพก็มีการสร้างความแตกต่างทั้งในด้านตัวสินค้าและบริการ ดังนั้นร้านอาหารเพื่อสุขภาพจึงอยู่ในขั้นแนะนำ

2.7 การกำหนดปัญหาและแนวทางการแก้ไข

ประเด็นปัญหา

ผู้ประกอบการต้องการทราบถึงการวางแผนการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านการจัดการและด้านการเงิน รวมถึงผลตอบแทนจากการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพว่าจะมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่

ผู้เผชิญปัญหา

นางสาวจริญา จันทร์คูเมือง (เจ้าของกิจการ)

เป้าหมาย

มีความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนมากกว่า 50% ต่อปี

แนวทางแก้ไข

1. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
2. การวางแผนทางการตลาด
3. การวางแผนด้านการจัดการ
4. การวางแผนด้านการเงิน

ทฤษฎีและเครื่องมือที่นำมาใช้

1. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility Study)
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment Analysis)
3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Competitive Environment Analysis)
4. การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitive Analysis)
5. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค(SWOT Analysis)
6. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ (Business Research Methodology)
7. การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)
8. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)
9. การวิเคราะห์งบการเงิน (Financial Analysis)

3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นักโภชนาการได้จัดทำข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี โดยเรียกว่า “โภชนบัญญัติ” 9 ประการ ดังนี้ (เยาวพา สุวดี.อาหารเพื่อสุขภาพ [ออนไลน์] 2545 [อ้างเมื่อ 16 มีนาคม 2548] จาก <http://www.gpo.or.th/rdi/htmls/food.html>)

1. กินอาหารครบ 5 หมู่ แต่ละหมู่ให้หลากหลายและหมั่นดูแลน้ำหนักตัว
2. กินข้าวเป็นอาหารหลักสลับกับอาหารประเภทแป้งเป็นบางมื้อ
3. กินพืชผักให้มากและกินผลไม้เป็นประจำ
4. กินปลา เนื้อสัตว์ไม่ติดมันและถั่วเมล็ดแห้งเป็นประจำ

5. คีมนมให้เหมาะสมตามวัย
6. กินอาหารที่มีไขมันแต่พอควร
7. หลีกเลี่ยงการกินอาหารรสหวานจัดและเค็มจัด
8. กินอาหารที่สะอาดและปราศจากการปนเปื้อน
9. งดหรือลดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ดังนั้นจะเห็นว่าถ้าปฏิบัติได้ตามนี้เราก็จะมีภาวะโภชนาการที่ดี นอกจากความหมายทั่วไป ดังที่กล่าวไปแล้ว อาหารสุขภาพ อาจหมายถึง อาหารที่มีส่วนประกอบชนิดใดชนิดหนึ่งที่พบได้ในอาหารตามธรรมชาติและแสดงคุณสมบัติในทางที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ จะเห็นได้ว่านอกจากพลังงานและสารอาหารแล้ว ในปัจจุบันนักโภชนาการได้ให้ความสนใจกับสารประกอบอื่นที่มีอยู่ในอาหารและมีผลต่อสุขภาพด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสารประกอบจากพืช ผัก ผลไม้ต่าง ๆ ซึ่งแต่ละชนิดก็มีคุณสมบัติและมีผลต่อร่างกายแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับชนิดและปริมาณของสารนั้น ๆ ด้วย สารเหล่านี้อาจจำแนกได้หลายประเภท เช่น

Carotenoids antioxidant สารในกลุ่มนี้มีประโยชน์ต่อร่างกายทั้งในแง่โภชนาการและสุขภาพ Carotenoids สามารถถูกเปลี่ยนให้เป็นวิตามินเอได้ในร่างกายและเป็นสาร antioxidant ที่สำคัญแหล่งอาหารที่มีสารจำพวกนี้ ได้แก่ ผัก ผลไม้สีเขียวยเข้ม สีเหลืองส้ม

Dietary fiber เป็นองค์ประกอบของพืชที่ไม่ถูกย่อยโดยเอนไซม์ในทางเดินอาหารของมนุษย์ จึงช่วยให้การขับถ่ายของเสียจากร่างกายเป็นไปตามปกติ ลดอาการท้องผูก ป้องกันโรคริดสีดวงทวาร ใยอาหารมีอยู่ในผัก ผลไม้ทั่วไป ถั่วเมล็ดแห้งและธัญพืช

Glucosinolates, Indoles และ Isothiocyanates มีผลในการควบคุมการทำงานของเอนไซม์บางตัวและควบคุมเมตาบอลิซึมของฮอร์โมนเอสโตรเจน อาหารที่เป็นแหล่งของสารจำพวกนี้ ได้แก่ พืชตระกูลกะหล่ำ Inositol phosphate มีคุณสมบัติในการต้านปฏิกิริยา Oxidation พบในธัญพืชถั่วเหลืองและในผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง

Phenols และ Selected cyclic compounds สารประกอบจำพวกนี้มีฤทธิ์ต้านปฏิกิริยาในโตรเซชั่น ซึ่งเป็นปฏิกิริยาที่ทำให้เกิดสารก่อมะเร็งประเภทไนโตรซามีนและสามารถกระตุ้นการทำงานของเอนไซม์บางชนิด แหล่งอาหาร ได้แก่ ผัก ผลไม้ โดยเฉพาะผลไม้ตระกูลส้ม

Phytoestrogens พบว่าอาจมีผลในการลดการเกิดมะเร็งบางชนิด เช่น มะเร็งเต้านมและสามารถช่วยลดอัตราการสูญเสียมวลกระดูกในสัตว์ทดลอง โดยมีแหล่งอาหารที่สำคัญคือ ถั่วเหลือง ผักและผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง

Saponins สารประกอบในกลุ่มนี้สามารถรวมตัวกับกรดน้ำดีและคลอเลสเตอรอล ช่วยในการกำจัดของเสียออกจากร่างกาย นอกจากนี้ยังพบว่าอาจมีส่วนในการลดอัตราการเสี่ยงของโรคหัวใจและหลอดเลือด พบในถั่วเหลืองและผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง

ลักษณะของอาหารที่ดีต่อสุขภาพ

อาหารเพื่อความงาม

- อาหารลดน้ำหนัก ได้แก่ อาหารสำหรับผู้ที่ต้องการจะควบคุมน้ำหนักหรือสำหรับผู้ที่เป็
โรคอ้วน

- อาหารล้างพิษ ได้แก่ การเลือกรับประทานอาหารที่มีกากใยอาหารสูง ไขมันต่ำ ซึ่ง
ต้องการล้างพิษที่สะสมอยู่ในร่างกายออกมา แต่ใช้วิธีการกินอาหารที่เหมาะสมเข้าไปผลักดัน
ออกมา โดยจะรับประทานผัก ผลไม้ต่าง ๆ เป็นหลัก

- อาหารกินตามธาตุ เป็นวิธีการกินอาหารตามแบบฉบับของคนโบราณ คือ ให้กินอาหาร
ตามธาตุ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ธาตุ คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ สามารถดูได้จากตำราพรหมชาติเพื่อให้สุขภาพดี
และรูปร่างดี

- อาหารบำรุงผิว ได้แก่ การกินอาหารเพื่อฟื้นฟูสภาพผิวและบำรุงผิวให้มีผิวพรรณที่
แข็งแรงและสมบูรณ์

อาหารต้านโรค

- อาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ อาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ คือ มีสารอาหารครบทั้ง 5
หมู่ เป็นการกินเพื่อเสริมสร้างสภาพร่างกายตามอายุ ช่วงวัย เมื่อเกิดโรคหรือเพื่อป้องกันโรค

- อาหารกินตามหมู่โลหิต ได้แก่ การกินอาหารตามหมู่โลหิตเพื่อให้ระบบของร่างกาย
สามารถที่จะทำงานได้อย่างเต็มที่ เพื่อป้องกันการเกิดโรค

- อาหารมังสวิรัต ได้แก่ อาหารที่ปราศจากเนื้อสัตว์ทุกประเภทและใช้ผักทุกประเภทมา
ปรุงอาหาร

- อาหารชีวจิต การปรับปรุงการกินให้เข้ากับร่างกายให้ได้สารอาหารที่ครบถ้วนและ
เหมาะสมกับร่างกาย ได้แก่ กินข้าวกล้อง ข้าวแดง ข้าวซ้อมมือ หรือถ้าชอบขนมปัง ก็กินขนมปัง
โฮลวีท ปริมาณของข้าวหรือแป้งนี้รวมกันแล้ว 50% ของอาหารแต่ละมื้อ ผักสดและสุกอย่างละครึ่ง
รวมกันแล้ว 25% โปรตีนจากพืช คือ ถั่วต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์จากถั่ว เช่น เต้าหู้ โปรตีนเกษตรรวมแล้ว
15% และให้เพิ่มปลาหรืออาหารทะเลได้อาทิตย์ละ 2 ครั้ง ควรทานเมล็ดธัญพืชต่าง ๆ เป็นประจำ

- อาหารแมคโครไบโอติก อาหารที่สอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์และเป็นอาหาร
ธรรมชาติใช้เครื่องปรุงที่เป็นธรรมชาติล้วน ๆ ได้แก่ ข้าวกล้อง เมล็ดธัญพืชที่ไม่ขัดขาว สามารถ
เสริมสร้างสุขภาพให้แก่ร่างกาย ไม่มีสารเคมี ไม่ใช่ยาฆ่าแมลงหรือยาปราบศัตรูพืช ซึ่งจะแตกต่าง

กับหลักการของอาหารชีวิต คือ ในทางอาหารชีวิตจะมีความยืดหยุ่นในเรื่องของเครื่องปรุงที่ไม่จำเป็นต้องเน้นจากธรรมชาติทั้งหมด เช่น การใช้น้ำตาล เป็นต้น

- อาหารเจ ได้แก่ อาหารที่ปรุงขึ้นมาจากพืชผักธรรมชาติ ไม่มีเนื้อสัตว์ปะปนและไม่ปรุงด้วยผักฉุนทั้ง 5 ได้แก่ กระเทียม หัวหอม หลักเกียว กุยฉ่ายและใบยาสูบ

บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยจำกัด (2547) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อเรื่อง ฟาสต์ฟู้ด 47: แห่งเดือดกระแสสุขภาพแรง คาดว่าอัตราการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด เริ่มกระเตื้องขึ้น โดยคาดว่าอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 10 จากในช่วง 2-3 ปีก่อนหน้านี้ อัตราการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดอยู่ในระดับเฉลี่ยร้อยละ 5-7 เท่านั้น แม้ว่าในช่วงไตรมาสแรกธุรกิจร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไข้หวัดนกทำให้ยอดขายล่าช้าลง แต่ก็ยังเป็นผลกระทบในระยะสั้น เนื่องจากผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์เรียกความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ส่งผลให้โดยภาพรวมของทั้งปีแล้วธุรกิจนี้ยังคงมีอัตราการขยายตัวในเกณฑ์ค่อนข้างดี นอกจากนี้ธุรกิจร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต้องเร่งปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะผู้บริโภคเริ่มสนใจในเรื่องโภชนาการและคุณค่าของอาหารมากขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในธุรกิจร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ด้วยการปรับเมนูอาหารที่หันไปเน้นอาหารเพื่อสุขภาพยิ่งขึ้น การปรับตัวครั้งใหญ่นี้เพื่อให้อยู่รอดท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงและปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ซึ่งนับว่าเป็นความท้าทายใหม่และจะเป็นการชี้ชะตาว่าผู้ประกอบการรายใดมองแนวโน้มตลาดได้อย่างเฉียบขาด ก็จะได้รับประโยชน์มหาศาลจากการที่สามารถชิงส่วนแบ่งการตลาดของกลุ่มคู่แข่งมาได้โดยไม่ยากเย็นนัก ธุรกิจร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดนับว่ายังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ เนื่องจากมูลค่าของตลาดอยู่ในเกณฑ์สูงและยังมีโอกาสในการขยายตลาด แต่จะต้องมีการศึกษาค้นคว้า วิจัยเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะตลาดอาหารเพื่อสุขภาพซึ่งยังเป็นตลาดที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2548 กล่าวว่า ยุคสมัยนี้ต้องยอมรับว่าคนกำลังเข้าหาธรรมชาติมากขึ้นทุกวัน คงเป็นเพราะมลพิษสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากฝีมือคนด้วยกันเอง ทำให้มีความพยายามค้นหาสินค้าประเภทธรรมชาติบำบัด ไม่ว่าจะเป็นยารักษาโรคด้วยสมุนไพรธรรมชาติ รวมไปถึงอาหารการกินที่แฝงด้วยการรักษา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้จะศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติ พฤติกรรมรวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารและความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษาและประชาชนผู้รักสุขภาพที่อยู่ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยใช้แบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

การคำนวณขนาดตัวอย่าง

$$\text{สูตรที่ใช้ในการคำนวณขนาดตัวอย่าง} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของสิ่งตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

จำนวนผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจและประชาชนทั่วไปเท่ากับ

จากสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{122,370}{1 + 122,370(0.05)^2} = 398.69 \end{aligned}$$

การสำรวจข้อมูลเพื่อการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง 399 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ผู้แจกแบบสอบถามจึงจะทำการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ตัวอย่าง เพื่อที่จะได้นำข้อมูลเหล่านี้มาช่วยในการวางแผนการดำเนินงานของร้านต่อไปในอนาคต

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างแบบสอบถาม

การสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค โดยศึกษาจากตัวอย่างของประชากรที่สุ่มมา ให้ถือว่าตัวอย่างที่ได้มานั้นเป็นตัวแทนที่แท้จริงของประชากร เป็นการสำรวจแบบสัมภาษณ์โดยมีแบบสอบถาม ไม่ถามนอกแนวที่กำหนด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเอง มีข้อมูลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารนอกบ้าน

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการรับรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับการยอมรับรูปแบบร้านอาหารที่น่าเสนอ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

ส่วนราชการ ได้แก่ ที่ว่าการอำเภอชัยบุรี กรมที่ดิน สถานีตำรวจ โรงพยาบาลชัยบุรี
วิทยาลัยกรรมการปกครอง

บริษัทเอกชน ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์

ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ได้แก่ ร้านค้าต่าง ๆ และผู้ประกอบการอาชีพอิสระในเขตอำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี

นักเรียน/นักศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โรงเรียนชัยรัตน์

ประชาชนผู้รักสุขภาพ ได้แก่ ประชาชนผู้มาออกกำลังกายเดินแอโรบิกที่บริเวณลานกีฬา
ด้านยาเสพติดหน้าหมู่บ้านการเคหะแห่งชาติ

ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถาม

ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 15 วัน คือ ตั้งแต่วันที่ 1-15 สิงหาคม 2550

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับเปรียบเทียบและอธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเพื่อดูการกระจายของตัวแปรและนำเสนอข้อมูล

2. โปรแกรม SPSS เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ANOVA, DUCAN, One Sample และ T-Test

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สถานภาพของประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายหลักของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ คือ วัยทำงานที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 21-55 ปี และมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบความแปลกใหม่และรักสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารหรือเลือกบริโภคสิ่งที่ดี ๆ ให้กับร่างกายและชีวิต ซึ่งจัดเป็นกลุ่มใหญ่พอสมควรและเป็นกลุ่มที่มีกำลังการซื้อสูง มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาและวัยเริ่มต้นทำงาน ช่วงอายุ 15-24 ปี มีกำลังการซื้อต่ำถึงปานกลาง สนใจที่จะทดลองสิ่งใหม่รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่สนใจอยากลอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานหรือประเด็นปัญหา

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	152	38
หญิง	248	62
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62 และเพศชายร้อยละ 38

2. อายุ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	28	18.42	44	17.74	72	18.00
21-30 ปี	43	28.28	77	31.05	120	30.00
31-40 ปี	29	19.07	40	16.13	69	17.25
41-50 ปี	22	14.47	36	14.52	58	14.50
51-60 ปี	18	11.82	31	12.50	49	12.25
มากกว่า 60 ปี	12	7.89	20	8.06	32	8.00
รวม	152	100	248	100	400	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 30

3. ระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	28	18.42	43	17.34	71	17.75
ปริญญาตรี	96	61.16	162	65.32	258	64.50
ปริญญาโท	22	14.47	31	12.50	53	13.25
อื่นๆ	6	3.95	12	4.84	18	4.50
รวม	152	100	248	100	400	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คือ ร้อยละ 64.50

4. ระดับรายได้

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,001 บาท	28	18.42	43	17.34	71	17.75
5,001-10,000 บาท	64	42.11	103	41.53	167	41.75
10,001-15,000 บาท	31	20.40	58	23.39	89	22.25
15,001-20,000 บาท	18	11.84	25	10.08	43	10.75
20,001-25,000 บาท	8	5.26	14	5.65	22	5.50
มากกว่า 25,000 บาท	3	1.97	5	2.02	8	2
รวม	152	100	248	100	400	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่มีระดับรายได้ อยู่ที่ 5,001-10,000 บาท รองลงมาอยู่ที่ระดับ 10,001-15,000 บาท

5. ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้านในหนึ่งสัปดาห์

ความถี่ในการรับประทานอาหาร นอกบ้าน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	84	55.26	132	53.23	216	54
อาทิตย์ละ 1-2 วัน	25	16.45	32	12.90	57	14.25
อาทิตย์ละ 3-4 วัน	43	28.29	84	33.87	127	31.75
ไม่เคยเลย	0	0	0	0	0	0
รวม	152	100	248	100	400	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดร้อยละ 54 รับประทานอาหารนอกบ้านทุกวัน

6. มื้ออาหารที่รับประทานนอกบ้านมากที่สุด

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมื้ออาหาร

มื้ออาหาร	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เช้า	12	7.89	20	8.07	32	8
กลางวัน	72	47.37	148	59.68	220	55
เย็น	68	44.74	80	32.26	148	37
รวม	152	100	248	100	400	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดร้อยละ 55 รับประทานอาหารนอกบ้านในมื้อกลางวันมากที่สุด

7. สถานที่ที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน

สถานที่	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงอาหารในที่ทำงาน	88	14.28	128	17	216	15.78
ร้านแผงลอย รถเข็นหรือร้านอาหารใน เดินที่	92	14.93	74	9.83	166	12.13
ร้านอาหาร Fast Food	87	14.12	93	12.35	180	13.15
สวนอาหาร	108	17.53	122	16.20	230	16.80
ใช้บริการส่งอาหารถึงที่	23	3.73	32	4.25	55	4.02
ภัตตาคารหรืออาหารในโรงแรม	28	4.50	54	7.17	82	6.00
ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า	88	14.28	128	17.00	216	15.78
ร้านประเภทคัฟ/มีคินตรีฟิง	102	16.55	122	16.20	224	16.36
รวม	616	100	753	100	1,369	100

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่นิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้านนั้นมีจำนวนร้อยละใกล้เคียงกันคือ นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านที่สวนอาหาร 16.80% ร้านอาหารฟู้ด/มีคนตรีฟิง 16.36% และนิยมรับประทานอาหารในร้านอาหารที่ทำงานและในห้างสรรพสินค้าจำนวน 15.78%

8. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อมือ (ต่อหนึ่งคน)

ค่าใช้จ่ายต่อมือ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 บาท	58	38.16	86	34.68	144	36.00
50-100 บาท	90	59.21	111	44.76	201	50.25
101-150 บาท	18	11.84	22	8.87	40	10.00
151-200 บาท	10	6.58	14	5.65	24	6.00
มากกว่า 200 บาท	4	2.63	10	4.03	14	3.50
รวม	152	100	248	100	400	100

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้า (ต่อหนึ่งคน) คนละ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.25

9. ปัจจัยที่มีผลในการเลือกร้านอาหาร

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่มีผลในการเลือกร้านอาหาร โดยที่มึ่ความคิดเห็นแบบเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ปัจจัย	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รสชาติ	147	96.71	245	98.79	392	98.00
ความสะอาด	132	86.84	244	98.39	376	94.00
เวลาในการรอคอยอาหาร	121	79.60	147	59.27	268	67.00
คุณค่าทางโภชนาการ	32	21.05	183	73.79	215	53.75

จากตารางที่ 4.9 เป็นการเรียงลำดับการให้ความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหาร โดยความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับปัจจัยเหล่านี้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรสชาติอาหารมากที่สุดคือ ร้อยละ 98 รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 94 รองลงมาคือ ปัจจัยในการรอคอยอาหาร คิดเป็นร้อยละ 67 และปัจจัยในเรื่องคุณค่าทางโภชนาการคิดเป็นร้อยละ 53.75

10. ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ โดยที่มีความคิดเห็นแบบเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความคิดเห็น	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีคุณค่าทางโภชนาการ	152	100.00	248	100.00
ใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน เช่น ผักปลอดสารพิษ	134	88.56	198	79.84
ไม่ใช่สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เช่น สารฟอกขาว, บอแรก	122	80.26	176	70.97
เป็นอาหารไขมันต่ำ	87	57.24	203	81.85

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่เป็นเพศชายมีความคิดเห็นต่ออาหารเพื่อสุขภาพว่าเป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน คิดเป็นร้อยละ 88.56 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ คือ อาหารที่มีไขมันต่ำคิดเป็นร้อยละ 81.85

11. การเคยหรือไม่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยหรือไม่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

พฤติกรรม	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยรับประทาน	63	41.45	99	40	162	40.5
ไม่เคยรับประทาน	89	58.55	149	60	238	59.5
รวม	152	100	248	100	400	100

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 40.5

12. อาหารเพื่อสุขภาพที่นิยมรับประทาน

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพที่นิยมรับประทานมากที่สุด

ประเภทอาหาร	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหารชีวจิต	8	12.70	7	7.07	15	9.26
อาหารกินตามกรุ๊ปเลือด	0	0	0	0		
อาหารมังสวิรัต	17	27	47	47.47	64	39.51
อาหารแมคโครไบโอติก	0	0	0	0		
อาหารเจ	4	6.35	15	15.15	19	11.73
อาหารพื้นเมือง	2	3.17	2	2.02	4	2.47
อาหารที่มีทั้งเนื้อสัตว์และผัก	32	50.79	28	28.28	60	37.04
รวม	63	100	99	100	162	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่าอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมรับประทานมากที่สุดคือ อาหารมังสวิรัต คิดเป็นร้อยละ 39.51 รองลงมาคือ อาหารที่มีทั้งเนื้อสัตว์และผักคิดเป็นร้อยละ 37.04

13. สาเหตุที่ทำให้เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ทำให้เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	สาเหตุ	ร้อยละ
1	เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง	90
2	รับประทานอาหารเจ มังสวิรัต ชีวจิตเป็นประจำ	6
3	รับประทานตามคนใกล้ชิด	4

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่าจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย 3 ลำดับ คือ ลำดับที่ 1 เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง ลำดับที่ 2 รับประทานอาหารเจ มังสวิรัต ชีวจิตเป็นประจำอยู่แล้ว ลำดับที่ 3 รับประทานตามคนใกล้ชิด

14. ความถี่ในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพในหนึ่งสัปดาห์

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ

ความถี่	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5 มื้อ	39	62	24	25	63	39.00
6-10 มื้อ	12	19	44	45	56	35.00
11-15 มื้อ	7	11	16	16	23	14.25
16-20 มื้อ	4	7	12	12	16	9.75
รับประทานทุกมื้อ	1	1	3	2	4	2.00
รวม	63	100	99	100	162	100

จากตารางที่ 4.14 พบว่าความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพในหนึ่งสัปดาห์มากที่สุดคือ 1-5 มื้อ คิดเป็นร้อยละ 39

15. ร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกไปใช้บริการ

ร้าน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
MKK	39	62	60	70	99	67.00
ร้านตะเกียงแก้ว	7	10	12	12	19	11.00
Green Life	5	8	6	7	11	7.50
DD	2	3	2	1	4	1.75
ซื้อวัตถุดิบปลอดสารพิษมา ทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน	10	17	19	10	29	12.75
รวม	63	100	99	100	162	100

จากตารางที่ 4.15 พบว่าร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด คือ ร้าน MKK คิดเป็นร้อยละ 67

16. เหตุผลที่เลือกร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่เลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสาเหตุที่เลือกร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ

เหตุผล	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคาถูก	1	1.59	2	2.02	3	1.85
รสชาติอร่อย	46	73.01	48	48.48	94	58.02
มั่นใจในชื่อร้านและคุณภาพของ วัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหาร	9	14.29	36	36.36	45	27.77
บรรยากาศดี	4	6.35	9	9.09	13	8.02
อื่น ๆ	3	4.76	4	4.04	7	4.32
รวม	63	100	99	100	162	100

จากตารางที่ 4.16 พบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่ มีสาเหตุมาจากรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 58.02

17. สาเหตุที่ทำให้ไม่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ทำให้ไม่เลือกรับประทานเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	สาเหตุ	ร้อยละ
1	มีความเห็นว่าอาหารทั่วไปก็ทำให้สุขภาพแข็งแรงได้	72
2	รสชาติไม่อร่อย	18
3	หารับประทานยาก	10

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่าจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ไม่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย 3 ลำดับ คือ ลำดับที่ 1 มีความคิดเห็นว่าอาหารทั่วไปก็ทำให้สุขภาพแข็งแรงได้ ลำดับที่ 2 คือ รสชาติไม่อร่อย ลำดับที่ 3 คือ หารับประทานยาก

18. ความต้องการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรุงโดยวัตถุดิบที่ปราศจากสารพิษ

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความต้องการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรุงโดยวัตถุดิบที่ปราศจากสารพิษ เช่น ใช้ผักปลอดสารพิษ ไม้ใส่ผงชูรส มีรสชาติอร่อย ราคาคุ้มค่า คุณภาพ บรรยากาศดีตั้งอยู่ในเขตอำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี

ความคิดเห็น	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการ	2	3	5	5.05	7	4.32
ไม่ต้องการ	12	20	27	27.27	39	24.07
ไม่แน่ใจ	49	77	67	67.68	116	71.60
รวม	63	100	99	100	162	100

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่าร้านอาหารในแบบที่เสนอให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกว่าต้องการไปใช้บริการหรือไม่ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 71.60

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (External Environment Analysis)

การศึกษาคำความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี ในการดำเนินธุรกิจนั้นสภาพแวดล้อมทั่วไปมีความสำคัญที่จะช่วยในการสนับสนุนธุรกิจหรืออาจทำให้ธุรกิจเกิดความเสียหายได้ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปจะเป็นการพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่ง จะทำการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ เพื่อดูแนวโน้มที่อาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินกิจการทั้งด้านบวก และด้านลบ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์วางแผนและใช้ในการตัดสินใจในการลงทุนต่อไป

1.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Environment)

- ปัจจุบันรัฐบาลได้พยายามกระตุ้นภาคเอกชนให้ลงทุนเพิ่มขึ้น มีการสนับสนุนประชาชน ให้เป็นผู้ประกอบการมากขึ้น โดยนโยบายของรัฐบาลมีการสนับสนุน โครงการใหม่ ๆ ที่ทำให้ สามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายกว่าเดิม เช่น โครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน มีการส่งเสริมการ ลงทุนในธุรกิจ SME เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการกระจายการลงทุนไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ และอีกทั้งนโยบายการสนับสนุนการกู้ยืมเงินของประชาชนเพื่อกระตุ้นให้เกิดธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมมากขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลยังได้มีการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้าน ธนาคารประชาชนและจัดให้มี แหล่งสนับสนุนสินเชื่อในหลายรูปแบบ เช่น สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อบัตรเงินสด บัตรเครดิต ซึ่ง เป็นมาตรการกระตุ้นให้ประชาชนออกมาจับจ่ายใช้สอยกันมากขึ้นทั้งทางด้านอุปโภคและบริโภค ซึ่งส่งผลดีต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเมื่อมีการลงทุนมากขึ้น การจ้างงานก็จะเพิ่ม มากขึ้น

- รัฐบาลใช้นโยบายการขาดดุลประมาณเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยรัฐบาลอัดฉีดเงินเข้า มาในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น ซึ่งถือเป็นโอกาสดีในการที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจ เพราะประชาชนมี รายได้เพิ่มขึ้นและมีการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคมากขึ้นด้วย

- ลูกค้าในปัจจุบันมีความรู้ทางด้านกฎหมายและรู้จักใช้สิทธิในการปกป้องผลประโยชน์ ของตนเอง มีความรู้ในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้นทำให้มีการพิจารณาคุณภาพของสินค้าและการ รับรองสินค้าจากสถาบันต่าง ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) หรือ Food Safety, HACCP, Green Food Good Test

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมายในประเด็นต่าง ๆ จะเห็นได้ ว่าส่งผลดีต่อการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจมีความ

ชัดเจน มีแนวโน้มว่าประชาชนจะมีกำลังในการจับจ่ายใช้สอย อีกทั้งนโยบายสนับสนุนการลงทุน และสินเชื่อต่าง ๆ ก่อให้เกิดโอกาสกับธุรกิจในการขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต

1.2 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economy Environment)

จากการศึกษาภาพรวมทางเศรษฐกิจของจังหวัดปทุมธานี พบว่ามีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ในทิศทางที่มีแนวโน้มที่ดีขึ้น ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปเดือนธันวาคม 2549 เท่ากับ 113.90 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่แล้วสูงขึ้น ภาวะการณจ้างงานเดือนธันวาคม 2549 ขยายตัวในอัตราที่ เพิ่มขึ้นเล็กน้อย พิจารณาจากจำนวนแรงงานในระบบประกันสังคมเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.21 เมื่อเทียบ จากเดือนเดียวกันของปีที่แล้ว ด้านการเงินการธนาคารพบว่ามี การให้สินเชื่อในการประกอบธุรกิจ ขยายวงเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งมีการปล่อยสินเชื่อในส่วนอื่น ๆ ส่งผลให้ภาวะการณจ้างงานเพิ่ม มากขึ้น ทำให้สภาพเศรษฐกิจคล่องตัว ประชาชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดความต้องการในสินค้า และบริการที่เพิ่มขึ้น ประชาชนสามารถจับจ่ายใช้สอยในการซื้อสินค้าและบริการได้เพิ่มขึ้น

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจในประเด็นต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าส่งผลดีต่อ ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในสถานะที่ดี ทำให้ประชาชน มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีการใช้จ่ายมากขึ้น ซึ่งสามารถใช้จ่ายในการซื้ออาหารที่ดี ต่อสุขภาพได้มากขึ้นเช่นกัน

1.3 สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Environment)

จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคกลาง ตั้งอยู่ในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร จึงมีลักษณะพิเศษของภาคกลางที่เป็นศูนย์รวมของความหลากหลายทางด้านทำเลที่ตั้ง ด้านกลุ่มคน ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ด้านสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีความเจริญทางด้านวัตถุเป็นอย่างมาก มีเส้นทางคมนาคมเพื่อรองรับความแออัดของการจราจรในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งเป็น เส้นทางผ่านไปสู่อำเภอต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย สภาพแวดล้อมของสังคมพบว่ามีอัตรา การเติบโตและมีความเจริญเพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม และเทคโนโลยี มีการเปิดรับเอาวัฒนธรรมการบริโภคของตะวันตกเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสังคม รวมทั้งประชาชนมีความรู้กว้างขวางมากขึ้น มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและกระแส เรื่องสุขภาพเพิ่มมากขึ้น การจำกัดของเวลาและสังคมที่มีแต่ความเร่งรีบทำให้พฤติกรรมการบริโภค ของคนเปลี่ยนไป ปัจจุบันคนต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว รวมทั้งชอบความแปลกใหม่ทำให้ ธุรกิจต่าง ๆ ต้องพยายามสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ เพื่อให้ตอบสนองวิถีชีวิตของแต่ละกลุ่ม อย่างชัดเจน

สภาพสังคมในจังหวัดปทุมธานีจะพบว่ารูปแบบการใช้ชีวิตของคนในจังหวัดปทุมธานีก็ เฉกเช่นเดียวกับคนในกรุงเทพมหานคร มีการรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาทั้งการรับประทานอาหาร

อาหาร เสื้อผ้า การใช้ชีวิตและกระแสตอบอย่างกระแสการรักษาสุขภาพก็เข้ามามีบทบาทกับวิถีชีวิตของคนในจังหวัดปทุมธานีเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากการเปิดสถานออกกำลังกายหรือที่เรียกกันว่า ฟิตเนส การมีลานเดินเพื่อสุขภาพตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ ที่จังหวัดปทุมธานี รวมทั้งมีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเกิดขึ้นมากมาย สิ่งเหล่านี้ชี้ชัดให้เห็นว่าประชากรในจังหวัดปทุมธานีมีความตื่นตัวในเรื่องของการรักษาสุขภาพเป็นอย่างมาก

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในประเด็นต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าส่งผลดีต่อธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคของคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะคนเมืองเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตโดยในปัจจุบันคนหันมาใส่ใจสุขภาพเพิ่มมากขึ้น

1.4 สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี (Technology Environment)

เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากขึ้นส่งผลดีต่อธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีในการปลูกผักไร้สารพิษหรือผักออแกนิก การที่มีเทคโนโลยีที่สามารถช่วยในการเก็บและถนอมอาหารรวมถึงเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุปกรณ์การชั่ง ตวง วัด ที่สามารถนำมาใช้ในการทำส่วนผสมของน้ำสลัดในแต่ละชนิดให้มีมาตรฐานทางด้านรสชาติได้และยังช่วยประหยัดเวลาและวัตถุดิบได้อีกด้วย

เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีได้ถูกพัฒนาขึ้นมาใช้และมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ในการประกอบอาหารนั้น ช่วยให้การทำอาหารชนิดต่าง ๆ ได้มาตรฐาน สะดวก รวดเร็ว รวมทั้งยังสามารถทำให้อาหารคงคุณค่าได้อีกด้วย เช่น กระทะที่เคลือบช่วยทำให้อาหารไม่ต้องใช้ไขมันในการประกอบอาหาร เครื่องแยกกากที่สามารถแยกน้ำผัก ผลไม้และยังคงรักษาวิตามินได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยสามารถใช้แทนแรงงานคนได้เป็นอย่างดี ทำให้กิจการสามารถประหยัดแรงงานและประหยัดเวลาได้มากขึ้น ซึ่งคุ้มค่าถึงแม้จะต้องมีค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าเสื่อมราคา ค่าดูแลรักษาเครื่องครัวเกิดขึ้น

เทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์เข้ามามีส่วนช่วยในธุรกิจแทบจะทุกประเภท เพราะการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์สามารถช่วยให้ธุรกิจต่าง ๆ ประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพก็เช่นกัน ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามามีส่วนช่วยในเรื่องของการประมวลผลคุณค่าอาหาร แคลอรีหรือแม้กระทั่งการบันทึกข้อมูลทางบัญชี การเก็บรักษาสูตรอาหาร การเก็บข้อมูลสินค้าคงคลังและข้อมูลการเคลื่อนไหวของสินค้า เพื่อให้ทราบว่าการขายมากหรือน้อยเร็ว สินค้าใดขายได้ช้าหมุนเวียนช้า เพื่อนำมาประกอบการวางแผนการผลิตและซื้อวัตถุดิบและยังใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลของลูกค้า เพื่อนำมาบริหารจัดการและวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เทคโนโลยีด้านการสื่อสารต่างเข้ามามีบทบาทและสร้างกระแสการใส่ใจสุขภาพได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์ นิตยสารหรืออินเทอร์เน็ต ก็ได้มีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสื่อต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้คนคำนึงถึงเรื่องของสุขภาพ และหันมาใส่ใจกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งเทคโนโลยีด้านการสื่อสารนั้นยังมีส่วนช่วยในเรื่องของการสื่อสารทางการตลาดเพื่อส่งข่าวสารข้อมูลถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีประเด็นต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้นพบว่า การพัฒนาด้านเทคโนโลยีจะส่งผลดีต่อธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ จะช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

1.5 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Ecology Environment)

ฤดูกาลจะมีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งถือว่าเป็นวัตถุดิบที่มีความจำเป็นในการผลิตสินค้าและบริการของกิจการ ผัก ผลไม้ ที่ไม่ตรงตามฤดูกาลจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของกิจการทำให้กิจการต้องมีภาระสูงขึ้น นอกจากนี้ฤดูกาลยังอาจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารได้ เช่น ฤดูร้อน นอกจากจะทำให้ผัก ผลไม้ ของสดต่าง ๆ เน่าเสียได้ง่ายแล้วยังทำให้คนมีพฤติกรรมบริโภคที่อยากรับประทานอาหารที่อยู่ในห้องที่มีเครื่องปรับอากาศหรือร้านที่มีเครื่องปรับอากาศ ใ้บริการ

