

บทที่ 4

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารชีวิตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 150 ชุด โดยจะมีการศึกษาและวิเคราะห์ด้านต่างๆ ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และการวิเคราะห์ด้านการเงิน

1. ภาพรวมโดยทั่วไปของธุรกิจร้านอาหาร

ปัญหาเศรษฐกิจและราคาสินค้าที่สูงขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน ทำให้ผู้คนต้องลดค่าใช้จ่ายและเน้นความประหยัดมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านอาหารก็ยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะแนวโน้มของการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านยังคงเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความเร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหารเพื่อรับประทานเองที่บ้าน ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความเครียด การแสวงหาความสนุกสนานในครอบครัวหรือในกลุ่มเพื่อน ส่งผลให้บรรดาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต่างเร่งปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่ในปัจจุบันได้หันมาใส่ใจในเรื่องของคุณค่าของอาหารที่รับประทานกันมากขึ้น และเน้นการประหยัดค่าใช้จ่าย กล่าวคือผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารได้หันมาเน้นเมนูอาหารเพื่อสุขภาพและราคาประหยัดกว่าเมื่อเทียบกับการทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน ดังนั้นธุรกิจร้านอาหารในประเทศนับว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด คาดว่าธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยในปี 2551 จะมีอัตราการขยายตัวประมาณ ร้อยละ 5.0 จึงนับว่าเป็นธุรกิจที่ยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าหลากหลายปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบันจะส่งผลให้ผู้บริโภคเน้นการประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ก็ยังมีผู้บริโภคจำนวนมากยังคงพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านไว้ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารหลายรายมีการแข่งขันกันโดยปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งในด้านความสนใจในเรื่องสุขภาพและการประหยัดค่าใช้จ่าย ดังนั้นโดยภาพรวมแล้วธุรกิจร้านอาหารจึงยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ทยอยเข้าสู่ตลาด เพราะสามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่าย การลงทุนไม่สูงมากจนเกินไปและมีระยะเวลาในการคืนทุนค่อนข้างสั้น ทำให้ผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่มีการปรับกลยุทธ์เพื่อแข่งขันส่วนแบ่งตลาด (สยามธุรกิจ:2550)

จากการขยายตัวของร้านอาหารที่ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องประกอบกับความสนใจและใส่ใจในสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นมากมาย ร้านอาหารชีวจิตก็เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพประเภทหนึ่งในปัจจุบันมีผู้คนรู้จักและมีการบริโภคแพร่หลายมากยิ่งขึ้น จะเห็นได้จากการแนะนำร้านอาหารตามแนวชีวจิตจากนิตยสารชีวจิต ซึ่งมีการนำเสนอร้านอาหารที่มีการจำหน่ายอาหารตามหลักการของชีวจิตมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ฉบับที่ 44 จนกระทั่งในปัจจุบันฉบับที่ 224 แสดงให้เห็นว่ามีร้านอาหารตามแนวชีวจิตเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันชี้ให้เห็นว่าร้านอาหารชีวจิตได้รับความนิยมและความสนใจจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารเข้ามาสู่ตลาดร้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง

2. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

เป็นการวิเคราะห์เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาด เพื่อให้ทราบถึงปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ทราบว่าควรผลิตจำนวนเท่าใด รวมถึงแนวโน้มการผลิตในอนาคต ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการตลาดจะทำให้สามารถประมาณการรายรับได้ โดยจะมีการศึกษาวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT analysis)

เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจในการดำเนินงานทั้งที่สามารถควบคุมได้ (Controllable business environments) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนและสิ่งแวดล้อมที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollable business environments) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค

จุดแข็ง (Strengths)

1. เป็นร้านอาหารแห่งแรกและแห่งเดียวในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้บริการอาหารชีวจิต ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่เคยมีร้านใดเปิดให้บริการมาก่อน ทำให้เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและแตกต่างจากร้านอาหารอื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่

2. เป็นร้านอาหารที่ใช้ผักปลอดสารพิษ ไม่ใช้ผงชูรสในการประกอบอาหาร ตลอดจนมีกรรมวิธีการผลิตและการเก็บรักษาที่สะอาดถูกต้องตามหลักโภชนาการ ทำให้มั่นใจได้ว่าเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีต่อสุขภาพมากที่สุด

3. อาหารมีรสชาติอร่อย สดใหม่และมีการตกแต่งอาหารทุกจานให้สวยงามน่ารับประทาน

4. ร้านอาหารมีบรรยากาศแบบธรรมชาติ มีต้นไม้จำนวนมากทำให้ร้านเย็นสบาย ร่มรื่น ทำให้ผู้ที่มารับประทานอาหารรู้สึกสดชื่น ผ่อนคลาย

5. ให้การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีด้วยความสุภาพ

6. มีความรวดเร็วในการบริการทุกขั้นตอน เช่น การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งอาหาร การปรุงอาหาร การเสิร์ฟอาหาร และการเก็บเงิน เป็นต้น

7. มีรายการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ร้านอาหารใช้ผักปลอดสารพิษรวมถึงวัตถุดิบและเครื่องปรุงต่างๆในการปรุงอาหารที่มีคุณภาพสูง ทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยทั่วไป

2. ผู้เป็นเจ้าของร้านอาหารยังไม่เคยมีประสบการณ์ด้านนี้มาก่อน อาจเกิดปัญหาในการบริหารงาน

3. เนื่องจากเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพแนวใหม่ ซึ่งยังไม่แพร่หลายในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้คนมากนัก

โอกาส (Opportunities)

1. ไม่มีร้านอาหารชีวิตที่เป็นคู่แข่งทางตรงเนื่องจากเป็นร้านแรกในจังหวัดเชียงใหม่ที่เปิดให้บริการ

2. ปัจจุบันมีโรคภัยไข้เจ็บจำนวนมากที่กำลังคุกคามคนเราอันเนื่องมาจากการรับประทานอาหารที่ไม่มีประโยชน์และทำลายสุขภาพ ดังนั้นผู้คนจึงให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้ร้านอาหารเพื่อสุขภาพเป็นทางเลือกที่ดีทางหนึ่งที่ค่อนข้างได้รับความสนใจ

3. ชีวิตประจำวันที่มีแต่ความรีบเร่งทำให้ไม่มีเวลาทำอาหารรับประทานเอง ทำให้การรับประทานอาหารที่ร้านเป็นทางเลือกที่รวดเร็วและสะดวกสบาย

อุปสรรค (Threats)

1. อาหารชีวิตจะมีราคาสูงกว่าเล็กน้อยเมื่อเทียบกับอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอื่นๆ อาจทำให้ลูกค้าที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายเลือกซื้ออาหารที่มีราคาถูกกว่า

2. มีคู่แข่งทางอ้อมอยู่บริเวณใกล้เคียงจำนวนมากคือร้านอาหารเจและร้านอาหารมังสวิรัต
ลักษณะความต้องการทางการตลาด จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม

ในการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารชีวิตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 150 ชุด แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งสุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการพิจารณาว่ามีลักษณะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่าจะสนใจในอาหารเพื่อสุขภาพ ณ สถานที่ต่างๆ เช่น ร้านอาหารเจ มังสวิรัต สถานออกกำลังกายตามหลักชีวิต และร้านค้าเพื่อสุขภาพต่างๆ เป็นต้น และศึกษาจากผู้ประกอบการร้านอาหารชีวิตจำนวน 2 ราย มีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	58	38.7
หญิง	92	61.3
รวม	150	100.0
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
19 – 25 ปี	26	17.3
26 – 30 ปี	40	26.8
31 – 35 ปี	19	12.7
36 – 40 ปี	20	13.3
41 – 45 ปี	21	14.0
46 – 50 ปี	8	5.3
51 – 60 ปี	11	7.3
มากกว่า 60 ปี	5	3.3
รวม	150	100.0
สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	92	61.3
สมรส	54	36.0
หย่าร้าง	3	2.0
หม้าย	1	0.7
รวม	150	100.0
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	29	19.3
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	18	12.0
ปริญญาตรี	76	50.7
ปริญญาโท	26	17.3

(ต่อ)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
อื่นๆ	1	0.7
รวม	150	100.0
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	22	14.7
ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ	32	21.3
พนักงานบริษัทเอกชน	47	31.4
ธุรกิจส่วนตัว	26	17.3
อื่นๆ	23	15.3
รวม	150	100.0
รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	20	13.3
5,000 – 10,000 บาท	41	27.4
10,001 – 15,000 บาท	36	24.0
15,001 – 20,000 บาท	23	15.3
20,001 – 25,000 บาท	14	9.3
25,001 – 30,000 บาท	9	6.0
30,000 บาท ขึ้นไป	7	4.7
รวม	150	100.0