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ตั้งอยู่บนถนนรังสิต-นครนายก เนื้อที่ของร้านกว้างขวางและมีการตกแต่งเป็นสวนอย่างสวยงาม มีต้นไม้ใหญ่ให้ความร่มรื่น มีที่จอดรถสะดวกสบาย ที่ตั้งของร้านอยู่ในย่านที่มีผู้คนสัญจรไปมา อยู่ใกล้หมู่บ้านจัดสรรที่มีระดับหลายหมู่บ้าน ซึ่งเป็นโอกาสที่คนจะเข้ามาใช้บริการที่ร้าน

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพในประเด็นต่าง ๆ จะเห็นว่าส่งผลดีต่อธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องมาจากการที่ปัจจัยทางกายภาพมีผลต่อการก่อตั้งร้าน ซึ่งมองว่าเป็นโอกาสดีของทางร้าน เมื่ออากาศร้อนผู้บริโภคสามารถเลือกที่จะใช้บริการภายในร้านที่ติดเครื่องปรับอากาศประกอบกับบรรยากาศของร้านจะส่งผลให้มีโอกาสที่ลูกค้าจะเดินทางมาใช้บริการที่ร้านเป็นไปได้มาก

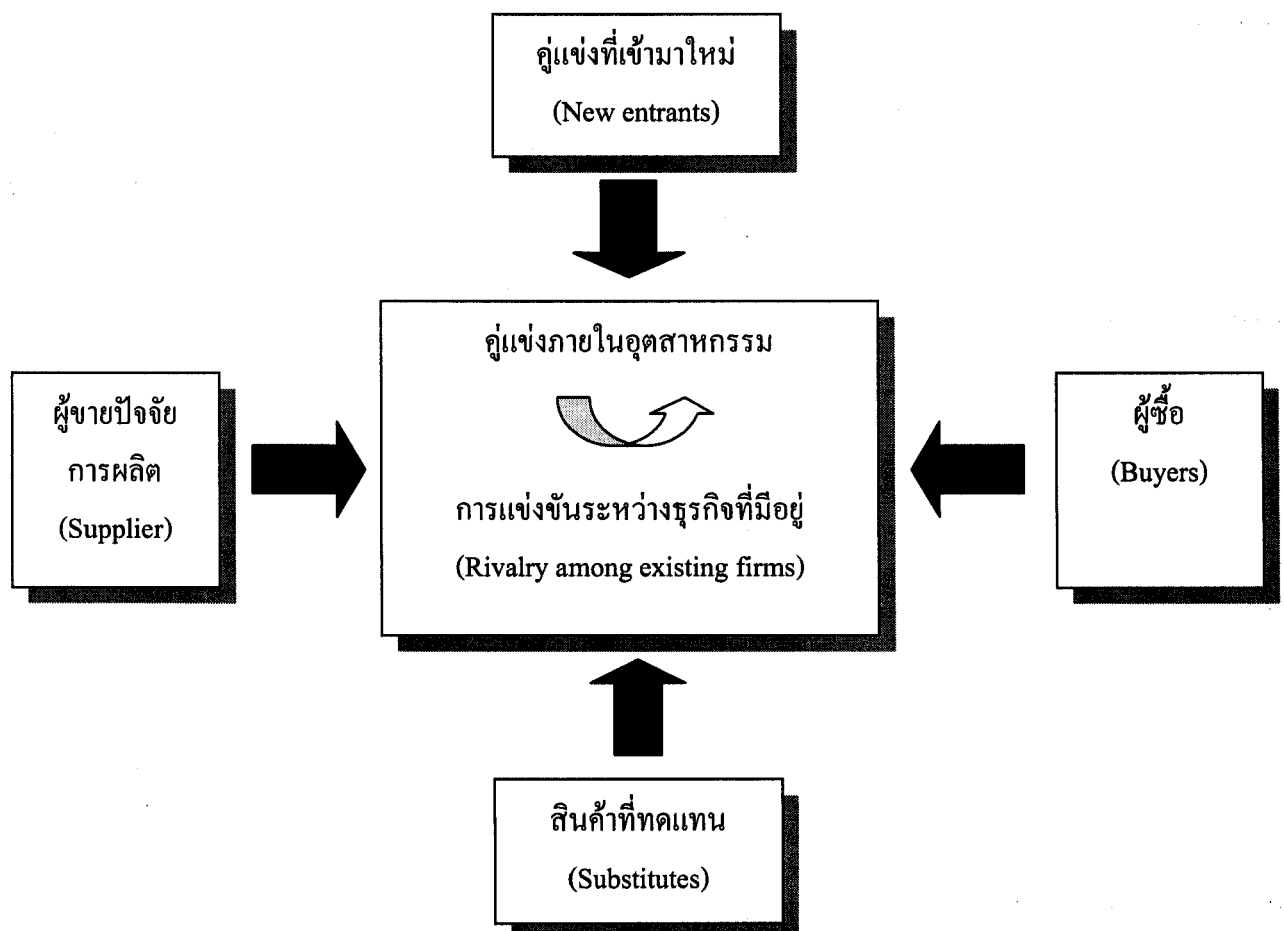
สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป

จากการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจในประเทศ เศรษฐกิจของจังหวัดปทุมธานี สภาพสังคมและวัฒนธรรม พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้นและต้องการความสะดวกสบาย ความแปลกใหม่ การที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมที่สะดวก ทันสมัย จะเห็นว่าสภาพแวดล้อมภายนอกต่าง ๆ เหล่านี้ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีโอกาสเจริญเติบโตได้ในอนาคต

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Competitive Environment Analysis: 5 Forces Model)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเป็นหัวใจในการพัฒนากลยุทธ์ขององค์กรของธุรกิจต่าง ๆ รวมทั้งกิจการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ การศึกษาสภาพแวดล้อมรอบธุรกิจของตนเอง เพื่อที่จะนำความรู้ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์และเพื่อที่จะช่วยให้เราสามารถป้องกันและพยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมรอบตัวที่มีผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจได้มากที่สุด ได้แก่ การวิเคราะห์การแข่งขันของธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบันซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ขนาดและกลุ่มลูกค้าใกล้เคียงกัน โดยมีแรงกดดันจากการแข่งขันอยู่ 5 ประการ หรือที่เรียกว่า Five Forces Model ของ Michael E. Porter สามารถแบ่งประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.1 แรงกดดัน 5 ประการของการแข่งขัน Porter's Five Forces Model

2.1 ความรุนแรงของสถานะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Intensity of Rivalry among existing Competitions)

- การแข่งขันธุรกิจร้านอาหารโดยทั่ว ๆ ไปของจังหวัดปทุมธานีนั้น มีความรุนแรงค่อนข้างมาก มีร้านอาหารเปิดใหม่และปิดตัวไปหมุนเวียนอยู่ในอุตสาหกรรมตามวงจรชีวิตของธุรกิจและกระแสความนิยมของผู้บริโภค การที่ธุรกิจร้านอาหารจะอยู่ได้นานนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตามยุค ตามสมัย เพราะร้านอาหารบางประเภทก็สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นไปตามกระแส เช่น ธุรกิจร้านอาหารที่เป็นประเภทร้านบุฟเฟ่ต์ เมื่อช่วงที่ตลาดมีความต้องการอาหารในลักษณะนี้นั้น ธุรกิจร้านอาหารประเภทร้านบุฟเฟ่ต์ก็แข่งขันกันเปิดบริการในลักษณะเดียวกันมากมาย แต่สุดท้ายเมื่อกระแสการบริโภคลดลง ก็จะเหลือเพียงเจ้าใหญ่ ๆ ไม่กี่เจ้าที่ยังมีส่วนแบ่งการตลาด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรพยายามสร้างความแตกต่าง โดยส่วนใหญ่จะเลียนแบบร้านอาหาร บรรยากาศของร้านในลักษณะรูปแบบร้านเหมือนในกรุงเทพมหานคร มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบของอาหารที่เหมาะสมกับสังคมเมือง

- ส่วนร้านอาหารที่เข้ากลุ่มเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ในปัจจุบันมีทั้งหมด 17 ร้าน แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. ประเภทร้านอาหารเจ มีทั้งสิ้น 3 ร้าน
2. ร้านอาหารมังสวิรัต มีทั้งสิ้น 5 ร้าน
3. ร้านอาหารที่เป็นทั้งเจและมังสวิรัต มีทั้งสิ้น 7 ร้าน
4. ร้านที่ใช้ผักปลอดสารพิษเป็นตัวชูเมนู มีทั้งสิ้น 2 ร้าน

ซึ่งถือว่าการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำและมีเพียงไม่กี่รายที่แสดงถึงความเด่นชัดในเรื่องของอาหารเพื่อสุขภาพและร้านอาหารเพื่อสุขภาพดังกล่าวก็จะเป็นในลักษณะของร้านข้าวราดแกงหรือร้านอาหารทั่ว ๆ ไป ซึ่งจะเน้นในเรื่องของประเภทอาหารในการสร้างความแตกต่าง เช่น เป็นอาหารเจ อาหารมังสวิรัตหรืออาหารที่ชูเมนูใช้ผักปลอดสารพิษ แต่ยังไม่มียี่ห้อชูจุดเด่นในเรื่องการรับประทานอาหารอย่างไรให้ได้สุขภาพดี จึงส่งผลทำให้มีช่องทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ได้อีกมาก

จะเห็นได้ว่าปัจจัยในด้านความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างคู่แข่งในธุรกิจนี้ ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีผลบวกต่ออุตสาหกรรม ดังนั้นจึงส่งผลให้ความรุนแรงของการแข่งขันในธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ

2.2 ภาวะคุกคามอันเกิดกับคู่แข่งหน้าใหม่ (Threat of New Entrants)

- การที่อุตสาหกรรมนี้มีผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ ซึ่งอาจจะเรียกว่าเป็นลักษณะแบบกระจุกกระจายและการที่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดต่ำ เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารนี้มีทั้งร้านอาหารที่ลงทุนไม่มากและร้านอาหารที่ลงทุนสูง ประกอบกับที่ทางรัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการจัดสัมมนาและฝึกอบรมอาชีพที่เกี่ยวกับการทำอาหารพร้อมให้แหล่งเงินทุนในการลงทุนและขยายกิจการ ผลคือทำให้มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง

- โครงสร้างในการแข่งขัน (Competitive Structure) ของธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่แข่งขันกันทางตัวผลิตภัณฑ์ แต่ปัจจุบันสามารถลอกเลียนแบบกันได้ง่าย ทำให้สินค้าไม่ค่อยมีความแตกต่างกันมากนัก ลูกค้าสามารถเปลี่ยนแปลงการบริโภคได้ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่หันมาสร้างความแตกต่างทางด้านบริการ การบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการส่งเสริมการตลาด แต่ธุรกิจรายย่อยจะใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเข้ามาแข่งขัน เป็นเกณฑ์การตัดสินใจของผู้บริโภคจึงทำให้การแข่งขันกันค่อนข้างสูง

- สภาพของอุปสงค์ (Demand Condition) พฤติกรรมการบริโภคของคนในสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพชีวิตที่เร่งรีบ คนในปัจจุบันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านมากขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคก็มีความรู้และใส่ใจในสุขภาพเพิ่มมากขึ้นจึงพิจารณาทางด้านความสะอาด ถูกหลักอนามัยเพิ่มขึ้นด้วย

- อุปสรรคในการออกจากอุตสาหกรรม (Exist Barriers) อุปสรรคในการออกจากอุตสาหกรรมร้านอาหารมีต่ำ เนื่องจากไม่ได้ใช้เงินลงทุนสูงมากนัก

จะเห็นว่าปัจจัยในด้านการเข้ามาของคู่แข่งหน้าใหม่ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้ภาวะคุกคามอันเกิดจากคู่แข่งหน้าใหม่อยู่ในระดับสูง จึงถือเป็นปัจจัยที่จะส่งผลเป็นลบต่อกิจการ

2.3 ภาวะคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน (Threat of Substitute Products)

- สินค้าทดแทนที่เป็นคู่แข่งของอาหารเพื่อสุขภาพนั้นก็คือ อาหารธรรมดาทุกชนิด เนื่องจากการรับประทานอาหารนั้นผู้รับประทานมีจุดประสงค์หลักในการรับประทาน คือ เพื่อบำบัดความหิว ถ้าวิเคราะห์ในจุดที่อาหารคือ ปัจจัย 4 สินค้าทดแทนของอาหารสุขภาพก็คือ อาหารทั่วไปนั่นเอง ดังนั้นจึงถือได้ว่าภาวะคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทนของอุตสาหกรรมนี้มีสูง

- สินค้าทดแทนสำหรับเครื่องดื่มน้ำผลไม้ น้ำผัก น้ำสมุนไพร ได้แก่ น้ำอัดลม นม ชา น้ำผลไม้สำเร็จรูปแบบกระป๋อง กล้อง ขวดและเครื่องดื่มสมุนไพรสำหรับชงดื่มเอง ซึ่งอาจทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ในแง่ของความสะดวก

จะเห็นได้ว่าสินค้าทดแทนสำหรับอาหารและเครื่องคั้นเพื่อสุขภาพนั้นจึงมีลักษณะมากมาย หลากหลาย ทำให้ภาวะคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทนนี้มีมากพอสมควร เพราะผู้บริโภคสามารถ เลือกรับประทานอาหาร เครื่องคั้นประเภทอื่นทดแทนได้และผลิตภัณฑ์ทดแทนต่าง ๆ นั้นสามารถ ซื้อได้อย่างสะดวกเพื่อตอบสนองความหิวเมื่อไม่สามารถบริโภคในสิ่งที่ต้องการได้ แต่เนื่องจากทั้ง ในส่วนของสินค้าและเครื่องคั้นยังไม่มีสิ่งอื่นที่สามารถทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้นปัจจัยใน ด้านภาวะคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทนนี้ จึงถือเป็นปัจจัยที่มีผลบวกต่ออุตสาหกรรม

2.4 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

ปัจจุบันร้านอาหารเปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในการเลือกซื้อ สินค้าและบริการมากขึ้น ในส่วนของระดับความแตกต่างของสินค้าและบริการมีมากมายหลาย อย่าง ในเรื่องของราคาก็อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน (โดยแบ่งตามลักษณะของร้านอาหาร) ดังนั้นจึง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่มีอำนาจในการต่อรองสูงในการที่จะเลือกร้านซื้อสินค้าและบริการ ประกอบกับสินค้าทดแทนที่มีความหลากหลายเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารเหล่านี้ ส่วนใหญ่เป็นอาหารธรรมดาที่ไม่ได้เน้นการใช้ผัก เนื้อสัตว์ที่ปลอดภัยหรือเน้นในเรื่องคุณค่า ทางโภชนาการของอาหารแต่ละจาน ในส่วนของร้านอาหารเพื่อสุขภาพนั้นจะมีเมนูสุขภาพที่ สามารถบอกคุณค่าทางโภชนาการและในอาหารแต่ละเมนูของร้านจะมีความสมดุลของจำนวน แคลอรีที่คนควรรับประทานในแต่ละวันและมีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย ซึ่งยังไม่เคยมีใคร ทำผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านเช่นนี้และให้บริการเครื่องคั้นเพื่อสุขภาพ ในร้านจะมีโต๊ะนั่งสำหรับ รับประทานอาหาร มีบริเวณร้านที่ร่มรื่นเหมือนรับประทานอยู่ในบ้าน ซึ่งจะมีร้านในลักษณะนี้เป็น ร้านแห่งแรกในจังหวัดปทุมธานี ฉะนั้นผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจึงมีอำนาจในการต่อรองไม่มาก และในปัจจุบันร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่เปิดในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ก็ยังมีจำนวนไม่ มากนักแต่กระแสของคนรักสุขภาพมีมากขึ้น จึงถือว่าอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อนั้นเป็นบวกต่อ ธุรกิจ

2.5 อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น ผักปลอดสารพิษ เนื้อหมู ไก่ ไข่นั้นจะเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในตลาดที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นตลาดสดน่าซื้อ ซึ่งใน จังหวัดปทุมธานี ก็มีตลาดสดที่ได้รับการรับรองมาตรฐานว่าเป็นตลาดสดน่าซื้อ (ตลาดสดน่าซื้อ คือ ตลาดที่ขายอาหารสดทั้งเนื้อและผักที่ปราศจากสารต้องห้าม 8 อย่าง คือ สารเร่งเนื้อแดง บอแรกซ์ ฟอรัมาลิน สารกันเชื้อรา สารฟอกขาว ยาฆ่าแมลง สารคลอแรมฟินิคอล สารไนไตรฟูราน) ผัก ปลอดสารพิษก็สามารถหาซื้อได้จากไร่และแปลงผักที่ปลูกผักปลอดสารพิษ แต่ราคาสินค้าของผัก ปลอดสารพิษจะมีราคาสูงกว่าผักที่ปลูกแบบทั่ว ๆ ไปหรือแบบใช้ยาฆ่าแมลงเล็กน้อย ส่วนวัตถุดิบ

ที่ใช้ในการผลิตเครื่องคั้มเพื่อสุขภาพนั้น จะเป็นพวกพืช ผักและผลไม้รวมถึงเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ซึ่งปัจจุบันมีผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบเหล่านี้เป็นจำนวนมาก โดยมีทั้งรายเล็กและรายใหญ่แต่ไม่มีผู้ผลิตและจำหน่ายรายใดเป็นผู้ผูกขาดในธุรกิจ

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพจึงมีสิทธิ์เลือกผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบต่าง ๆ ได้ไม่ยากนัก ดังนั้นอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตจึงมีระดับปานกลางจนถึงระดับต่ำ

สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

จากการวิเคราะห์ถึงลักษณะและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพและจำหน่ายเครื่องคั้มเพื่อสุขภาพนั้น พบว่าอิทธิพลทางอำนาจการต่อรองของผลิตภัณฑ์ทดแทนและภาวะคุกคามอันเกิดจากคู่แข่งหน้าใหม่มีความรุนแรงในระดับสูง อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตนั้นมีระดับปานกลางถึงต่ำและอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อเป็นผลด้านบวกของการเปิดกิจการ

3. การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitive Analysis)

จากการสำรวจในปัจจุบันพบว่าร้านอาหารในจังหวัดปทุมธานีมีมากมาย แต่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่เน้นเมนูที่เป็นลักษณะนั่งทานที่ร้านในจังหวัดปทุมธานีนั้นยังมีไม่มากนัก เนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในกรุงเทพมหานคร ในส่วนจังหวัดปทุมธานียังไม่พบ จึงมีเพียงร้านอาหารที่มีลักษณะเป็นอาหารตะวันตก ร้านอาหารเฟรนไชร์ที่มีเมนูสลัดขายในบางรายการ และร้านอาหารเพื่อสุขภาพประเภทร้านข้าวราดแกงต่าง ๆ

3.1 คู่แข่งทางตรง

คู่แข่งที่สำคัญ

- ร้าน MKK เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายอาหารประเภทสุกี้และอาหารจานเดียว เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมีสาขาทั่วประเทศ มีการชูในเรื่องของวัตถุดิบที่ปลอดสารพิษ ใช้ผักปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพ มีกระบวนการผลิตที่เป็นมาตรฐาน มีการคำนวณสารอาหารที่ลูกค้าได้รับในการรับประทานอาหารในแต่ละมื้อ เป็นร้านอาหารที่ติดเครื่องปรับอากาศ ราคาอาหารโดยเฉลี่ยต่อคนต่อมื้อเท่ากับ 100 บาท มีบัตรสมาชิกใช้เป็นส่วนลดค่าอาหาร

- ร้านตะวันเงิน เป็นร้านที่อยู่ในบริเวณถนนมีหลังคา ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็นร้านอาหารที่ดำเนินงานมานานกว่า 11 ปี เป็นร้านอาหารประเภทข้าวราดแกง มีโต๊ะให้นั่งรับประทาน ไม่ติดเครื่องปรับอากาศ จำหน่ายอาหารประเภทมังสวิรัติน้ำผัก ผลไม้พร้อมทั้ง

ยังมีมินิมาร์ทสำหรับจำหน่ายอาหารและเครื่องปรุงในการประกอบอาหารจำพวกอาหารชีวจิต อาหารมังสวิรัต เปิดให้บริการเวลา 06.30-15.00 น. ร้านเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง

- ร้าน Green Line เป็นร้านที่ตั้งเป็น Standalone ตั้งอยู่บริเวณหน้าเรือนจำกลางชลบุรี จำหน่ายอาหารตะวันตกประเภทสเต็ก สลัด สปาเก็ตตี้ เป็นร้านอาหารที่ดำเนินงานมากกว่า 5 ปี เป็นร้านที่ตกแต่งในแนวตะวันตกที่ทันสมัย มีที่นั่งรับประทานทั้งบริเวณที่ติดเครื่องปรับอากาศและบริเวณนอกชาน มีจุดขายและเป็นที่ยอมรับในเรื่องการใช้ผักปลอดสารพิษ มีแปลงผักสาธิตและจำหน่ายผักปลอดสารพิษบริเวณหลังร้าน มีที่จอดรถกว้างขวาง

- ร้านตะเกียงแก้ว เป็นร้านอาหารแบบมีที่นั่งทานในร้าน ตั้งอยู่ในหมู่บ้านพรธิสาร ให้บริการมานานกว่า 15 ปี จำหน่ายอาหารไทย อาหารพื้นเมือง โดยมีการชูเมนูอาหารที่มีส่วนผสมของผักปลอดสารพิษ เช่น สลัดผัก ผักผัด ไฟแดง พร้อมทั้งยังจำหน่ายผักปลอดสารพิษสำหรับนำกลับบ้าน เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 09.00-23.00 น. ในช่วงเวลา 19.00-21.00 น. จะมีวงดนตรีมาเล่น จุดเด่นของร้านอยู่ที่ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก รสชาติอาหารอร่อย มีบริการทั้งบริเวณในอาคารที่ติดเครื่องปรับอากาศและบริเวณหลังร้านที่เปิดโล่ง มีที่จอดรถสะดวก

- ร้านอาหาร DD เป็นร้านที่ตั้งอยู่ในตึก 2 คูหา ไม่มีเครื่องปรับอากาศ มีที่นั่งรับประทานภายในร้าน ขายอาหารเจ มังสวิรัต และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ ให้บริการในรูปแบบสมัยใหม่ ครอบคลุมเวลาเปิดขาย 09.00-15.00 น.

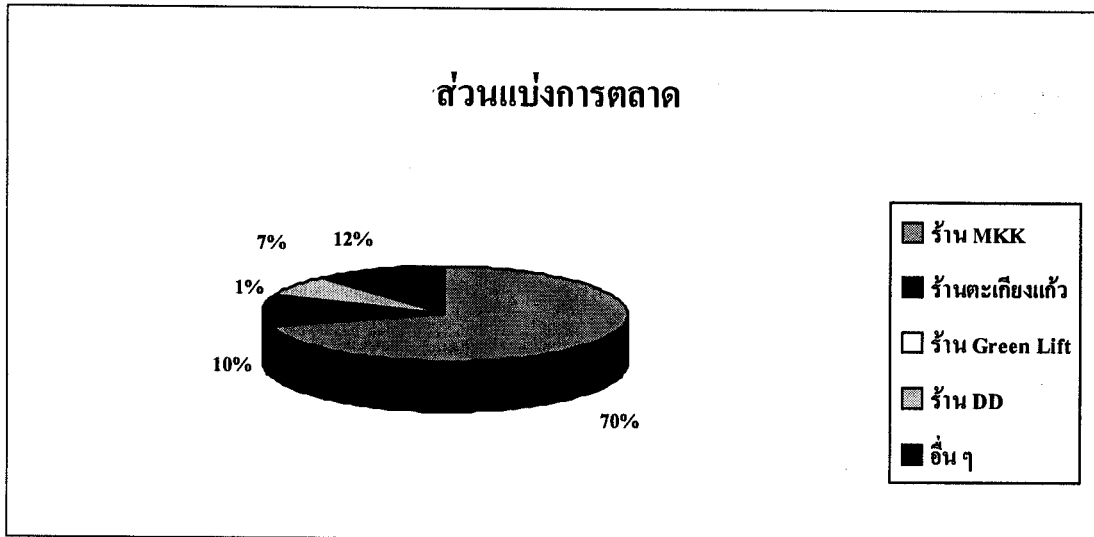
3.2 คู่แข่งทางอ้อม

- ร้านอาหารเวียดนาม เพราะเป็นอาหารประเภทที่เน้นการบริโภคผักแนมกับอาหารด้วย ซึ่งการรับประทานผัก ผลไม้นั้นก็เพื่อประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งก็ถือว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพได้เช่นกัน

- ร้านสุกี้ เป็นร้านอาหารที่อยู่ในใจผู้บริโภคในเรื่องของความสะอาดและเป็นอาหารที่ผู้บริโภครับประทานแล้วทำให้รู้สึกว่าคุณภาพดี เพราะเป็นอาหารที่ประกอบไปด้วยผัก รุนเส้น เนื้อสัตว์ ไข่ เป็นการรับประทานโดยการต้ม ลวก ซึ่งไม่ใช้น้ำมัน ดังนั้นจึงถือว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพอีกประเภทหนึ่ง

ส่วนแบ่งการตลาด

การกำหนดส่วนแบ่งการตลาดครั้งนี้ได้มาจากการสำรวจยอดขายและความนิยมของผู้บริโภคของร้านอาหารคู่แข่งทางตรง ดังนี้



ภาพที่ 4.2 ส่วนแบ่งการตลาดของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

4. การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจเผชิญอยู่ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 จุดแข็ง (Strength)

1. มีผลิตภัณฑ์ (Product) ที่ได้มาตรฐาน มีการใช้วัตถุดิบที่ได้คุณภาพ ไร้สารปนเปื้อน มีกรรมวิธีในการผลิตที่สะอาด ถูกหลักอนามัยตามมาตรฐานของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข มีรสชาติอร่อย
2. ราคา (Price) ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพที่ลูกค้าได้รับ
3. สถานที่ (Place) ที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล หมู่บ้านการเคหะแห่งชาติและหมู่บ้านพรธิสาร ซึ่งเป็นแหล่งชุมชน การคมนาคมคล่องตัว มีหมู่บ้านจัดสรรต่าง ๆ อยู่ล้อมรอบ สถานที่จอดรถสะดวกสบาย กว้างขวาง สถานที่ภายในร้านร่มรื่นด้วยต้นไม้สวน มีบริการในส่วนของห้องที่คิดเครื่องปรับอากาศสำหรับผู้ที่ชอบอากาศเย็น

4. มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพทั้งพนักงานต้อนรับ แม่ครัวที่มีฝีมือในการทำอาหาร ตลอดจนผู้บริหารที่มีประสบการณ์ทางด้านจัดการ เนื่องจากมีประสบการณ์ในการทำร้านอาหาร จึงมีความรู้ทางด้าน การเลือก คัดสรรของสดและเครื่องปรุงที่ได้คุณภาพ

5. เป็นธุรกิจที่มีความแตกต่างจากร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยทั่ว ๆ ไป เป็นอาหารที่มีการนำเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพที่มีความหลากหลาย พร้อมทั้งมีใบแสดงสารอาหารและคุณค่าทางอาหารในเมนูที่ลูกค้าเลือก

4.2 จุดอ่อน (Weaknesses Analysis)

1. เป็นร้านที่เปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก พร้อมทั้งลูกค้ายังไม่คุ้นเคยกับอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นจึงต้องมีการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้จัก พร้อมทั้งทำอาหารตัวอย่างมาให้ลูกค้าทดลองชิม เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านเปิดใหม่ พร้อมทั้งให้ส่วนลดในช่วงเปิดร้านใหม่ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาลองใช้บริการที่ร้าน

2. เนื่องจากบรรยากาศของร้านและลักษณะอาหารของร้าน อาจทำให้ลูกค้าเข้าใจว่าราคาสินค้าจะต้องมีราคาแพง ดังนั้นทางร้านต้องมีการโชว์เมนูอาหารที่หน้าร้าน พร้อมทั้งติดป้ายราคาอาหารเพื่อให้ลูกค้าได้รู้ว่ราคาอาหารไม่ได้แพงอย่างที่ลูกค้าเข้าใจ

4.3 โอกาส (Opportunities)

1. ร้านค้าคู่แข่งที่มีอยู่แล้วเป็นร้านอาหารมังสวิวัติและร้านอาหารที่มีการชูในเรื่องผักปลอดสารพิษเท่านั้น ไม่ได้เป็นร้านอาหารที่มีความเด่นชัดในเรื่องของอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่มีร้านใดที่ชูเมนูในเรื่องของอาหารตามหลักโภชนาการ

2. แนวโน้มและกระแสนิยมการใส่ใจสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องสุขภาพมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี

3. รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเมืองเปลี่ยนแปลงไป ความเร่งรีบในชีวิตประจำวันประกอบกับการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามีบทบาทกับวิถีชีวิตมากขึ้น ทำให้การรับประทานอาหารนอกบ้านและความต้องการความสะดวกสบายเข้ามามีความสำคัญกับชีวิตของคนในสังคมเมือง ความสะดวกพร้อมกับการรักษาสุขภาพที่สามารถมาพร้อมกันได้ จึงเป็นโอกาสให้ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพเติบโตได้

4. ค่านิยมของผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมรอบตัวเป็นพิษมากขึ้น ก่อให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บต่าง ๆ มากมาย ผู้บริโภคจึงพยายามหาความรู้และแนวปฏิบัติที่ถูกต้องทางด้านโภชนาการ อันจะนำมาซึ่งภาวะโภชนาการและสุขภาพที่ดี

5. หน่วยงานของรัฐบาลกระตุ้นให้ผู้บริโภคคำนึงถึงการมีสุขภาพที่แข็งแรงขึ้น โดยจัดกิจกรรมหรือโครงการที่สนับสนุนให้เห็นความสำคัญของการมีสุขภาพดี

4.4 อุปสรรค (Threats)

1. จากกระแสการรักสุขภาพและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้แนวโน้มที่จะมีคู่แข่งเข้ามาในธุรกิจจึงมีมากขึ้นในอนาคต
2. จากภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวน อาจมีผลกระทบต่อการใช้จ่ายเงินในการอุปโภคบริโภคและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

5. ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จของธุรกิจ (Key Success Factors)

เป็นปัจจัยที่กิจการต้องมีเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ได้แก่

1. คุณภาพของสินค้า

กิจการคำนึงถึงความต้องการ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ดังนั้นกิจการจึงได้สรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

2. มีการบริการที่น่าประทับใจ

เนื่องจากกิจการคำนึงถึงความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก โดยได้เน้นการบริการที่สะดวก รวดเร็ว มีคุณภาพ มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีมารยาทที่ดี สุภาพ มีใจรักการบริการ มีอริยาศัยดี เพื่อความประทับใจของลูกค้า

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้นำทฤษฎี 4C มาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด ดังนี้

1. ร้านอาหารเพื่อสุขภาพจะทำการผลิตสินค้าโดยศึกษาความต้องการของลูกค้าก่อน มีการทำเมนูอาหารใหม่ ๆ ออกมาให้ลูกค้าชิมก่อนว่าลูกค้าชอบหรือไม่และจะมีการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าว่าลูกค้านิยมอาหารประเภทใด รสชาติแบบใด พร้อมมีเมนูอาหารพิเศษสำหรับลูกค้าที่มีปัญหาด้านสุขภาพ โดยมีการจัดเมนูอาหารให้เฉพาะตัวลูกค้านั้น ๆ

2. ทางร้านจะมีการบริหารต้นทุนที่ต่ำที่สุด (Cost) โดยจะสรรหาตัวแทนจำหน่ายอาหารสดที่ได้คุณภาพและได้ราคาถูก โดยตัวแทนจำหน่ายหนึ่งรายก็จะสามารถส่งสินค้าได้หลายชนิด มีการสั่งจากตัวแทนจำหน่ายน้อยรายแต่ละรายขายสินค้าหลายชนิด ตัวแทนจำหน่ายสามารถนำส่งสินค้าให้ที่ร้านโดยตรงและสามารถต่อรองราคาได้ถูกกว่าการไปสั่งจากตัวแทนหลาย ๆ เจ้า เจ้าละชนิด ซึ่งทั้งนี้ร้านยังคงไว้ซึ่งคุณภาพของสินค้าที่เทียบเท่าคู่แข่งหรือสูงกว่าและยังตั้งราคาในจุดที่ลูกค้ารับได้

3. ทางร้านมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกสบายนอกจากจะสั่งเพื่อรับประทานอาหารที่ร้านแล้ว ทางร้านจะมีบริการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยลูกค้าสามารถโทรมาสั่งอาหารหรือจองโต๊ะล่วงหน้าได้ พร้อมมีบริการรับส่งอาหารแบบ Delivery

4. ทางร้านจะมีการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณาผ่านทางใบปลิว แผ่นป้าย มีการทำประชาสัมพันธ์ในสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งการสื่อสารที่กระตุ้นตลาดด้วยการจัดทำสินค้าตัวอย่างแจกให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชิมรสชาติ ถือเป็นการตลาดเชิงรุก

โดยหลักการของ 4C นี้จะทำให้เห็นได้ว่าทางร้านสามารถนำมาประยุกต์ใช้และสนองต่อการตลาดในแนวใหม่ โดยเริ่มจากการจำแนกกลุ่มลูกค้าและความต้องการ สร้างกระบวนการผลิตที่ผลิตจำนวนไม่มากแต่หลากหลายชนิดในต้นทุนที่ต่ำ การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือการอำนวยความสะดวกโดยการส่งสินค้าแบบ Delivery

1) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4P's)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ในร้านไม่ว่าจะเป็นอาหารหรือเครื่องดื่ม ทางร้านจะใช้วัตถุดิบที่ไม่มีสารปนเปื้อน ใช้ผักปลอดสารพิษรวมถึงกระบวนการในการปรุงอาหารที่ทางร้านให้ความสำคัญที่จะต้องสะอาดและปราศจากสารตกค้างจากภาชนะที่ใช้ปรุง

ด้านความหลากหลายของสินค้า ทางร้านจะมีการจัดอาหารจานเดียว อาหารทั่วไป อาหารเป็น Set ของว่างต่าง ๆ หมุนเวียนกัน ซึ่งจะมีเมนูใหม่ ๆ ออกมาทุกเดือน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการรักษามาตรฐานและรสชาติที่อร่อยคงที่เป็นสิ่งทางร้านให้ความสำคัญ

ตัวอย่างรายการอาหารและเครื่องดื่มของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4.19 รายการอาหารเรียกน้ำย่อย

ก๋วยเตี๋ยวลุยสวน (150Kcal)	ข้าวกล้องญี่ปุ่นห่อสาหร่ายปูอัด (100Kcal)
เมี่ยงตะไคร้ (98Kcal)	ส้มตำผลไม้ (96Kcal)
สลัดผลไม้รวม (102Kcal)	ยำก๋วยเตี๋ยวเซี่ยงไฮ้ (158Kcal)
ยำส้มโอ (104Kcal)	ยำตะไคร้ (141Kcal)
เมี่ยงคำทูน่า (113Kcal)	ปีกไก่ทอดสมุนไพร (184Kcal)

ตารางที่ 4.20 รายการอาหารจานเดียวและอาหารทั่วไป

ข้าวกล้องผัดปลาหู (218Kcal)	ข้าวห่อใบบัว (280Kcal)
กึ่งผัดพริกไทยดำ (152.7Kcal)	เนื้อปลาอบกับเกลือข้าวโอ๊ต (310Kcal)
เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยวหลอดหัดซ่า เต้าหู้ (460Kcal)	ต้มส้มปลากระบอก (354Kcal)
ข้าวผัดสมุนไพรปลาเค็ม (228Kcal)	ข้าวผัดปลาสดใบกระเพรา (220Kcal)

ตารางที่ 4.21 อาหารแนะนำสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก

สลัดกุ้งน้ำใส (200Kcal)	ผัดขูดฟักแม้ว (81.5Kcal)
หมี่เย็นกับผัดสมุนไพร (126Kcal)	สวนเห็ดย่างเตป็นกิ (161Kcal)
สเต็กปลา (142Kcal)	สลัดผักต้ม (98Kcal)
เกาเหลาราดหน้า (92Kcal)	เนื้อไก่ย่างกับสลัดผัก (182Kcal)

ตารางที่ 4.22 ขนมหวานและผลไม้

กล้วยหอมราคาเสาวรสน้ำส้ม	เยลลี่เสาวรสน้ำส้ม
วุ้นฟรุคค็อกเทล	เค้กลูกพรุน
เนื้อส้มกับเสาวรสน้ำผึ้ง	ไอศฟรุคตี้

ตารางที่ 4.23 เครื่องดื่ม

น้ำตะไคร้	น้ำชาเขียว
น้ำใบบัวบก	น้ำชาดอกคำฝอย
น้ำส้มคั้น	น้ำฝรั่ง
น้ำแครอท	น้ำมะนาว
น้ำชาผลไม้ชนิดต่าง ๆ	ฟรุคตี้ฟีน

2. ราคา (Price)

นโยบายการตั้งราคาสินค้าของร้านจะอิงจากราคาวัตถุดิบที่ใช้และความยากง่ายในการผลิต โดยตั้งเป็นอัตราราคาที่ครอบคลุมถึงเหตุการณ์ที่ทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ก็จะไม่เป็นผลต่อราคาสินค้า เพราะกิจการได้คาดการณ์เหตุการณ์เหล่านี้ไว้ล่วงหน้าแล้วก่อนตั้งราคาสินค้า เพื่อไม่ให้กระทบต่อกำไรของกิจการ กิจการจะตั้งกำไรโดยวิธี Mark up คือ คิดอัตราร้อยละของกำไรจากต้นทุนสินค้า ดังนั้น ราคายขาย = ต้นทุน + กำไร และอัตรากำไรที่กิจการได้ คือ ประมาณ 30-50%

กิจการจะตรึงราคาสินค้าให้อยู่ในระดับที่คงที่ถึงแม้สภาวะเศรษฐกิจจะเปลี่ยนแปลงไปจนทำให้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายสูงขึ้น แต่กิจการจะยินยอมปรับเปลี่ยนราคาหากต้นทุนและค่าใช้จ่ายถึงจุดที่ไม่สามารถยอมรับได้และจะตั้งราคาโดยอิงจากวัตถุดิบ คุณภาพและขั้นตอนการผลิตเป็นสำคัญ

กลยุทธ์การตั้งราคาของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

1. การตั้งราคา ณ ระดับที่สูงกว่าราคาตลาดเล็กน้อย โดยตั้งราคาเป็น 3 ระดับ คือ 49 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นอาหารจานเดียวและของว่างทานเรียกน้ำย่อย ราคา 69 บาท ส่วนใหญ่เป็นราคาของอาหารขนาดกลางและอาหารที่จัดเป็นชุดจานเดียวพร้อมเครื่องดื่ม และราคา 99 บาท สำหรับอาหารจานใหญ่และใช้วัตถุดิบที่มีต้นทุนค่อนข้างสูง สาเหตุที่ต้องแบ่งการตั้งราคา เพื่อเป็นการง่ายในการคำนวณต้นทุนอาหาร และเนื่องจากอาหารเพื่อสุขภาพของทางร้านเป็นอาหารที่เลือกสรรวัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่สะอาด ปลอดภัย ซึ่งต้นทุนของสินค้าก็จะมีมากกว่าร้านอาหารทั่วไป อีกทั้งการตั้งราคาที่สูงกว่าตลาดเล็กน้อยก็เป็นไปตามตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของร้านที่ได้วางไว้ ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกว่าคู่แข่งและทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ

2. การตั้งราคาต่อใจ จะเป็นการตั้งราคาสำหรับสินค้าในช่วงโปรโมชัน ช่วงเปิดร้านใหม่ หรือการตั้งราคาเมื่อผลิตสินค้าออกมาใหม่ ซึ่งจะมีการจัดชุดแล้วราคาถูกกว่าสั่งแยก เช่น ชุดประหยัดต้อนรับปิดเทอมสำหรับอาหารกลางวัน อาหารจานเดียว + น้ำผลไม้ปั่น ราคาสั่งแยกเท่ากับ 78 บาท แต่เมื่อจัดชุดโปรโมชันเป็นชุดแล้ว จะเหลือราคาเพียง 69 บาท เป็นต้น กลยุทธ์การตั้งราคา ในลักษณะเช่นนี้ จะสามารถทำให้เพิ่มยอดขายได้พร้อมทั้งยังเป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้าที่ไม่เคยมารับประทานอาหารเกิดความสนใจอยากเข้ามาใช้บริการได้

ตารางที่ 4.24 ต้นทุนในการผลิตอาหารจานต่อจาน

ต้นทุนคงที่ (บาทต่อปี)	
เงินเดือน	714,000
ค่าไฟฟ้า	84,000
ค่าน้ำประปา	4,800
ค่าสิ่งปลูกสร้าง ค่าตกแต่งภายใน	560,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	24,700
ค่าเครื่องมืออุปกรณ์	54,000
รวม	1,441,500

3. สถานที่จัดจำหน่าย (Place)

กิจการขายสินค้าให้ลูกค้าโดยตรงภายในร้านและจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าถึงที่ สาเหตุที่เลือกการจัดจำหน่ายทางขายตรงแทนที่จะมีการจำหน่ายโดยคนกลางนั้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางร้าน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องบริโภคทันที ดังนั้นการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบส่งตรงสินค้าจากร้านสู่มือผู้บริโภคและจัดส่งสินค้าถึงที่นั้น ทำให้กิจการสามารถควบคุมคุณภาพสินค้าและการจัดส่งได้ทันเวลา

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ → ผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายในลักษณะส่งตรงสินค้าที่ผลิตจากร้านสู่มือผู้บริโภคโดยตรง เราพิจารณาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. จำนวนลูกค้าที่คาดหวัง คือ ร้านมีความต้องการทำเลที่มีคนพลุกพล่าน เป็นแหล่งที่ลูกค้านึกถึงเมื่อเวลาที่หิวและการคมนาคมสะดวก พร้อมทั้งเป็นแหล่งที่กลุ่มเป้าหมายสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย เป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการซื้อและบริโภคสินค้า

2. อายุของสินค้า สินค้าของธุรกิจนี้มีลักษณะเป็นสินค้าบริโภคและต้องบริโภคทันทีหรือใช้เวลาน้อยในการส่งถึงมือผู้บริโภคเร็วที่สุด ซึ่งสินค้าประเภทนี้มีอายุสั้นมาก ๆ และต้องระวังในเรื่องของความเน่าเสียและความสดใหม่ของสินค้า ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้การจำหน่ายโดยตรงซึ่งจะเป็นการประหยัดเวลาและเป็นช่องทางที่เร็วที่สุด

3. ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง หมายถึง ที่ตั้งของร้านส่งตรงสู่ผู้บริโภคจะต้องเป็นแหล่งที่มีคนเดินผ่านไปมา สังเกตเห็นร้านได้ง่าย เป็นจุดที่กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจจะต้องสะดวก ซึ่งทำเลที่ตั้งที่มีอยู่นั้นก็เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเลือกทำเลที่เป็นแหล่งของร้านอาหารต่าง ๆ เนื่องจากทำเลที่ตั้งที่มีนั้นเป็นจุดที่เมื่อผู้บริโภคต้องการจะรับประทานอาหารก็จะ เป็นแหล่งที่ผู้บริโภคนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

วิธีการที่จะใช้ต้องสอดคล้องกับการโฆษณาและกิจกรรมที่จะส่งเสริมการตลาด แต่จะเน้นที่การให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับกิจการแก่ลูกค้าให้ได้ทราบ เช่น การทำใบปลิว การประชาสัมพันธ์หรือกิจกรรมเพื่อกระตุ้นยอดขาย เช่น จัดเมนูอาหารพิเศษตามเทศกาล การจัดทำบัตรสมาชิก การทำบัตรส่วนลด

กลยุทธ์กิจกรรมส่งเสริมการตลาด

โปรแกรมที่ 1 การโฆษณา “มารู้จักร้านอาหารเพื่อสุขภาพกันเถอะ” โดยการใช้แผ่นพับ/ใบปลิว

วิธีดำเนินงาน

การจัดทำแผ่นพับ/ใบปลิวโฆษณาการเปิดร้านใหม่ จัดทำแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 6,000 แผ่น โดยในเนื้อหาใบปลิวจะมีรูปร้าน แผนที่ เบอร์โทรศัพท์และมีคู่มือส่วนลดพิเศษในช่วงเปิดร้านใหม่ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าอยากลองมาใช้บริการที่ร้านและเป็นการสร้างการรับรู้ให้เกิดกับลูกค้า ซึ่งจะเสียใบปลิวที่กล่องรับจดหมายหรือร้วบ้านในหมู่บ้านจัดสรรที่อยู่บริเวณใกล้เคียงโดยรอบของร้าน รวมทั้งติดต่อขอความอนุเคราะห์ฝากวางใบปลิวโฆษณาตามบริเวณสถานที่ออกกำลังกาย ศูนย์ราชการ โรงเรียน มหาวิทยาลัย

งบประมาณ : รวมเป็นเงิน 9,000 บาทต่อปี

แจกแผ่นพับ/ใบปลิวโฆษณาการเปิดร้านจำนวน 6,000 แผ่น คิดเป็น 6,000 บาท โดยการจ้างคนแจก 2 คน ให้ค่าแรงคนละ 250 บาท จำนวน 2 วัน/เดือน ดังนั้นต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 9,000 บาท โดยจะแจกในช่วง 1 เดือนก่อนเปิดร้านและช่วง 2 เดือนแรกของการเปิดร้าน

โปรแกรมที่ 2 “ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ on Tour”

เป็นการแนะนำร้าน โดยการตั้งบูธให้ชิมสินค้าฟรี โดยติดต่อขออนุญาตใช้สถานที่ในการตั้งบูธให้ชิมสินค้าฟรี ตามสถานที่ต่าง ๆ

- สถานศึกษา คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
- ลานออกกำลังกาย คือ ลานหน้าหมู่บ้านการเคหะแห่งชาติที่มีคนออกมาเดินแอโรบิก
- โรงพยาบาล คือ โรงพยาบาลธัญบุรี

วิธีดำเนินงาน

1) ดำเนินการติดต่อประสานงานกับเจ้าของสถานที่ เพื่อขออนุญาตเข้าไปจัดบูธชิมอาหารฟรี โดยเลือกทำบูธเล็ก ๆ ใช้ระยะเวลา 1 วัน ต่อ 1 สถานที่

2) อบรมพนักงานในเรื่องของการให้บริการ การแนะนำสินค้า ข้อมูลทางโภชนาการขั้นพื้นฐาน ข้อมูลของร้านในเรื่องของเมนูอาหาร ราคาสินค้าโดยประมาณ ที่ตั้งของร้าน ต้องมีการอบรมพนักงานก่อนการออกบูธเพื่อสร้างความรู้สึกระทึกใจให้กับลูกค้าตั้งแต่แรกเจอ เป็นการสร้าง Brand in mind ในใจผู้บริโภค เพราะพนักงานถือเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการและการเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการของลูกค้า

3) จัดเตรียมอาหารใส่กล่องให้เพียงพอกับลูกค้าตัวอย่าง ซึ่งจะเลือกอาหารที่ง่าย ไม่เน่าเสียเร็วและเป็นเมนูขึ้นชื่อของร้าน

4) ออกเดินทางตามลำดับสถานที่

งบประมาณ : 3,500 บาทต่อวัน ใช้เวลาในการจัดกิจกรรม 3 วัน เป็นเงินทั้งสิ้น 10,500 บาท

โปรแกรมที่ 3 การจัดทำบัตรสมาชิกของร้าน “ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Member Club”

วิธีการดำเนินงาน

การจัดทำบัตรสมาชิกของร้าน ในการทำบัตรสมาชิกในช่วงเปิดร้านใหม่นั้น ทางร้านจะทำให้ฟรี เมื่อลูกค้ามารับประทานอาหารที่ร้านในราคา 300 บาทขึ้นไป สำหรับใช้เป็นส่วนลดราคาอาหาร 10% การทำบัตรสมาชิกก็เพื่อเป็นการสร้างโอกาสการซื้อซ้ำและเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพราะนอกจากบัตรสมาชิกนี้จะใช้เป็นส่วนลดค่าอาหารได้แล้ว ทางร้านจะยังมีกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ สำหรับสมาชิก เช่น การส่งการ์ดอวยพรวันเกิดสำหรับสมาชิก การให้ส่วนลดพิเศษในวันเกิดของสมาชิก เป็นต้น

งบประมาณ : ค่าทำบัตรสมาชิกเป็นพลาสติกแผ่นละ 5 บาท จำนวน 500 ใบ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 2,500 บาท

โปรแกรมที่ 4 การจัดเมนูอาหารตามเทศกาลต่าง ๆ “Specie for you”

เป็นการจัดทำอาหารที่เป็นเมนูพิเศษนอกเหนือจากเมนูหลักของร้าน ก็เพื่อที่จะเป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ร้านเพื่อไม่ให้เกิดความจำเจ เป็นการกระตุ้นยอดขายได้อีกด้วย เช่น การจัด Set Menu Valentine, Set เมนูข้าวแช่คลายร้อนเดือนเมษายน, อาหารไคเอ็ท

วิธีการดำเนินงาน

ซึ่งจะแบ่งเป็นเทศกาลต่าง ๆ ดังนี้

- 1) เดือนกุมภาพันธ์จัด Set Menu Valentine ซึ่งจะเลือก Set เมนูอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่ออกเป็นสีแดง ชมพูเพื่อให้เข้ากับเทศกาล
- 2) เดือนเมษายนจัด Set Menu “เมษา คลายร้อน” โดยมีเมนูข้าวแช่คลายร้อนตลอดเดือนเมษายน
- 3) เดือนสิงหาคมจัด Set Menu “รักแม่”
- 4) เดือนพฤศจิกายนจัดทำ Set อาหารเจตลอดเทศกาล
- 5) เดือนธันวาคมจัด “Christmas Set”
- 6) เดือนมกราคมจัด “Happy New Year Set”

งบประมาณ : เป็นการจัดกิจกรรมในรูปแบบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงรวมค่าใช้จ่ายในราคาต้นทุนของอาหาร

ตารางที่ 4.25 ประมาณการค่าใช้จ่ายสำหรับปีที่ 1-5

กิจกรรม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ป้ายโฆษณา	2,000				
จัดซุ้มเชิญชิมอาหาร	12,000				
จัดทำแผ่นพับ	6,000	2,000	2,000	2,000	2,000
แจกตารางคำนวณแคลอรี	1,000	1,000	1,000		
แจกคู่มือส่วนลด	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
ค่าใช้จ่ายทำบัตรสมาชิก	2,500	1,000	1,000	1,000	1,000
งบประมาณอื่น ๆ	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
รวม (บาท)	34,500	15,000	15,000	14,000	14,000

แนวคิดส่วนประสมการสื่อสารการตลาด (Marketing Communications Mix)

1. การโฆษณา

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพจะใช้ระยะเวลาในการโฆษณาร้าน โดยแบ่งเป็น 2 ระยะดังนี้

1) ก่อนเปิดกิจการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จะใช้การโฆษณาโดยสื่อสิ่งพิมพ์ คือ ใบปลิว และโปสเตอร์ตามจุดต่าง ๆ ที่ร้านคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ให้ลูกค้าเป้าหมายได้ทราบว่าจะมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบใหม่ ที่เป็นมีอาชีพมาคอยดูแลในเรื่องของการกินอาหารและโภชนาการของลูกค้า ซึ่งการโฆษณาร้านนั้นจะเริ่มค้่นก่อนร้านเปิดเป็นระยะเวลา 2 เดือน เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้เกิดการอยากมาใช้บริการ

2) ระหว่างดำเนินกิจการ โดยในช่วงเริ่มเปิดกิจการ ทางร้านจะยังคงใช้สื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับ/ใบปลิวและโปสเตอร์ในการโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นยอดขาย เนื่องจากในใบปลิวจะมีรูปของส่วนลคอยู่ด้วย ซึ่งการโฆษณาในรูปแบบของใบปลิวนั้น ทางร้านจะมีการใช้สื่อตัวนี้เป็นระยะ ๆ ตลอดการเปิดกิจการ คือ ใช้เป็นสื่อทุกครั้งเมื่อมีการจัด โปรโมชันหรือกิจกรรมใหม่ ๆ ของร้าน เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นความต้องการมาใช้บริการของลูกค้าเป้าหมาย เพราะมีต้นทุนต่ำ โดยร้านจะทำใบปลิวที่มีการแสดงชื่อร้าน แผนที่ร้าน โทรศัพท์ พร้อมทั้งเมนูอาหารตัวอย่าง ตารางโภชนาการซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจและอยากลองมาใช้บริการ

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

ทางร้านจะใช้โปรโมชันในเรื่องของเมนูพิเศษประจำเดือน บัตรสมาชิก บัตรส่วนลดมาใช้ในการส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มยอดขาย

3. การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสาร (Public relations and Publicity)

ทางร้านจะมีการสื่อสารกับลูกค้าตลอดเวลา โดยจะมีการจัดกิจกรรมกับสมาชิกของร้าน มีการส่งข่าวสาร โปรโมชันต่าง ๆ เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าที่เป็นสมาชิกทราบและในการจัดทำโปรโมชันใหม่ ๆ ในแต่ละครั้ง ทางร้านจะมีการทำเด็่นที่การ์ดเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ถึงโปรโมชันต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่จะเกิดขึ้นในอนาคตล่วงหน้า 1 เดือน ก่อนที่โปรโมชันตัวใหม่จะออกมา พร้อมทั้งยังมีวารสาร นิตยสารเรื่องสุขภาพ อาหารเพื่อสุขภาพเอาไว้บริการลูกค้าภายในร้านอีกด้วย

4. การใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

เป็นการขายโดยการสื่อสารโดยตรงระหว่างพนักงานขายและลูกค้า ซึ่งการใช้พนักงานขายนั้นลูกค้าจะได้รับความสะดวกสบายในการบริการและได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน ได้โดยสะดวกและรวดเร็ว เป็นการสร้าง โอกาสทางการตลาดให้กับทางร้าน

เพราะการใช้พนักงานขายสื่อสารชี้แจงข้อมูลของกิจกรรมในร้าน รวมทั้งทราบถึงข้อมูลความต้องการ ความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการในเวลาเดียวกันได้

5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

โดยร้านจะมีการสื่อสารทางการตลาดโดยตรงกับลูกค้าสมาชิก โดยมีการจัดทำการ์ดวันเกิด ไปอวยพรลูกค้าที่เป็นสมาชิกของร้าน พร้อมทั้งมอบส่วนลดพิเศษในวันเกิด พร้อมทั้งแนบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของร้านทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่ โปรโมชันใหม่ ซึ่งการใช้การตลาดทางตรงโดยการสื่อสารถึงลูกค้าโดยตรงนั้น จะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความพิเศษและมีความสำคัญ จะเป็นผลต่อความรู้สึกอันดีของลูกค้าที่มีกับร้านและเป็นการสร้างความรู้สึกผูกพันและความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นกับร้านได้ในอนาคต

การประเมินและการควบคุม (Evaluation & Control)

ในการจัดทำแผนการตลาดจำเป็นต้องมีการประเมินผลกิจกรรม เพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จของแผนงานและสามารถวางแผนการทำงานในอนาคตได้ ซึ่งจะใช้วิธีการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจ และการรับรู้ข่าวสารของร้านกับลูกค้าเป้าหมาย โดยจะแจกแบบสอบถามไปตามส่วนราชการ สวนสาธารณะและหมู่บ้านจัดสรรบริเวณใกล้เคียง เพื่อตรวจสอบว่าสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการโฆษณานั้นได้สื่อถึงลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่และใช้การสำรวจความพึงพอใจในสินค้าและบริการของร้านเพื่อใช้ในการปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ในขั้นต่อไป

2. การสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการในร้าน เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ในอนาคต

3. การสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภคและลูกค้าในร้าน โดยพนักงานบริการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะคอยสังเกตความพึงพอใจในสินค้าและบริการของร้านที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการแล้วก็จะเกิดการซื้อซ้ำ การกลับมาใช้บริการและการบอกต่อ สังเกตได้ว่าใครเป็นลูกค้าประจำ กลุ่มลูกค้ากลุ่มใดที่มาใช้บริการมากที่สุด รายการอาหารใดที่เป็นที่นิยมของลูกค้ามากที่สุด ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยในการปรับแผนกลยุทธ์ต่อไป

4. การวัดจากยอดขาย ด้วยวิธีนี้การเก็บสถิติยอดขายเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน รายปี เพื่อดูยอดขายของกิจการ เพราะยอดขายสามารถเป็นตัววัดการใช้บริการและวัดความสำเร็จของกิจการ การส่งเสริมการตลาดและกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน พร้อมทั้งยอดขายจะเป็นตัวที่สามารถช่วยประมาณการช่วงเวลาหนาแน่นของลูกค้าในแต่ละวัน จะช่วยให้ร้านสามารถวางแผนในเรื่องของการผลิตและการให้บริการได้

การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านองค์การและการจัดการ

วิธีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การกำหนดการดำเนินโครงการ

เป็นการกำหนดการดำเนินงานออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ และวางแผนเวลาในการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ดังนี้

ตารางที่ 4.26 กิจกรรมและระยะเวลาดำเนินงาน

กิจกรรม	ระยะเวลา (เดือน)							
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ษ.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.
1. เตรียมการวางแผนปฏิบัติงาน	■	■						
2. การตกแต่งร้าน			■	■				
3. จัดหาอุปกรณ์				■	■			
4. สรรหาและคัดเลือกพนักงาน					■	■		
5. ฝึกอบรมพนักงาน						■	■	
6. การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์							■	■
7. เลือกแหล่งวัตถุดิบและสั่งซื้อ							■	■
8. ตรวจสอบความเรียบร้อยของร้าน								■
9. เปิดดำเนินการกิจการ	เปิดดำเนินการเดือนกันยายน							

2. การกำหนดลักษณะการดำเนินงาน

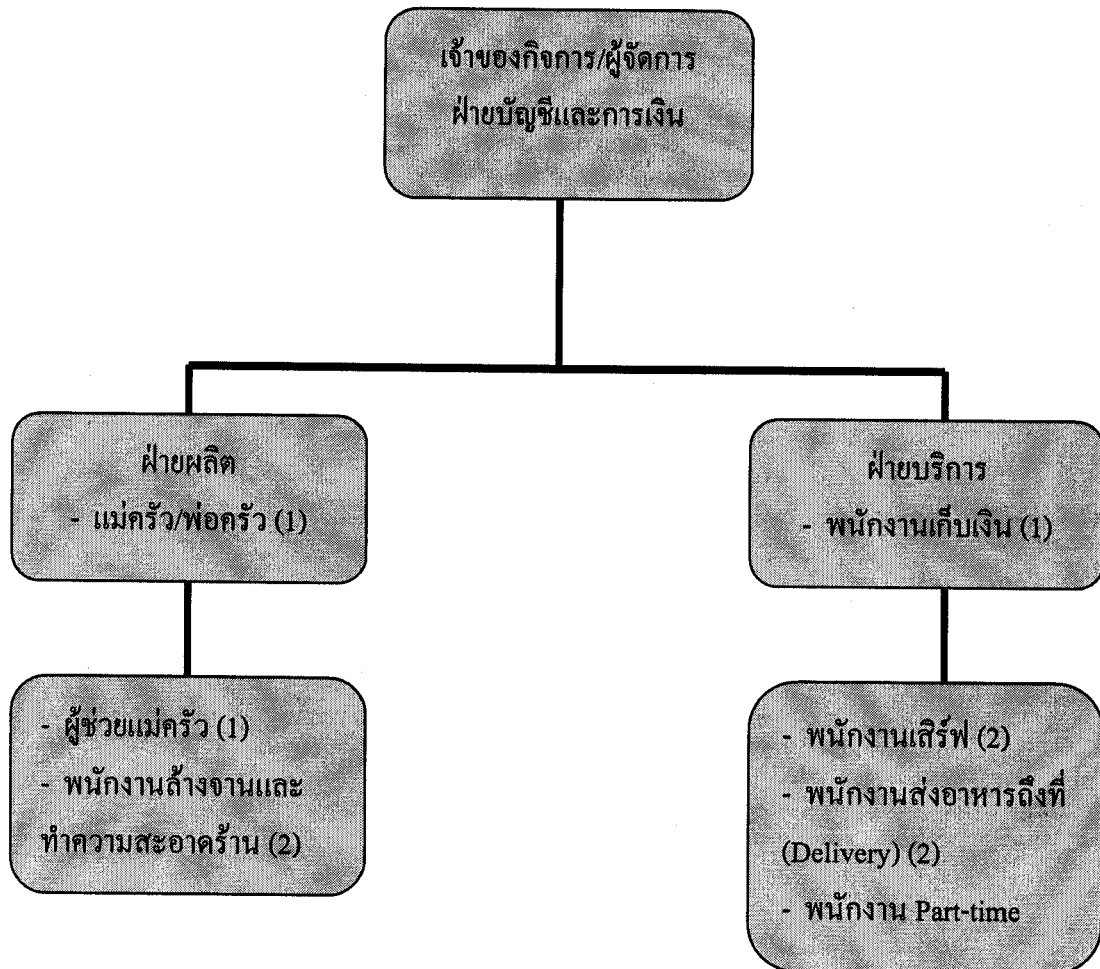
2.1 การเตรียมการปฏิบัติงาน

ช่วงเวลาในการเตรียมการปฏิบัติงานนั้นเป็นช่วงของการเตรียมในเรื่องของการหาทำเลที่ตั้งของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากทางบ้านมีที่ว่างประมาณ 300 ตารางเมตร ในบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล หมู่บ้านการเคหะแห่งชาติและหมู่บ้านพรธิสาร ซึ่งเป็นแหล่งชุมชน การคมนาคมคล่องตัว เหมาะที่จะทำร้านอาหารประกอบกับในบริเวณนั้นยังไม่มีร้านอาหารประเภทเพื่อสุขภาพที่มีความโดดเด่น

ตารางที่ 4.27 รายละเอียดค่าอุปกรณ์สำนักงาน

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าสิ่งปลูกสร้าง	300 ตร.ม		2,300,000
ค่าตกแต่งร้าน			500,000
รวม			2,800,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน			
* โต๊ะ-เก้าอี้ทำงาน	1 ชุด	2,000	2,000
ตู้เก็บภาชนะขนาดใหญ่	1 ชุด	4,500	4,500
ตู้เก็บภาชนะขนาดเล็ก	1 ชุด	2,500	2,500
เครื่องปรับอากาศ	4 เครื่อง	25,000	100,000
* โทรทัศน์	1 เครื่อง	5,000	5,000
เครื่องเก็บเงิน	1 เครื่อง	12,000	12,000
* เครื่องเสียง	1 เครื่อง	5,000	5,000
โต๊ะอาหาร-เก้าอี้ขนาด 2 ที่นั่ง	5 ชุด	4,500	22,500
โต๊ะอาหาร-เก้าอี้ขนาด 4 ที่นั่ง	10 ชุด	6,000	60,000
รวม			213,500
* เครื่องมืออุปกรณ์ในครัว		ครบชุด	250,000
ภาชนะใส่อาหาร ซ้อน ส้อม			20,000
รวม			270,000
รวม			3,283,500

โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 4.3 แผนผังโครงสร้างองค์กร

รูปแบบการบริหารงานภายใน

สำหรับรูปแบบการบริหารงานภายในร้านนั้น ได้เลือกรูปแบบการจัดตั้งเป็นลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว เนื่องจากเป็นกิจการขนาดกลาง เพื่อความรวดเร็วในการบริหารจัดการในทุก ๆ ด้านภายในร้าน จะเป็นการจัดการที่ไม่ซับซ้อน มีสายงานที่รวดเร็วในการปฏิบัติงาน โดยการบริหารจะเป็นไปตามความเห็นของนางสาวจริญา จันทร์คูเมือง

การวางแผนกำลังคน

1. รายละเอียดด้านบุคลากร

รายละเอียดของพนักงานแต่ละตำแหน่ง (จัดจ้างเป็นรายเดือน)

ตารางที่ 4.28 รายละเอียดของพนักงานแต่ละตำแหน่ง

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวนเงินรวม (บาทต่อเดือน)	จำนวนเงินรวม (บาทต่อปี)
1	เจ้าของกิจการ	1	15,000	15,000	180,000
2	แม่ครัว	1	8,500	8,500	102,000
3	ผู้ช่วยแม่ครัว	1	7,500	7,500	90,000
4	พนักงานเสิร์ฟและเก็บเงิน	3	6,500	19,500	234,000
5	พนักงาน Part-time	2	100/วัน	6,000	72,000
6	พนักงานล้างจานและทำความสะอาดร้าน Part-time	1	100/วัน	3,000	36,000
รวม		9		59,500	714,000

**หมายเหตุ พนักงาน Part-time คิดในอัตราชั่วโมงละ 25 บาท ใช้ในสมมติฐานโดยเฉลี่ย 4 ชั่วโมง/วัน/คน

2. การคัดเลือกพนักงาน

ทางร้านจะทำการคัดเลือกพนักงานโดยพิจารณาเปรียบเทียบคุณสมบัติตามรายละเอียดงาน (Job Description) ให้มีความสำคัญกับบุคลิกภาพและประสบการณ์ของผู้สมัคร โดยการคัดเลือกจะกระทำทันทีที่ทราบว่ามีตำแหน่งงานว่าง เพราะตามนโยบายของร้านจะเน้นในเรื่องของการบริการ และในการลาออกของพนักงานทุกตำแหน่งต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้าเป็นเวลา 1 เดือน ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นระยะเวลาในการคัดเลือกพนักงานและสอนงาน

การคัดเลือกพนักงานก่อนการเปิดกิจการครั้งแรกนั้นจะใช้เวลาในการคัดเลือกประมาณ 1 เดือน เพื่อให้มีเวลาเพียงพอสำหรับการฝึกอบรม

3. คุณสมบัติและรายละเอียดของงาน (Job Description)

3.1 ผู้จัดการร้าน (เจ้าของกิจการ)

คุณสมบัติ (Job Specification)

- มีทักษะในการบริหารจัดการ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ
- มีใจรักการบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี
- มีความรับผิดชอบ มีภาวะผู้นำ
- มีความรู้ทางด้านบัญชีและการเงิน

รายละเอียดของงาน (Job Description)

- ดูแลบริหารงานของร้านทั้งหมด ทั้งด้านบุคลากรในร้าน การเงิน การตลาดและการบริการของพนักงาน

- ติดต่อจัดซื้อวัตถุดิบ
- คัดสรรบุคคลเข้าทำงาน ในตำแหน่งต่าง ๆ ของร้าน
- ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

3.2 แม่ครัว

คุณสมบัติ (Job Specification)

- เพศชาย/หญิง มีประสบการณ์ด้านการทำอาหารและมีฝีมือในการทำอาหาร
- มีใจรักการบริการ
- มีสุขอนามัยที่ดี มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดของงาน (Job Description)

- ปปรุงอาหารให้ถูกต้องตามหลักอนามัยและรสชาติอร่อยเหมือนกันทุกครั้งที่สั่ง

- จัดเตรียมวัตถุดิบในการประกอบอาหารเพื่อเตรียมปรุงอาหารตามสั่งและปรุงอาหารประเภทที่ต้องใช้เวลาในการทำล่วงหน้า

- ตรวจสอบเช็ควัตถุดิบที่เหลือในครัวพร้อมแจ้งจำนวนวัตถุดิบในครัวให้นักโภชนาการทราบก่อนการสั่งซื้อสินค้า

- ทำความสะอาดบริเวณที่ประกอบอาหารให้สะอาดอยู่เสมอ

3.3 ผู้ช่วยแม่ครัว

คุณสมบัติ (Job Specification)

- มีประสบการณ์ด้านการปรุงอาหาร
- มีใจรักการบริการ
- มีสุขอนามัยที่ดี มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดของงาน (Job Description)

- จัดเตรียมวัตถุดิบให้พร้อมสำหรับให้แม่ครัวปรุงอาหารตามสั่ง
- ตรวจสอบวัตถุดิบร่วมกับนักโภชนาการ
- ส่งอาหารที่ปรุงเสร็จเรียบร้อยให้พนักงานเดินอาหารและเก็บถาดกลับ
- ทำความสะอาดพื้นครัวและบริเวณที่ใช้จัดเตรียมอาหาร
- ช่วยแม่ครัวเช็ดวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร

3.4 พนักงานเสิร์ฟและพนักงานเก็บเงินคุณสมบัติ (Job Specification)

- วุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ขึ้นไป
- อายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี
- ถ้ามีประสบการณ์ด้านร้านอาหารจะพิจารณาเป็นพิเศษ
- มีบุคลิกภาพดี มีใจรักในงานบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพเรียบร้อย
- มีสุขอนามัยที่ดี ซื่อสัตย์ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดของงาน (Job Description)

- ตรวจสอบเงินทอนก่อนร้านเปิดให้บริการ
- จัดเตรียมอุปกรณ์ โต๊ะ เก้าอี้ ให้อยู่ในสภาพที่เรียบร้อยก่อนเปิดร้าน
- ทำความสะอาดบริเวณ โต๊ะและบริเวณส่วนที่ให้บริการลูกค้า
- ชี้แจงและแนะนำเมนูอาหาร
- คำนวณราคาอาหารและจัดทำใบรายละเอียดโภชนาการในรายการอาหารที่ลูกค้าสั่ง
- รับคำสั่งรายการอาหารจากกลุ่มลูกค้าพร้อมทั้งเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มให้กับลูกค้า
- ให้บริการอื่น ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ

3.5 พนักงานล้างจานและทำความสะอาดคุณสมบัติ (Job Specification)

- วุฒิการศึกษาตั้งแต่ ป.6 ขึ้นไป
- รักความสะอาด ขยัน อดทน
- มีสุขอนามัยที่ดี กระตือรือร้น

รายละเอียดของงาน (Job Description)

- ล้าง อบ จัดเก็บภาชนะต่าง ๆ ภายในร้าน
- ล้างห้องน้ำ ทำความสะอาดพื้น โดยรวมภายในร้านและห้องครัวทั้งก่อนเปิดร้านและ

หลังจากปิดร้าน

- แยกเศษอาหาร ขยะต่าง ๆ
- ทำความสะอาดท่อและวางระบายน้ำ

3.6 พนักงาน Part-time

คุณสมบัติ (Job Specification)

- เพศชาย/หญิง อายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี วุฒิการศึกษา ม.6 ขึ้นไป
- มีบุคลิกดี มีใจรักงานบริการ
- สุขภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดี
- มีสุขอนามัยดีและมีความกระตือรือร้น

รายละเอียดของงาน (Job Description)

- ซ้ำแฉงและแนะนำเมนูให้กับลูกค้า
- รับคำสั่งรายการอาหารจากกลุ่มลูกค้าพร้อมทั้งเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มให้กับลูกค้า
- ให้บริการอื่น ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ

4. การฝึกอบรมพนักงาน

แบ่งการฝึกอบรมพนักงานออกเป็น 2 ส่วน คือ

4.1 ส่วนในครัวและแม่บ้าน

การจัดฝึกอบรมในส่วนนี้จะเป็นการฝึกอบรมในเรื่องของสุขอนามัยและความสะอาดในการประกอบอาหาร การล้างผัก เนื้อ อาหารสดต่าง ๆ ให้สะอาดถูกวิธี การเก็บรักษาของแห้งและของสดให้มีคุณภาพอยู่เสมอ ตลอดจนการฝึกวิธีการทำความสะอาดภาชนะในครัว ภาชนะบนโต๊ะอาหาร อบรมเรื่องการแต่งกายให้เหมาะสมกับหน้าที่ เช่น แม่ครัวและผู้ช่วยต้องมีการใส่หมวกคลุมผมตลอดเวลาเพื่อไม่ให้มีเส้นผมตกลงไปในอาหาร เป็นต้น

4.2 ส่วนพื้นที่ในร้านและการให้บริการ

ส่วนนี้จะฝึกอบรมในเรื่องของการบริการตั้งแต่ลูกค้ามาถึงหน้าประตูว่าพนักงานต้องกล่าวคำต้อนรับว่าอย่างไร การรับคำสั่งของลูกค้าตามระยะเวลาที่กำหนด การแนะนำเมนูอาหาร การแนะนำด้านโภชนาการอาหารขั้นต้น การเสิร์ฟ การสอบถามข้อมูลระหว่างการรับประทานอาหารของลูกค้าในแบบและระยะเวลาที่กำหนด รวมทั้งการสอบถามถึงความพึงพอใจของลูกค้าในเรื่องของสินค้าและบริการเมื่อลูกค้าเสร็จสิ้นการใช้บริการ พร้อมทั้งกล่าวคำขอบคุณและเรียนเชิญให้กลับมาใช้บริการอีกในโอกาสต่อไป ซึ่งการพูดคุยและการบริการจะมีรูปแบบที่เหมือนกันเพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นในการให้บริการและรักษามาตรฐานในการให้บริการให้เหมือนกันทุกคน

**หมายเหตุ ทางร้านจะมีการทำคู่มือการบริการสำหรับทั้งสองส่วนเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งร้านและเพื่อความสะดวกในการฝึกอบรมพนักงานในส่วนต่าง ๆ ที่อาจจะต้องมีการ