จากตารางส่วนที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 26 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ด้านการศึกษามีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและความรู้ความเข้าใจในการบริโภคอาหารชีวจิต

ท่านเป็นผู้ที่รักและดูแลสุขภาพไข่หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	97	64.7
บางครั้ง	53	35.3
ไม่ใช่	0	0
รวม	150	100.0
ท่านรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพไข่หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	47	31.3
บางครั้ง	93	62.0
ไม่ใช่	10	6.7
รวม	150	100.0
อาหารเพื่อสุขภาพประเภทใดที่ท่านรับประทาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
อาหารเจ	77	51.3
อาหารมังสวิรัต	90	60.0
อาหารชีวจิต	51	34.0
อาหารแมโครไบโอติกส์	5	3.3
อื่นๆ(เช่น ผัก,ผลไม้,ข้าวกล้อง,อาหารเสริม)	14	9.3
ท่านรู้จักอาหารชีวจิตหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก	104	69.3
ไม่รู้จัก	46	30.7
รวม	150	100.0
ท่านเคยรับประทานอาหารชีวจิตหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เคย	78	52.0
ไม่เคย	72	48.0
รวม	150	100.0

หากท่านไม่รู้จักรักรหรือไม่เคยทานอาหารชีวจิต ท่านอยากทดลองทานหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
อยากทดลอง	64	88.9
ไม่อยากทดลอง	8	11.1
รวม	72	100.0

*ให้ตอบเฉพาะผู้ที่ไม่รู้จักรักรหรือไม่เคยทานอาหารชีวจิตเท่านั้น (จำนวน 72 ราย)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือผู้ที่รักและดูแลสุขภาพอยู่เป็นประจำคิดเป็นร้อยละ 64.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนที่เหลือคือผู้ที่ดูแลสุขภาพบ้างเป็นบางครั้งคิดเป็นจำนวนร้อยละ 35.3 ส่วนใหญ่คิดเป็นจำนวนร้อยละ 62 จะรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นบางครั้งเท่านั้น อาหารเพื่อสุขภาพที่นิยมรับประทานกันมากที่สุดคืออาหารมังสวิรัคมีจำนวนร้อยละ 60 อันดับรองลงมาคืออาหารเจมีจำนวนร้อยละ 51.3 อันดับถัดมาคืออาหารชีวจิตมีจำนวนร้อยละ 34 จากการตอบแบบสอบถามมีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 69.3 ที่รู้จักอาหารชีวจิตและมีเพียงร้อยละ 52 เท่านั้นที่เคยรับประทานอาหารชีวจิต ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยรับประทานอาหารชีวจิตมีจำนวนถึงร้อยละ 88.9 ที่ตอบว่าอยากทดลองรับประทานอาหารชีวจิต

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่ออาหารชีวจิต

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ค่าเฉลี่ย (แปรค่า)
ท่านคิดว่าการบริโภคอาหารชีวจิต มีประโยชน์และมีความสำคัญต่อสุขภาพ	28.2(22)	59.0(46)	12.8(10)	0(0)	0(0)	0(0)	4.2 (มาก)
ท่านคิดว่าอาหารชีวจิตดีกว่าอาหารเพื่อสุขภาพอื่นๆ	10.3(8)	59.0(46)	26.9(21)	2.6(2)	0(0)	1.3(1)	3.8 (มาก)
ท่านคิดว่าจะแนะนำ ชักชวน และส่งเสริมให้บุคคลรอบข้างมาบริโภคอาหารชีวจิต	7.7(6)	50.0(39)	26.9(21)	12.8(10)	1.3(1)	1.3(1)	3.5 (ปานกลาง)

(ต่อ)

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ค่าเฉลี่ย (แปรค่า)
ท่านคิดว่าอาหารชีวิตน่าสนใจและน่าศึกษา	20.5(16)	57.7(45)	17.9(14)	3.8(3)	0(0)	0(0)	3.9 (มาก)

*ให้แสดงความเห็นเฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารชีวิตเท่านั้น (จำนวน 78 ราย)

จากการตอบแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารชีวิต มีความคิดเห็นในระดับมากตามลำดับค่าเฉลี่ยคือ การบริโภคอาหารชีวิตนั้นมีประโยชน์ มีความสำคัญต่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.2) คิดว่าอาหารชีวิตน่าสนใจและน่าศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.9) คิดว่าอาหารชีวิตดีกว่าอาหารเพื่อสุขภาพอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.8) และมีความคิดเห็นในระดับปานกลางคือจะมีการแนะนำ ชักชวน และส่งเสริมให้บุคคลรอบข้างมารับประทานอาหารชีวิต (ค่าเฉลี่ย 3.5)

ตารางที่ 4 ความรู้ความเข้าใจในอาหารชีวิต

ข้อความ	ตอบถูก	ตอบผิด
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
อาหารชีวิตคืออาหารที่มาจากธรรมชาติมากที่สุดและผ่านการคัดแปลงน้อยที่สุด	100.0(78)	0(0)
อาหารชีวิตสามารถรับประทานปลาและอาหารทะเลได้เป็นครั้งคราว	82.1 (64)	17.9(14)
อาหารชีวิตจะมีรสชาติจัด	96.2(75)	3.8(3)
อาหารชีวิตคืออาหารแมคโครไบโอติกส์ที่นำมาปรับให้เข้ากับคนไทย	71.8(56)	28.2(22)
ข้าวกล้องและข้าวซ้อมมือคืออาหารที่ชาวชีวิตควรรับประทาน	100.0(78)	0(0)
อาหารชีวิตคืออาหารเพื่อสุขภาพประเภทหนึ่ง	100.0(78)	0(0)
อาหารชีวิตเน้นการบริโภคแป้งขัดขาวและน้ำตาลขัดขาว	94.9(74)	5.1(4)
น้ำอาร์ ซี เป็นเครื่องดื่มชีวิตที่ดีต่อสุขภาพ ช่วยลดอาการอ่อนเพลีย	91.1(71)	9.0(7)
อาหารชีวิตคืออาหารที่สามารถบริโภคเนื้อสัตว์ได้ เช่น เนื้อ หมู ไก่	74.4(58)	25.6(20)

(ต่อ)

ข้อความ	ตอบถูก	ตอบผิด
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
อาหารชีวจิตมีลักษณะเหมือนกันกับอาหารเจและอาหารมังสวิรัต	46.2(36)	53.8(42)
ผักที่ใช้ในการปรุงอาหารต้องเป็นผักที่ปลอดสารพิษเท่านั้น	89.7(70)	10.3(8)

*ให้ตอบแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารชีวจิตเท่านั้น (จำนวน 78 ราย)

ในด้านความรู้ความเข้าใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในอาหารชีวจิตคิดเป็นร้อยละ 89.90 (คำนวณจากค่าเฉลี่ยของร้อยละที่ตอบได้ถูกต้อง)

สรุปได้ว่าในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารชีวจิต ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีความรู้ความเข้าใจในอาหารชีวจิตได้ถูกต้องตรงกันว่าอาหารชีวจิตคืออาหารเพื่อสุขภาพประเภทหนึ่งที่มาจากรธรรมชาติมากที่สุด โดยผ่านการคัดแปลงน้อยที่สุดและข้าวที่ชาวชีวจิตควรจะได้รับประทานคือข้าวกล้องและข้าวซ้อมมือ

ตารางที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค ปัจจัยในการตัดสินใจเลือก ปริมาณและความถี่ในการบริโภค และความคิดเห็นต่อลักษณะร้านอาหารชีวจิต

ท่านมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิตอย่างไร

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ใช่	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ค่าเฉลี่ย (แปรค่า)
ท่านนิยมการทำอาหารชีวจิตเพื่อรับประทานเองที่บ้าน	5.1(4)	14.1(11)	37.2(29)	24.4(19)	10.3(8)	9.0(7)	2.5 (น้อย)
ท่านนิยมไปทานอาหารที่ร้านอาหารชีวจิต	2.6(2)	17.9(14)	37.2(29)	29.5(23)	7.7(6)	5.1(4)	2.6 (ปานกลาง)
ท่านนิยมซื้ออาหารชีวจิตมารับประทานที่บ้าน	1.3(1)	21.8(17)	42.3(33)	26.9(21)	3.8(3)	3.8(3)	2.8 (ปานกลาง)