หมุนเวียนเข้า-ออกในอนาคต และทางร้านจะมีการประชุมก่อนเปิดร้านประมาณ 10 นาทีเพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการและ Up Date ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกิจกรรมต่าง ๆ ของร้านเพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถสื่อสาร ส่งเสริมการขายและตอบคำถามลูกค้าได้เหมือนกันเพื่อรักษามาตรฐานในการบริการ

ทางร้านจะมีการสอนพนักงานในส่วนงานบริการในเรื่องความรู้ทางวิชาการที่เกี่ยวกับโภชนาการขั้นพื้นฐานเพื่อให้สามารถให้ความรู้และคำแนะนำในเรื่องโภชนาการกับลูกค้าได้

5. การสร้างแรงจูงใจพนักงาน

การสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่ร้านนั้นเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงาน ทำให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน มีความขยันและตั้งใจทำงาน นอกจากการดูแลพนักงานในเรื่องของประกันสังคมแล้ว ทางร้านยังมีการให้เงินพิเศษเพื่อเป็นการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานดังนี้

5.1 การให้เบี่ยขยัน

การให้เบี่ยขยันจะให้สำหรับพนักงานทุกคนที่มาทำงานตรงเวลาไม่มีการขาด ลาหรือมาสายในเดือนนั้น ๆ ซึ่งพนักงานจะได้คนละ 500 บาท สำหรับพนักงานประจำและคนละ 250 บาท สำหรับพนักงาน Part-time

5.2 เงินค่าทิปจากลูกค้า

สำหรับเงินพิเศษที่ลูกค้าให้แก่พนักงานหรือเงินค่าทิปนั้น ทางร้านจะให้เป็นเงินส่วนกลางและมีการหารเฉลี่ยอย่างละเท่า ๆ กันในแต่ละเดือน ทุกคนรวมทั้งพนักงาน Part-time

การควบคุมการผลิต

ทางร้านมีการคำนึงถึงวัตถุดิบในการประกอบอาหารเนื่องจากจุดเด่นของร้าน คือ การเลือกวัตถุดิบที่ไม่มีสารปนเปื้อน ดังนั้นร้านจึงมีกระบวนการในการเลือกสรรวัตถุดิบตลอดจนมีการควบคุมมาตรฐานในการประกอบอาหาร ดังนี้

ขั้นตอนการผลิต

ทางร้านจะคำนึงถึงคุณภาพของกระบวนการผลิตตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบต่าง ๆ ในการปรุงอาหาร โดยเลือกจากผู้แทนจำหน่ายวัตถุดิบที่เชื่อถือได้หรือหาซื้อวัตถุดิบจากตลาดสดน่าซื้อซึ่งเป็นตลาดที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข

นอกจากทางร้านจะคำนึงถึงกระบวนการในการล้างทำความสะอาดต้องสะอาดและถูกสุขอนามัย การใส่ใจปรุงอาหารที่ได้รสชาติที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกงาน โดยทางร้านจะมีสูตรที่

ตายตัว เพื่อรักษารสชาติอาหาร มีการตรวจสอบคุณภาพของอาหารทุกงานเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นถึงความใส่ใจและความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ

ขั้นตอนการผลิตของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ มีดังนี้

การคัดเลือกของสด

ทางร้านจะทำการติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบของสดที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ โดยผักปลอดสารพิษจะเลือกตัวแทนจำหน่ายจากไร่ที่ปลูกผักปลอดสารพิษโดยได้รับเครื่องหมาย Q หรือเลือกผักชนิดที่ปลูกแบบไฮโดรโปนิก ส่วนเนื้อสัตว์ทางร้านจะเลือกซื้อจากตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน เช่น ไก่คัดเลือกจากฟาร์มปิดปลอดเชื้อหรือเลือกซื้อของสดต่าง ๆ ที่ตลาดสดน่าซื้อ ซึ่งเป็นตลาดที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขหรือเลือกซื้อวัตถุดิบจากร้านที่มีป้าย Food Safety หรือสัญลักษณ์ Safe Food Good Health

การเลือกซื้อเครื่องปรุง

ทางร้านจะทำการเลือกซื้อเครื่องปรุงรสโดยดูจากฉลากข้างภาชนะเครื่องปรุงทุกชนิดที่ร้านนำมาใช้ปรุงอาหารนั้นต้องมีเครื่องหมาย อย. รับรองมาตรฐานและเลือกเครื่องปรุงที่ไม่มีสารผสมสารกันบูดและสีผสมอาหารหรือสารปลอมปนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น น้ำตาลทางร้านจะเลือกใช้น้ำตาลที่ไม่ผสมสารฟอสเฟต น้ำปลาที่ใช้จะใช้น้ำปลาแท้ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา เป็นต้น

การเลือกใช้ภาชนะ

ทางร้านเลือกภาชนะในการประกอบอาหารที่ได้มาตรฐาน ได้รับการรับรองการผลิตจากกระทรวงอุตสาหกรรม เลือกใช้อุปกรณ์ที่ไม่มีสารละลายเมื่อโดนความร้อน

การควบคุมมาตรฐานในการประกอบอาหาร

การแต่งกาย

แม่ครัวและผู้ช่วยแม่ครัวต้องแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่มีการซักทำความสะอาดอย่างดี ใส่หมวกคลุมผมตลอดเวลาในการทำงาน โดยเก็บผมทุกเส้นไม่ให้หลุดลงมาจากหมวก

การประกอบอาหาร

แม่ครัวและผู้ช่วยแม่ครัวใส่ถุงมือหรือใช้อุปกรณ์สำหรับตัก ตีบหรือใช้ช้อนตักวัตถุดิบและเครื่องปรุงทุกครั้งในการหยิบจับอาหารตลอดเวลาในการประกอบอาหาร โดยจะไม่ใช่มือในการหยิบจับอาหารโดยตรง แม่ครัวและผู้ช่วยแม่ครัวต้องล้างมือด้วยน้ำยาทำความสะอาดโดยเฉพาะทุกครั้งชั่วโมง

ทางร้านคำนึงถึงกระบวนการผลิตและใส่ใจในการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่การล้างทำความสะอาดโดยการล้างผัก ผลไม้ ทางร้านจะใช้น้ำยาสำหรับล้างผักโดยเฉพาะเพื่อความสะอาดและเพื่อลดปริมาณสารตกค้างให้เหลือน้อยที่สุด พร้อมทั้งทางร้านยังคำนึงถึงการรักษาคุณค่าทางอาหารด้วย

ข้อกำหนดในขั้นตอนการปรุงอาหาร

ในขั้นตอนการปรุงอาหารนั้น สิ่งสำคัญคือ ความสะอาดในการปรุงและวิธีการปรุงอาหารที่รักษาคุณค่าอาหารตามโภชนาการให้ได้มากที่สุด ทางร้านมีขั้นตอนการปรุงอาหารดังนี้

1. การปรุงอาหารทั่วไป

- ทางร้านจะตรวจสอบคุณภาพอาหารก่อนเตรียมวัตถุดิบในการปรุงอาหาร เมื่อเราได้วัตถุดิบต่าง ๆ จากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ ผู้ช่วยแม่ครัวมีหน้าที่ในการเตรียมวัตถุดิบอาหารที่พร้อมจะปรุง โดยก่อนการเตรียมอาหารนั้นต้องมีการตรวจสอบคุณภาพอาหารอีกครั้งก่อนการเตรียมว่าอาหารมีสภาพที่สมบูรณ์ ไม่เน่าเสียและไม่หมดอายุ ไม่มีกลิ่นเปลี่ยนแปลงไป

- ในขั้นตอนการปรุงอาหาร ทางร้านจะใช้อุณหภูมิในการปรุงอาหารให้พอเหมาะแก่อาหารแต่ละอย่าง ซึ่งทั้งนี้อาหารที่ทำต้องสุกอย่างทั่วถึงและต้องใช้ความร้อนที่เพียงพอที่จะสามารถทำลายเชื้อโรคได้

- ไม่ใช่่มือในการหยิบจับอาหารและเครื่องปรุงโดยตรง แม่ครัวและผู้ช่วยจะต้องใช้ถุงมือหรืออุปกรณ์ช่วย เช่น ที่คีบ ที่ตักหรือช้อนตักวัตถุดิบต่าง ๆ และสวมหมวกคลุมผมทุกครั้งในการปรุงอาหาร เพื่อไม่ให้เชื้อโรคจากมือและเส้นผมหลุดร่วงลงในอาหาร

- ทางร้านมีการจัดเตรียมส่วนในการปรุงอาหารและส่วนที่วางอาหารปรุงเสร็จพร้อมเสิร์ฟให้อยู่ห่างกันพอสมควรและเป็นสัดส่วนเพื่อไม่ให้อาหารสดปะปนกับอาหารที่ปรุงเสร็จแล้ว

- อาหารสดและอาหารปรุงเสร็จทุกงานต้องมีฝาปิดทุกครั้งที่ไม่มีการปรุงอาหารหรือระหว่างรอเพื่อเตรียมเสิร์ฟ

- สำหรับประเภทอาหารที่ปรุงเสร็จต้องแช่ตู้เย็นเพื่อรอเสิร์ฟ หรือผลไม้พร้อมเสิร์ฟนั้น ทางร้านจะแยกตู้เย็นสำหรับอาหารปรุงเสร็จและผลไม้ต่างหาก โดยไม่นำไปปนกับตู้เย็นที่เก็บอาหารสด

2. การเตรียมผลไม้

ผลไม้เป็นอาหารสดที่รับประทานโดยไม่ผ่านความร้อน ดังนั้นทางร้านได้มีการจัดเตรียมผลไม้ด้วยความระมัดระวังเป็นพิเศษ ดังนี้

- ผลไม้ที่รับประทานทั้งเปลือกหรือต้องปอกเปลือกก่อนรับประทาน จะต้องล้างทำความสะอาดขั้นต้นก่อนการเก็บรักษา

- ผลไม้ที่สามารถรับประทานได้ทั้งเปลือก เช่น องุ่น แอปเปิ้ล ต้องมีการแช่โซเดียมไบคาร์บอเนต (ผงฟู) ประมาณ 15 นาที เพื่อลดสารพิษตกค้างก่อนนำไปเสิร์ฟหรือทำน้ำผลไม้
- ขณะที่ปอกเปลือกหรือหั่นผลไม้ นั้น แม่ครัวและผู้ช่วยแม่ครัวต้องสวมถุงมือที่สะอาดทุกครั้งเพื่อรักษาความสะอาด ซึ่งถุงมือในการหั่นผลไม้และผักต้องไม่ใช่ถุงมือเดียวกับการหั่นเนื้อสัตว์
- อุปกรณ์เขียง มีดที่ปอกเปลือก ต้องใช้แยกกับการหั่นเนื้อสัตว์ เพื่อความสะอาดและไม่ให้เกิดกลิ่นคาวกับผักและผลไม้

สำหรับการควบคุมรสชาติของอาหารนั้น ทางร้านได้มีการสร้างมาตรฐานการผลิตโดยทางร้านจะมีสูตรอาหาร ซึ่งจะทำให้อาหารทุกงานที่ผลิตออกมานั้น ได้รสชาติและมาตรฐานเหมือนกันทุกงาน

ความสะอาดในห้องประกอบอาหาร

ทางร้านนำหลักการ GMP (Good Manufacturing Practice) และหลักการ HACCP ซึ่งเป็นหลักในการผลิตอาหารและข้อกำหนดพื้นฐานที่จำเป็นในการผลิตอาหารและการควบคุมความสะอาดในการประกอบอาหาร รวมไปถึงสถานที่ประกอบอาหารและวัสดุอุปกรณ์มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับร้าน

ข้อกำหนดในการทำความสะอาดภาชนะและอุปกรณ์

1. ภาชนะที่ใช้ในการเตรียมปรุงและประกอบอาหาร แบ่งออกตามวัสดุได้ดังนี้

- 1.1 ภาชนะที่ทำด้วยโลหะ ได้แก่ สแตนเลส อลูมิเนียม เหล็ก ฯลฯ

การทำความสะอาด

การทำความสะอาดภาชนะที่ทำด้วยโลหะ ได้แก่ สแตนเลส อลูมิเนียมหรือเหล็กนั้น ทางร้านจะใช้โซดาซักล้างภาชนะ โดยใช้โซดาที่ไม่แข็งหรืออ่อนจนเกินไป เพื่อที่จะสามารถทำความสะอาดได้อย่างหมดจด ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ทำลายผิวโลหะนั้น ๆ ด้วย ซึ่งในการซัดล้างนั้น ทางร้านจะใช้น้ำร้อนในการล้างคราบมันและสิ่งสกปรกเพื่อเป็นการฆ่าเชื้อโรคและทำให้ภาชนะสะอาดอีกด้วย

- 1.2 ภาชนะประเภทพลาสติก เช่น ตะกร้า ตะแกรง ฯลฯ

การทำความสะอาด

การทำความสะอาดภาชนะประเภทพลาสติก เช่น ตะกร้า ตะแกรงนั้น ทางร้านจะใช้โซดาซักล้างเพื่อทำความสะอาด ซึ่งโซดาซักล้างพลาสติกนั้นต้องเป็นโซดาอ่อน ไม่คม เพื่อที่จะได้ไม่เกิดรอยถลอกของภาชนะและควรทำความสะอาดทุกครั้งหลังการใช้งานและต้องแยกการใช้ระหว่างอาหารสดประเภทผัก ผลไม้และเนื้อสัตว์ เมื่อทำความสะอาดตอนปิดครัวต้องนำภาชนะพลาสติกทั้งหมดออกผึ่งแดดหรือผึ่งในที่แห้งและมีลมโกรก

2. ภาชนะสำหรับใส่อาหาร ได้แก่ งาน ช้อน ส้อม แก้วน้ำ ฯลฯ

การทำความสะอาด

ทางร้านใช้อ่างที่มีความสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตรจากพื้น มีก๊อกน้ำและใช้ท่อระบายน้ำอย่างน้อย 3 อ่าง พร้อมทั้งอ่างล้างต้องมีที่ดักไขมัน ซึ่งการล้างภาชนะที่ใส่อาหารจำพวก งาน ชาม ช้อน ส้อมต้องล้างแยกอย่างต่างหากกับอ่างล้างแก้วน้ำ ขั้นตอนในการล้างภาชนะ มีดังนี้

- 2.1 กวาดเศษอาหาร/เทน้ำในแก้วทิ้ง
- 2.2 แช่และล้างเศษอาหารทิ้งด้วยน้ำเปล่า
- 2.3 ขัดถูด้วยน้ำยาล้างภาชนะ
- 2.4 ล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง
- 2.5 นำเชื้อโรคด้วยการแช่ในน้ำร้อน 100 องศาเซลเซียส นาน 2 นาที
- 2.6 อบให้แห้ง

3. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ช่วยผ่อนแรง เช่น เครื่องปั่น เครื่องบด

การทำความสะอาด

ต้องล้างน้ำเปล่าทันทีที่ใช้งานเสร็จ เพราะจะช่วยให้ล้างง่ายขึ้น ควรถอดชิ้นส่วนต่าง ๆ ออกมาล้างทีละส่วนเพื่อความสะอาด สำหรับส่วนที่ไม่สามารถถอดล้างได้นั้น ต้องใช้แปรงซี่เล็ก ๆ ขนอ่อนเข้าไปขัดล้างทำความสะอาด หลังจากล้างสะอาดแล้วให้ใช้ผ้าแห้งสะอาดเช็ดให้แห้งและผึ่งลม สำหรับอุปกรณ์ในส่วนที่ทำด้วยสแตนเลสให้แช่น้ำร้อน 100 องศาเซลเซียส นาน 2 นาที ส่วนที่เป็นพลาสติกสามารถใช้แอลกอฮอล์ 70% พ่นฆ่าเชื้อโรคได้

4. เครื่องมือเครื่องใช้อื่น ๆ การใช้เครื่องมือเครื่องใช้ในครัวมีหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติดังนี้

ทางร้านทำการแยกใช้ภาชนะทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นเชิง มีด ตะกร้าใส่อาหาร สำหรับอาหารสดหรือดิบ กับผักและผลไม้

มีด ต้องแยกใช้ตามประเภทของอาหาร ดังนี้

- ก. สำหรับตัด แต่ง ผัก ผลไม้ที่ยังไม่ได้ล้าง
- ข. สำหรับหั่นเนื้อสัตว์ดิบ
- ค. สำหรับเนื้อสัตว์ที่ปรุงเสร็จแล้ว
- ง. สำหรับผลไม้ที่ล้างทำความสะอาดแล้ว

เชิง โดยทั่วไปแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1) เชิงที่ทำจากไม้ เหมาะกับการใช้งานหนัก เช่น หั่นเนื้อสัตว์ สับเนื้อสัตว์ เพราะสามารถทนการขูดขีดได้ดี สามารถล้างทำความสะอาดได้ง่าย มีการดูดน้ำและน้ำมัน ถ้าวาง

ไม่สะอาดจะมีกลิ่น ดังนั้นในการทำความสะอาดเตียงไม้ ต้องใช้มีดขูดเศษอาหารด้านบนออกทุกครั้ง เพื่อไม่ให้เกิดกลิ่นตืดเตียงและควรรักษาเตียงผึ่งแดดทุกวัน

2) เตียงที่ทำจากพลาสติก พื้นผิวมักไม่เรียบและถ้าใช้งานหนักจะเป็นรอยฝังลึกในเนื้อพลาสติก อายุการใช้งานไม่นานเท่าเตียงไม้ ดังนั้นไม่ควรใช้กับงานหนัก ถ้าผิวถลอกก็ควรเลิกใช้งาน

การทำความสะอาด

1. ขูด ขัด ถูเพื่อให้สิ่งสกปรกหลุดออก
 2. ถ้างัดด้วยน้ำล้างภาชนะ โดยใช้แปรงหรือแผ่นใยขัด
 3. ถ้างัดด้วยน้ำสะอาด
 4. ขำเช็ดด้วยน้ำร้อน 100 องศาเซลเซียสหรือสารเคมี
 5. ผึ่งให้แห้งโดยการตากแดดหรือผึ่งไว้ในที่มีลมโกรก มีแสงแดด
5. ผ้าเช็ด อุปกรณ์ต่าง ๆ นั้นเป็นสิ่งที่ทำให้อุปกรณ์สะอาดและขณะเดียวกันก็เป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรคด้วย ดังนั้นทางร้านมีการดูแลและการปฏิบัติดังต่อไปนี้
- 5.1 ใช้แยกกันตามภาชนะ โดยแยกเป็นผ้าเช็ดอุปกรณ์บนโต๊ะอาหาร เช่น จาน ช้อน ส้อม ผ้าสำหรับเช็ดแก้วน้ำและผ้าสำหรับเช็ดอุปกรณ์ในการประกอบอาหารในครัว
 - 5.2 ซักผ้าด้วยน้ำยาซักทุกครั้งหลังจากใช้งานเสร็จและเมื่อใช้งานประจำวันเสร็จแล้วควรซักด้วยน้ำยาซักผ้าและแช่น้ำยาฆ่าเชื้อก่อนนำไปตากแดด
 - 5.3 ผ้าถูพื้น ทางร้านได้แยกผ้าถูพื้นในบริเวณที่มีพื้นสกปรกที่แตกต่างกัน เช่น แยกเป็นผ้าถูพื้นสำหรับใช้ในครัว ผ้าถูพื้นสำหรับใช้ในโรงห้องอาหาร ผ้าถูพื้นบริเวณระเบียงด้านนอก

โปรแกรมทำความสะอาด

ตารางที่ 4.29 โปรแกรมทำความสะอาด

บริเวณ	ผู้ดูแลรับผิดชอบ	ความถี่	วิธีการที่ใช้		
			1	2	3
ภายนอกร้าน	แม่บ้านและพนักงานบริการ	ทุกเช้าก่อนเปิดบริการ	X		
พื้นที่ส่วนบริการลูกค้า	พนักงานบริการ	ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ และเมื่อมีสิ่งสกปรกระหว่างวัน	X	X	
โต๊ะ เก้าอี้	พนักงานบริการ	ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ และเมื่อมีสิ่งสกปรกระหว่างวัน	X	X	
เคาน์เตอร์พนักงานเก็บเงิน	พนักงานเก็บเงิน	ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ	X	X	
บริเวณที่ปรุงอาหาร	แม่ครัว	ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ และเมื่อมีสิ่งสกปรกระหว่างวัน	X	X	
บริเวณที่เตรียมอาหาร	ผู้ช่วยแม่ครัว	ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ และเมื่อมีสิ่งสกปรกระหว่างวัน	X	X	
พื้นครัว	ผู้ช่วยแม่ครัว	ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ และเมื่อมีสิ่งสกปรกระหว่างวัน ทุกสิ้นเดือน	X	X	X
อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว	แม่ครัวและผู้ช่วยแม่ครัว	ทุกครึ่งหลังใช้งาน ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ และเมื่อมีสิ่งสกปรกระหว่างวัน		X	
ท่อระบายน้ำ	พนักงานล้างจาน	ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ			X
ห้องน้ำ	แม่บ้านและพนักงานบริการ	ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ และเมื่อมีสิ่งสกปรกระหว่างวัน		X	

หมายเหตุ 1. เก็บกวาด

2. เช็ด ขัด ล้างโดยใช้น้ำยาทำความสะอาด

3. ใช้น้ำฉีด

ส่วนบริเวณที่เป็นส่วนหน้าร้าน ผู้รับผิดชอบ คือ แม่บ้านและพนักงานบริการมีหน้าที่รดน้ำต้นไม้ ดูแลรักษาต้นไม้ ส่วนการตกแต่งสวนเป็นหน้าที่ของบริษัทภายนอก (Out Sourc)

ขั้นตอนการให้บริการ (Process of Service)

1. การต้อนรับลูกค้า

1.1 พนักงานบริการหน้าร้านเปิดประตูพร้อมกล่าวคำทักทายลูกค้า “สวัสดีค่ะ/ครับ
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ยินดีต้อนรับค่ะ/ครับ”

1.2 พนักงานนำลูกค้าไปยังโต๊ะตามที่ลูกค้าต้องการหรือจัดหาที่ที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าถ้า
มีเด็กมาด้วยให้จัดเก้าอี้สำหรับเด็ก

2. การรับคำสั่งอาหาร

2.1 พนักงานนำเมนูอาหารมาให้ลูกค้าพร้อมทั้งแนะนำอาหารที่เหมาะสมกับลูกค้า อธิบาย
เมนูอาหารและแนะนำโปรโมชันที่กำลังจัดอยู่ของร้าน

2.2 สอบถามถึงเครื่องดื่มเพื่อนำมาบริการก่อน

2.3 ประมาณ 5 นาที พนักงานกลับมารับ Order หรือเข้ามารับ Order เมื่อลูกค้าเรียกหา
(โดยการสังเกตและสบตาลูกค้า)

2.4 ทวนรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งทั้งหมดแล้วนำเมนูอาหารต้นฉบับ ไปป้อนข้อมูลใน
ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อให้คำสั่งอาหารไปปรากฏในครัวและเก็บบันทึกไว้ในระบบเก็บเงิน

3. การปรุงอาหาร

3.1 พนักงานที่ดูแลบาร์นำทำเครื่องดื่มตามคำสั่งของลูกค้า พร้อมทั้งส่งให้พนักงานบริการ
นำไปเสิร์ฟที่โต๊ะลูกค้าตามสั่ง

3.2 ผู้ช่วยแม่ครัวรับคำสั่งอาหารโดยเช็คจากระบบคอมพิวเตอร์ที่ร้องเตือนเมื่อมีการสั่ง
อาหาร โดยการได้รับการส่งข้อมูลจากพนักงานบริการด้าน โถงลูกค้า ผู้ช่วยแม่ครัวพิมพ์รายงานจาก
ระบบคอมพิวเตอร์แล้วเตรียมเครื่องปรุงและวัตถุดิบตามรายการอาหารที่ลูกค้าสั่ง มีการเรียงลำดับ
การสั่งก่อนสั่งหลังของแต่ละโต๊ะ พร้อมส่งให้แม่ครัวทำการปรุงอาหาร

3.3 แม่ครัวปรุงอาหาร

3.4 ผู้ช่วยแม่ครัวนำอาหารที่ปรุงเสร็จมาวางที่โต๊ะพร้อมสำเนา Order ที่พิมพ์จากระบบ
คอมพิวเตอร์ตามโต๊ะต่าง ๆ จากนั้นส่งสัญญาณให้พนักงานบริการนำอาหารไปเสิร์ฟที่โต๊ะลูกค้า

4. การเสิร์ฟอาหาร

4.1 พนักงานนำอาหารจากโต๊ะพักอาหารเพื่อนำไปเสิร์ฟลูกค้า

4.2 เลือกวางอาหารบริเวณที่เห็นว่รบกวนลูกค้าน้อยที่สุด พร้อมทั้งกล่าวคำขอโทษก่อน
วางอาหารบนโต๊ะเพื่อเป็นการบอกลูกค้าว่าอาหารกำลังจะเสิร์ฟลงที่โต๊ะ

4.3 วางอาหารบนโต๊ะ บอกชื่ออาหารพร้อมแจ้งคุณค่าทางโภชนาการหลัก ๆ ของอาหาร
จานนั้น

4.4 นำสำเนาใบรายการอาหารที่มาพร้อมถาดอาหารส่งคืนที่เคาน์เตอร์พนักงานเก็บเงิน เพื่อที่จะตรวจสอบว่ารายการอาหารที่ลูกค้าสั่งได้รับการบริการแล้ว

5. การเก็บเงิน

5.1 พนักงานเก็บเงินทำการค่นรวมค่าอาหารจากระบบคอมพิวเตอร์ตามโต๊ะที่ลูกค้าสั่ง เรียกเก็บเงินพร้อมส่งต่อให้พนักงานบริการลูกค้านำส่งเรียกเก็บเงินกับลูกค้า

5.2 พนักงานบริการนำใบเรียกเก็บเงินให้ลูกค้าเพื่อตรวจสอบพร้อมรับเงิน

5.3 พนักงานบริการรับเงินจากลูกค้าแล้วนำส่งให้พนักงานเก็บเงินที่เคาน์เตอร์ พนักงานเก็บเงินทำการตรวจนับเงินและทำการทอนเงินพร้อมทั้งพิมพ์รายการประมวลผลสารอาหารและ ปริมาณแคลอรีในมื้ออาหารของลูกค้าในแต่ละโต๊ะ แล้วนำบิลไปให้ลูกค้า

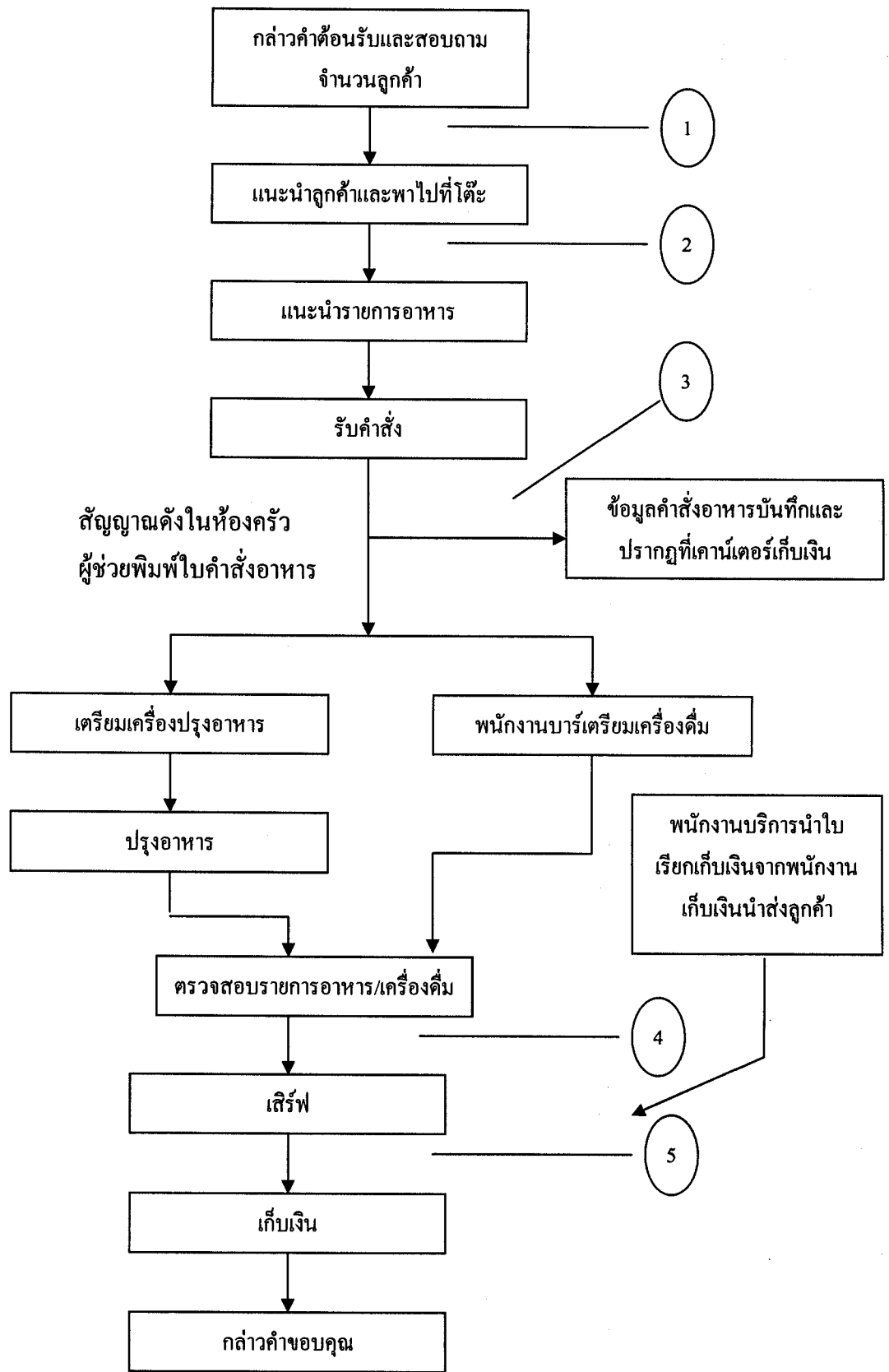
5.4 พนักงานบริการส่งเงินทอนให้กับลูกค้าพร้อมกล่าว “ขอบคุณค่ะ/ขอบคุณครับ โอกาส หน้าเรียนเชิญใหม่นะคะ/ครับ”

6. การเก็บโต๊ะหลังจากลูกค้าใช้บริการ

6.1 พนักงานบริการทำการเก็บจาน ชามที่ลูกค้าใช้แล้ว ทำความสะอาดบนโต๊ะ

6.2 นำจาน ชามที่ใช้แล้วไปส่งให้พนักงานล้างจาน

6.3 จัดเตรียมอุปกรณ์บนโต๊ะด้วยจาน ชามชุดใหม่เพื่อเตรียมความพร้อมในการบริการ



ภาพที่ 4.4 กระบวนการหรือขั้นตอนในการให้บริการลูกค้า

7. วิธีการแก้ไขและการป้องกันจุดที่อาจเกิดความผิดพลาด

7.1 ไม่มีพนักงานต้อนรับลูกค้าบริเวณหน้าร้าน

การแก้ไข

พนักงานที่เห็นลูกค้าก่อนเป็นคนแรกรีบเข้าไปต้อนรับลูกค้า

การป้องกัน

กรณีที่ลูกค้าเยอะหรือพนักงานหน้าร้านต้องไปทำหน้าที่อื่น ๆ ให้มอบหมายหน้าที่ให้พนักงานคนอื่นและทางร้านจะติดกระดิ่งหน้าร้านเพื่อที่จะได้ทราบว่าลูกค้าเข้ามาในร้าน เพื่อที่พนักงานในร้านจะได้เตรียมการบริการล่วงหน้าได้ทันเวลาที่

7.2 ไม่มีโต๊ะว่าง

การแก้ไข

1. ให้พนักงานบริการหน้าร้านเป็นคนจัดคิวเพื่อรอโต๊ะ โดยเชิญให้ลูกค้านั่งตรงโต๊ะรับรองเพื่อรอคิวโดยจะมีนิตยสารอาหารเพื่อสุขภาพให้อ่านรอ

2. จัดน้ำดื่มบริการฟรีให้ลูกค้า

3. นำเมนูอาหารมาให้ลูกค้าเพื่อเลือกสั่งอาหารล่วงหน้าก่อน โดยมีพนักงานบริการคอยแนะนำเมนู

7.3 พนักงานรับคำสั่งรายการอาหารผิด

การแก้ไข

พนักงานกล่าวคำขอโทษลูกค้าอย่างสุภาพและรีบเปลี่ยนอาหารตามคำสั่ง

การป้องกัน

มีการอบรมพนักงานบริการในเรื่องขั้นตอนในการรับคำสั่งอาหารตามกระบวนการอย่างเคร่งครัด เพื่อไม่ให้เกิดการผิดพลาด โดยพนักงานจะต้องทวนรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งทุกครั้งก่อนนำไปคำสั่งไปส่งที่แผนกครัว

7.4 การเสิร์ฟอาหาร

7.4.1 การเสิร์ฟอาหารผิดโต๊ะ

การแก้ไข

พนักงานกล่าวคำขอโทษลูกค้าอย่างสุภาพ

การป้องกัน

พนักงานบริการต้องตรวจสอบกับแผนกครัวอีกครั้งพร้อมเช็คกับแผนกเก็บเงินเพื่อทวนความถูกต้องก่อนนำไปเสิร์ฟ

7.4.2 ลูกค้ำรอาหารนานเกินไป

การแก้ไข

เมื่อลูกค้ำสอบถามถึงรายการอาหารที่สั่งไป พนักงานบริการรีบเช็คกับทางแผนครัวแล้วกลับมาแจ้งลูกค้ำว่าอาหารที่สั่งไปนั้นถึงขั้นตอนใดแล้ว พร้อมกล่าวคำขอโทษลูกค้ำอย่างสุภาพ

การป้องกัน

1. ให้บริการลูกค้ำด้วยการเรียงลำดับก่อนหลังเสมอ
2. พนักงานบริการที่รับผิดชอบได้ะนั้น ๆ ต้องคอยสังเกตระยะเวลาในการรอคอยและต้องเข้าไปถามลูกค้ำว่าอาหารที่สั่งได้รับครบถูกต้องหรือไม่ ตามระยะเวลาที่กำหนดในกระบวนการ

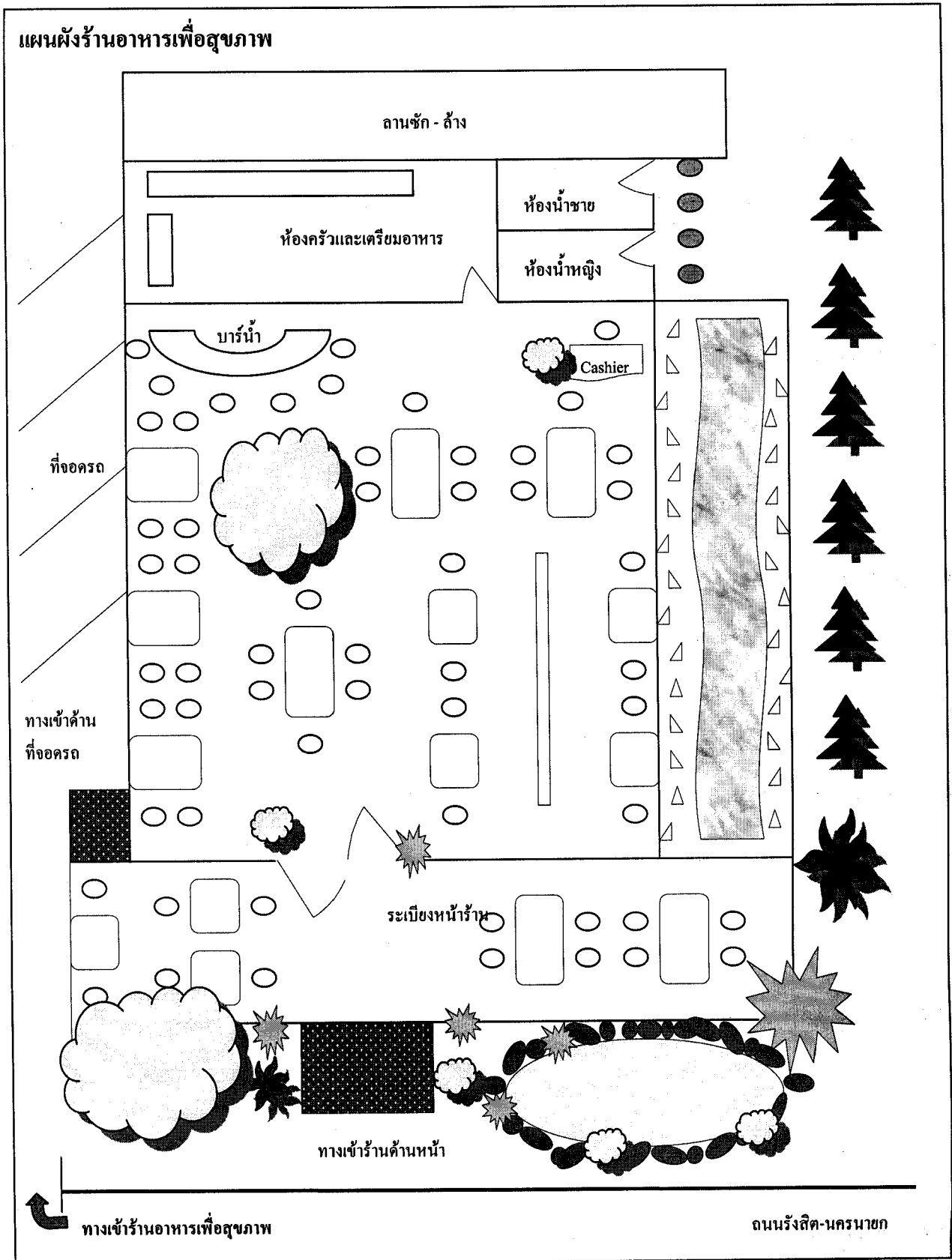
7.5 พนักงานคิดเงินหรือทอนเงินผิด

การแก้ไข

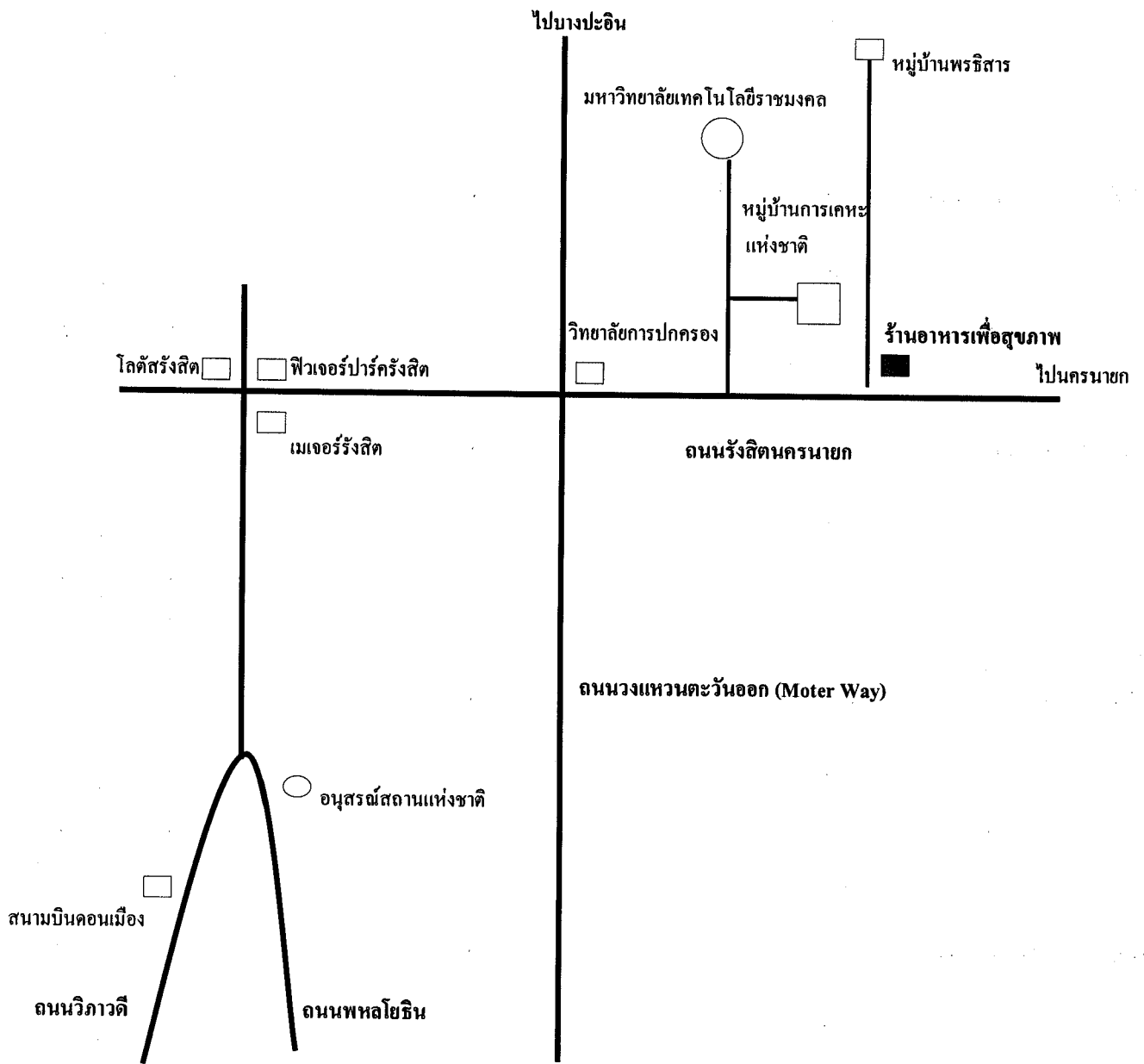
ขอโทษและมอบบัตรส่วนลด 10% ให้ลูกค้ำในครั้งต่อไปที่มาใช้บริการ

การป้องกัน

อบรมพนักงานในการปฏิบัติงานให้รอบคอบตามกระบวนการ



ภาพที่ 4.5 แผนผังร้านอาหารเพื่อสุขภาพ



ภาพที่ 4.6 แผนที่ตั้งของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

กลยุทธ์การดำเนินงานของร้านอาหารเพื่อสุขภาพในระยะสั้นโดยใช้ตัวชี้วัดจากผลการดำเนินงานของพนักงาน (Key Performance Indicator: KPI)

ทางร้านจึงได้นำหลักของ KPI มาเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในร้าน โดยได้แบ่งตัวชี้วัดออกเป็นส่วนต่าง ๆ ตามตำแหน่งและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.30 กลยุทธ์การดำเนินงานของร้านอาหารเพื่อสุขภาพในระยะสั้น โดยใช้ตัวชี้วัดจากผลการดำเนินงานของพนักงาน

กลยุทธ์	KPI	Target	ผู้รับผิดชอบ
กลยุทธ์ด้านการบริการ	- ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการกล่าวคำต้อนรับของพนักงานบริการ	90%	พนักงานบริการ
	- ร้อยละความสามารถในการจัดที่นั่ง	90%	พนักงานบริการ
	- ร้อยละความสำเร็จในการรับคำสั่งอาหาร	90%	พนักงานบริการ
	ระยะเวลาในการรอคอยอาหาร	ไม่เกิน 20 นาที	พนักงานบริการ แม่ครัว/ผู้ช่วยแม่ครัว
	- ร้อยละความสำเร็จในการเสิร์ฟอาหาร	90%	พนักงานบริการ
	- ร้อยละความผิดพลาดในการคิดเงิน ออกใบกำกับภาษี ใบเสร็จรับเงิน	0%	พนักงานบริการ
	- ร้อยละความพึงพอใจในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโปรโมชั่นของร้าน รายการอาหารแนะนำ	90%	พนักงานบริการ
	- ร้อยละความพึงพอใจด้านความสะอาดของบริเวณภายในร้านและรอบบริเวณร้าน	90%	พนักงานบริการ แม่บ้าน

ตารางที่ 4.30 กลยุทธ์การดำเนินงานของร้านอาหารเพื่อสุขภาพในระยะสั้น โดยใช้ตัวชี้วัดจากผลการดำเนินงานของพนักงาน (ต่อ)

กลยุทธ์	KPI	Target	ผู้รับผิดชอบ
	- ร้อยละความพึงพอใจด้าน ความสะอาดของอุปกรณ์บน โต๊ะอาหาร	90%	พนักงานล้างจานและ ทำความสะอาดร้าน
	- ร้อยละความพึงพอใจด้าน ความสะอาดของห้องน้ำ	90%	แม่บ้าน
	- ร้อยละความพึงพอใจของ รสชาติอาหาร	90%	แม่ครัว/ผู้ช่วยแม่ครัว
	- ร้อยละความพึงพอใจต่อ อาหารที่สะอาดและถูก สุขอนามัย	90%	แม่ครัว/ผู้ช่วยแม่ครัว
	- ร้อยละความพึงพอใจที่ ได้รับอาหารและบริการที่ คุ้มค่ากับราคา	90%	เจ้าของกิจการ

กลยุทธ์การดำเนินงานของร้านอาหารเพื่อสุขภาพในระยะยาวโดยการนำร้านเข้าสู่มาตรฐานอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste)

ในระยะยาวร้านจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต โดยเข้าสู่โครงการมาตรฐานร้านอาหารที่เรียกว่า ร้านอาหารสะอาด รสชาติอร่อย หรือ Clean Food Good Taste ซึ่งเป็นมาตรฐานสุขอนามัยที่ดีในการปรุงอาหารจำหน่าย ซึ่งกองสุขาภิบาลอาหาร กรมอนามัยจะเป็นผู้ควบคุมดูแล โดยจะมีการตรวจและให้คะแนนตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ การที่ร้านอาหารมีป้าย Clean Food Good Taste ก็จะเป็นการทำให้ลูกค้ามั่นใจในเรื่องของรสชาติและความสะอาดของร้าน ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการทำร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน

1. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการว่าเมื่อลงทุนไปแล้วจะคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่

2. วิธีการศึกษา

ตั้งสมมติฐานทางการเงินในเรื่องของเงินลงทุนของโครงการ รายได้ของโครงการ รวมถึงค่าใช้จ่ายและต้นทุนการผลิตร้านอาหารของโครงการ

3. ข้อสมมติฐานในการวิเคราะห์ด้านการเงิน

ในการวิเคราะห์ทางการเงินได้ตั้งสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. แหล่งที่มาของเงินทุน

- ส่วนของเจ้าของ	2,503,500	บาท
- จากสถาบันการเงิน	1,000,000	บาท
รวม	3,503,500	บาท

2. อัตราดอกเบี้ยร้อยละ

7%

3. ระยะเวลาคืนเงินกู้

5 ปี

ตารางที่ 4.31 การประมาณการเงินทุนทั้งสิ้นของโครงการ

รายการ	ปีที่ 0
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
- ค่าก่อสร้างและตกแต่ง	2,800,000
- ค่าอุปกรณ์เครื่องครัว	270,000
- เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	263,500
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	70,000
3. เงินทุนหมุนเวียน	100,000
รวม	3,503,500

4. รายละเอียดการลงทุน

4.1 เงินลงทุนเริ่มต้น

เงินลงทุนเริ่มต้นจะถูกใช้จ่ายในเรื่องการตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์ในร้าน อุปกรณ์เครื่องใช้ในสำนักงาน อุปกรณ์เครื่องมือการผลิตและสำรองเงินทุนเริ่มต้นที่เหลือไว้เป็นเงินลงทุนหมุนเวียน

ตารางที่ 4.32 รายละเอียดค่าอุปกรณ์สำนักงาน

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าสิ่งปลูกสร้าง	300 ตร.ม		2,300,000
ค่าตกแต่งร้าน			500,000
รวม			2,800,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน			
* โต๊ะ-เก้าอี้ทำงาน	1 ชุด	2,000	2,000
ตู้เก็บภาชนะขนาดใหญ่	1 ชุด	4,500	4,500
ตู้เก็บภาชนะขนาดเล็ก	1 ชุด	2,500	2,500
เครื่องปรับอากาศ	4 เครื่อง	25,000	100,000
* โทรทัศน์	1 เครื่อง	5,000	5,000
เครื่องเก็บเงิน	1 เครื่อง	12,000	12,000
* เครื่องเสียง	1 เครื่อง	5,000	5,000
โต๊ะอาหาร-เก้าอี้ขนาด 2 ที่นั่ง	5 ชุด	4,500	22,500
โต๊ะอาหาร-เก้าอี้ขนาด 4 ที่นั่ง	10 ชุด	6,000	60,000
โปรแกรมสำเร็จรูปพร้อมคอมพิวเตอร์	1 ชุด	50,000	50,000
รวม			263,500
* เครื่องมืออุปกรณ์ในครัว	ครบชุด		250,000
ภาชนะใส่อาหาร ซ้อน ส้อม			20,000
รวม			270,000
รวม			3,333,500

ตารางที่ 4.33 การชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ย

ปีที่	เงินกู้	ดอกเบี้ยจ่าย 7%	ผ่อนคืนเงินต้น	รวมเงินต้นและ ดอกเบี้ย
1	1,000,000	70,000	200,000	270,000
2	800,000	56,000	200,000	256,000
3	600,000	42,000	200,000	242,000
4	400,000	28,000	200,000	228,000
5	200,000	14,000	200,000	214,000

4.2 การคำนวณหาต้นทุนในการผลิตอาหารต่อจาน

สมมติฐานยอดขายของโครงการ

4.2.1 รายได้ในปีที่ 2-5 ธุรกิจได้มีการกำหนดให้ยอดขายเพิ่มขึ้น สมมติฐานให้รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ทุกปีตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นไป คิดจากแนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศซึ่งมีอัตราการขยายตัวเท่ากับร้อยละ 5.7 และจากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ทำการสำรวจและวิจัยข้อมูลแสดงแนวโน้มตลาดและการแข่งขันของธุรกิจกลุ่มร้านอาหารมีอัตราการเจริญเติบโตประมาณ 10% ตลาดของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในจังหวัดปทุมธานีเติบโตร้อยละ 5 ดังนั้นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ มีความสามารถและศักยภาพที่สามารถทำรายได้มากกว่านี้ ซึ่งตั้งสมมติฐานให้มีรายได้มากกว่าร้อยละ 5.7 คืออยู่ที่ร้อยละ 7 เพราะธุรกิจคาดว่าจะได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค เนื่องจากผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในด้านสุขภาพ

4.2.2 การประมาณการรายได้โดยใช้วิธีการคำนวณดังต่อไปนี้

การประมาณการยอดขายของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ มาจากสมมติฐานของข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ทำการสำรวจความสนใจในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและความถี่ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้เราสามารถประมาณการยอดขายได้ดังต่อไปนี้

ประชากรในเขตอำเภอธัญบุรีในปี 2550 มีทั้งสิ้น	120,350 คน
เพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปี จนถึง 55 ปี คือกลุ่มเป้าหมายหลัก มีจำนวนทั้งสิ้น	36,000 คน
เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 40	14,416 คน
ชอบรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรุงโดยใช้วัตถุดิบที่ไม่มีสารพิษเจือปน เช่น การใช้ผักปลอดสารพิษ ไม่ใส่ผงชูรส คิดเป็นร้อยละ 28	= 14,416 x 28% = 4,036 คน
โอกาสและความสนใจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 5%	

$$= 4,036 \times 5\% = 201 \text{ คน}$$

ความถี่ที่กลุ่มเป้าหมายหลักรับประทานเพื่อสุขภาพคือ 6-10 มื้อ ต่อสัปดาห์ คิดโดยเฉลี่ยเท่ากับ 8 มื้อต่อสัปดาห์

$$\begin{aligned} \text{ใน 1 วัน ความถี่ที่กลุ่มเป้าหมายรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ} &= 8/7 = 1.14 \text{ มื้อต่อวัน} \\ &= 1 \text{ มื้อต่อวัน} \end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายหลักที่จะมารับประทานอาหารที่ร้าน} = 201 \times 1 = 201 \text{ คน}$$

สมมติว่าให้ลูกค้าสั่งอาหารในร้าน โดยเฉลี่ยในราคา 49 บาท 50% ราคา 69 บาท จำนวน 40% ราคา 99 บาท จำนวน 10% (จากจำนวนงานที่ขายได้ทั้งปี) และลูกค้าทุกคนสั่งน้ำดื่ม ราคา 29 บาท

ตัวอย่าง สมมติว่าให้ลูกค้าสั่งอาหารในร้าน โดยเฉลี่ยในราคา 49 บาท คิดเป็น 50%

$$\text{จากยอดขายรวมต่อปี} = 36,180 \times 49 = 1,772,820 \text{ บาท}$$

ดังนั้นประมาณการรายได้โดยเฉลี่ยทั้งปีจะได้ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 4.34 ประมาณการยอดขายปีที่ 1-5

รายละเอียด		ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
จำนวนงาน (72,360)	72,360					
ราคา 49 บาท (50%)	50%	1,772,820	1,896,917	2,029,702	2,171,781	2,323,805
ราคา 69 บาท (40%)	40%	1,997,136	2,136,936	2,286,521	2,446,577	2,617,838
ราคา 99 บาท (10%)	10%	716,364	766,509	820,388	877,577	939,007
รวม		4,486,320	4,800,362	5,136,388	5,495,935	5,880,650
จำนวนแก้ว (72,360)						
ราคา 29 บาท	29	2,098,440	2,245,331	2,402,504	2,570,679	2,750,627
รวม		6,584,760	7,045,693	7,538,892	8,066,614	8,631,277

โดยสมมติฐานที่ว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้น 7%

ตารางที่ 4.35 การคำนวณหาต้นทุนในการผลิตอาหารต่องาน

ต้นทุนคงที่ (บาทต่อปี)	
เงินเดือน	714,000
ค่าไฟฟ้า	84,800
ค่าน้ำประปา	4,800
ค่าสิ่งปลูกสร้าง ค่าตกแต่งภายในและสวน (คิดค่าเสื่อมราคาร้อยละ 20)	560,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน (คิดค่าเสื่อมราคาร้อยละ 20)	52,700
ค่าเครื่องมืออุปกรณ์ (คิดค่าเสื่อมราคาร้อยละ 20)	54,000
รวม	1,469,500

ตารางที่ 4.36 ประมาณการยอดขาย (งานต่อปี) สำหรับอาหาร

ในเวลา 1 วันสามารถจำหน่ายอาหารได้	201
ในเวลา 1 เดือนจำหน่ายอาหารได้ (201 x 30)	6,030
ในเวลา 1 ปีจำหน่ายอาหารได้ (5,520 x 12)	72,360

ต้นทุนคงที่จัดสรรต่องาน $1,028,650/72,360 = 14.22$

*สมมติฐานต้นทุนคงที่ทั้งหมดใช้ในการผลิตอาหาร 70% ใช้ในการผลิตเครื่องดื่ม 30%

ตารางที่ 4.37 ประมาณการยอดขายเครื่องดื่ม (แก้วต่อปี)

ในเวลา 1 วันสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มได้	201
ในเวลา 1 เดือนจำหน่ายเครื่องดื่มได้ (201 x 30)	6,030
ในเวลา 1 ปีจำหน่ายเครื่องดื่มได้ (5,520 x 12)	72,360

ต้นทุนคงที่จัดสรรต่อแก้ว = $440,850/72,360 = 6.09$ บาท

ตารางที่ 4.38 ต้นทุนผันแปรต่องาน (สำหรับอาหารจานเดียว) ราคา 49 บาท

ต้นทุนผันแปรต่องาน	
ค่าอาหารสด ผักปลอดสารพิษ เนื้อสัตว์	14 บาท
ค่าแก๊ส	4 บาท
รวมต้นทุนผันแปรต่องาน	18 บาท

ต้นทุนทั้งหมดต่องาน = $14.22 + 18 = 32.22$ บาท

ผู้ประกอบการต้องการกำไรประมาณร้อยละ 50 ของต้นทุนทั้งหมด = 16.11 บาท

ฉะนั้น ผู้ประกอบการต้องตั้งราคาขายอาหารจานเดียว = $32.53 + 16.11 = 48.32$ บาท

ตารางที่ 4.39 ต้นทุนผันแปรต่องาน (สำหรับอาหารเป็นก๋วยเตี๋ยว Set 1) ราคา 69 บาท

ต้นทุนผันแปรต่องาน	
ค่าอาหารสด ผักปลอดสารพิษ เนื้อสัตว์	27 บาท
ค่าแก๊ส	4 บาท
รวมต้นทุนผันแปรต่องาน	31 บาท

ต้นทุนทั้งหมดต่องาน = $15.04 + 31 = 44.53$ บาท

ผู้ประกอบการต้องการกำไรประมาณร้อยละ 50 ของต้นทุนทั้งหมด = 22.61 บาท

ฉะนั้น ผู้ประกอบการต้องตั้งราคาขายอาหารจานเดียว = $45.22 + 22.61 = 67.82$ บาท

ตารางที่ 4.40 ต้นทุนผันแปรต่องาน (สำหรับอาหารเป็นก๋วยเตี๋ยว Set 2) ราคา 99 บาท

ต้นทุนผันแปรต่องาน	
ค่าอาหารสด ผักปลอดสารพิษ เนื้อสัตว์	47 บาท
ค่าแก๊ส	4 บาท
รวมต้นทุนผันแปรต่องาน	51 บาท

ต้นทุนทั้งหมดต่องาน = $14.22 + 51 = 65.22$ บาท

ผู้ประกอบการต้องการกำไรประมาณร้อยละ 50 ของต้นทุนทั้งหมด = 32.61 บาท

ฉะนั้น ผู้ประกอบการต้องตั้งราคาขายอาหารจานเดียว = $65.22 + 32.61 = 97.82$ บาท

ตารางที่ 4.41 ต้นทุนผันแปรต่อแก้ว (สำหรับเครื่องดื่ม) ราคา 29 บาท

ต้นทุนผันแปรต่อจาน	
ค่าเครื่องดื่ม	11 บาท
ค่าน้ำแข็ง	1 บาท
รวมต้นทุนผันแปรต่อแก้ว	12 บาท

ต้นทุนทั้งหมดต่อแก้ว = $6.09 + 12 = 18.09$ บาท

ผู้ประกอบการต้องการกำไรประมาณร้อยละ 50 ของต้นทุนทั้งหมด = 9.05 บาท

ฉะนั้น ผู้ประกอบการต้องตั้งราคาขายอาหารจานเดียว = $18.09 + 9.05 = 27.14$ บาท

ตารางที่ 4.42 เปรียบเทียบราคาร้านอาหารระหว่างร้านอาหารเพื่อสุขภาพกับคู่แข่งทางตรง ในหน่วยการบริโภคต่อหนึ่งจาน

ร้านอาหาร	ราคาเฉลี่ยต่อจาน (บาท)	การตั้งราคา (บาท)
ร้านตะวันเงิน	35	$(35 + 55 + 65 + 30 + 90) / 5$ $= 55$
ร้านตะเกียงแก้ว	55	
ร้าน Black Jack	65	
ร้านอาหารเจ	30	
ร้าน Green Line	90	

การตัดสินใจในการกำหนดราคาขั้นต้นของกิจการร้านอาหารเพื่อสุขภาพจึงตั้งราคา ณ ระดับที่กิจการสามารถเข้ามาได้ อาจจะตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งบางราย แต่ก็ไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ทางร้านเลือกกลยุทธ์นี้มาประกอบการตัดสินใจในการตั้งราคา ลักษณะนี้ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคและวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจผู้บริโภคในลักษณะที่เป็นของดีมีคุณภาพ ดังนั้นการใช้ของที่มีคุณภาพ ต้นทุนของอาหารก็จะสูงกว่าการใช้วัตถุดิบโดยทั่วไป แต่ก็ยังคงเกาะกลุ่มราคาอาหารระดับกลางเพื่อที่จะทำให้เกิดความถี่ในการบริโภคซ้ำ ดังนั้นราคาอาหาร โดยเฉลี่ยของร้านจึงเลือกอยู่ที่ราคา 49-99 บาท เนื่องจากทั้งปริมาณและคุณภาพที่ทางร้านได้มอบให้กับลูกค้าถือว่าคุ้มค่าต่อเงินที่ลูกค้าเสียเงินมาบริโภค ซึ่งราคาที่คาดว่าจะขายนั้น ยังสามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นที่อยู่ในตลาดเดิมได้

5. สมมติฐานด้านค่าใช้จ่าย

5.1 สมมติฐานประมาณการค่าน้ำประปา

ตารางที่ 4.43 ประมาณการค่าน้ำประปาของกิจการ

รายละเอียด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
ค่าน้ำประปา	4,800	5,280	5,808	6,389	7,028

โดยสมมติฐานที่ว่าการใช้ค่าน้ำประปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ตามประมาณการรายได้ ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นไป

5.2 สมมติฐานประมาณการค่าไฟฟ้า

ตารางที่ 4.44 ประมาณการค่าไฟฟ้าของกิจการ

รายละเอียด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
ค่าไฟฟ้า	84,000	92,400	101,640	111,804	122,984

โดยสมมติฐานที่ว่าการใช้ไฟฟ้าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ตามประมาณการรายได้ ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นไป

5.3 สมมติฐานประมาณการค่าโทรศัพท์

ตารางที่ 4.45 ประมาณการค่าโทรศัพท์ของกิจการ

รายละเอียด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
ค่าโทรศัพท์	6,000	6,600	7,260	7,986	8,785

โดยสมมติฐานที่ว่าการใช้โทรศัพท์จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ตามประมาณการรายได้ ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นไป

5.4 สมมติฐานประมาณการเงินเดือนพนักงาน

ตารางที่ 4.46 ประมาณการเงินเดือนของพนักงานของกิจการ

รายละเอียด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
เงินเดือนพนักงาน	714,000	749,700	787,185	826,544	867,871

โดยสมมติฐานที่ว่าเงินเดือนพนักงานจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ตามประมาณการรายได้ ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นไป

5.5 สมมติฐานค่าประกันสังคม

ตารางที่ 4.47 ประมาณการค่าประกันสังคม

รายละเอียด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
จำนวนเงิน (บาท/ปี)	35,700	39,270	43,197	47,517	52,268

โดยสมมติฐานว่าค่าประกันสังคมอัตราร้อยละ 10 ของเงินเดือน โดยกิจการจ่ายค่าประกันสังคมให้กับพนักงาน ร้อยละ 5 ของเงินเดือน

5.6 สมมติฐานประมาณการค่าภาษีป้าย

ตารางที่ 4.48 ประมาณการค่าภาษีป้าย

รายละเอียด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
ภาษีป้าย	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000

โดยสมมติฐานว่าให้ภาษีป้าย คิดในอัตราเท่ากันทุกปี ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

5.7 สมมติฐานประมาณการค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

ตารางที่ 4.49 ประมาณการค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

รายละเอียด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	66,000	66,000	66,000	66,000	66,000

โดยสมมติฐานว่าให้เท่ากันทุกปี

5.8 สมมติฐานประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ตารางที่ 4.50 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายละเอียด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000

โดยสมมติฐานว่าให้เท่ากันทุกปี

5.9 สมมติฐานค่าเสื่อมราคา

การคิดค่าเสื่อมราคาจะใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาแบบวิธีเส้นตรง (Straight Line Method) โดยสมมติฐานกำหนดให้สินทรัพย์ถาวรมีมูลค่าซากเท่ากับ 0

$$\text{ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์} = \frac{\text{ราคาทุนของสินทรัพย์} - \text{ราคาซาก}}{\text{อายุการใช้งาน}}$$

เครื่องจักรอุปกรณ์ อุปกรณ์การดำเนินงาน ตัดค่าเสื่อมระยะเวลา 5 ปี ดังนั้นสามารถคำนวณหาราคาค่าเสื่อม ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.51 ประมาณการค่าเสื่อมราคา

รายการ	มูลค่า (บาท)	ระยะเวลา (ปี)	อัตราค่าเสื่อม ราคา	ค่าเสื่อมราคา ต่อปี
ค่าสิ่งปลูกสร้าง	2,800,000.00	5	คิดแบบเส้นตรง	560,000.00
อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	263,500.00	5	คิดแบบเส้นตรง	52,700.00
เครื่องมืออุปกรณ์ครัว	270,000.00	5	คิดแบบเส้นตรง	54,000.00
รวม				666,700.00

5.10 สมมติฐานภาษีเงินได้

คิดภาษีเงินได้แบบบุคคลธรรมดา (ภงด.91) จะต้องยื่นแบบชำระภาษีภายในเดือนมีนาคม
ของทุกปี โดยมีอัตรากำหนด ดังนี้

ตารางที่ 4.52 ประมาณการภาษีเงินได้

เงินได้สุทธิ	อัตรากำหนด (%)
0 – 100,000	0
100,001 – 500,000	10
500,001 – 1,000,000	15
1,000,001 ขึ้นไป	20

5.11 สมมติฐานต้นทุนผันแปร

ตารางที่ 4.53 สมมติฐานต้นทุนผันแปร

รายละเอียด		ปี				
		2551	2552	2553	2554	2555
	จำนวน					
จำนวนงาน (72,360)	72,360 งาน					
ราคา 49 บาท (50%)	50% 36,180	1,772,820	1,896,917	2,029,702	2,171,781	2,323,805
ราคา 69 บาท (40%)	40% 28,944	1,997,136	2,136,936	2,286,521	2,446,577	2,617,838
ราคา 99 บาท (10%)	10% 7,236	716,364	766,509	820,388	877,577	939,007
รวม		4,486,320	4,800,362	5,136,388	5,495,935	5,880,650
	จำนวน					
ต้นทุนผันแปรต่องาน	งาน					
ราคา 49 บาท (17 บาท)	18 36,180	651,240	696,827	745,605	797,797	853,643
ราคา 69 บาท (29 บาท)	31 28,944	897,264	960,072	1,027,278	1,099,187	1,176,130
ราคา 99 บาท (47 บาท)	51 7,236	369,036	394,869	422,509	452,085	483,731
รวม		1,917,540	2,051,768	2,195,392	2,349,069	2,513,504
ต้นทุนผันแปรต่อแก้ว						
ราคา 29 บาท (12 บาท)	72,360	868,320	929,102	994,140	1,063,729	1,138,190
รวมต้นทุนผันแปรทั้งหมด		2,785,860	2,980,870	3,189,531	3,412,798	3,651,694

โดยสมมติฐานว่าต้นทุนผันแปรจะเพิ่มขึ้น 7%

ประมาณการยอดขาย

ตารางที่ 4.54 ประมาณการยอดขาย

รายละเอียด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
ประมาณการยอดขาย	6,584,760	7,045,693	7,538,892	8,066,614	8,631,277

คิดโดยอัตราการเติบโต 70%

ประมาณการต้นทุนการผลิต

ตารางที่ 4.55 ประมาณการต้นทุนการผลิต

รายการ	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
วัตถุดิบทางตรง					
ค่าอาหาร (14.22 x 66,240)	941,933	1,007,868	1,078,419	1,153,908	1,234,682
ค่าเครื่องคั้ม (6.09 x 66,240)	403,402	431,640	461,854	494,184	528,777
รวม	1,345,334	1,439,508	1,540,273	1,648,092	1,763,459

โดยสมมติฐานที่ว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้น 7%

6. งบประมาณคาดการณ์

6.1 งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 4.56 งบกำไรขาดทุน

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ
ประมาณการงบกำไรขาดทุนรายปี
สำหรับระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่ปี 2551 – 2555 หน่วย:บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	6,584,760	7,045,693	7,538,892	8,066,614	8,631,277
หัก ต้นทุนคั้นแปรรูป	1,917,540	2,051,768	2,195,392	2,349,069	2,513,504
กำไรขั้นต้น	4,667,220	4,993,925	5,343,500	5,717,545	6,117,773
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
เงินเดือนพนักงาน	714,000	749,700	787,185	826,544	867,871
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	66,000	66,000	66,000	66,000	66,000
ค่าเสื่อมราคาสินค้าคงคลัง	560,000	560,000	560,000	560,000	560,000
ค่าเสื่อมราคาเฟอร์นิเจอร์เครื่องใช้สำนักงาน	52,700	52,700	52,700	52,700	52,700
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ในครัว	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000
ค่าน้ำ	4,800	5,280	5,808	6,389	7,028
ค่าไฟ	84,000	92,400	101,640	111,804	122,984
ค่าประกันสังคม	35,700	39,270	43,197	47,517	52,268
ภาษีป้าย	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	1,620,200	1,668,350	1,719,530	1,773,954	1,831,851
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	3,047,020	3,325,575	3,623,970	3,943,591	4,285,922
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	64,438	51,747	38,138	23,546	7,898
กำไรสุทธิ	2,982,582	3,273,828	3,585,832	3,920,045	4,278,024

6.2 ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ
 ตารางที่ 4.57 ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ

ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ
 สำหรับระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี 2551-2555

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ					
รายได้จากการขาย	6,584,760	7,045,693	7,538,892	8,066,614	8,631,277
เงินกู้จากธนาคาร	1,000,000	0	0	0	0
รวมกระแสเงินสดรับ	7,584,760	7,045,693	7,538,892	8,066,614	8,631,277
กระแสเงินสดจ่าย					
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	3,333,500	0	0	0	0
ต้นทุนผันแปร	2,785,860	2,980,870	3,189,531	3,412,798	3,651,694
เงินเดือนพนักงาน	714,000	749,700	787,185	826,544	867,871
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	66,000	66,000	66,000	66,000	66,000
ค่าน้ำ	4,800	5,280	5,808	6,389	7,028
ค่าไฟ	84,000	92,400	101,640	111,804	122,984
ค่าประกันสังคม	35,700	39,270	43,197	47,517	52,268
ภาษีป้าย	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000
ชำระคืนเงินต้น	175,562	188,253	201,862	216,454	232,102
ดอกเบี้ยจ่าย	64,438	51,747	38,138	23,546	7,898
รวมกระแสเงินสดจ่าย	7,312,860	4,222,520	4,482,361	4,760,053	5,056,846
กระแสเงินสดสุทธิ	271,900	2,823,173	3,056,531	3,306,562	3,574,431

8. การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

1. ระยะเวลาคืนทุนโดยใช้อัตราคิดลด (Discounted Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุน คือ จำนวนปีที่กระแสเงินสดรับคิดลดของ โครงการคุ้มทุนกับเงินลงทุน เริ่มต้นหรือระยะเวลาที่กระแสเงินสดคิดลดสะสมของโครงการเป็นศูนย์พอดี จากข้อจำกัดของ ระยะเวลาคืนทุนที่ไม่คำนึงถึงมูลค่าเงินตามระยะเวลา จึงได้นำวิธีการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนที่ ใช้อัตราส่วนคิดลด ซึ่งอัตราคิดลด คือ ต้นทุนเงินทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital: WACC) โดยสามารถคำนวณต้นทุนของแหล่งเงินทุนได้ ดังนี้

ต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่เจ้าของโครงการต้องการ

จะคำนวณจากผลตอบแทนที่มีความเสี่ยงต่ำมากหรือ ไม่มีความเสี่ยง ได้แก่ เงินฝากธนาคาร ประเภทเงินฝากประจำ 12 เดือน ปัจจุบันอัตราดอกเบี้ยเท่ากับ 5% ต่อปีและรวมค่าชดเชยความเสี่ยง ที่เจ้าของกิจการต้องการ 10% ต่อปี รวมเป็น 15% ต่อปี ส่วนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว = 7% ต่อปี (MRL)

คำนวณจากสูตร

$$WACC = (\text{สัดส่วนเงินกู้ยืม} \times \text{ต้นทุนเงินทุน}) + (\text{สัดส่วนเงินทุนของผู้เป็นเจ้าของ} \times \text{ต้นทุนเงินทุนของผู้เป็นเจ้าของ})$$

$$WACC = (28.54 \% \times 7\%) + (71.46\% \times 15\%)$$

$$WACC = 14\% \text{ (ดังนั้น ต้นทุนของแหล่งเงินทุน โครงการนี้เป็นอัตราส่วนลดเท่ากับ 14\%)}$$

ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period: PB)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	เงินลงทุนคงเหลือ
0	0	3,503,500
1	271,900	3,231,600
2	2,823,173	408,427
3	3,056,531	-2,648,104
4	3,306,562	-5,954,665
	$\frac{408,427}{3,056,531} \times 12$	= 1.60349253

ฉะนั้นระยะเวลาคืนทุนของโครงการคือ 2 ปี 2 เดือน

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นวิธีการที่เปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับกับเงินลงทุนในโครงการ

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t}$$

เมื่อ CF_0 = เงินลงทุนครั้งแรก
 CF_t = กระแสเงินสดสุทธิในปีที่ t
 k = ต้นทุนของเงินทุนของโครงการ (Project's cost of capital) ซึ่งจะใช้เป็นอัตราส่วนลด (Discount rate)

อัตราคิดลด 14% ในเวลา 5 ปี

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลด	มูลค่าปัจจุบัน
0	(3,503,500.00)	1	(3,503,500.00)
1	271,900.00	0.8772	238,510.68
2	2,823,173.00	0.7695	2,172,431.62
3	3,056,530.61	0.675	2,063,158.16
4	3,306,561.60	0.5921	1,957,815.12
5	3,574,431.50	0.5194	1,856,559.72
		มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	4,784,975.31

ดังนั้นโครงการซึ่งมีอายุ 5 ปี จะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 4,784,975.31 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

3. วิธีหาอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่แท้จริง (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนการลงทุนที่แท้จริงเป็นการหาอัตราผลตอบแทนหรืออัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจากโครงการเท่ากับเงินลงทุนแรกเริ่ม

$$C_0 = \sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}$$

$\sum_{t=1}^n$ คือ ผลบวกของมูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับสุทธิรายปี ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ n