(ต่อ)

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ใช่	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ค่าเฉลี่ย (แปรค่า)
ท่านรับประทานอาหารปิ่นโตชีวิตเป็นรายเดือน	1.3(1)	5.1(4)	2.6(2)	12.8(10)	5.1(4)	73.1(57)	0.7 (น้อยที่สุด)
ท่านจะเลือกทานอาหารเฉพาะที่ร้านอาหารชีวิตเท่านั้น	0(0)	9.0(7)	25.6(20)	23.1(18)	5.1(4)	37.2(29)	1.6 (น้อย)
ท่านสามารถทานอาหารในร้านทั่วไปได้แต่จะเลือกทานเฉพาะเมนูอาหารชีวิตเท่านั้น	3.8(3)	19.2(15)	29.5(23)	17.9(14)	6.4(5)	23.1(18)	2.3 (น้อย)
ท่านรับประทานอาหารตามสูตรสัดส่วนอาหารชีวิตอย่างเคร่งครัด	0(0)	3.8(3)	38.5(30)	23.1(18)	3.8(3)	30.8(24)	1.8 (น้อย)
ท่านบริโภคอาหารชีวิตไปพร้อมกับอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอื่นๆ เช่น อาหารเจ มังสวิรัติ แมคโคร ไบโอดิกส์	10.3(8)	17.9(14)	39.7(31)	12.8(10)	7.7(6)	11.5(9)	2.8 (ปานกลาง)
ท่านบริโภคอาหารทั่วไปและอาหารฟาส์ฟู้ดส์	2.6(2)	11.5(9)	25.6(20)	24.4(19)	24.4(19)	11.5(9)	2.1 (น้อย)
ท่านจะยังคงรับประทานอาหารชีวิตตลอดไป	9.0(7)	24.4(19)	43.6(34)	16.7(13)	2.6(2)	3.8(3)	3.1 (ปานกลาง)

*ให้ตอบแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารชีวิตเท่านั้น (จำนวน 78 ราย)

จากตารางพฤติกรรมกรบริโภคอาหารชีวิต ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมการทำอาหารชีวิตเพื่อรับประทานเองที่บ้านในระดับน้อย นิยมการไปทานอาหารที่ร้านอาหารชีวิตหรือซื้อเพื่อนำมารับประทานที่บ้านในระดับปานกลาง และมีการรับประทานปิ่นโตอาหารชีวิตน้อยที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแจ้งว่าจะเลือกทานอาหารเฉพาะที่ร้านอาหารชีวิตเท่านั้นในระดับน้อย สามารถรับประทานอาหารในร้านทั่วไปได้แต่จะเลือกทานเฉพาะเมนูอาหารชีวิตในระดับน้อย มีความเคร่งครัดน้อยในการรับประทานอาหารตามสูตรสัดส่วนอาหารชีวิต มีการบริโภคอาหารชีวิตไปพร้อมกับกรบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอื่นๆในระดับปานกลาง ยังคงมีบางส่วนที่มีการบริโภคอาหารฟาส์ฟู้ดส์แต่มีการบริโภคในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าจะยังคงรับประทานอาหารชีวิตต่อไปอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 ปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกการบริโภคอาหารชีวจิตของท่าน

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ใช่	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ค่าเฉลี่ย (แปรค่า)
ท่านบริโภคอาหารชีวจิตเนื่องจากมีคนแนะนำ	15.4(12)	15.4(12)	34.6(27)	21.8(17)	2.6(2)	10.3(8)	2.9 (ปานกลาง)
ท่านบริโภคอาหารชีวจิตเนื่องจากได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ หนังสือพิมพ์ฯ	17.9(14)	33.3(26)	33.3(26)	10.3 (8)	2.6(2)	2.6(2)	3.5 (ปานกลาง)
ท่านบริโภคเนื่องจากตามกระแสที่นิยมในปัจจุบันเพื่อต้องการเป็นคนทันสมัย	0(0)	9.0(7)	25.6(20)	25.6(20)	6.4(5)	33.3(26)	1.7 (น้อย)
ท่านบริโภคเนื่องจากกลัวและป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บ	24.4(19)	32.1(25)	30.8(24)	7.7(6)	1.3(1)	3.8(3)	3.6 (มาก)
ท่านบริโภคเนื่องจากท่านต้องการบำบัดโรค	9.0(7)	20.5(16)	33.3(26)	14.1(11)	1.3(1)	21.8(17)	2.6 (ปานกลาง)
ท่านบริโภคเพื่อต้องการรักษาและส่งเสริมสุขภาพให้ดียิ่งขึ้นไป	39.7(31)	39.7(31)	17.9(14)	1.3(1)	1.3(1)	0(0)	4.2 (มาก)
ท่านบริโภคเพราะคิดว่าเป็นอาหารที่ดีมีประโยชน์กว่าอาหารเพื่อสุขภาพอื่นๆ และที่ขายโดยทั่วไปในท้องตลาด	20.5(16)	41.0(32)	30.8(24)	2.6(2)	1.3(1)	3.8(3)	3.7 (มาก)
ท่านรับประทานเพราะชื่นชอบในรสชาติ	5.1(4)	15.4(12)	50.0(39)	19.2(15)	1.3(1)	9.0(7)	2.8 (ปานกลาง)
ท่านบริโภคเพราะราคาไม่แพง	2.6(2)	9.0(7)	39.7(31)	19.2(15)	5.1(4)	24.4(19)	2.1 (น้อย)
ท่านบริโภคเพื่อการมีรูปร่างที่สวยงามและไม่อ้วน	9.0(7)	23.1(18)	34.6(27)	15.4(12)	2.6(2)	15.4(12)	2.7 (ปานกลาง)
ท่านรับประทานเพราะอยากทดลอง	9.0(7)	21.8(17)	35.9(28)	17.9(14)	3.8(3)	11.5(9)	2.8 (ปานกลาง)

*ให้ตอบแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารชีวจิตเท่านั้น (จำนวน 78 ราย)

ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคอาหารชีวจิตเนื่องมาจากได้รับการแนะนำและจากการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ หนังสือพิมพ์ฯ อยู่ในระดับปานกลาง บริโภคเพราะเหตุผลเพื่อความทันสมัยและตามกระแสที่นิยมในปัจจุบันระดับน้อย มีการบริโภคเนื่องจากกลัวและป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บในระดับมาก บริโภคเพื่อต้องการบำบัดโรคในระดับปานกลาง นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมบริโภคเพื่อต้องการรักษาและส่งเสริมสุขภาพให้ดียิ่งขึ้นไปและคิดว่าเป็นอาหารที่ดีมีประโยชน์กว่าอาหารเพื่อสุขภาพอื่นๆ และที่ขายโดยทั่วไปในท้องตลาดในระดับมาก ในเรื่องของรสชาติพบว่ามีการบริโภคเพราะชื่นชอบในรสชาติอาหารชีวจิตในระดับปานกลาง การรับประทานอาหารชีวจิตเหตุผลเพราะบุคคลในครอบครัวหรือบุคคลที่ใกล้ชิดรับประทาน เพื่อต้องการมีรูปร่างที่สวยงามไม่อ้วนและรับประทานเพราะอยากทดลองอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการบริโภคเพราะคิดว่ามีราคาไม่แพงอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 7 ปริมาณและความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิตของท่าน

ท่านรับประทานอาหารชีวจิตบ่อยแค่ไหน	จำนวน	ร้อยละ
นานๆครั้ง	39	50.0
1-2 วันต่อสัปดาห์	19	24.4
2-3 วันต่อสัปดาห์	9	11.5
4-5 วันต่อสัปดาห์	5	6.4
ทุกวัน	6	7.7
รวม	78	100.0
ท่านรับประทานอาหารชีวจิตกี่มื้อโดยเฉลี่ยต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
นานๆครั้ง	41	52.6
1 มื้อ	26	33.3
2 มื้อ	6	7.7
3 มื้อ	5	6.4
รวม	78	100.0
มื้อไหนที่ท่านนิยมนอกมารับประทานที่ร้านอาหาร(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
มื้อเช้า	10	12.8
มื้อกลางวัน	37	47.4

(ต่อ)