B_t คือ กระแสเงินสดรับสุทธิรายปีตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่ n

R คือ อัตราผลตอบแทนลดค่า (IRR)

C_0 คือ เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มต้นโครงการ

IRR = 49% (ใช้โปรแกรม Excel ช่วยในการคำนวณ)

ดังนั้น โครงการมีอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงเท่ากับร้อยละ 49% ซึ่งสูงกว่าต้นทุนของเงินลงทุนที่ร้อยละ 14 ทำให้โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ดัชนีวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index)

เป็นวิธีที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรของโครงการและแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนเงินลงทุนกับเงินลงทุนสุทธิ

$$\begin{aligned} \text{ดัชนีวัดความสามารถในการทำกำไร} &= \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ}}{\text{เงินลงทุน}} \\ &= \frac{4,784,975.31}{3,503,500} \\ &= 1.37 \text{ เท่า} \end{aligned}$$

ดัชนีวัดความสามารถในการทำกำไรมีค่าเท่ากับ 1.37 เท่า หมายความว่า เงินที่ลงทุนไปหนึ่งบาทจะสร้างผลตอบแทนกลับ 1.37 บาท ดังนั้น โครงการนี้จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

จากการศึกษาทางการเงิน สามารถสรุปรายละเอียดผลการศึกษาดังแสดงในตาราง ตารางที่ 4.58 การสรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

รายการ	ผลการศึกษา
เงินลงทุน	3,503,500 บาท
ต้นทุนเงินลงทุน (Cost of capital)	14%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	4,784,975.31 บาท
อัตราผลตอบแทนจากโครงการ	49%
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 2 เดือน
ดัชนีความสามารถในการทำกำไร	1.37
ผลการประเมินโครงการ	อยู่ในระดับน่าลงทุน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินและผลประเมินโครงการแสดงให้เห็นว่าโครงการมีความน่าสนใจและมีความเป็นไปได้ด้านการเงิน เนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนที่น่าสนใจและมีระยะคืนทุนที่ไม่ยาวนานและมีผลตอบแทนที่น่าสนใจ

แผนสำรองฉุกเฉิน

เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารมีคู่แข่งจำนวนมากทั้งยังเป็นธุรกิจที่เข้าและออกจากอุตสาหกรรมได้ง่าย ทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งร้านอาหารยังขึ้นอยู่กับรสนิยมนิยม ความชอบส่วนบุคคลและกระแสนิยม ซึ่งทำให้ยากต่อการคาดการณ์ จึงอาจทำให้เกิดเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามคาดการณ์ ในส่วนของความต้องการมาใช้บริการของลูกค้า ซึ่งหากมีลูกค้ามาใช้บริการที่ร้านน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ จะส่งผลกระทบต่อกำไรของร้านที่จะส่งผลกระทบต่อไปถึงเงินเดือนพนักงานและกระแสเงินสดของร้าน ถ้าร้านไม่สามารถแก้ไขได้ทันในระยะเวลาอันรวดเร็ว จะทำให้ร้านขาดสภาพคล่อง

แผนฉุกเฉินที่ทางร้านได้เตรียมการไว้ในกรณีที่มียังมีจำนวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ ทางร้านจะจัดโปรโมชั่นและตั้งราคาแข่งขันใหม่ โดยจะจัดเป็น Set ราคาประหยัด มีการทำกลยุทธ์เชิงรุกในการตลาดโดยไปออกร้านตามงานต่าง ๆ เช่น งานมหกรรมอาหารที่ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ครังสิต งานกาชาดประจำจังหวัด มีการทำประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น โดยจะใช้สื่อโปสเตอร์และแผ่นพับ มีการพัฒนาเมนูอาหารใหม่ ๆ จัดทำระบบส่งอาหารถึงที่ (Delivery) และถ้าสถานการณ์ดังกล่าวมีผลทำให้สภาพคล่องทางการเงินของร้านลดลง ทางร้านได้เตรียมการขอกู้เงินจากธนาคารเพิ่ม

ข้อสรุปที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่าง

สรุปจากข้อมูลของแบบสอบถามที่ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน พบว่ามีความถี่ในการนิยมออกไปรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ 1 มื้อต่อวัน โดยเฉลี่ยค่าใช้จ่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมจ่ายหรือมีกำลังจะจ่ายอยู่ที่ 50-100 บาท ต่อคนต่อมื้อ อาหารที่นิยมมากที่สุด คืออาหารตามสั่ง อาหารที่นิยมบริโภค คือ อาหารที่มีการปรุงโดยใช้ทั้งเนื้อสัตว์และผัก

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพพบว่า อาหารเพื่อสุขภาพในความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ คือ อาหารที่ใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน ส่วนใหญ่รู้จักและเคยลองรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ สาเหตุที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ คือ ต้องการให้ร่างกายแข็งแรงและถ้ามีร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีรสชาติอร่อย สะอาด ได้รับรองมาตรฐานจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข มีราคาไม่แพง ตั้งอยู่ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี พบว่าลูกค้าร้อยละ 5 มีความต้องการที่จะไปใช้บริการและร้อยละ 71 ยังไม่แน่ใจ

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. สรุปการวิจัย

จากการทำการวิจัยตลาดทำให้เราทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค เป้าหมายสามารถวิเคราะห์และแบ่งส่วนตลาดได้อย่างชัดเจน การเลือกตลาดธุรกิจต่าง ๆ นั้น ใช้วิธีการตลาดเพื่อมุ่งสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีขั้นตอนการดำเนินการ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Segmentation)

ขั้นที่ 2 การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Market Target)

ขั้นที่ 3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Market Positioning)

1. การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาดจะพิจารณาในการแบ่งประชากรหรือตลาดโดยรวมในเขตจังหวัด ปทุมธานีด้วยพฤติกรรม คุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพและข้อมูลจากการวิเคราะห์แบบสอบถาม ดังนี้

- กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี

การเลือกซื้อและการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนต้น เป็นกลุ่มนักศึกษาหรือวัยที่เริ่มต้นการทำงาน วัยนี้จะสนใจทดลองความแปลกใหม่

- กลุ่มอายุ 21-30 ปี

เป็นผู้ที่เริ่มมีรายได้เป็นของตัวเอง มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้อย่างเต็มที่ ชอบสินค้าที่สามารถดูแลรูปลักษณ์ภายนอกได้ เช่น ดูแลรูปร่างแต่เนื่องจากรายได้ยังไม่มากนัก จึงมีอำนาจซื้อจำกัด

- กลุ่มอายุ 31-40 ปี

ผู้ที่อยู่ในวัยนี้เริ่มมีการศึกษาหาข้อมูลของสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตนเอง เริ่มสนใจสุขภาพทั้งความแข็งแรงด้านร่างกายและการใส่ใจรูปร่าง

- กลุ่มอายุ 41-60 ปี

การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่อยู่ในวัยนี้มักจะเกิดจากประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้า มีการศึกษาหาข้อมูลของสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสูง ประกอบกับเริ่มเป็นวัยที่ห่วงใยสุขภาพของตัวเอง

- กลุ่มอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป

การตัดสินใจซื้อเกิดจากประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้า มีอำนาจตัดสินใจร่วมในการพิจารณาสินค้า ประกอบกับวัยนี้จะต้องควบคุมเกี่ยวกับการบริโภค จึงมีข้อจำกัดการซื้อสินค้าเพื่อการบริโภค

2. การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Market Target)

- กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มคนทำงานที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 21-50 ปี มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไปและมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบความแปลกใหม่และห่วงใยให้ความสำคัญกับสุขภาพทั้งภายในและภายนอกของร่างกายอันได้แก่ รูปร่าง

- กลุ่มเป้าหมายรอง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ กลุ่มนักศึกษาซึ่งมีอายุน้อยกว่า 21 ปี มีความสนใจที่จะทดลองสิ่งใหม่ ๆ และชอบความสะดวกสบาย กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มคนที่อายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป ซึ่งกลุ่มนี้จะสนใจสุขภาพร่างกายอย่างแท้จริง มีการศึกษาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้าและเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ทางด้านารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและดื่มน้ำสมุนไพร จึงมีความเป็นไปได้ที่กลุ่มนี้จะทดลองรับประทานอาหารที่ร้าน

3. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Market Positioning)

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นการออกแบบสร้างข้อเสนอการขายและภาพลักษณ์ของสินค้าให้ลูกค้าเป้าหมายเข้าใจและเห็นคุณค่าเพื่อที่จะเปรียบเทียบกับกิจการของกลุ่มคู่แข่ง แต่เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์แนวใหม่ที่ยังไม่มีคู่แข่งทางตรงดำเนินการทางธุรกิจในลักษณะเดียวกัน ดังนั้นจึงวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นผู้นำตลาด โดยวางภาพลักษณ์ให้อยู่ลักษณะของผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริงและจะสร้างแบรนด์โดยให้มีมาตรฐานรับรองจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข เพื่อสร้างความรู้สึกรับรองในเรื่องของมาตรฐานอาหารและเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริงให้เกิดในใจของผู้บริโภค

2. การอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินธุรกิจและการตลาดมีลักษณะพลวัต บริษัทอาจประสบความสำเร็จล้มเหลวได้ ถ้าไม่สร้างและคงไว้ซึ่งความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ในปัจจุบันการแข่งขันในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีความรุนแรงและเข้มข้นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะไปสอดคล้องกับทฤษฎีของ Michael E. Porter โครงร่างในการวิเคราะห์พลังผลักดันทั้ง 5 ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ได้หลากหลายและค่อนข้างมีประโยชน์ในการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมและความสามารถในการทำกำไรหรือความน่าดึงดูดใจของอุตสาหกรรม

ปัจจุบันกระแสการรักสุขภาพของคนไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นตามลำดับและเริ่มเป็นสภาวะที่ยั่งยืน ไม่ใช่แฟชั่นหรือกระแสนิยมอีกต่อไป สาเหตุเนื่องมาจากสภาพสังคมในปัจจุบันที่มีความเร่งรีบ รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนก็เปลี่ยนไป คนต้องการความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ประกอบกับในปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคมีการศึกษาและมีความรู้เพิ่มมากขึ้น รู้จักเลือกที่จะทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น

จากการสังเกตจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันประชาชนในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี มีการดูแลสุขภาพรูปร่างและความแข็งแรงของร่างกาย โดยการออกกำลังกายเพิ่มมากขึ้น แต่นอกจากการออกกำลังกาย การพักผ่อนที่เพียงพอแล้ว การหันมาใส่ใจเรื่องอาหารการกินก็เป็นสิ่งจำเป็นที่คนเริ่มหันมาให้ความสนใจกันมากขึ้น

โครงสร้างร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จึงเกิดขึ้นจากการเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจ จากกระแสสภาวะการตื่นตัวในการดูแลสุขภาพและเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน แต่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเน้นไปทางอาหารเจ อาหารมังสวิรัต อาหารชีวจิต และร้านอาหารสำหรับควบคุมน้ำหนัก แต่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพนี้ เป็นร้านอาหารที่ทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย สามารถเข้ามารับประทานได้ โดยมั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะได้รับอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ ซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละคน

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพนี้จะนำเสนออาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลายและสามารถจัดอาหารได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละคน โดยเฉพาะ มีกรรมวิธีที่สะอาดถูกหลักอนามัย มีรสชาติอร่อย ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่คัดสรรมาอย่างดี สด สะอาดและปลอดภัย ท่ามกลางบรรยากาศสบาย ๆ ในสวนสวย ลูกค้าจะได้รับอาหารที่คุ้มค่างับราคา ซึ่งสามารถหาข้อมูลหรือคำแนะนำต่าง ๆ ในเรื่องอาหารและสุขภาพได้ที่ร้าน พร้อมมีกิจกรรมเพื่อสุขภาพที่น่าสนใจตลอดปี

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ กำหนดเป้าหมายสำหรับปีที่ 1 คือ การทำให้ร้านเป็นที่รู้จักในด้านความแปลกใหม่และโดดเด่นในแง่ความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพและความเป็นเลิศทางด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการสร้างการรับรู้เพื่อก่อให้เกิดการตลาดมาใช้บริการจากลูกค้าและมีอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ 5% ตั้งแต่ปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 นอกจากนี้ยังเป็นร้านที่อยู่ในใจของผู้บริโภคเป็นอันดับแรกเมื่อนึกถึงร้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริง ซึ่งลูกค้าจะมอบความไว้วางใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์และบริการ ในส่วนการลงทุนของร้านจะเป็นการจัดหาเงินทุน 2 ส่วน คือ ส่วนของเจ้าของกิจการ 2,333,500 บาทและจากการกู้ธนาคาร 1,000,000 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 3,333,500 บาท ภายใต้สภาวะการณ์ปกติ ทางร้านจะมีระยะเวลาคืนทุนที่ 3 ปี 2 เดือน มีมูลค่าปัจจุบัน 5,235,596.06 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนและมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ 42%

3. ข้อเสนอแนะ

จากการประเมินตลาดและผลิตภัณฑ์ของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อยู่ในตลาดเก่า ดังนั้นเพื่อให้กิจการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ทางร้านควรดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเน้นการสร้างแตกต่างจากร้านอาหาร อาหารมังสวิรัต โดยการใช้ข้อมูลทางโภชนาการ ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและให้คำปรึกษาทางโภชนาการ พร้อมทั้งยังควรใช้กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง
2. ใช้ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจ 8 ประการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ขั้นตอนการผลิต (Process) พนักงาน (People) ผลผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity) รูปลักษณ์ทางกายภาพ
3. ใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดโดยใช้สื่อโฆษณาทางโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว การส่งเสริมการขายโดยพนักงาน การออกร้านเสนอสินค้า

แต่อย่างไรก็ดีถ้าหากสภาวะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกไม่ตรงกับการศึกษาหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปจากที่ศึกษาเอาไว้ กิจการควรจะมีการประเมินสถานการณ์พิจารณาสิ่งแวดล้อมใหม่ในทุก ๆ ด้านและวิเคราะห์ผลกระทบต่อกิจการใหม่ รวมทั้งควรเปลี่ยนการวางแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อที่จะทำให้กิจการสามารถปรับตัวให้ทันกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ข้อมูลสำหรับการเริ่มต้นร้านอาหาร
 [ออนไลน์] 2542 [อ้างเมื่อ 18 มิถุนายน 2549] จาก
<http://www.dbd.go.th/thai/develop/restaurant.htm>. 2548
- คอตเตอร์ ฟิลิป (2540) การบริหารตลาด กรุงเทพมหานคร บิสสิเนสสกูล
 บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2547) ฟาสต์ฟู้ด'47:แข่งเดือดกระแสสุขภาพแรง
 [ออนไลน์] 2547 [อ้างเมื่อ 18 มิถุนายน 2549]. จาก <http://www.kasrikron.co.th/Business>
- พัคตร์ผจง วัฒนสินธุ์และดร.พสุ เศษะรินทร์ (2542) การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ
 กรุงเทพมหานคร คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิบูล ทีประपाल (2545) หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่21 กรุงเทพมหานคร มิตรสัมพันธ์กราฟ
 ฟิค
- มานิต มานิตเจริญ (2519) พจนานุกรมไทย กรุงเทพมหานคร บำรุงสาสน์
- เขาวพา สุวตติ โภชนบัญญัติ [ออนไลน์] 2548 [อ้างเมื่อ 15 เมษายน 2548] จาก
<http://www.gpo.or.th/rdi/Htmls/food.html>.
- ราชบัณฑิตยสถาน (2546) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 กรุงเทพมหานคร
 นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์
- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัดมหาชน (2548) สภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2549
 [ออนไลน์] 2548 [อ้างเมื่อ 9 กันยายน 2548] จาก
http://www.krungsri.net/app/cout/secimg/rsd_reserch_industry/Economic_Outlook.swf
- ศิริจรยา เครือวิริยะพันธ์ “พฤติกรรมกรบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ” วารสารเกษตรพระจอมเกล้า
 2545 18(3): 51-59
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2542) องค์การและการจัดการ กรุงเทพมหานคร ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สุพดี กิตติวเรล (2548) โครงการอาหารเพื่อสุขภาพ อุบลราชธานี งานส่งเสริมการวิจัย
 สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- สำนักงานเขตชัยบุรี (2550) สมุดรายนงานสถิติจังหวัด พ.ศ. 2550 ปทุมธานี สำนักงานเขตชัยบุรี
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542) การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี กรุงเทพมหานคร
 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อโนทัย ตรีวานิชย์ (2545) สถิติสำหรับการวิจัยธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ภาควิชาสถิติ
 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บรรณานุกรม (ต่อ)

อัจฉรา พุ่มฉัตร (2547) “หลักการ HACCP” [ออนไลน์] 2547 [อ้างเมื่อ 20 กันยายน 2548] จาก

<http://www.thaifactory.com>

ยุทธัน โจเอล เอฟ (2544) การจัดการการเงิน กรุงเทพมหานคร บัณฑิต

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

โภชนาการเพื่อสุขภาพ

โภชนบัญญัติข้อปฏิบัติเพื่อสุขภาพที่ดี

ในอดีตคนไทยกินอาหารให้ถูกหลักโภชนาการเพื่อให้มีภาวะโภชนาการที่ดี โดยการกินอาหารให้ครบ 5 หมู่ และกินอาหารให้ได้ “สารอาหาร” ครบถ้วนเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย ซึ่งคนไทยส่วนมากรู้จักมักคุ้นกับอาหารหลัก 5 หมู่ เป็นอย่างดี จึงต้องยอมรับว่า “อาหารหลัก 5 หมู่” เป็นจุดเริ่มต้นที่คนไทยใช้เป็นหลักยึดปฏิบัติในการกินอาหารตลอดมา

ณ ปัจจุบันสังคมไทยได้มีการนำวัฒนธรรมตะวันตกมายึดปฏิบัติอย่างแพร่หลาย จนเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตรวมถึงพฤติกรรมกรบริโภคอาหาร ซึ่งผลจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้สะท้อนปัญหาสุขภาพหลาย ๆ อย่าง เช่น โรคขาดสารอาหารยังขจัดไม่หมดสิ้น โรคอันเกิดจากภาวะโภชนาการ ได้แก่ โรคอ้วน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคเบาหวาน ฯลฯ ได้ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ อันเป็นสาเหตุของการเจ็บป่วยและการตายที่สำคัญในลำดับต้น ๆ ของคนไทย กล่าวได้ว่าต้นเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดโรคต่าง ๆ เกิดจากคนไทยยังขาดความรู้และแนวปฏิบัติที่ถูกต้องในการกินอาหาร ด้วยเหตุนี้กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขและมหาวิทยาลัยมหิดล ร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ร่วมกันจัดทำ “ข้อปฏิบัติกรกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย” ขึ้นหรือที่เรียกว่า “โภชนบัญญัติข้อปฏิบัติเพื่อสุขภาพที่ดี” ซึ่งมี 6 ข้อ ดังนี้

1. กินปลา เนื้อสัตว์ไม่ติดมัน ไข่และถั่วเมล็ดแห้งเป็นประจำ ปลาเป็นโปรตีนคุณภาพดีและย่อยง่าย ถั่วเมล็ดแห้งเป็นโปรตีนจากพืชที่ใช้กินแทนเนื้อสัตว์ได้
2. ดื่มนมให้เหมาะสมตามวัย นมช่วยให้กระดูกและฟันแข็งแรง เด็กควรกินนมวันละ 2-3 แก้ว ผู้ใหญ่ควรดื่มนมพร่องมันเนยวันละ 1-2 แก้ว
3. กินอาหารที่มีไขมันแต่พอควร กินอาหารประเภททอด ผัดและแกงกะทิแต่พอควร เลือกกินอาหารประเภทต้ม นึ่ง ย่าง (ที่ไม่ไหม้เกรียม) เป็นประจำ
4. หลีกเลี่ยงการกินอาหารรสหวานจัดและเค็มจัด กินอาหารมากเสี่ยงต่อการเกิดโรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคหัวใจและโรคหลอดเลือด กินเค็มมากเสี่ยงต่อการเกิดโรคความดันโลหิตสูง
5. กินอาหารที่สะอาด ปราศจากการปนเปื้อน อาหารที่ไม่สุกและปนเปื้อนเชื้อโรครวมทั้งสารเคมี เช่น สารบอแรกซ์ สารกันรา สารฟอกขาว ฟอร์มาลีนและยาฆ่าแมลง ซึ่งเป็นตัวทำให้เกิดโรค
6. งดหรือลดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพราะทำให้มีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคความดันโลหิต โรคตับแข็ง โรคมะเร็งหลอดอาหารและโรคร้ายแรงอีกมากมาย

1. องค์ประกอบสู่สุขภาพที่ดี

สุขภาพที่ดี หมายถึง การมีสภาพร่างกายและจิตใจที่ดีปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ การปฏิบัติตัวต่อไปนี้จะช่วยให้มีสุขภาพดี

1. รับประทานอาหารให้มีความหลากหลาย รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ในปริมาณที่พอเหมาะเป็นประจำทุกวัน จะช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบถ้วน
2. มีกิจกรรมและออกกำลังกายที่สมดุลกับอาหารที่รับประทานและรักษาน้ำหนักให้อยู่ในเกณฑ์ปกติ อาหารที่รับประทานจะให้พลังงานแก่ร่างกายเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ หากไม่ทำกิจกรรมที่ต้องใช้พลังงานก็จะทำให้อ้วนได้เพราะพลังงานที่ไม่ได้ใช้จะถูกเก็บสะสมไว้ในร่างกาย
3. รับประทานข้าว ผัก ผลไม้ ข้าวกล้องจะมีใยอาหารซึ่งช่วยป้องกันโรค
4. รับประทานอาหารที่มีไขมันในปริมาณที่พอเหมาะ โดยเลือกรับประทานไขมันทั้งจากพืชและสัตว์
5. รับประทานน้ำตาลให้น้อยลง การรับประทานน้ำตาลมากเกินไปอาจทำให้ระดับน้ำตาลในเลือดสูงและอาจเป็นโรคเบาหวานได้
6. รับประทานเกลือให้น้อยลง การรับประทานเกลือหรืออาหารเค็มจัดบ่อย ๆ จะทำให้ความดันโลหิตสูงกว่าปกติ
7. ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในปริมาณที่พอเหมาะ

2. อาหาร 5 หมู่

1. หมู่ไขมัน ได้แก่ ไขมันและไขมันจากพืชและสัตว์จะให้พลังงานและความอบอุ่นแก่ร่างกาย
2. หมู่เนื้อ ได้แก่ นม ไข่ เนื้อสัตว์ต่าง ๆ ถั่วเมล็ดแห้งและงา ซึ่งจะช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโตแข็งแรงและช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ
3. หมู่แป้งและน้ำตาล ได้แก่ ข้าว แป้ง เผือก มันและน้ำตาลให้พลังงานแก่ร่างกาย
4. หมู่ผัก ได้แก่ พืชต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างการทำงานของร่างกายให้เป็นปกติ
5. หมู่ผลไม้ ได้แก่ ผลไม้ต่าง ๆ ให้ประโยชน์เช่นเดียวกับหมู่ที่ 4

3. เมนูอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับบุคคลธรรมดาใน 1 สัปดาห์

วัน \	มือ	เช้า	กลางวัน	เย็น
จันทร์		- ข้าวกล้อง - คัมสัมปลานิลใส่มะขาม อ่อน - ผัดผักรวมมิตร - ผลไม้สด (ฝรั่ง)	- ข้าวเหนียว - ปลาตุ๋นย่าง - ส้มตำ, ผักทอด - กลัวย่น้ำหว่าสุก	- ข้าวกล้อง - แกงจืดเต้าหู้อ่อน + วั่น เส้น - ปั่นปลานิล, ผักลวก - นมจืด
อังคาร		- โจ๊ก (ราข้าว) - ไข่ลวก - นมสดหรือนมถั่วเหลือง - ผลไม้สด	- ข้าวเหนียว - ลาบเนื้อ - ซุปหน่อไม้ - ส้มตำ - ลูกเดือยน้ำกะทิ	- แกงป่าหัวปลี - ปลาสดทอด - ผัดเปรี้ยวหวาน - สับปะรด (หรือผลไม้ ตามฤดูกาล)
พุธ		- ข้าวสวย (ข้าวซ้อมมือ ล้วนหรือผสมข้าวขาว) - แกงจืดผักกวางตุ้ง - ไข่ทอด - นมสดหรือนมถั่วเหลือง - ผลไม้	- ก๋วยเตี๋ยวผัดไท - ถั่วเขียวคัมน้ำตาล	- คัมข่าเห็ดกับหน่อไม้ - ผัดพริกขิงถั่วฝักยาว - ปลาแป๊ะชะ-น้ำจิ้ม - ชมพู่ (หรือผลไม้ตาม ฤดูกาล)
พฤหัสบดี		- ข้าวผัด - แกงจืดถั่วงอก - นมสดหรือนมถั่วเหลือง - ผลไม้สดหรือน้ำผลไม้	- ขนมจีนน้ำพริก - ข้าวเหนียวคัมน้ำกะทิ	- แกงเขียวหวานเต้าหู้ - ปลาเค็มหรือปลาไส้ตัน ทอด - ผัดผักจับจ่าย - พุทรา
ศุกร์		- ข้าวต้มเครื่อง - นมสดหรือนมถั่วเหลือง - ผลไม้สด	- ราดหน้าเส้นใหญ่	- แกงส้มผักรวม - ปลาเจ๋น - ผัดฟักทอง - ส้มเขียวหวาน (หรือ ผลไม้ตามฤดูกาล)

วัน \ มือ	เช้า	กลางวัน	เย็น
เสาร์	- โจ๊ก (รำข้าว) - นมสดหรือนมถั่วเหลือง - ผลไม้สด	- ข้าวคอกกะปิ - เต้าหู้แข็ง	- ดมย่ำไก่ใส่เห็ด - น้ำพริกกะปิผักสดหรือ ลวก - ปลาทุทอด - ฟรุ้ง (หรือผลไม้ตาม ฤดูกาล)
อาทิตย์	- ก๋วยเตี๋ยวผัดซีอิ้ว นมสดหรือนมถั่วเหลือง - ผลไม้สด	- สุกียากี้ - สาเกเปียกถั่วดำ	- แกลงเลี้ยงผักรวม - พะแนงเห็ดเป็ยื้อ - ก๋วยเตี๋ยวหอมหรือผลไม้ อื่นๆ

4. สารแนะนำ

1. การเลือกซื้อและการล้างผักสดให้สะอาด ปลอดภัย

1.1 การเลือกซื้อผักสดจะต้องสังเกต

- การเลือกซื้อผักสดที่สะอาดไม่ควรมีคราบดิน หรือคราบขาวของสารพิษกำจัดศัตรูพืช หรือเชื้อราตามใบ ตามซอกหรือก้านผัก

- เลือกซื้อผักสดที่มีรูพรุนเป็นรอยกัดแทะของหนอนแมลงอยู่บ้าง ไม่ควรเลือกซื้อผักที่มีใบสวยงาม เพราะหนอนกัดเจาะผักได้แสดงว่ามีสารพิษกำจัดศัตรูพืชในปริมาณที่ไม่เป็นอันตรายมาก

- เลือกซื้อผักสดอนามัยหรือผักกางมุ้งตามโครงการพิเศษของกรมวิชาการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

1.2 วิธีการล้างผักสด เพื่อลดปริมาณเชื้อโรค ไข่พยาธิ สารพิษตกค้างในผักสด

- ปอกเปลือกหรือลอกเปลือกชั้นนอกของผักสดออกแกะเป็นกลีบหรือแกะใบออกจากต้น

- ล้างผักด้วยน้ำสะอาดหลาย ๆ ครั้งและคลี่ใบดู หรือล้างโดยการใช้น้ำที่ออกไหลผ่านผักสดนานอย่างน้อย 2 นาที หรือใช้สารละลายอื่น ๆ ในการล้าง ดังนี้

1.2.1 ใช้น้ำยาล้างผัก (ตามที่มีผู้ผลิตแนะนำ)

1.2.2 ใช้คลอรีน (ผงปูนคลอรีน 1 ช้อนชาต่อน้ำ 20 ลิตร)

1.2.3 ใช้น้ำเกลือ (เกลือ 2 ช้อนโต๊ะพูนต่อน้ำ 4 ลิตร)

1.2.4 ใช้น้ำโซดา (โซเดียมไบคาร์บอเนต 1 ช้อนโต๊ะต่อน้ำ 4 ลิตร)

1.2.5 ใช้น้ำส้มสายชู (น้ำส้มสายชู 1 ถ้วยต่อน้ำ 4 ลิตร)

แล้วจึงนำมาล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้ง ก็สามารถลดหรือขจัดพิษภัยต่าง ๆ ในผักสดออกได้ ผู้บริโภคก็จะปลอดภัยในการบริโภคผักสด

2. ข้อปฏิบัติเบื้องต้นเพื่อให้อาหารมีความปลอดภัยในการบริโภคมี 10 ประการ ดังนี้คือ

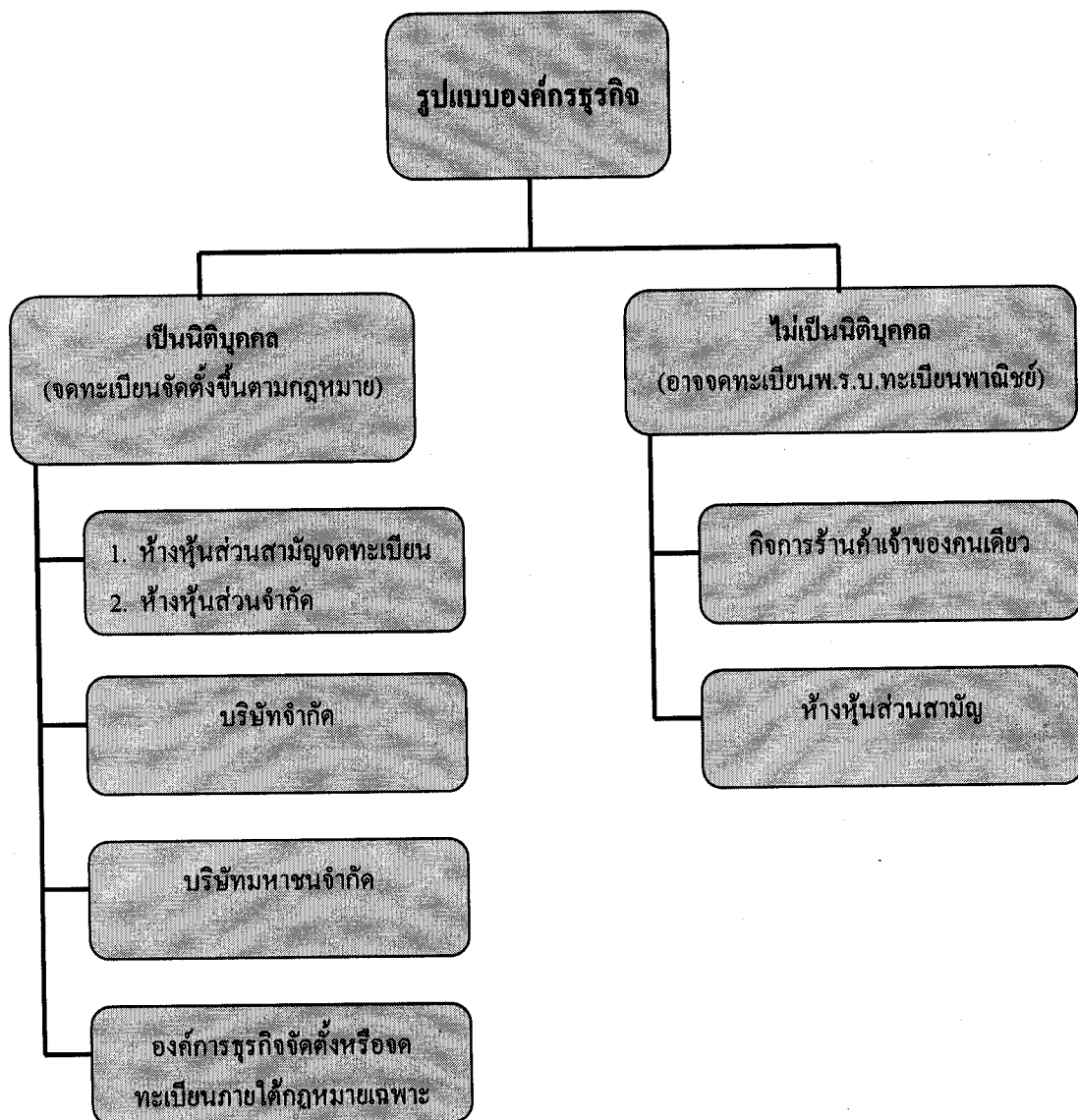
1. ต้องควบคุมอุณหภูมิของตู้เย็นไว้ที่ 4 องศาเซลเซียสหรือต่ำกว่าเพื่อช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรียให้ช้าลง
2. เก็บอาหารที่ปรุงสำเร็จหรืออาหารที่บูดเสียง่ายในตู้เย็นทันที ภายในวัน 2 ชั่วโมง เพื่อลดการสูญเสียของอาหารและควรบริโภคให้หมดภายใน 2-3 วัน
3. ทำความสะอาดซักรีดผ้าที่ใช้เช็ดทำความสะอาดโต๊ะ ฟองน้ำที่ใช้ในครัวอย่างสม่ำเสมอด้วยผงซักฟอก หรือน้ำยาซักฟอกและอาจใช้ผงปูนคลอรีนผสมน้ำยาฆ่าเชื้อโรคภายหลังการซักได้ เพราะผ้าเช็ดโต๊ะหรือฟองน้ำเป็นแหล่งสะสมของเชื้อแบคทีเรียเป็นจำนวนมาก หากดูแลรักษาไม่ดีก็จะก่อให้เกิดการปนเปื้อนและการแพร่เชื้อโรคได้
4. ต้องล้างและทำความสะอาดเชิงสำหรับเตรียมอาหารด้วยน้ำยาทำความสะอาด และน้ำทุกครั้งภายหลังการใช้งานและแยกใช้ระหว่างอาหารสด อาหารปรุงสำเร็จ ผักสด
5. การปรุงเนื้อสัตว์ ต้องปรุงให้สุกถึงข้างในชิ้นเนื้อโดยใช้ความร้อนไม่ต่ำกว่า 72 องศาเซลเซียส สังเกตชิ้นเนื้อสัตว์จะแห้งไม่มีน้ำหรือเลือดจากเนื้อสัตว์นั้น ๆ คงเหลืออยู่
6. ไม่บริโภคไข่ดิบหรือไข่ที่ปรุงสุกไม่ทั่วถึง เพราะอาจมีเชื้อ Salmonella ปนเปื้อนอยู่จนทำให้เจ็บป่วยได้
7. ทำความสะอาดพื้นที่ผิวสัมผัสบนโต๊ะ บริเวณที่ใช้ในการเตรียมปรุง ประกอบอาหารด้วยน้ำหรือน้ำร้อนและน้ำยาทำความสะอาด หรือผงซักฟอกเป็นประจำ
8. การล้างทำความสะอาดภาชนะอุปกรณ์ที่ใช้แล้ว ต้องทำภายใน 2 ชั่วโมง ภายหลังการใช้งาน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการสะสมของเชื้อแบคทีเรียและควรคว่ำให้แห้งบนตะแกรงสูงจากพื้น
9. การละลายอาหารแช่แข็งในตู้เย็นหรือไมโครเวฟในน้ำเย็น ซึ่งต้องเปลี่ยนน้ำทุก 30 นาที เพื่อให้อาหารยังคงความเย็นอยู่และไม่เป็นแหล่งสะสมของเชื้อแบคทีเรีย
10. การล้างมือที่ถูกสุขลักษณะต้องล้างมือด้วยน้ำสะอาดและสบู่ทุกครั้ง

ภาคผนวก ข

กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหาร

รูปแบบองค์กรธุรกิจ

การประกอบธุรกิจการค้าอาจดำเนินการได้หลายรูปแบบ ทั้งโดยบุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของกิจการ โดยลำพังหรืออาจดำเนินการ โดยร่วมลงทุนกับบุคคลอื่นเป็นกลุ่มคณะก็ได้ การที่จะตัดสินใจเลือกดำเนินธุรกิจการค้าในรูปแบบใดนั้น ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการด้วยกัน เช่น ลักษณะของกิจการค้า เงินทุน ความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้การประกอบธุรกิจนั้นประสบผลสำเร็จ นำมาซึ่งผลประโยชน์และกำไรสูงสุด