มือไหนที่ท่านนิยมออกมารับประทานที่ร้านอาหาร(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
มือเย็น	48	61.5
ท่านมักจะรับประทานอาหารชีวิตกับใคร(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	20	25.6
ครอบครัว	32	41.0
เพื่อน	33	42.3
คนรัก	7	9.0
ญาติพี่น้อง	10	12.8
จำนวนคนที่ท่านรับประทานอาหารเช้าในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	10	12.8
1-2 คน	25	32.1
3-4 คน	35	44.9
4-5 คน	4	5.1
6 คนหรือมากกว่า	4	5.1
รวม	78	100.0
ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าแต่ละครั้ง(ต่อ 1 ท่าน)	จำนวน	ร้อยละ
20 บาทหรือต่ำกว่า	4	5.1
21-30 บาท	23	29.5
31-40 บาท	17	21.8
41-50 บาท	9	11.5
51-60 บาท	6	7.7
มากกว่า 60 บาท	19	24.4
รวม	78	100.0

*ให้ตอบแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยรับประทานอาหารเช้าเท่านั้น (จำนวน 78 ราย)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าวันๆครั้ง โดยนิยมรับประทาน 1 มื้อต่อวัน มือที่นิยมมารับประทานอาหารที่ร้านคือมือเย็น ส่วนใหญ่นิยมมารับประทานกับเพื่อน

อันดับรองลงมาคือรับประทานกับครอบครัว โดยมาทานครั้งละประมาณ 3 – 4 คน ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารแต่ละครั้งต่อคนคือ 21 – 30 บาท

ตารางที่ 8 ลักษณะร้านอาหารที่ถูกค่าต้องการให้เปิดบริการ

ลักษณะการให้บริการอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
อาหารจานเดียว	39	26.0
อาหารบุฟเฟต์	53	35.3
อาหารตามสั่ง	58	38.7
รวม	150	100.0
รายการอาหารประเภทใดที่ท่านชื่นชอบ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ต้มจืด	81	54.0
ต้มยำ	86	57.3
ผัดผักรวม	99	66.0
ของนึ่ง	77	51.3
ของทอด	53	35.3
ของอบ	45	30.0
ของปิ้ง/ย่าง	44	29.3
ยำต่างๆ	86	57.3
แกงต่างๆ	57	38.0
น้ำพริก	68	45.3
อื่นๆ (ระบุ).....	5	3.3
ราคาอาหารต่อจานที่ท่านพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
20 บาทหรือต่ำกว่า	38	25.3
21-30 บาท	80	53.3
31-40 บาท	18	12.0
41-50 บาท	11	7.3

(ต่อ)

ราคาอาหารต่อจานที่ท่านพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
51-60 บาท	2	1.3
มากกว่า 60 บาท	1	0.7
รวม	150	100.0
ลักษณะและบรรยากาศร้านอาหารที่ท่านชื่นชอบ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
มีพัดลม	31	20.7
ห้องปรับอากาศ	42	28.0
ร้านแบบเปิดโล่ง	85	56.7
ร้านแบบกระจก	22	14.7
ร้านแบบตึกแถว	5	3.3
มีต้นไม้ร่มรื่น	104	69.3
ตั้งอยู่ในตัวเมือง	50	33.3
ตั้งอยู่รอบนอก	16	10.7
ตั้งในห้างสรรพสินค้า	23	15.3
โต๊ะเก้าอี้ไม้	75	50.0
โต๊ะเก้าอี้โลหะ	11	7.3
โต๊ะเก้าอี้พลาสติก	1	0.7
พื้นไม้	37	24.7
พื้นกระเบื้อง	14	9.3
ร้านสีอ่อนๆเย็นตา	59	39.3
ร้านสีสดใส	20	13.3
ร้านสีแบบธรรมชาติ	60	40.0
ตกแต่งแบบน่ารัก	33	22.0
ตกแต่งแบบทันสมัย	28	18.7
ตกแต่งแบบธรรมชาติ	86	57.3
อื่นๆ(ระบุ).....	2	1.3

ปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
บรรยากาศภายในร้าน	100	66.7
ระยะทาง	77	51.3
ความสะอาด	123	82.0
การให้บริการ	90	60.0
ราคา	109	72.7
รสชาติ	121	80.7
รายการส่งเสริมการขาย	21	14.0
ที่จอดรถ	55	36.7
คุณภาพอาหาร	116	77.3
ความหลากหลายของอาหาร	77	51.3
การโฆษณาผ่านสื่อใดที่จะทำให้ท่านรู้จักร้านอาหารได้ดีที่สุด(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
แผ่นพับ	51	34.0
ทางวิทยุ	49	32.7
ทางโทรทัศน์	31	20.7
ป้ายโฆษณา	66	44.0
หนังสือพิมพ์	39	26.0
นิตยสาร	41	27.3
หนังสือแนะนำร้านอาหาร	51	34.0
ไม่มีผลต่อท่าน	20	13.3
อื่นๆ (ระบุ).....	13	8.7
หากมีพนักงานขายมาเสนอขายอาหารแก่ท่าน ท่านจะให้ความสนใจเพียงใด	จำนวน	ร้อยละ
รับฟังและทดลองซื้อทันที	11	7.3
ฟังและพิจารณาภายหลัง	91	60.7
ฟังแต่ไม่ซื้อ	33	22.0
ไม่ฟังเพราะ.....	15	10.0

(ต่อ)

หากมีพนักงานขายมาเสนอขายอาหารแก่ท่าน ท่านจะให้ความสนใจเพียงใด	จำนวน	ร้อยละ
รวม	150	100.0
การส่งเสริมการขายที่ท่านต้องการให้มีมากที่สุด(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
บัตรส่วนลดสมาชิก	83	55.3
สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล	27	18.0
สะสมแต้มเพื่อส่วนลด	42	28.0
จับฉลากรับของรางวัล	24	16.0
จับฉลากรับส่วนลด	18	12.0
ชุดประหยัดประจำเดือน	59	39.3
เครื่องดื่มสมุนไพรมฟรี	75	50.0
อื่นๆ(ระบุ).....	3	2.0
หากมีร้านอาหารที่สร้างประโยชน์และความสัมพันธ์อันดีให้กับชุมชนและสังคม จะทำให้ท่านรู้สึกชื่นชมและจะมารับประทานอาหารที่ร้านนั้นบ่อยๆใช่หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	120	80.0
ไม่ใช่	7	4.7
ไม่แน่ใจ	23	15.3
รวม	150	100.0
หากมีร้านอาหารซึ่งจัดเปิดให้บริการท่านจะสนใจและมารับประทานใช่หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	115	76.7
ไม่ใช่	0	0
ไม่แน่ใจ	35	23.3
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ร้านอาหารให้บริการในลักษณะของอาหารตามสั่งคิดเป็นร้อยละ 38.7 อันดับสองคืออาหารแบบบุฟเฟ่ต์คิดเป็นร้อยละ 35.3 โดยประเภทอาหารที่ชื่นชอบมากที่สุดคืออาหารประเภทผัดผัดต่างๆ อันดับรองลงมาคือต้มยำและยำต่างๆ ระดับราคาอาหารที่พึงพอใจคือ 21 – 30 บาทต่อจาน

ลักษณะร้านอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบมากที่สุดคือร้านอาหารที่มีต้นไม้ร่มรื่น อันดับรองลงมาคือ มีบรรยากาศการตกแต่งแบบธรรมชาติ ปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารชีวิตที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะอาด และอันดับสองคือรสชาติ โดยสื่อที่จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักและรับรู้ได้ดีที่สุดคือป้ายโฆษณา

ในการส่งเสริมการตลาดหากใช้วิธีขายตรงโดยใช้พนักงานขายจะไม่เกิดการซื้อทันทีแต่จะเพียงรับฟังและพิจารณาในภายหลัง การส่งเสริมการขายที่นิยมและต้องการมากที่สุดคือการใช้บัตรส่วนลดสมาชิก อันดับที่สองคือการใช้เครื่องดื่มสมุนไพร และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนร้อยละ 76.7 ตอบว่าจะมารับประทานอาหารที่ร้านอาหารชีวิตหากมีร้านเปิดให้บริการและจะมารับประทานอาหารที่ร้านนั้นบ่อยๆ หากเป็นร้านอาหารที่สร้างประโยชน์และความสัมพันธ์อันดีให้กับชุมชนและสังคม

ในการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามมีข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถามคือ ในปัจจุบันเป็นยุคแห่งความรีบเร่ง ทำให้ผู้คนจำนวนมากไม่มีเวลาที่จะทำอาหารเพื่อรับประทานเองโดยเฉพาะอย่างยิ่งมือเช้าและมือกลางวัน จึงอยากให้มีร้านอาหารชีวิตเปิดให้บริการเนื่องจากปัจจุบันในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่เคยมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพประเภทนี้เปิดให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามบางคนได้แสดงความเห็นว่ามีคนชื่นชอบอาหารชีวิตเพราะเป็นอาหารที่ดีมีประโยชน์ต่อสุขภาพอย่างมากแต่หาซื้อได้ยากมาก จึงทำให้บางครั้งต้องทำอาหารเพื่อรับประทานเองที่บ้านซึ่งก็ไม่สะดวกและไม่ค่อยมีเวลาทำมากนัก บางรายอยากให้อาหารชีวิตเปิดเพราะต้องการรับประทานอาหารเพื่อบำบัดรักษาโรคของตนเอง บางรายต้องการให้อาหารชีวิตเปิดเพราะว่าไม่เคยรับประทานจึงอยากทดลอง นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ข้อเสนอแนะอีกว่าในการเปิดร้านอาหารชีวิตควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนรู้จักอาหารชีวิตและประโยชน์ของอาหารให้ทราบกันอย่างแพร่หลาย เพื่อให้ผู้คนตระหนักและเกิดความสนใจในอาหารเพื่อสุขภาพ โดยหลักสำคัญในการเปิดร้านอาหารควรเน้นการบริการที่ดี สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มารับประทานอาหารและอาหารต้องมีรสชาติดี มีรายการอาหารที่หลากหลายให้เลือกรับประทาน ในด้านราคาก็ไม่ควรจะแพงจนเกินไป ตำแหน่งร้านควรตั้งอยู่ในที่

ที่สามารถเดินทางไปได้สะดวก นอกจากนี้ยังมีความต้องการให้มีการบริการจัดส่งอาหารถึงบ้านอีกด้วย

การวิเคราะห์สถานการณ์ของตลาดในปัจจุบัน

เป็นการวิเคราะห์ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สภาพการแข่งขัน ลักษณะและรูปแบบของร้านอาหารชีวิต

การวิเคราะห์ลูกค้า

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ผู้ที่รักและดูแลสุขภาพ ซึ่งชอบการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อต้องการให้ตนเองมีสุขภาพดี รับประทานอาหารเพื่อรักษาโรคที่ตนเองเป็นอยู่ เพื่อต้องการรักษารูปร่างให้ดูดี สวยงาม ไม่อ้วน รับประทานอาหารตามเพื่อนและรับประทานอาหารเพราะอยากรจะทดลอง ลูกค้ามีทุกวัย ทั้งวัยรุ่น วัยทำงาน และวัยสูงอายุ ขนาดของกลุ่มลูกค้าก็มีแนวโน้มว่าจะขยายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆของรัฐซึ่งมีการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น เพื่อป้องกันและลดปัญหาโรคร้ายต่างๆ อันมีสาเหตุหนึ่งมาจากอาหารที่รับประทานในทุกๆวัน โดยแนะนำให้หลีกเลี่ยงอาหารที่ไม่มีประโยชน์และเลือกรับประทานเฉพาะอาหารที่ดีมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ทำให้ผู้คนตระหนักและหันมาให้ความสำคัญกับอาหารที่รับประทานกันมากขึ้น ดังนั้นแนวโน้มของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจึงเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอาหารชีวิตเพราะมีรสชาติอร่อย ไม่จืดชืดจนเกินไปเหมือนที่หลายๆคนเข้าใจ ดูน่ารับประทาน เพราะมีการจัดแต่งอย่างสวยงาม และที่สำคัญที่สุดคืออาหารสะอาดและปลอดภัยเพราะทุกขั้นตอนในการปรุงอาหารจะเน้นความสะอาดและใช้ผักปลอดสารพิษในการทำอาหาร

ในจังหวัดเชียงใหม่ก็มีกลุ่มผู้ที่รักและดูแลสุขภาพจำนวนมาก และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคตเพราะผู้คนได้รับความรู้เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ มีการรณรงค์ของภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ ทำให้ผู้คนตระหนักถึงอาหารและสุขภาพกันมากขึ้น ร้านอาหารชีวิตจึงนับว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจที่จะรองรับกระแสการรักสุขภาพ

การวิเคราะห์การแข่งขัน

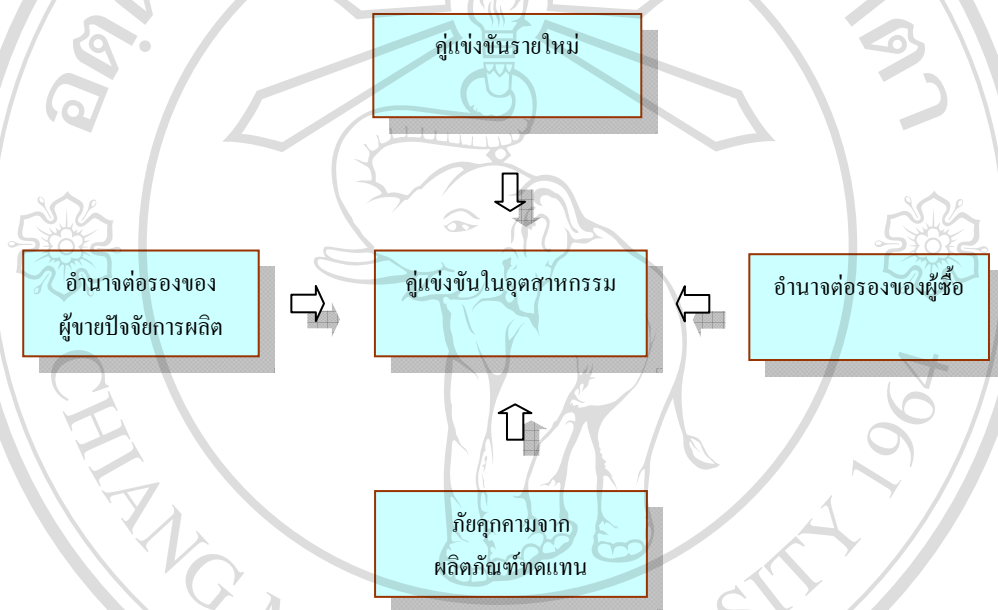
ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารชีวิต จำเป็นที่จะต้องทราบสภาพการแข่งขันของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพในปัจจุบัน เพื่อพิจารณาถึงความรุนแรงในการแข่งขันของตลาด รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจร้านอาหารชีวิต โดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 5 ประการ ดังนี้

1. คู่แข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Competitors)

ไม่มีคู่แข่งทางตรงในอุตสาหกรรมเดียวกัน เนื่องจากร้านอาหารชีวจิตในจังหวัดเชียงใหม่ ยังไม่เคยมีการเปิดให้บริการมาก่อน จึงถือว่าเป็นร้านแรกและเป็นเพียงร้านเดียวในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ซึ่งในปัจจุบันร้านอาหารชีวจิตมีเพียงในกรุงเทพและต่างจังหวัดเท่านั้น

2. คู่แข่งขันรายใหม่ (New Competitors)

คู่แข่งชั้นรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เพราะไม่ต้องใช้เทคโนโลยีที่สลับซับซ้อน และการลงทุนไม่สูงมากนัก



3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Buyers)

เนื่องจากเป็นร้านอาหารชีวจิตเพียงแห่งเดียวและแห่งแรกในจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้ผู้ที่ต้องการรับประทานอาหารชีวจิตไม่มีร้านอาหารชีวจิตอื่นเป็นทางเลือก จึงทำให้ผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองน้อย

4. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Suppliers)

วัตถุดิบและเครื่องปรุงต่างๆ ที่ใช้ในการปรุงอาหารจะเลือกใช้เฉพาะที่มีคุณภาพดีเท่านั้น ซึ่งมีผู้ขายน้อยราย ทำให้ผู้ขายมีอำนาจต่อรองสูงในการขาย เช่น ผักปลอดสารพิษ ไม่สามารถหาซื้อผักในตลาดทั่วไปได้ ต้องหาซื้อที่ตลาดนัดขายผักและผลไม้ปลอดสารพิษหรือซื้อจากโครงการหลวงเท่านั้น

5. ผลิตภัณฑ์ทดแทน (Substitutes)

ร้านอาหารชีวจิตมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนได้คือร้านอาหารเจและร้านอาหารมังสวิรัตินี้ ซึ่งถือว่าเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพเช่นกัน ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกบริโภคสินค้าทดแทนได้เช่นกัน

ลักษณะและรูปแบบโดยทั่วไปของร้านอาหารชีวจิต

ร้านอาหารชีวจิตที่จะเปิดให้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการบริหารงานในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ตั้งอยู่ในบริเวณชุมชน สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มีที่จอดรถเพียงพอ อยู่ใกล้กับสถานที่ราชการและเอกชน ร้านมีพื้นที่ประมาณ 100 ตารางเมตร ขนาดที่นั่งประมาณ 60 ที่นั่ง มีลักษณะเป็นร้านชั้นเดียว เปิดโล่ง ตกแต่งร้านแบบธรรมชาติมีต้นไม้จำนวนมากให้ความเย็นสบายและร่มรื่น พื้นทำด้วยไม้ โต๊ะและเก้าอี้ก็ทำมาจากไม้ สีของร้านจะใช้สีที่ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติให้มากที่สุด การตกแต่งภายในร้านจะใช้วัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติที่ไม่ใช่โลหะ พลาสติก หรือสิ่งที่ได้มาจากการสังเคราะห์ ภายในร้านจะมีการเปิดเพลงบรรเลงเพื่อให้ความรู้สึกผ่อนคลาย โดยร้านมีจุดเด่นคืออาหารทุกอย่างใช้ผักปลอดสารพิษที่สดใหม่ ปราศจากผงชูรส มีความสะอาด และใช้ภาชนะที่ปลอดภัยไม่มีสารปนเปื้อนลงไปในอาหาร นอกจากนี้ร้านยังเน้นการให้บริการที่เป็นเลิศเพื่อสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่ลูกค้า คือเน้นการบริการที่สุภาพ รวดเร็ว และถูกต้อง ร้านให้บริการอาหารตามสั่ง โดยเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 11.00 – 21.00 น. ทุกวันไม่มีวันหยุด

การวางแผนการตลาด

เนื่องจากร้านอาหารชีวจิตเป็นร้านอาหารที่แตกต่างจากร้านอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอื่นๆ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จึงใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง โดยมีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการสำรวจโดยการแจกแบบสอบถามประเภทอาหารที่ลูกค้าชื่นชอบ 3 อันดับแรกคือ ผักสด ต้มยำและยำต่างๆ ดังนั้นร้านอาหารชีวจิตจะเน้นความหลากหลายของอาหาร 3 ประเภทนี้มากกว่าประเภทอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีประเภทของอาหารที่ชื่นชอบที่หลากหลายให้เลือกรับประทาน ในการประกอบอาหารจะเน้นความสะอาด ความสด รสชาติอร่อย เน้นการใช้ผักปลอดสารพิษในการประกอบอาหาร ไม่ใช้ผงชูรสในการประกอบ

อาหาร รวมถึงวัตถุดิบและเครื่องปรุงต่างๆ ก็จะเลือกใช้เฉพาะที่มีคุณภาพดีเท่านั้น นอกจากนี้อาหารทุกงานที่เสิร์ฟให้ลูกค้ายังมีการจัดแต่งและจัดวางให้สวยงามน่ารับประทานอีกด้วย

อาหารจะแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ดังต่อไปนี้

1. อาหารจานเดียว
2. ผัด
3. ต้มจืด
4. ต้มยำ
5. แกง
6. ยำ
7. อบ/นึ่ง
5. น้ำพริก
6. ของว่าง/ผลไม้
7. เครื่องดื่มสมุนไพร

อาหารแต่ละรายการจะมีการจัดทำรายละเอียดประกอบเป็นเล่มวางอยู่ทุกโต๊ะ เพื่อให้ผู้รับประทานอาหารสามารถหยิบมาอ่านและทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการรับประทานอาหารจานนั้นๆ โดยมีการระบุว่าอาหารแต่ละรายการประกอบไปด้วยสารอาหารอะไรบ้าง มีคุณสมบัติบำรุงหรือบรรเทาหรือบำบัดโรคอะไรบ้าง ทำให้ผู้รับประทานอาหารสามารถเลือกรับประทานอาหารได้ตรงตามที่ต้องการ ตัวอย่างรายการอาหารและคุณสมบัติ

รายการอาหาร	คุณสมบัติ	ราคา
กะหรี่ป๊อปโฮลวิทไส้กุ้ง	อุดมไปด้วยโปแตสเซียม วิตามินซี และแคลเซียม นอกจากนี้ยังมีเบต้าแคโรทีนที่ช่วยให้มองเห็นในที่มืดได้ดี และยังช่วยป้องกันผิวที่อาจเกิดจากอันตรายของรังสีอัลตราไวโอเล็ตที่มากับแสงแดดได้ จึงทำให้ผิวพรรณมีสุขภาพดี ไม่มีริ้วรอยหรือแก่ก่อนวัย	35.00
น้ำพริกกุ้งย่าง	รสหวานเผ็ดร้อน แก้ลมจุกเสียด แก้เสมหะ บำรุงธาตุ แก้คลื่นไส้ อาเจียน ช่วยปรับสมดุลของร่างกาย ระบบประสาท ช่วยระบบย่อยอาหาร ระบบไหลเวียนโลหิต ช่วยขับลม แก้อืดทึงท้องเฟ้อ และช่วยลดโคเลสเตอรอล	35.00

ยาหัวปลี	มีรสฝาดมัน ช่วยบำรุงน้ำมัน ป้องกันโรคไตได้ ลดน้ำตาลในเลือด และช่วยสมานแผล แต่ถ้ากินมากเกินไปจะทำให้ฝืดคอและท้องเฟ้อ	35.00
----------	---	-------

ด้านราคา (Price)

จากแบบสอบถามราคาอาหารที่ลูกค้าพึงพอใจและยอมรับได้คือจานละ 30 บาท ดังนั้นร้านอาหารชีวิตจะจำหน่ายอาหารในราคาขั้นต่ำจานละ 30 บาท จะมีรายการอาหารเพียงบางรายการจำหน่ายในราคาจานละ 35 – 60 บาท ซึ่งขึ้นอยู่กับความยากง่ายและวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารนั้นๆ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ร้านอาหารชีวิตตั้งอยู่บริเวณริมคลองชลประทาน ใกล้กับสี่แยกตลาดต้นพะยอมสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก อยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อาคารสำนักงาน สถานที่ออกกำลังกาย และมีที่อยู่อาศัยหนาแน่นโดยรอบ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลักจำนวนมากที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน โดยลักษณะร้านอาหารจะเป็นไปตามแบบที่ลูกค้าชื่นชอบคือเป็นร้านแบบเปิดโล่งที่มีการตกแต่งให้เป็นแบบธรรมชาติ มีต้นไม้ร่มรื่น โต๊ะเก้าอี้ทำด้วยไม้ ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายกับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

ในอนาคตได้มีการวางแผนไว้ว่าหากได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก จะมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอีกหนึ่งช่องทางคือ การส่งอาหารถึงที่ โดยร่วมมือกับบริษัทที่เป็นผู้รับบริการส่งอาหารให้แก่ลูกค้า เป็นการอำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าที่ต้องการรับประทานอาหารชีวิตแต่ไม่มีเวลาหรือไม่สะดวกในการมารับประทานที่ร้าน

ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ในการส่งเสริมการตลาดจะแบ่งเป็นการตลาดในช่วงเปิดตัว 3 เดือนแรก และการส่งเสริมการตลาดหลังจาก 3 เดือนแรก

1. การส่งเสริมการตลาดใน 3 เดือนแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้จักและกระตุ้นให้เกิดการตลาด มีแผนการส่งเสริมดังต่อไปนี้

1.1. การโฆษณา จะมีการโฆษณาร้านอาหารเพื่อให้เป็นที่รู้จักโดยการเข้าพื้นที่ทำป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ ที่มีผู้คนผ่านไปมาจำนวนมากและที่สังเกตเห็นได้ชัดเจนจำนวน 4 แห่งคือ บริเวณสี่แยกแม่เหิระสมานสามัคคี สี่แยกกรีนคำ สี่แยกตลาดต้นพะยอม และบริเวณสี่แยกช่วงสิงห์

1.2. การส่งเสริมการขาย ร้านอาหารมีการส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดจำนวน 15% สำหรับผู้ที่เป็นสมาชิก นอกจากนี้ยังแจกเครื่องดื่มสมุนไพร 1 แก้วต่อ 1 ท่านเป็นระยะเวลา 3 เดือน

1.3. การประชาสัมพันธ์ จะมีการประชาสัมพันธ์โดยการบริจาคเงินเพื่อการกุศลในโอกาสต่างๆ และการเป็นผู้สนับสนุนในการจัดกิจกรรมต่างๆ ในชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. การส่งเสริมการตลาดหลังจาก 3 เดือนแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำและเกิดรายได้อย่างต่อเนื่อง มีแผนการส่งเสริมดังต่อไปนี้