การจดทะเบียนพาณิชย์ตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499

ผู้มีหน้าที่จดทะเบียนพาณิชย์ คือ บุคคลธรรมดาคนเดียวหรือหลายคน (ห้างหุ้นส่วนสามัญ) หรือนิติบุคคลรวมทั้งนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ ที่มาตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย ซึ่งประกอบกิจการอันเป็นพาณิชย์กิจตามที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดกิจการที่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้ออกประกาศให้ผู้ประกอบกิจการดังต่อไปนี้ ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ คือ

1. ผู้ประกอบกิจการ โรงสีข้าวและโรงเลื่อยที่ใช้เครื่องจักร
2. ผู้ประกอบกิจการขายสินค้าไม่ว่าอย่างใด ๆ อย่างเดียวหรือหลายอย่าง คิดรวมทั้งสิ้นในวันหนึ่งขายได้เป็นเงินตั้งแต่ 20 บาทขึ้นไป หรือมีสินค้าดังกล่าวไว้เพื่อขายมีค่ารวมทั้งสิ้นเป็นเงินตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป
3. นายหน้าหรือตัวแทนค้าต่าง ซึ่งทำการเกี่ยวกับสินค้าไม่ว่าอย่างใด ๆ อย่างเดียวหรือหลายอย่างก็ตามและสินค้านั้นมีค่ารวมทั้งสิ้นในวันหนึ่งวันใดเป็นเงินตั้งแต่ 20 บาทขึ้นไป
4. ผู้ประกอบกิจการหัตถกรรมหรืออุตสาหกรรมไม่ว่าอย่างใด ๆ อย่างเดียวหรือหลายอย่างก็ตามและขายสินค้าที่ผลิตได้ คิดราคารวมทั้งสิ้นในวันหนึ่งวันใดเป็นเงินตั้งแต่ 20 บาทขึ้นไปหรือในวันหนึ่งวันใดมีสินค้าที่ผลิตได้มีราคารวมทั้งสิ้นตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป
5. ผู้ประกอบกิจการขนส่งทางทะเล การขนส่งโดยเรือกลไฟหรือเรือยนต์ประจำทาง การขนส่งโดยรถไฟ การขนส่งโดยรถราง การขนส่งโดยรถยนต์ประจำทาง การขายทอดตลาด การรับซื้อขายที่ดิน การให้กู้ยืมเงิน การรับแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายเงินตราต่างประเทศ การซื้อหรือขายตัวเงิน การธนาคาร การประกันภัย การทำโรงรับจำนำและการทำโรงแรม
6. ขาย ให้เช่า ผลิตหรือรับจ้างผลิตแผ่นซีดี แถบบันทึก วีดิทัศน์ แผ่นวีดิทัศน์ ดีวีดีหรือแผ่นวีดิทัศน์ระบบดิจิทัลเฉพาะที่เกี่ยวกับการบันเทิง
7. ขายอัญมณีหรือเครื่องประดับซึ่งประดับด้วยอัญมณี
8. ซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริการอินเทอร์เน็ต ให้เช่าพื้นที่ของเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายบริการเป็นตัวกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
9. การให้บริการเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้อินเทอร์เน็ต
10. การให้บริการฟังเพลงและร้องเพลงโดยคาราโอเกะ
11. การให้บริการเครื่องเล่นเกมส์
12. การให้บริการตู้เพลง

13. โรงงานแปรรูปภาพ และสลักและการหัตถกรรมจากงาช้าง การค้าปลีก การค้าส่งงาช้าง และผลิตภัณฑ์จากงาช้าง

พาณิชย์กิจที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์

มีพาณิชย์กิจบางอย่างที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ คือ

1. การค้าแร่ การค้าแผงลอย
2. พาณิชยกิจเพื่อการบำรุงศาสนาหรือเพื่อการกุศล
3. พาณิชยกิจของนิติบุคคลซึ่งได้มีพระราชบัญญัติ หรือพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งขึ้น
4. พาณิชยกิจของกระทรวง ทบวง กรม
5. พาณิชยกิจของมูลนิธิ สมาคมสหกรณ์
6. พาณิชยกิจซึ่งรัฐมนตรีได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ได้แก่

6.1 บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียนที่เป็นนิติบุคคล ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยหุ้นส่วนและบริษัทและได้ยื่นแบบแสดงรายการ เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจของห้างหุ้นส่วนบริษัทไว้แล้วต่อนายทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท ยกเว้น บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียนที่ประกอบกิจการต่อไปนี้ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ด้วย

- (1) ขาย ให้เช่า ผลิตหรือรับจ้างผลิต แผ่นซีดี แถบบันทึก วีดิทัศน์ แผ่นวีดิทัศน์ ดีวีดีหรือ แผ่นวีดิทัศน์ระบบดิจิทัลเฉพาะที่เกี่ยวกับการบันเทิง
- (2) ขายอัญมณีหรือเครื่องประดับซึ่งประดับด้วยอัญมณี
- (3) ซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ต บริการอินเทอร์เน็ตให้เข้าพื้นที่ของเครื่องคอมพิวเตอร์แม้ขายบริการเป็นตัวกลางใน การซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- (4) การให้บริการเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้อินเทอร์เน็ต
- (5) การให้บริการฟังเพลงและร้องเพลงโดยคาราโอเกะ
- (6) การให้บริการเครื่องเล่นเกมส์
- (7) การให้บริการตู้เพลง
- (8) โรงงานแปรรูปภาพและสลักและการทำหัตถกรรมจากงาช้าง การค้าปลีกการค้าส่ง งาช้างและผลิตภัณฑ์จากงาช้าง

บริษัทจำกัด

คือ บริษัทประเภทที่จัดตั้งขึ้นด้วยการแบ่งทุนเป็นหุ้น แต่ละหุ้นมีมูลค่าเท่า ๆ กัน โดยผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ตนถือ

1. การดำเนินการจัดตั้งบริษัทจำกัด

ในการจัดตั้งบริษัทจำกัดนั้นจะต้องดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

(1) ต้องมีผู้เริ่มก่อการตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป เข้าชื่อกันทำหนังสือบริคณห์สนธิขึ้น แล้วไปจดทะเบียน

(2) เมื่อได้จดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิแล้ว ผู้เริ่มก่อการต้องจัดให้หุ้นของบริษัทที่จะตั้งขึ้นนั้นมีผู้เข้าชื่อจองซื้อหุ้นจนครบ

(3) ดำเนินการประชุมตั้งบริษัท โดยต้องส่งคำบอกกล่าวนัดประชุมให้ผู้จองทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน ก่อนวันประชุม

(4) เมื่อได้ประชุมตั้งบริษัท และที่ประชุมได้แต่งตั้งกรรมการบริษัทแล้ว ผู้เริ่มก่อการต้องมอบหมายกิจการให้กรรมการบริษัทรับไปดำเนินการต่อไป

(5) กรรมการบริษัทเรียกให้ผู้เริ่มก่อการและผู้จองหุ้นชำระค่าหุ้นอย่างน้อยร้อยละ 25 ของมูลค่าหุ้น (ทุนของบริษัทจะแบ่งเป็นกี่หุ้นก็ได้ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าหุ้นละ 5 บาท)

(6) เมื่อได้รับเงินค่าหุ้นแล้วกรรมการต้องไปจดทะเบียนเป็นบริษัทภายใน 3 เดือนภายหลังจากการประชุมตั้งบริษัท

2. การดำเนินการจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติมหรือเลิกและชำระบัญชีบริษัทจำกัด

ในกรณีที่บริษัทจำกัดนั้นได้ตกลงที่จะแก้ไขเพิ่มเติมรายการใด ๆ ที่ได้จดทะเบียนไว้เป็นอย่างอื่น หรือผู้ถือหุ้นจะเลิกกิจการ ก็จะต้องไปดำเนินการขอจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติมรายการนั้น ๆ หรือจดทะเบียนเลิกและเสร็จการชำระบัญชี ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทที่หางนั้น มีสำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่ การจดทะเบียนจัดตั้งและแก้ไขเพิ่มเติมจะต้องดำเนินการตามวิธีและหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบของทางราชการได้กำหนดไว้

3. รายการจดทะเบียนที่บริษัทจะต้องจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติม

3.1 การแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิก่อนการตั้งบริษัท

3.2 มติพิเศษของบริษัทให้

(1) เพิ่มทุน

(2) ลดทุน

(3) ควบบริษัท

3.3 ควบบริษัท

- 3.4 แก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิภายหลังตั้งบริษัท
- 3.5 เพิ่มทุน
- 3.6 ลดทุน
- 3.7 กรรมการ
- 3.8 จำนวนหรือชื่อกรรมการซึ่งลงชื่อผูกพันบริษัท
- 3.9 ที่ตั้งสำนักงานใหญ่และ/หรือสำนักงานสาขา
- 3.10 ตราบริษัท
- 3.11 รายการอื่นที่เห็นสมควรจะให้ประชาชนทราบ

4. วิธีการจดทะเบียน มีขั้นตอนดังนี้

- (1) ในกรณีจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท ให้ผู้เริ่มก่อการหรือกรรมการของบริษัทจะต้องขอตรวจและจองชื่อบริษัทเสียก่อนว่า ชื่อที่จะใช้นั้นซ้ำหรือคล้ายกับคนอื่นที่จดทะเบียนไว้ก่อนหรือไม่ เมื่อจองชื่อได้แล้วจะต้องจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิภายใน 30 วัน
- (2) ชื่อคำขอและแบบพิมพ์จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าหรือสำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจทั้ง 7 แห่ง หรือสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด
- (3) จัดทำคำขอทะเบียนและเอกสารประกอบคำขอยื่นต่อนายทะเบียนเพื่อตรวจพิจารณา
- (4) ชำระค่าธรรมเนียมตามใบสั่งของเจ้าหน้าที่
- (5) ถ้าประสงค์จะได้หนังสือรับรองรายการในทะเบียนให้ยื่นคำขอและชำระค่าธรรมเนียมต่อเจ้าหน้าที่
- (6) รับใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนและหนังสือรับรองรายการในทะเบียนได้

5. การลงลายมือชื่อผู้เริ่มก่อการหรือกรรมการ

- (1) ผู้เป็นผู้เริ่มก่อการหรือกรรมการจะต้องลงลายมือชื่อในคำขอจดทะเบียนและเอกสารประกอบคำขอด้วยตนเองจะมอบหมายบุคคลอื่นลงลายมือชื่อแทนไม่ได้
- (2) ผู้เริ่มก่อการหรือกรรมการ ผู้ขอจดทะเบียนซึ่งต้องลงชื่อในคำขอจดทะเบียนจะต้องลงลายมือชื่อต่อหน้านายทะเบียนพร้อมแสดงต้นฉบับบัตรประจำตัว หรือ
- (3) ในกรณีที่ผู้เริ่มก่อการหรือกรรมการไม่สามารถลงลายมือชื่อต่อหน้าทะเบียนตาม (2) ให้ผู้เริ่มก่อการหรือกรรมการลงลายมือชื่อต่อหน้าสมาชิกเนติบัณฑิตยสภา หรือทนายความก็ได้

6. สถานที่รับจดทะเบียน

1. สำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร สามารถยื่นจดทะเบียนได้ที่สำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 1-7 และส่วนจดทะเบียนกลาง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ถนนนนทบุรี 1 จังหวัดนนทบุรี หรือทางอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ <http://www.dbd.go.th/>

2. สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในเขตภูมิภาค สามารถยื่นจดทะเบียนได้ที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดนั้น ๆ หรือทางอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ <http://www.dbd.go.th/>

7. หน้าที่ของบริษัทจำกัด

(1) บริษัทจำกัด ต้องทำงบการเงินอย่างน้อยครั้งหนึ่งทุกกรอบ 12 เดือน โดยผู้สอบบัญชีอย่างน้อยหนึ่งคนตรวจสอบ แล้วนำเสนอที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นอนุมัติงบการเงินภายใน 4 เดือน นับแต่วันปิดรอบบัญชี พร้อมทั้งยื่นงบการเงินต่อสำนักบริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าหรือที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดภายใน 1 เดือน นับตั้งแต่วันอนุมัติงบการเงิน ทั้งนี้รวมถึงบริษัทที่แม้ว่าจะยังมีได้ประกอบกิจการก็ตามจะต้องส่งงบการเงินด้วย มิฉะนั้นมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 50,000 บาท

(2) จัดทำบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นและให้นำส่งต่อสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทกรุงเทพมหานคร หรือที่สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทจังหวัดแล้วแต่กรณี ภายใน 14 วัน นับจากวันที่ประชุม มิฉะนั้นมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 10,000 บาท

(3) ต้องจัดให้มีการประชุมใหญ่สามัญ ภายหลังจาก 6 เดือนนับแต่วันจดทะเบียน เป็นนิติบุคคล และจัดประชุมครั้งต่อไปอย่างน้อย 1 ครั้ง ทุกระยะเวลา 12 เดือน

(4) ต้องจัดทำใบหุ้นมอบให้ผู้ถือหุ้นของบริษัท มิฉะนั้นมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 10,000 บาท

(5) ต้องจัดทำสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้นของบริษัท มิฉะนั้นมีความผิดต้องระวางโทษ ปรับไม่เกิน 20,000 บาท

8. กิจการที่กฎหมายกำหนดระยะเวลาในการยื่นจดทะเบียน

(1) คำขอจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ซึ่งต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 3 เดือน นับแต่วันประชุมตั้งบริษัท

(2) คำขอจดทะเบียนแต่งตั้งกรรมการของบริษัทขึ้นใหม่ ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ตั้งกรรมการขึ้นใหม่

(3) คำขอจดทะเบียนมติพิเศษให้เพิ่มทุน หรือลดทุนของบริษัทจำกัด หรือให้ควบบริษัทจำกัด ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ที่ประชุมได้มีลงมติพิเศษ

- (4) คำขอจดทะเบียนตั้งข้อบังคับขึ้นใหม่ หรือแก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับของบริษัทจำกัด ต้องยื่นจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ที่ประชุมได้มีการลงมติพิเศษ
- (5) คำขอจดทะเบียนควบบริษัทจำกัด ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ได้มีการควบบริษัทเข้ากัน
- (6) คำขอจดทะเบียนเลิกบริษัทจำกัด ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่เลิกกัน
- (7) คำขอจดทะเบียนเปลี่ยนตัวผู้ชำระบัญชี ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ได้เปลี่ยนตัว
- (8) คำขอจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติมอำนาจผู้ชำระบัญชี ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ที่ประชุมได้ทมิติ หรือวันที่ศาลได้มีคำพิพากษา
- (9) คำขอจดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชีของบริษัทจำกัด ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ที่ประชุมได้มีการลงมติ
- (10) การยื่นรายงานการชำระบัญชีของบริษัทจำกัด ต้องยื่นทุกระยะ 3 เดือนครั้งหนึ่งนั้น ผู้ชำระบัญชีจะต้องยื่นรายงานการชำระบัญชี ภายใน 14 วัน นับแต่วันครบกำหนด 3 เดือน

ประเภทการจดทะเบียน

การจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด

1. ประเภทของห้างหุ้นส่วน

ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ได้แบ่งห้างหุ้นส่วนออกเป็น 2 ประเภท คือ

- (1) ห้างหุ้นส่วนสามัญ
- (2) ห้างหุ้นส่วนจำกัด

ห้างหุ้นส่วนสามัญ

คือ ห้างหุ้นส่วนประเภทซึ่งผู้เป็นหุ้นส่วนจำพวกเดียว โดยผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคนต้องรับผิดชอบร่วมกันในบรรดาหนี้สินทั้งปวงของห้างหุ้นส่วนไม่จำกัดจำนวน

ห้างหุ้นส่วนสามัญ จะจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ได้ ดังนั้นห้างหุ้นส่วนสามัญจึงแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

- (1) ห้างหุ้นส่วนสามัญที่มีได้จดทะเบียน ซึ่งไม่มีสภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย
- (2) ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน ซึ่งมีสภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายและมีชื่อเรียกโดยเฉพาะว่า “ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล”

ห้างหุ้นส่วนจำกัด

คือ ห้างหุ้นส่วนประเภทซึ่งมีผู้เป็นหุ้นส่วน 2 จำพวก ดังนี้คือ

- (1) หุ้นส่วนจำพวกจำกัดความรับผิด ได้แก่ ผู้เป็นหุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคน ซึ่งรับผิดจำกัดเพียงจำนวนเงินที่ตนรับว่าจะลงทุนให้ห้างหุ้นส่วนเท่านั้น
- (2) หุ้นส่วนจำพวกไม่จำกัดความรับผิด ได้แก่ หุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคนซึ่งรับผิดในบรรดาหนี้สินทั้งปวงของห้างหุ้นส่วน โดยไม่จำกัดจำนวน

2. การดำเนินการจัดตั้งห้างหุ้นส่วน

เมื่อมีบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป ตกลงใจที่จะเข้าร่วมลงทุนประกอบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลประเภทใดประเภทหนึ่งดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากบรรดาผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคนจะต้องเป็นผู้มีหน้าที่ดำเนินการขอจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วนนั้นต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทที่ห้างนั้นมีสำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่ กรณีที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำพวกไม่จำกัดความรับผิดเท่านั้น

3. การดำเนินการจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติมหรือเลิกและชำระบัญชีห้างหุ้นส่วน

ในกรณีที่ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียนนั้นได้ตกลงที่จะแก้ไขเพิ่มเติมรายการใด ๆ ที่ได้จดทะเบียนไว้เป็นอย่างอื่นหรือผู้เป็นหุ้นส่วนประสงค์จะเลิกกิจการ ก็จะต้องไปดำเนินการขอจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติมรายการนั้น ๆ หรือจดทะเบียนเลิกและเสร็จการชำระบัญชี ณ สำนักงานทะเบียนห้างหุ้นส่วนบริษัทที่ห้างนั้นมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ การจดทะเบียนจัดตั้งและแก้ไขเพิ่มเติมจะต้องดำเนินการตามวิธีและหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบของทางราชการได้กำหนดไว้

4. รายการจดทะเบียนที่ห้างหุ้นส่วนจะต้องจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติม

- (1) ชื่อห้างหุ้นส่วน
- (2) ที่ตั้งสำนักงานใหญ่และ/หรือสำนักงานสาขา
- (3) วัตถุประสงค์ของห้างหุ้นส่วน
- (4) ผู้เป็นหุ้นส่วน
- (5) หุ้นส่วนผู้จัดการ
- (6) ข้อจำกัดอำนาจหุ้นส่วนผู้จัดการ
- (7) ตราสำคัญของห้างหุ้นส่วน
- (8) รายการอื่น ๆ ที่เห็นสมควรจะให้ประชาชนทราบ
- (9) ควบห้างหุ้นส่วน

5. วิธีการจดทะเบียน มีขั้นตอนดังนี้

(1) ในกรณีจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วนหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงชื่อห้างให้ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือหุ้นส่วนผู้จัดการ ขอตรวจและจองชื่อห้างหุ้นส่วนเสียก่อนว่าชื่อที่จะใช้นั้นจะซ้ำหรือคล้ายกับคนอื่นที่จดทะเบียนไว้ก่อนหรือไม่ เมื่อจองชื่อได้แล้วจะต้องจดทะเบียนภายใน 30 วัน

(2) ชื่อคำขอและแบบพิมพ์จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือสำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจทั้ง 7 แห่ง หรือสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด

(3) จัดทำคำขอจดทะเบียนและเอกสารประกอบคำขอยื่นต่อนายทะเบียนเพื่อตรวจพิจารณา

(4) ชำระค่าธรรมเนียมตามในสั่งของเจ้าหน้าที่

(5) ถ้าประสงค์จะได้หนังสือรับรองรายการในทะเบียน ให้ยื่นคำขอและชำระค่าธรรมเนียมต่อเจ้าหน้าที่

(6) รับใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนและหนังสือรับรองรายการในทะเบียนได้

6. การลงลายมือชื่อของผู้เป็นหุ้นส่วนและหุ้นส่วนผู้จัดการ

6.1 ผู้เป็นหุ้นส่วนและหุ้นส่วนผู้จัดการ จะต้องลงลายมือชื่อในคำขอจดทะเบียนและเอกสารประกอบคำขอด้วยตนเอง จะมอบหมายให้บุคคลอื่นลงลายมือชื่อแทนไม่ได้

6.2 หุ้นส่วนผู้จัดการผู้จดทะเบียนซึ่งต้องลงชื่อในคำขอจดทะเบียน จะต้องลงลายมือชื่อต่อหน้านายทะเบียนพร้อมแสดงต้นฉบับบัตรประจำตัว หรือ

6.3 ในกรณีที่หุ้นส่วนผู้จัดการไม่สามารถลงลายมือชื่อต่อหน้านายทะเบียนตาม (6.2) ให้หุ้นส่วนผู้จัดการลงลายมือชื่อต่อหน้าสมาชิกนิติบุคคลหรือทนายความก็ได้

7. สถานที่รับจดทะเบียน

1. สำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร สามารถยื่นจดทะเบียนได้ที่สำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 1-7 และส่วนจดทะเบียนกลาง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ถนนนนทบุรี 1 จังหวัดนนทบุรี หรือทางอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ <http://www.dbd.go.th/>

2. สำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่ในเขตภูมิภาค สามารถยื่นจดทะเบียนได้ที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดนั้นๆ หรือทางอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ <http://www.dbd.go.th/>

8. หน้าที่ของห้างหุ้นส่วน

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคลที่จดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มีหน้าที่ ต้องจัดทำงบการเงินประจำปี ยื่นต่อสำนักบริหารข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือสำนักงานทะเบียนการค้าจังหวัด แล้วแต่กรณีภายใน 5 เดือน นับแต่วันปิดรอบปีบัญชี แม้ว่าจะยังมีได้ประกอบกิจการก็ตาม มิฉะนั้นมีความผิดระวางโทษ ปรับไม่เกิน 50,000 บาท

9. กิจการที่กฎหมายกำหนดระยะเวลาในการยื่นจดทะเบียน

- (1) คำขอจดทะเบียนเลิกห้างหุ้นส่วน ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่เลิกกัน
 - (2) คำขอจดทะเบียนเปลี่ยนตัวผู้ชำระบัญชี ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ได้เปลี่ยนตัว
 - (3) คำขอจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติมอำนาจผู้ชำระบัญชี ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ที่ประชุมได้มีการลงมติ หรือวันที่ที่ศาลได้มีคำพิพากษา
 - (4) คำขอจดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชีของห้างหุ้นส่วน ต้องยื่นขอจดทะเบียนภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ที่ประชุมได้มีการลงมติ
 - (5) การยื่นรายงานการชำระบัญชีของห้างหุ้นส่วน ต้องยื่นทุกระยะ 3 เดือนครั้งหนึ่ง ผู้ชำระบัญชีจะต้องยื่นรายงานการชำระบัญชี ภายใน 14 วัน นับแต่วันครบกำหนด 3 เดือน
- การจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล/ห้างหุ้นส่วนจำกัด**

1. ยื่นแบบของจองชื่อห้างหุ้นส่วนเพื่อตรวจสอบไม่ให้ซ้ำกับห้างหุ้นส่วนบริษัทอื่น
2. กรอกรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อของห้างหุ้นส่วน กิจการที่จะทำ สถานที่ตั้งห้าง ชื่อ ที่อยู่ อายุ สัญชาติ สิ่งที่นำมาลงทุน ลายมือชื่อของผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคน ชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ชื่อจำกัดอำนาจหุ้น ส่วนผู้จัดการ (ถ้ามี) พร้อมกับประทับตราสำคัญของห้างในแบบพิมพ์คำขอจดทะเบียน จัดตั้ง และให้หุ้นส่วนผู้จัดการเป็นผู้ยื่นขอจดทะเบียน (ปกติการยื่นขอจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล/ห้างหุ้นส่วนจำกัด ผู้เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการจะต้องลงลายมือชื่อในคำขอจดทะเบียน ต่อหน้านายทะเบียน หุ้นส่วนบริษัท ในกรณีหุ้นส่วนผู้จัดการไม่ประสงค์จะไปลงลายมือชื่อต่อหน้า นายทะเบียนก็สามารถจะลงลายมือชื่อต่อหน้าสามัญหรือวิสามัญสมาชิกแห่งนิติบุคคลเพื่อเป็นการรับรองลายมือชื่อของตนได้ในอีกทางหนึ่ง) หรือหุ้นส่วนผู้จัดการจะมองอำนาจให้ผู้อื่นไปยื่นจดทะเบียนแทนก็ได้
3. เสียค่าธรรมเนียมโดยนับจำนวนผู้เป็นหุ้นส่วนกล่าวคือ ผู้เป็นหุ้นส่วนไม่เกิน 3 คน เสียค่าธรรมเนียม 1,000 บาท กรณีเกิน 3 คน จะเสียค่าธรรมเนียมหุ้นส่วนที่เกินเพิ่มอีกคนละ 200 บาท
4. เมื่อจดทะเบียนจัดตั้งแล้วจะได้รับหนังสือรับรองและใบสำคัญเป็นหลักฐาน

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง : การวางแผนการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน รวมทั้งการรับรู้และความนิยมสำหรับร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งข้อมูลที่ท่านตอบลงในแบบสอบถามนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษายิ่ง

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและกรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถาม

คำถามจะมีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้กรอกแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับรูปแบบร้านอาหารที่นำเสนอ

คำชี้แจง : 1. โปรดอ่านคำถามและคำชี้แจงในแต่ละส่วนให้เข้าใจก่อนตอบแบบสอบถาม

2. โปรดกรอกข้อมูลหรือเติมเครื่องหมาย \surd ลงใน () ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

4. สถานที่ที่ท่านนิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () โรงอาหารในที่ทำงาน () ร้านแผงลอย รถเข็นหรือร้านอาหารในเดินท์
- () ร้านอาหาร Fast Food () สวนอาหาร
- () ใช้บริการส่งอาหารถึงที่ () กัฏาคาร หรืออาหารในโรงแรม
- () ร้านประเภทผับ/มีดนตรีฟัง () ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า
5. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน ต่อครั้งในการรับประทานอาหารนอกบ้าน
- () น้อยกว่า 50 บาท () 50-100 บาท () 101-150 บาท
- () 151-200 บาท () มากกว่า 200 บาท
6. ท่านนิยมอาหารจานด่วนประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () ข้าวราดแกง
- () Fast Food ต่างประเทศ เช่น ไก่ทอด, Pizza, Hotdog, Hamburge
- () ก๋วยเตี๋ยว
- () อาหารตามสั่ง
- () อาหารทานเล่น เช่น แหนมเนือง, ปอเปี๊ยะ
- () สลัดผัก
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

7. ปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อการเลือกร้านอาหารของท่านมากน้อยเพียงใด

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1) ราคา					
2) รสชาติ					
3) ความสะอาด					
4) คุณค่าทางโภชนาการ					
5) ความหลากหลายของเมนู					
6) ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กระทรวงสาธารณสุข, เซลล์ชวนชิม					
7) ชื่อเสียงของร้าน					
8) ที่จอดรถ					
9) มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น มีส่วนลด					
10) บรรยากาศการตกแต่งทั้งภายในร้านและภายนอกร้าน					
11) เวลาในการรอคอยอาหาร					
12) สถานที่ตั้ง					
13) การบริการจากพนักงาน					

8. ประเภทของอาหารที่ท่านนิยมนับประทาน

- () อาหารชีวจิต () อาหารกินตามกรุ๊ปเลือด () อาหารมังสวิรัต
- () อาหารแมคโครไบโอติก () อาหารเจ () อาหารพื้นเมือง
- () อาหารที่มีทั้งเนื้อสัตว์และผัก

ส่วนที่ 3 การรับรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

1. ท่านเคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพหรือไม่

() เคย

() ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 4)

2. ถ้าพูดถึงอาหารเพื่อสุขภาพ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1) เป็นอาหารลดน้ำหนัก					
2) เป็นอาหารสำหรับผู้ป่วย					
3) เป็นอาหารไขมันต่ำ					
4) เป็นอาหารที่ช่วยส่งเสริมความงาม					
5) ใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน เช่น ผักปลอดสารพิษ					
6) ไม่ใช่สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เช่น สารฟอสฟอรัส, บอแรกซ์					
7) เน้นความสะอาดในกระบวนการปรุงอาหาร					
8) มีเมนูที่บอกรายละเอียดเกี่ยวกับรายการอาหาร เช่น แคลอรี, สารอาหารที่ได้รับ					
9) ความหลากหลายในเมนูอาหาร					
10) ราคาแพง					
11) ได้รับอาหารที่คุ้มค่ากับราคา					
12) ความสะดวกในการรับประทาน					
13) มีคุณค่าทางโภชนาการ					

ภาคผนวก ง

ความปลอดภัยของร้านอาหารและตลาดสดนำซื้อ

เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร

กระทรวงสาธารณสุข โดยสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กรมอนามัยและกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ได้กำหนดนโยบายดำเนินการ โครงการอาหารปลอดภัย (Food Safety) ซึ่งเป็นหนึ่งในเป้าหมายของ เมืองไทยสุขภาพดี (Healthy Thailand) เพื่อดูแลให้มาตรฐานอาหารในประเทศเป็นเช่นเดียวกับมาตรฐานสากลเพื่อดูแลสุขภาพที่ดีของประชาชนชาวไทย

ยุทธศาสตร์ความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety)

อาหารเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อสุขภาพของประชาชนและอาหารปลอดภัยที่ประชาชนบริโภคนั้นต้องปราศจากเชื้อโรค ดังนั้นเพื่อให้ประชาชนได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยจึงต้องมีระบบการดูแล ควบคุมตรวจสอบคุณภาพความปลอดภัยของอาหารที่ผลิตทุกขั้นตอน ห่วงโซ่อาหาร (Food Chain) ตั้งแต่วัตถุดิบ (การเพาะปลูก/เพาะเลี้ยง) การผลิต การแปรรูป การจัดจำหน่าย จนถึงมือผู้บริโภคอาหาร หรือที่กล่าวว่า จากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร (Form Farm to Table) หรือจากฟาร์มสู่ช้อน (Form Farm to Fork) ทั้งนี้มาตรฐานที่ใช้ในการควบคุมต้องมีความเท่าเทียมกับมาตรฐานสากล เช่น การใช้มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary: SPS) ซึ่งอยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์

วัตถุประสงค์

อาหารที่ผลิตและบริโภคในประเทศมีความปลอดภัยได้มาตรฐานเท่าเทียมกับสากลนำไปสู่การเป็นครัวอาหารของโลก

ยุทธศาสตร์การดำเนินการ

1. ด้านการพัฒนามาตรฐานกฎหมายให้เป็นสากล กำหนดให้เน้นการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเท่าเทียมกันระหว่างอาหารนำเข้า ผลิตและส่งออก
2. ด้านความเข้มแข็งในการกำกับดูแลให้อาหารปลอดภัย สร้างความเข้มแข็งของการกำกับดูแลอาหารปลอดภัยอย่างครบวงจรตั้งแต่การควบคุมการผลิต การจัดจำหน่ายและการขนส่ง
3. ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคมีความรู้ มีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการเลือกซื้อ ประกอบและบริโภคอาหารอย่างปลอดภัย
4. ด้านการพัฒนากฎการและกระบวนการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ สามารถพิจารณาตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพอาหารได้ตามภาระหน้าที่ที่รับผิดชอบ ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ไปในทิศทางเดียวกัน เชื่อมโยงระบบข้อมูลสารสนเทศระหว่างหน่วยงานให้เกิดประสิทธิผล

5. ด้านการพัฒนาศักยภาพห้องปฏิบัติการ จัดหาครุภัณฑ์ที่จำเป็นในการตรวจวิเคราะห์ให้เพียงพอ

การดำเนินงาน

1. เข้มงวดกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายไม่ให้จำหน่ายอาหารปนเปื้อนสารอันตราย
2. การตรวจสอบอาหารในตลาดสด
3. การกำกับตรวจสอบฉลากอาหารให้ขออนุญาต อย. และแสดงรายละเอียดอย่างถูกต้อง เพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้บริโภค
4. การตรวจรับรองสถานที่ผลิตอาหารให้ได้รับการรับรองตามเกณฑ์ GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ว่าอาหารที่ผลิตมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ
5. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตื่นตัวในการเลือกซื้ออาหารที่ปลอดภัย
6. การสนับสนุนโครงการความปลอดภัยด้านอาหารในโรงเรียน (โครงการ อย.น้อย) เพื่อให้โรงเรียนจำหน่ายอาหารที่ปลอดภัย
7. จัดหน่วยตรวจสอบเคลื่อนที่ (Mobile Unit) เพื่อรองรับงานตรวจสอบอาหารปนเปื้อนทั่วประเทศ

นโยบายด้านความปลอดภัยอาหารแห่งชาติสู่การเป็นครัวอาหารโลก

นอกจากนี้รัฐบาลได้มุ่งเน้นความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในอาหารทั้งการส่งออกและการจำหน่ายภายในประเทศ เพราะความอุดมสมบูรณ์ด้านอาหารของไทยเป็นที่ทราบกันดีของทุกประเทศทั่วโลก จากการส่งออกอาหารหลากหลายไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ โดยได้มีนโยบายความปลอดภัยด้านอาหารแห่งชาติ (National Food Safety Policy) ซึ่งเป็นนโยบายหนึ่งภายใต้ นโยบายแม่บท คือ นโยบายแห่งชาติด้านอาหาร ซึ่งกำหนดขึ้นโดยคณะกรรมการแห่งชาติด้านอาหาร มีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าอาหารที่ผลิต แปรรูป กระจาย จำหน่ายไปจนถึงจัดเตรียมขึ้นโต๊ะ จะต้องเป็นอาหารที่บริโภคได้อย่างปลอดภัย

นโยบายความปลอดภัยด้านอาหารแห่งชาติ ครอบคลุมการดำเนินการ 3 ด้าน คือ

1. สร้างกลไกประสานงานและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐและเอกชนในระดับชาติ โดยให้มีความชัดเจนในบทบาท มีประสิทธิภาพ สอดคล้อง ไม่ซ้ำซ้อน มีความต่อเนื่องอย่างครบวงจรทั้งในสถานะปกติและภาวะวิกฤติฉุกเฉิน
2. ปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบปฏิบัติให้ครอบคลุม ชัดเจน ทันกับเหตุการณ์ปัจจุบัน และสอดคล้องกับสากล โดยนำหลักการวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk Analysis) มาใช้เป็นหลัก

ตลอดจนมีการบังคับใช้กฎหมายหรือกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อควบคุมความเสี่ยงนั้น ตลอดทั้งห่วงโซ่อาหารอย่างจริงจัง มีประสิทธิภาพ

3. เสริมสร้างให้ประชาชนมีความตระหนักในเรื่องความปลอดภัยของอาหาร มีพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสมและกระตุ้นส่งเสริมให้ประชาชนมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม มีบทบาทที่เข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิของตนเองในอันที่จะได้รับและยอมรับแต่อาหารที่ปลอดภัยในการบริโภคเท่านั้น ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้และทรัพยากรมนุษย์โดยการวิจัยด้านเทคโนโลยีที่เหมาะสมรวมทั้งการส่งเสริมการผลิตและการพัฒนาสมรรถนะบุคลากร

ความปลอดภัยของอาหาร

ความปลอดภัยของอาหาร หมายถึง อาหารที่ได้มีการจัดเตรียม ประชุมและกินอย่างถูกต้องตามวิธีและวัตถุประสงค์ของอาหารนั้น ๆ แล้วไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค ส่วนอาหารที่ไม่ปลอดภัยและก่อให้เกิดอันตรายเมื่อบริโภคเข้าไป คือ อาหารที่มีสารปนเปื้อน ซึ่งมีอยู่ 3 ประเภทคือ

1. ปนเปื้อนสิ่งที่เป็นอันตรายทางกายภาพ
2. เศษโลหะ เศษแก้วที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหารโดยไม่ตั้งใจ
3. ปนเปื้อนสิ่งที่เป็นอันตรายทางเคมี

สารพิษตกค้างจากสารกำจัดศัตรูพืชในผัก/ยาปฏิชีวนะตกค้างในเนื้อสัตว์ ผู้ใช้ขาดความรู้และความเข้าใจในการใช้ที่ถูกต้อง เช่น การใช้มากเกินไปตามที่กำหนดใช้ร่วมกันหลายชนิด การเก็บผลผลิตก่อนระยะเวลาที่สารเคมีจะสลายตัวหมด ทำให้สารเคมีตกค้างอยู่ในผักสด โดยเฉพาะผักที่นิยมบริโภค เช่น ผักคะน้า กวางตุ้ง กะหล่ำปลี ถั่วฝักยาวและอาจมีสารพิษตกค้างอยู่ในดินและน้ำที่เป็นแหล่งปลูก สารเคมีเหล่านี้จะทำลายประสาทส่วนกลาง ทำให้เซลล์ประสาททำงานผิดปกติ มีอาการชาตามใบหน้า ลิ้นและริมฝีปาก ชักทำลายเอ็นไขว้ของระบบประสาท ถ้าได้รับปริมาณมากจะปวดศีรษะ อ่อนเพลีย คลื่นไส้ สัน กระตุกและการใช้สารเคมีเติมแต่งผักและผลไม้เพื่อทำให้ผักสด ผลไม้สดมีสีสวยสะดุดตารับประทาน โดยใช้สารเคมีมาแช่ผักสดประเภทข้าวโพดอ่อน จึงหันชอบ หน่อไม้สดหั่นฝอย ถั่วงอกเพื่อให้มีสีสวยรับประทาน ซึ่งหากล้างไม่สะอาดเหลือตกค้างในผักสดจะทำให้ผู้บริโภคเกิดอันตรายได้