2.1. แจกคูปองเพื่อรับส่วนลดเมื่อรับประทานอาหารครบ 300 บาท โดยจะได้รับส่วนลด 10% ในการรับประทานอาหารครั้งต่อไป โดยคูปองมีระยะเวลาในการนำมาใช้สิทธิภายใน 1 เดือนนับจากวันที่ในคูปอง การแจกคูปองนี้จะแจกในเดือนที่ 4-12 ของปีที่ 1

ตารางที่ 9 แผนการตลาดและงบประมาณในการสื่อสารทางการตลาดในปีที่ 1

เดือนที่	กิจกรรม	งบประมาณ
1	- จัดทำป้ายและเช่าพื้นที่สำหรับป้ายโฆษณาจำนวน 4 แห่ง แต่ละป้ายมีขนาด 2.5x1.5 ตารางเมตร ค่าเช่าตารางเมตรละ 350 บาทต่อเดือน ค่าจ้างทำป้าย ตารางเมตรละ 100 บาท	6,750
	- เครื่องคั้สมุนไพรฟรี่จำนวน 1 แก้วต่อ 1 ท่าน	5,600
	- บริจาคเงินให้กับชุมชนหรือเป็นผู้สนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	5,000
2	- ค่าเช่าพื้นที่สำหรับป้ายโฆษณาจำนวน 4 แห่ง แต่ละป้ายมีขนาด 2.5x1.5 ตารางเมตร ค่าเช่าตารางเมตรละ 350 บาทต่อเดือน	5,250
	- เครื่องคั้สมุนไพรฟรี่จำนวน 1 แก้วต่อ 1 ท่าน	5,600
	- บริจาคเงินให้กับชุมชนหรือเป็นผู้สนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	5,000
3	- ค่าเช่าพื้นที่สำหรับป้ายโฆษณาจำนวน 4 แห่ง แต่ละป้ายมีขนาด 2.5x1.5 ตารางเมตร ค่าเช่าตารางเมตรละ 350 บาทต่อเดือน	5,250
	- เครื่องคั้สมุนไพรฟรี่จำนวน 1 แก้วต่อ 1 ท่าน	5,600
	- บริจาคเงินให้กับชุมชนหรือเป็นผู้สนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	5,000
4	- ค่าเช่าพื้นที่สำหรับป้ายโฆษณาจำนวน 4 แห่ง แต่ละป้ายมีขนาด 2.5x1.5 ตารางเมตร ค่าเช่าตารางเมตรละ 350 บาทต่อเดือน	5,250

	ค่าทำแผ่นพับให้ความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ	2,725
5	- ค่าเช่าพื้นที่สำหรับป้ายโฆษณาร้านจำนวน 4 แห่ง แต่ละป้ายมีขนาด 2.5x1.5 ตารางเมตร ค่าเช่าตารางเมตรละ 350 บาทต่อเดือน	5,250
	ค่าทำแผ่นพับให้ความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ	2,725
6	ค่าโฆษณาในเว็บไซต์ จำนวน 2 เว็บไซต์	5,000
7	ค่าโฆษณาในเว็บไซต์ จำนวน 2 เว็บไซต์	5,000
8	ค่าโฆษณาในเว็บไซต์ จำนวน 2 เว็บไซต์	5,000
9	ค่าโฆษณาในเว็บไซต์ จำนวน 2 เว็บไซต์	5,000
10	ค่าโฆษณาในเว็บไซต์ จำนวน 2 เว็บไซต์	5,000
11	ค่าโฆษณาในเว็บไซต์ จำนวน 2 เว็บไซต์	5,000
12	ค่าโฆษณาในเว็บไซต์ จำนวน 2 เว็บไซต์	5,000
รวม		100,000

ตารางที่ 10 แผนการตลาดและงบประมาณในการสื่อสารทางการตลาดในปีที่ 2 - 5

กิจกรรม	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
โฆษณาในเว็บไซต์	45,000	45,000	45,000	45,000
การประชาสัมพันธ์	5,000	5,000	5,000	5,000
รวม	50,000	50,000	50,000	50,000

ตารางที่ 11 การคำนวณต้นทุนเครื่องมือสำหรับการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประกอบ	ปริมาณ(กก.)	ราคา	รวม
น้ำตาล	4	24.00	96.00
เกลือ	1	35.00	35.00
กระเทียม	1	30.00	30.00
ใบบัวบก	1	10.00	10.00
มะตูม	1	35.00	35.00
น้ำแข็ง	12	2.00	24.00
รวม			230.00

น้ำตาล 1 กิโลกรัมสามารถทำเครื่องดื่มได้จำนวน 30 แก้ว ดังนั้นน้ำตาล 4 กิโลกรัมสามารถทำเครื่องดื่มได้จำนวน 120 แก้ว ต้นทุนเครื่องดื่มต่อ 1 แก้ว จึงเท่ากับ 230 บาท/120 แก้ว เท่ากับ 1.92 บาทต่อแก้ว ใน 1 เดือนมีลูกค้าเฉลี่ยประมาณเดือนละ 3,300 คน (คำนวณจากจำนวนลูกค้าทั้งปี 39,597 คนหารด้วย 12 เดือน) ดังนั้น 1 เดือน มีต้นทุนค่าเครื่องดื่มประมาณ 3,300 คน*1.92 บาท = 6,336 บาท และเนื่องจากวัตถุดิบอาจมีการเปลี่ยนแปลงของราคาจึงประมาณต้นทุนเดือนละ 6,500บาท

ด้านบุคคล (People)

พนักงานร้านอาหารชีวิตทุกคน จะต้องรับทราบและปฏิบัติตามหน้าที่ที่ตนเองต้องรับผิดชอบตามรายละเอียดงาน (Job Description) ต้องรักษาความสะอาดของร่างกายและเครื่องแต่งกาย มีอวัยวะดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความสุภาพอ่อนโยน มีความกระตือรือร้นในการทำงาน เอาใจใส่ลูกค้าและมีใจรักในงานบริการ

ด้านกายภาพ (Physical Evidence)

รูปแบบการตกแต่งร้านเน้นบรรยากาศแบบธรรมชาติ มีการจัดสวน ทำน้ำตกและปลูกต้นไม้ตามจุดต่างๆของร้านเพื่อให้ความรู้สึกร่มรื่น โปร่งสบาย เปิดเพลงบรรเลงเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายในขณะที่รับประทานอาหาร มีการดูแลรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านอยู่เสมอเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสะอาด ปลอดภัยอย่างแท้จริง

ด้านกระบวนการ (Process)

ให้ความสำคัญในทุกกระบวนการตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกพนักงาน ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร กระบวนการประกอบอาหาร การทำความสะอาดและการให้บริการลูกค้าอย่างถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำและประทับใจ เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นถึงความเป็นเลิศในด้านคุณภาพและด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

การประมาณการยอดขาย

จากผลการศึกษา การสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อร้านอาหารชีวิต การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารชีวิต และการวิเคราะห์เบื้องต้นด้านการตลาด สามารถกำหนดสมมติฐานเพื่อประมาณการยอดขายได้ดังนี้

1. ยอดขายประมาณการคือยอดขายที่ได้จากการให้บริการลูกค้าที่มารับประทานอาหารชีวิต ในร้านอาหารชีวิตที่จัดตั้งขึ้นในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ร้านอาหารชีวิตมีขนาดที่นั่งจำนวน 15 โต๊ะ จำนวน 60 ที่นั่ง ยอดประมาณการตลอดทั้งปีกำหนดให้

- ยอดขายในช่วงเดือนม.ค. ก.พ. มี.ค. เม.ย. พ.ค. มิ.ย. ก.ค. ส.ค. ก.ย. พ.ย. และธ.ค. จัดอยู่ในระดับปกติ โดยในตอนเย็นคิดเป็นร้อยละ 95 ของจำนวนที่นั่งทั้งหมด ในตอนกลางวันคิดเป็นร้อยละ 90 ของจำนวนที่นั่งทั้งหมด เป็นยอดขายที่อยู่ในช่วงเวลาและระดับการขายที่ใกล้เคียงกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารชีวิต คือ ไม่น้อยกว่าวันละ 108 ที่นั่ง

- ยอดขายในช่วงเดือน ต.ค. ในตอนเย็นคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนที่นั่งทั้งหมด ในตอนกลางวันคิดเป็นร้อยละ 95 ของจำนวนที่นั่งทั้งหมด เนื่องจากเป็นช่วงเทศกาลถือศีลกินเจ อาจมีลูกค้าบางส่วนมาเลือกรับประทานบางเมนูของอาหารชีวิตที่ถือว่าเป็นอาหารเจได้เช่นกัน

3. ร้านอาหารเปิดบริการทุกวันตลอดทั้งปีคิดเป็น 365 วัน โดยร้านจะเปิดให้บริการเฉพาะมือกลางวันและมือเย็น โดยมือกลางวันจะเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00 – 14.00 น. และมือเย็นจะเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 17.00 – 21.00 น.