ปนเปื้อนสารที่เป็นอันตรายทางชีวภาพ

จุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรคอาหารเป็นพิษ ก่อให้เกิดอาการเจ็บป่วยต่อระบบทางเดินอาหารและระบบต่าง ๆ ในร่างกาย

เชื้อรา พยาธิมีสาเหตุมาจากการปลูกโดยใช้อุจจาระของคนหรือสัตว์มาทำเป็นปุ๋ย ซึ่งอาจทำให้มีการปนเปื้อนของไข่และตัวอ่อนของพยาธิ เชื้อโรกระบบทางเดินอาหารชนิดต่าง ๆ โดยทั่วไป

ผักที่พบไข่หรือตัวอ่อนของพยาธิ ได้แก่ ผักที่มีใบไม่เรียบและกลีบใบซ้อนกันมาก ๆ เช่น ผักกาดขาว กะหล่ำปลี ต้นหอม สะระแหน่ หากบริโภคผักสดและผลไม้ที่ไม่ผ่านการล้างทำความสะอาดจะทำให้เกิดโรคอุจจาระร่วงอย่างรุนแรง โรคบิดและพยาธิต่าง ๆ

เนื่องจากอาหารที่มีจำหน่ายในท้องตลาด ปัจจุบันยังมีการใช้สารที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เจือปน อันเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คนไทยเจ็บป่วยด้วยโรคต่าง ๆ เพิ่มขึ้น อาทิ โรคมะเร็ง โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูงและโรคไตพิการเรื้อรัง เป็นต้น ตลอดจนขณะนี้มีสถิติคนไทยเสียชีวิตด้วยโรคมะเร็งถึงปีละกว่า 40,000 ราย ดังนั้นเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทยทุกคน กระทรวงสาธารณสุขจึงกำหนดดำเนินการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดควบคุมความปลอดภัยอย่างจริงจัง ดังนี้

1. อาหารที่ผลิต นำเข้าหรือจำหน่ายในท้องตลาดต้องตรวจไม่พบสารที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ได้แก่

- สารเร่งเนื้อแดง (เบต้า อะ โคนิสต์, ซาลิวทามอล)
- น้ำประสานทอง (บอแรกซ์)
- น้ำยาดอกศพ (ฟอร์มาลิน)
- สารกันเชื้อรา (กรดซาลิซิลิก)
- สารฟอกขาว (ไฮโดรซัลไฟด์)
- ยาฆ่าแมลง / สารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้างในระดับเกินมาตรฐานกำหนด
- สารคลอแรมฟินิคอล
- สารไนโตรฟูราน

2. ผู้ประกอบการตลาดสด มีความผิดฐานผลิต นำเข้าหรือจำหน่ายอาหารที่ผิดมาตรฐานจะมีโทษตามกฎหมาย คือ ปรับไม่เกิน 50,000 บาท และถ้ามีความผิดฐานนำเข้า หรือจำหน่ายอาหารที่ไม่บริสุทธิ์ มีโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

3. แผงจำหน่ายอาหารสดในตลาดและซูเปอร์มาร์เก็ตจะได้รับป้ายสัญลักษณ์อาหารปลอดภัย หรือ Food Safety ถ้าหากตรวจสอบแล้วไม่พบการปนเปื้อนของสารต้องห้ามตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารที่ปลอดภัย ซึ่งตราสัญลักษณ์สุขภาพดีเริ่มที่อาหารปลอดภัย หรือ Safe Food Good Health เป็นสัญลักษณ์ที่จะมอบให้แก่ผู้ประกอบการที่มีแหล่งจำหน่ายอาหารแน่นอน เช่น ตลาดสด ภัตตาคาร สโมสร ร้านอาหาร โดยผู้ประกอบการจะต้องยื่นใบสมัครเข้าร่วมโครงการกับ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์หรือหน่วยงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งจะเข้าไปตรวจสอบสุ่มลักษณะทั่วไป ณ สถานประกอบการ เช่น ความสะอาดของสถานที่ การบรรจุ การเก็บรักษาและจะมีการสุ่มเก็บตัวอย่างอาหารที่ผู้ประกอบการขอรับการตรวจวิเคราะห์รวม 3 ครั้ง หากผ่านขั้นตอนดังกล่าวแล้วผู้ประกอบการก็จะ

สามารถติดตามสัญลักษณ์ เพื่อแสดงต่อผู้บริโภคได้ว่าร้านอาหารได้ผ่านเกณฑ์ที่กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์กำหนดหรือหากทุกร้านผ่านเกณฑ์ทั้งหมดก็จะออกใบรับรองในภาพรวมของศูนย์อาหารหรือห้างสรรพสินค้าแทน

4. สถานประกอบการที่ปรุงอาหารพร้อมบริโภคจำหน่ายที่ได้มาตรฐาน จะได้รับป้ายอาหารสะอาด รสชาติอร่อย หรือ Clean Food Good Taste ซึ่งเป็นมาตรฐานสุขอนามัยที่ดีในการปรุงอาหารจำหน่าย ซึ่งกองสุขาภิบาลอาหาร กรมอนามัย ฝากเตือนบรรดาผู้ที่รับประทานอาหารนอกบ้านเป็นประจำให้ระวังในเรื่องอาหารการกิน เพราะยุคนี้คนที่จะทำอาหารกินในบ้านทุกมื้อหาได้ยาก การดำเนินชีวิตที่เร่งรีบการกินจึงยึดความสะดวกสบาย โดยอาศัยฝากท้องไว้กับร้านอาหารนอกบ้าน ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารขาประจำหรือร้านอาหารต่างถิ่นยามไปพักผ่อนวันหยุดตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคยมาก่อน โดยบางครั้งอาจจะต้องจำยอมกับความไม่ถูกใจหลาย ๆ อย่าง ทั้งในเรื่องรสชาติ ความปลอดภัยจากสารปนเปื้อนต่าง ๆ โดยเฉพาะความสะอาด หากผู้ขายละเลยความสะอาดในขั้นตอนการเตรียมอาหาร ความสะอาดของสถานที่ การล้าง การปรุงอาหารสด การเก็บอาหารปรุงสำเร็จ น้ำ น้ำแข็ง การล้าง การเก็บและการใช้ภาชนะอุปกรณ์ จึงขอแนะนำบรรดานักชิมให้มองหาป้าย Clean Food Good Taste โครงการอาหารสะอาดรสชาติอร่อย ซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งเพื่อลดความเสี่ยงในการบริโภคอาหารปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

5. อาหารที่แปรรูปในภาชนะที่มีการกำกับดูแลมาตรฐานหรืออาหารแปรรูปในภาชนะบรรจุที่มีกระบวนการผลิตอยู่ภายใต้มาตรฐานการผลิตที่ดี (GMP) ให้เลือกผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเลขสารบบอาหารบนฉลาก ซึ่งประกอบด้วยเลข 13 หลัก อยู่ในเครื่องหมาย อย. บนฉลากก่อนเลือกซื้อ

การดำเนินงาน โครงการอาหารปลอดภัยจะประสบความสำเร็จอย่างแท้จริงขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ประกอบการในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัดและประชาชนร่วมมือกันสังเกตและตรวจสอบ

ผู้ผลิตอาหาร (เกษตรกร/ผู้เลี้ยงหมู/ผู้ปลูกผัก/ผู้แปรรูป/ผู้บรรจุ) หน้าที่ที่จะต้องดูแลให้อาหารที่ผลิตนั้นมีความปลอดภัย

ภาครัฐ ต้องดำเนินการต่าง ๆ เพื่อควบคุมกำกับดูแลผู้ผลิตอาหารให้ปฏิบัติเพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค รวมทั้งดำเนินการลงโทษผู้ฝ่าฝืน ผู้บริโภคถือเป็นฝ่ายที่รวมพลังผลักดันหรือเรียกร้องให้ผู้ผลิตอาหารคำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยโดยการเลือกซื้อแต่อาหารที่สะอาดปลอดภัยได้คุณภาพ

คำประกาศนโยบายและเป้าหมายเมืองไทยแข็งแรง

รัฐบาลมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้คนไทยอยู่เป็นสุขทั้งกาย ใจ สังคมและปัญญา สามารถดำรงชีพบนพื้นฐานความพอดีพอประมาณอย่างมีเหตุผล ภายใต้เศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีครอบครัวที่อบอุ่น มั่นคง อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพ เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และช่วยเหลือเกื้อกูล มีสัมมาชีพทั่วถึง มีรายได้ มีสุขภาพแข็งแรงและอายุยืนยาว เพื่อให้ทุกภาคส่วนมีเป้าหมายร่วมกันในการนำพาทุกชุมชนของประเทศไทยสู่การเป็นเมืองไทยแข็งแรง ภายในปีพุทธศักราช 2560 จึงขอประกาศวาระแห่งชาติสู่การเป็นเมืองไทยแข็งแรง 17 เป้าหมาย คือ

1. คนไทยมีความฉลาดทางสติปัญญา (I.Q.) และความฉลาดทางอารมณ์ (E.Q.) เพิ่มขึ้นในระดับที่ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานสากล
2. คนไทยที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอเพื่อสุขภาพในทุกหมู่บ้าน ทุกตำบล ทุกชุมชน ทุกหน่วยงานและสถานประกอบการ
3. คนไทยทุกคนรับการศึกษาในระบบโรงเรียนไม่น้อยกว่า 12 ปี และมีโอกาสเรียนรู้ต่อเนื่องตลอดชีวิต เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและเกิดทักษะทางสุขภาพ (Health Skill) และทักษะการดำเนินชีวิตอย่างเหมาะสม (Life Skill)
4. คนไทยมีครอบครัวที่อบอุ่น เด็กและผู้สูงอายุได้รับการดูแลเอาใจใส่จากครอบครัว
5. คนไทยมีอายุขัยเฉลี่ยยืนยาวขึ้นพร้อมสุขภาพที่แข็งแรง อัตราการป่วยและตายด้วยโรคที่เป็นสาเหตุการตายอันดับต้น ๆ ของคนไทยลดน้อยลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรคเอดส์ โรคมะเร็ง หัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคไข้เลือดออก โรคในช่องปากและโรคเบาหวาน
6. คนไทยทุกคนมีหลักประกันการเข้าถึงบริการสุขภาพที่ได้มาตรฐาน
7. คนไทยได้รับการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการและเพียงพอต่อความต้องการของร่างกายจากแหล่งผลิตอาหารที่ปลอดภัยพิชิตปนเปื้อน ตลาดสด ร้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารทุกแห่งได้มาตรฐานสุขอนามัย สถานที่ผลิตอาหารทุกแห่งผ่านหลักเกณฑ์วิธีการผลิตที่ดี (GMP)
8. คนไทยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ
9. คนไทยมีอัตราการบาดเจ็บและตายด้วยอุบัติเหตุลดน้อยลง
10. คนไทยมีอัตราการฆ่าตัวตาย ตลอดจนการป่วยด้วยโรคทางจิตประสาทลดน้อยลง
11. คนไทยมีความปลอดภัยจากอาชญากรรมและความรุนแรงที่ก่อให้เกิดการประทุษร้ายต่อชีวิต ร่างกายและจิตใจ การประทุษร้ายทางเพศและการประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน
12. คนไทยมีสัมมาชีพและมีรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุข

13. คนไทยมีที่อยู่อาศัยที่ถูกสุขลักษณะ มีน้ำสะอาดเพื่ออุปโภคบริโภคเพียงพอและดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพดี
14. คนไทยลด ละ เลิกอบายมุขและสิ่งเสพติด
15. คนไทยมีความรู้ รัก สามัคคี มีความอาทรเกื้อกูลกัน
16. คนไทยมีสติและปัญญา แก้ไขปัญหาความขัดแย้งรุนแรงต่าง ๆ ด้วยเหตุผลและด้วยความสันติวิธี
17. คนไทยยึดมั่นในหลักศาสนาธรรมและวัฒนธรรมที่ดีงาม

ตลาดสดน่าซื้อ

ตลาดสดน่าซื้อ หมายถึง ตลาดประเภทที่ 1 ที่มีโครงสร้างมั่นคง แข็งแรง สะอาด ถูกสุขลักษณะมีการพัฒนาจนผ่านเกณฑ์การพัฒนาระดับด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมอย่างน้อยขั้นพื้นฐานและผ่านเกณฑ์ด้านความปลอดภัยของอาหารและเกณฑ์ด้านการคุ้มครองสุขภาพผู้บริโภค

ตลาดสด เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของห่วงโซ่อาหารและ ช่วงกลางของเส้นทางสู่สุขภาพดีแต่ตลาดสดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่ง เปรียบได้กับจุดศูนย์กลางรวบรวมอันตรายที่มาจากแหล่งผลิต การขนส่งและตัวพ่อค้าแม่ค้าที่จำหน่ายสินค้าอาหารในตลาดสด เนื่องจากการปนเปื้อนสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอาจเกิดขึ้นจากตัวผู้ค้าปลีกในตลาดสดเอง ที่คำนึงถึงเพียงการแข่งขันการค้าหรือโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์จากสภาพวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน ในปัจจุบันนิยมบริโภคอาหารนอกบ้านทั้งจากร้านค้าภัตตาคารที่ได้มาตรฐานและจากร้านริมถนน ซึ่งเจ้าของผู้ประกอบการร้านอาหารต่างซื้อวัตถุดิบจากตลาดสดเป็นส่วนใหญ่ ผู้บริโภคจึงไม่มีโอกาสที่จะล่วงรู้ถึงอันตรายที่ปนเปื้อนมากับอาหารได้

ดังนั้น กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจึงร่วมกันพัฒนาตลาดสดทั่วประเทศ โดยใช้ยุทธศาสตร์การบูรณาการองค์ความรู้ เทคโนโลยีกฎเกณฑ์มาตรฐานนโยบายทุกด้านที่เกี่ยวข้อง มีการประสานภารกิจแผนงาน โครงการเพื่อความมุ่งหวังเดียวกัน คือ เพื่อกระตุ้นผู้ประกอบการตลาดสดที่เข้าร่วม โครงการ ให้เกิดการพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย ความปลอดภัยของอาหารและการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่ายในการพัฒนาตลาดสดทั่วประเทศและการรวมพลังสร้างสุขภาพอย่างต่อเนื่องเป็นเอกภาพเพื่อสร้างกระแสความตื่นตัวแก่ประชาชนและผู้บริโภคในการสร้างสุขภาพ รู้จักเลือกจับจ่ายสินค้าในสถานที่ที่สะอาด ได้มาตรฐานและซื้อสินค้าที่ปลอดภัยได้คุณค่า

ภาคผนวก จ

เมนูสุขภาพ

เมนูสุขภาพ

เมนูสุขภาพ คือ อาหารไทยที่มีคุณค่าทางโภชนาการในปริมาณและสัดส่วนที่เหมาะสม ผ่านการรับรองจากกรมอนามัยให้เป็นอาหารประเภทสำหรับหรือจานเดียว

ทำไมต้องรณรงค์เมนูสุขภาพ

เพื่อประยุกต์หลักโภชนาการไปสู่ตำรับอาหารและเป็นทางเลือกในการบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการให้กับประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นการยกระดับการบริการอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการของสถานที่จำหน่ายอาหารและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและสนับสนุนการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

แนวคิดการรณรงค์

1. เป็น โครงการรณรงค์ที่ภาคีทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ร่วมกัน ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร เจ้าหน้าที่ของรัฐและที่สำคัญ คือ ประชาชน
2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร้านอาหารเข้าร่วมโครงการตามความสมัครใจ โดยเจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุน
3. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร้านอาหารเกิดความตระหนักและรวมกลุ่มกันเป็นเจ้าของโครงการ เพื่อขับเคลื่อนการรณรงค์เผยแพร่ ฟังพาดตนเอง ซึ่งรวมถึงการดำเนินงาน การใช้ทรัพยากร ตลอดจนการควบคุมกำกับด้วยตนเอง
4. ให้สถานประกอบการอาหารและร้านอาหารเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ในการกินอาหารสะอาด ปลอดภัย ได้คุณค่า

ร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการ

ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับป้ายอาหารสะอาด รสชาติอร่อยเป็นลำดับแรก ต่อไปจะขยายไปยังร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารในสถานที่ทำงาน สถาบันการศึกษาและร้านอาหารที่ผ่านการรับรองความสะอาดตามมาตรฐาน กรมอนามัย

หลักเกณฑ์การคัดเลือก “เมนูสุขภาพ”

นักวิชาการด้าน โภชนาการของกรมอนามัย จะเป็นผู้ดำเนินการคัดเลือกเมนูที่ทางร้านอาหารนำเสนอมาให้คัดเลือกเป็น “เมนูสุขภาพ” ซึ่งต้องเข้าหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. เป็นอาหารไทยประเภทสำหรับหรืออาหารจานเดียว ที่ปรุงจากอาหารครบอย่างน้อย 4 หมู่
2. เป็นอาหารไทยประเภทสำหรับหรืออาหารจานเดียว ที่มีปริมาณไขมันไม่เกินร้อยละ 25-30 ของการกระจายตัวของพลังงาน
3. เป็นอาหารที่ปรุงด้วยเนื้อสัตว์ที่มีไขมันต่ำและปลอดภัยจากสารปนเปื้อน

4. เป็นอาหารที่ปรุงด้วยผักปลอดสารพิษหรือผักพื้นบ้าน

5. เป็นอาหารที่รสไม่หวานจัดและเค็มจัด

มีอะไรสนับสนุนบ้าง

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนกลางโดยกองโภชนาการ กรมอนามัย จะสนับสนุนศูนย์อนามัยและสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ดังนี้

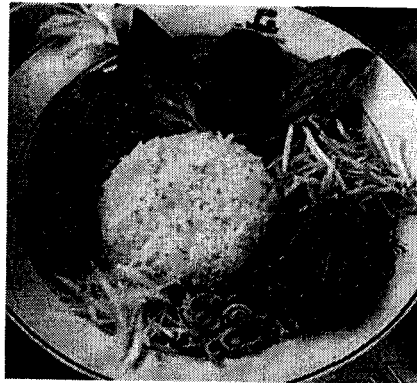
1. คู่มือแนวทางการดำเนินงานโครงการ “เมนูสุขภาพ”
2. เมนูสุขภาพจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มให้ศูนย์อนามัยเดิมรายชื่อ “เมนูสุขภาพ” ของแต่ละร้าน
3. แบบฟอร์มการเสนอเมนูอาหารให้พิจารณาคัดเลือกเป็นเมนูสุขภาพ
4. สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
5. พัฒนาศักยภาพของบุคลากรของศูนย์อนามัยและสำนักงานสาธารณสุขของจังหวัด

ตัวอย่างเมนูสุขภาพ

ที่มา : เมนูสุขภาพ 4 ภาค

กองโภชนาการ กระทรวงสาธารณสุข

ข้าวยากษิได้



เครื่องปรุง (สำหรับ 4 คน)

ข้าวสวย	2	ถ้วยตวง
มะพร้าวคั่วพอเหลืองกรอบ	1 ½	ถ้วยตวง
กุ้งแห้งป่นหรือปลาป่น	1	ถ้วยตวง
พริกขี้หนูคั่วป่นละเอียด	4	ช้อนชา

ส้มโอแกะเป็นชิ้นเล็ก ๆ	1 ½	ถ้วยตวง
มะม่วงหรือมะคันทนซอย	½	ถ้วยตวง
ถั้วฝักยาว แดงกว่า ตะไคร้ ใบมะกรูดหั่นฝอยซอยบาง ๆ	¾	ถ้วยตวง
ถั้วงอกล้างสะอาดเคี้ยวคราก	1 ½	ถ้วยตวง
มะนาวผ่าซีก	4	ชิ้น
น้ำบูดู	1	ถ้วยตวง
หอมแดงปอกเปลือกทุบพอแตก	¼	ถ้วยตวง
ตะไคร้ทุบพอแตกตัดเป็นท่อน ๆ	¼	ถ้วยตวง
ข่าทุบพอแตก	¼	ถ้วยตวง
น้ำตาลปี๊บ	¼	ถ้วยตวง
ใบมะกรูด	5-6	ใบ

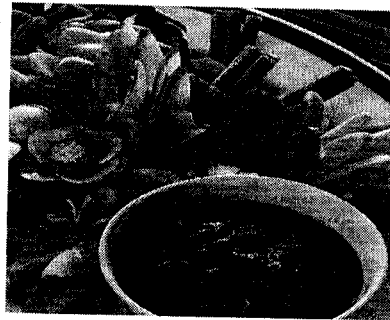
วิธีปรุง

- นำส่วนผสมน้ำบูดูทุกอย่างใส่หม้อเคลือบ ตั้งไฟเคี่ยวจนขึ้นเป็นสีแดงเข้ม กรองเอาเฉพาะน้ำ ชิมรสหวาน เค็ม ให้รสจัด ๆ
- การจัดเสิร์ฟ จัดข้าวใส่จานเสิร์ฟมะพร้าวคั่ว กุ้งแห้ง ผัก มะม่วงหรือมะคันทนซอยอย่างละ 2 ช้อนโต๊ะ พร้อมกับมะนาวซีก ตักน้ำบูดู 2-3 ช้อนโต๊ะ ราดข้าวเติมพริกป่นเล็กน้อย ก่อนรับประทานบีบน้ำมะนาวใส่ลงไปแล้วผสมให้เข้ากัน

คุณค่าทางโภชนาการ (สำหรับ 1 คน)

พลังงาน	511	กิโลแคลอรี	คาร์โบไฮเดรต	85	กรัม
โปรตีน	28	กรัม	ไขมัน	7	กรัม
แคลเซียม	826	มิลลิกรัม			

แกงไตปลาน้ำขุ่น



เครื่องปรุง (สำหรับ 7-8 คน)

ปลาไส้ตันแห้ง	1	ถ้วยตวง
ไตปลา	½	ถ้วยตวง
ปลาข่าง (ปลาคูกหรือปลาทุ)	1	ถ้วยตวง
ใบมะกรูด	5	ใบ
<u>เครื่องแกง</u>		
ขมิ้นหั่น	1	ช้อนชา
ข่า	1	ช้อนชา
หอมแดง	1	ช้อนชา
กระเทียม	2	ช้อนชา
ตะไคร้	1 ½	ช้อนชา
พริกขี้หนูสดหั่น	1	ช้อนโต๊ะ
กะปิ	1	ช้อนโต๊ะ
พริกขี้หนูแห้งหั่น	1	ช้อนโต๊ะ

วิธีปรุง

- ล้างปลา คั่วไส้ออก นำไปข่างให้สุกแกะเนื้อออก
- เอาน้ำ 2 ถ้วยตวง ใส่หม้อตั้งไฟ พอน้ำเดือดใส่ไตปลาคั่ว ปลาข่างและปลาไส้ตัน เคี่ยวให้ค่อนข้างแห้ง ใส่ใบมะกรูด ยกกลงเสิร์ฟพร้อมกับผักสดชนิดต่าง ๆ

คุณค่าทางโภชนาการ (สำหรับ 1 คน)

พลังงาน	84	กิโลแคลอรี	คาร์โบไฮเดรต	3	กรัม
โปรตีน	15	กรัม	ไขมัน	1	กรัม
แคลเซียม	258	มิลลิกรัม			

มัสยาหลงไฟร



เครื่องปรุง (สำหรับ 6 คน)

ปลาช่อนขนาดกลาง	1	ตัว
ใบชะพลูหั่นฝอย	2	ถ้วยตวง
ผักกาดหอม	1	ต้น
ขิงหั่นสี่เหลี่ยมลูกเต๋า	¼	ถ้วยตวง
หอมแดงหั่นสี่เหลี่ยมลูกเต๋า	¼	ถ้วยตวง
ถั่วลิสงคั่วหรือเม็ดมะม่วงหิมพานต์	¼	ถ้วยตวง
น้ำมันพืชสำหรับทอดพอประมาณ		

เครื่องปรุงน้ำยา

น้ำตาลทราย	6	ช้อนโต๊ะ
น้ำปลา	4	ช้อนโต๊ะ
น้ำส้มสายชู	5	ช้อนโต๊ะ
น้ำมะนาว	5	ช้อนโต๊ะ
รากผักชี	1	ช้อนโต๊ะ
กระเทียม	6	หัวใหญ่
พริกชี้ฟ้าแดง	5	เม็ด
พริกชี้ฟ้าสวน	20	เม็ด

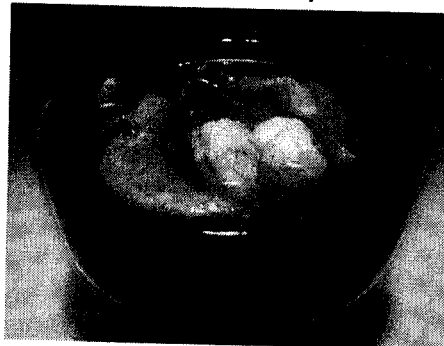
วิธีการปรุง

1. โขลกธัญพืช กระเทียม พริกชี้ฟ้าให้ละเอียด
2. ทูบพริกชี้ฟ้าหั่นพอแตก
3. ผสมน้ำตาล น้ำปลา น้ำส้มสายชูให้เข้ากัน นำไปตั้งไฟเดือดจัดๆ ใส่พริกที่ตั้งไว้ในข้อ 1 เดี่ยวต่อไป ประมาณ 5 นาที ยกลง พอเย็นชิมรสเปรี้ยว เค็ม หวาน
4. นำปลาช่อนทั้งตัวไปทอดไฟแรงให้ข้างนอกเหลืองกรอบ ข้างในนุ่มทิ้งไว้ให้สะเด็ดน้ำมัน จัดใส่จานที่รองด้วย ผักกาดหอม และใบชะพลู หั่นฝอย โรยขิง หอมแดง ถั่วลิสง หรือเม็ดมะม่วงหิมพานต์

คุณค่าทางโภชนาการ (สำหรับ 1 คน)

พลังงาน	287	กิโลแคลอรี	คาร์โบไฮเดรต	39	กรัม
โปรตีน	19	กรัม	ไขมัน	7	กรัม
แคลเซียม	216	มิลลิกรัม	เบต้า-แคโรทีน	1,739	ไมโครกรัม

แกงส้มดอกแคกุ้ง



เครื่องปรุง (สำหรับ 4 คน)

ดอกแค	3	ขีด
กุ้งสด	10	ตัว
น้ำมะขามเปียกชั้น ๆ	6	ช้อนโต๊ะ
น้ำตาลปีบ	3	ช้อนโต๊ะ
น้ำปลา	3	ช้อนโต๊ะ
เกลือ	1	ช้อนชา
น้ำเปล่า	3	ถ้วยตวง

เครื่องปรุงน้ำพริกแกง

พริกแห้งเม็ดใหญ่แช่น้ำ	4	เม็ด
หอมแดงขนาดใหญ่	5	หัว
กะปิ	2	ช้อนชา
เกลือป่น	1	ช้อนชา

วิธีปรุง

1. โขลกเครื่องน้ำพริกแกงสั้ม โดยโขลกพริกแห้งกับเกลือให้ละเอียด ใส่หอมแดงโขลกให้ละเอียด ใส่กะปิโขลกให้เข้ากัน
2. ใส่น้ำในหม้อ นำไปตั้งไฟให้เดือด ใส่เครื่องพริกแกงคนให้เข้ากัน ปรุงรสด้วยน้ำปลาน้ำตาลปี๊บ น้ำมะขามเปียก เกลือ ปล่อยให้เดือด
3. ใส่ดอกแค พอสุกใส่กุ้งทิ้งไว้ให้เดือดพล่าน ยกลงตักเสิร์ฟ

คุณค่าทางโภชนาการ (สำหรับ 1 คน)

พลังงาน	157	กิโลแคลอรี	คาร์โบไฮเดรต	24.4	กรัม
โปรตีน	11.3	กรัม	ไขมัน	1.2	กรัม

น้ำพริกหนุ่มเครื่องปรุง (สำหรับ 4 คน)

พริกหนุ่มเผา	12-15	เม็ด
หอมแดง	5-6	หัว
กระเทียมเผา	5-6	หัว
ปลาร้าขนาดเล็ก	1	ตัว
น้ำปลา	1	ช้อนโต๊ะ

น้ำตาลปีบ	1	ช้อนชา
มะนาว	1-2	ลูก

วิธีการปรุง

1. โขลกพริก หอม กระเทียมที่เผาแล้วให้ละเอียด
2. ปลาข้าวปิ้ง แกะเอาแต่เนื้อใส่โหลกรวมกันกับเครื่องน้ำพริก ปรุงรสด้วยน้ำปลา น้ำตาล น้ำมะนาว ชิมรสตามชอบ รับประทานกับผักสดหรือผักต้ม เช่น ฟักทองนึ่ง มะเขือ ขมิ้นขาว มะระ ขึ้นฉะ

คุณค่าทางโภชนาการ (สำหรับ 1 คน)

พลังงาน	47	กิโลแคลอรี	คาร์โบไฮเดรต	7.9	กรัม
โปรตีน	2.4	กรัม	ไขมัน	0.7	กรัม
แคลเซียม	7.9	มิลลิกรัม			

แกงแคไก่



เครื่องปรุง (สำหรับ 7 คน)

ตับไก่หั่น	1	ขีด
เนื้อไก่หั่น	2	ถ้วยตวง
ใบชะพลู	1	ถ้วยตวง
กะเพาเด็ดใบ	½	ถ้วยตวง
บวบ	2	ขีด
ตำลึง	1	ถ้วยตวง
ชะอมเด็ด	1	ถ้วยตวง
ผักชีฝรั่งหั่นหยาบ	¼	ถ้วยตวง
มะเขือเปราะผ่าสี่	6	ลูกกลาง

มะเจือพวง	½	ถ้วยตวง
ถั่วฝักยาว	5	ฝัก
ผักชีหูด	½	ถ้วยตวง
น้ำมันพืช	3	ช้อนโต๊ะ
น้ำเปล่า	3	ถ้วยตวง
<u>เครื่องแกง</u>		
พริกแห้งแกะเมล็ดออกแช่น้ำ	7	เม็ด
หอมแดงซอย	3	ช้อนโต๊ะ
ตะไคร้ซอย	2	ช้อนโต๊ะ
กะปิ	1	ช้อนโต๊ะ
เกลือป่น	1	ช้อนชา
โขลกเครื่องแกงทั้งหมดเข้าด้วยกัน		

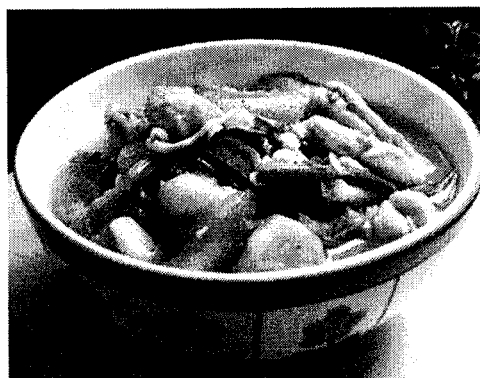
วิธีปรุง

1. ปอกเปลือกบวบ หั่นวุ้นพอดำ ล้างผักหั่นเป็นท่อนเล็ก ๆ
2. ตั้งกะทะให้ร้อน ใส่น้ำมันให้สุกหอม ตักขึ้น พักไว้
3. ใส่น้ำมันลงในกะทะพอร้อน ใส่น้ำพริกแกงที่โขลกผสมให้หอม ใส่น้ำ ตับไก่ ผัดให้เข้ากัน
4. ใส่น้ำตาลลงในหม้อ ตักส่วนผสมข้อ 2 ตั้งไฟให้เดือด ใส่วุ้นพอดำต่าง ๆ ลงไป คนให้ทั่ว พอผักสุก ยกลง

คุณค่าทางโภชนาการ (สำหรับ 1 คน)

พลังงาน	185	กิโลแคลอรี	คาร์โบไฮเดรต	8	กรัม
โปรตีน	13.3	กรัม	ไขมัน	10.9	กรัม
แคลเซียม	172	มิลลิกรัม	วิตามินเอ	73	RE
เบต้า-แคโรทีน	434	ไมโครกรัม			

แกงอ่อมไก่



เครื่องปรุง (สำหรับ 3 คน)

ไก่	6	ซ็อนโต๊ะ
ตับไก่	3	ซ็อนโต๊ะ
ผักกาดขาวหั่น	4	ถั่วตวง
ต้นหอม	10	ต้นเล็ก
ผักชีลาว	1	ถั่วตวง
ใบแมงลัก	½	ถั่วตวง
พริกสด	2	เม็ดใหญ่
หอมแดง	2	หัวใหญ่
กระเทียม	1	หัวใหญ่
น้ำปลา	3	ซ็อนโต๊ะ
กะปิ	1	ซ็อนซา
ข่า	2	ซ็อนซา
ตะไคร้	1	ต้น
น้ำมันพืช	1	ซ็อนโต๊ะ
น้ำเปล่า	4-5	ถั่วตวง

วิธีปรุง

- ล้างไก่ ตับไก่ หั่นชิ้นพอคำ
- ผักทุกชนิดต้องล้างให้สะอาด ผักกาดขาว ต้นหอมหั่นเป็นชิ้น ผักชีลาว ใบแมงลักเด็ดเฉพาะใบ โขลกพริก หอม กระเทียม ข่า ตะไคร้ไม่ต้องให้ละเอียดนัก เติมหะขี้ดลงไป โขลกให้เข้ากัน

3. ผัดน้ำพริกให้หอม ใส่ไก่และตับลงไปผัดจนสุก ปรงรสด้วยน้ำปลา เติมน้ำเปล่าลงไป ตั้งไฟจนเดือด ใส่ผักทั้งหมดลงไป ปิดฝาพอเดือดอีกครั้งยกลง

คุณค่าทางโภชนาการ (สำหรับ 1 คน)

พลังงาน	151.5	กิโลแคลอรี	คาร์โบไฮเดรต	8.4	กรัม
โปรตีน	11.2	กรัม	ไขมัน	8	กรัม
วิตามินเอ	1,412.9	RE			

ปลาหนึ่งผัก-น้ำพริก



เครื่องปรุง (สำหรับ 5 คน)

ปลาช่อน	1	ตัว
กะหล่ำปลีขนาดกลาง	¼	ลูก
ผักบุ้ง	10	ยอด
ถั้วผักยาว	10	ผักเล็ก
<u>น้ำพริกจิ้ม</u>		
พริกชี้ฟ้าเผา	2	ช้อนโต๊ะ
หอมเผา	3	หัวใหญ่
กระเทียมเผา	3	หัว
มะเขือเทศเผา	2	ลูกใหญ่
น้ำมะนาว	4	ช้อนโต๊ะ
น้ำปลา	4	ช้อนโต๊ะ

วิธีปรุง

1. ปลาช่อนล้างสะอาดแต่เอาแต่เนื้อ (ประมาณ 3 ชีด) หรือใช้ปลาช่อนตัวเล็กทั้งตัว
2. ผักทุกชนิดต้องล้างสะอาด นึ่งในลังซึ่งพร้อมกับปลา ประมาณ 20 นาที ยกลง

วิธีปรุงน้ำจิ้ม

1. พริก หอม กระเทียมและมะเขือเทศเผาลอกเปลือกออกแล้วนำไปโขลกรวมกัน ไม่ต้องให้ละเอียดนัก

2. ปรุงรสด้วยน้ำปลา มะนาว โขลกให้เข้ากัน ถ้าข้น ไปเติมน้ำสุกเล็กน้อย ชิมรสตามชอบ

คุณค่าทางโภชนาการ (สำหรับ 1 คน)

พลังงาน	100.4	กิโลแคลอรี	คาร์โบไฮเดรต	7.9	กรัม
โปรตีน	11.3	กรัม	ไขมัน	2.2	กรัม
เบต้า-แคโรทีน	640	ไมโครกรัม			

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวจริญา จันทร์คูเมือง
วัน เดือน ปี	15 กันยายน 2522
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการสำนักงาน) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ปีพ.ศ. 2544
สถานที่ทำงาน	บริษัทเซ็นทรัลลาดพร้าว ซีนEMA จำกัด กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่ง	Assistant Theatre Manager