4. รายได้เฉลี่ยจากลูกค้า 1 คน เท่ากับ 45 บาท ซึ่งคำนวณจากราคาอาหารที่ขายให้แก่ลูกค้าคือราคา 30 – 60 บาท $((60+30)/2 = 45)$

ตารางที่ 12 ประมาณการยอดขาย

จำนวนลูกค้า	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	รวม
กลางวัน	54	54	54	54	54	54	54	54	54	57	54	54	651
เย็น	57	57	57	57	57	57	57	57	57	60	57	57	687
รวมทั้งนั่ง	111	111	111	111	111	111	111	111	111	117	111	111	1338
ราคา	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
	154,845	139,860	154,845	149,850	154,845	149,850	154,845	154,845	149,850	163,215	149,850	154,845	1,831,545

ที่มา:จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและการสำรวจ

การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด

1. เพื่อให้มียอดขายอย่างน้อย 1,831,545 บาทในปีแรก
2. เพิ่มยอดขายอย่างน้อยร้อยละ 10 ทุกปี โดยอัตราการเจริญเติบโตได้จากการสัมภาษณ์

ผู้ประกอบการร้านอาหารชีวิตในกรุงเทพมหานครและผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

3. การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

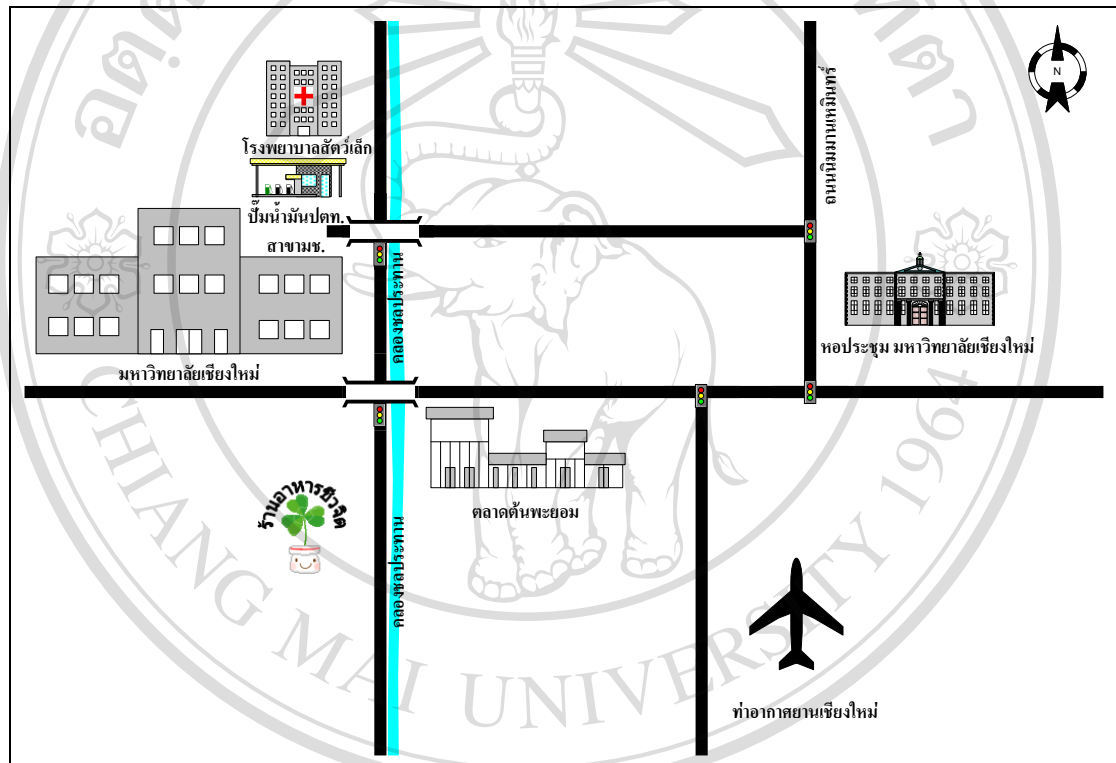
เป็นการศึกษาเพื่อเลือกเทคนิคที่ถูกต้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์หรือปัญหาของธุรกิจ มีการพิจารณาถึงการจัดการขององค์ประกอบของกระบวนการผลิตเพื่อทำให้เกิดการใช้ทรัพยากร

ของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จุดมุ่งหมายของการศึกษาคือเพื่อคาดคะเนต้นทุนการผลิต และเงินลงทุนถาวร โดยจะมีการศึกษาด้านต่างๆดังต่อไปนี้

ทำเลที่ตั้ง

ตั้งอยู่บนถนนเลียบคลองชลประทาน ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใกล้กับสี่แยกตลาดต้นพะยอม

รูปภาพที่ 1 แสดงที่ตั้งของร้านอาหารชีวจิต



อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

ร้านอาหารชีวจิตมีพื้นที่กว้าง 22 เมตร ยาว 18 เมตร หรือมีขนาด 396 ตารางเมตร ทำสัญญาเช่าระยะเวลา 5 ปี ค่าเช่าเดือนละ 20,000 บาท โดยเช่าทั้งที่ดินและอาคาร ดังนั้นจึงมีเพียงค่าปรับปรุงและตกแต่งร้าน

ร้านอาหารชีวจิตเป็นร้านอาหารแบบเปิดโล่งชั้นเดียว มีการจัดร้านโดยแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่หนึ่งเป็นส่วนที่มีหลังคามีพื้นที่ประมาณ 220 ตร.ม. ประกอบไปด้วยโต๊ะรับประทานอาหารจำนวน 6 โต๊ะ ห้องครัว ห้องน้ำ และเคาน์เตอร์เก็บเงินและต้อนรับลูกค้า พื้นปูด้วยอิฐมอญ ภายในมีการตกแต่งด้วยน้ำพุสูง 2.2 เมตรและไม้ประดับชนิดต่างๆ เพื่อให้ดูร่มรื่น เย็นตา ส่วนที่สองมีการจัดร้าน โดยให้มีบรรยากาศเป็นสวนแบบธรรมชาติ มีพื้นที่ประมาณ 176 ตร.ม. ในส่วนนี้จะไม่มี

หลังคา แต่จะมีการปลูกต้นไม้ขนาดสูงประมาณ 5 เมตร เพิ่มเติมอีกจำนวน 3 ต้น ประกอบไปด้วย ต้นแก้วเจ้าจอม ต้นเหลืองปิยธรและต้นสาละ จากเดิมที่มีอยู่แล้วซึ่งต้นไม้ที่มีอยู่เดิมเป็นต้นไม้ขนาดใหญ่ทรงพุ่ม ใบหนาแน่น ให้ร่มเงาได้เป็นอย่างดี มีความสูงประมาณ 8 เมตร จำนวน 2 ต้น และต้นหมากสูงประมาณ 4 เมตร จำนวน 10 ต้น นอกจากนี้แต่ละโต๊ะจะมีร่มสนามขนาด 50 นิ้วสีขาว เพื่อให้ความเย็นและร่มรื่นแก่ลูกค้า มีการตกแต่งด้วยม่านน้ำขนาดสูง 2 เมตร เพื่อให้มีบรรยากาศที่ร่มรื่นผ่อนคลาย พื้นปูด้วยอิฐมอญตัน ส่วนที่สองนี้มีโต๊ะรับประทานอาหารจำนวน 9 โต๊ะ ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงและตกแต่งร้านมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งและปรับปรุง

รายการตกแต่ง	รายละเอียด	ขนาด	ปริมาณที่ต้องใช้	หน่วยนับ	ราคาต่อหน่วย	ราคารวม
ค่าปรับพื้นที่	เนื่องจากสถานที่ที่ต้องการเช่าเดิมคือร้านอาหาร ทำให้ร้านอยู่ในสภาพพร้อมที่จะใช้การได้ดี จึงปรับปรุงพื้นที่เพียงในส่วนที่ต้องการปูอิฐมอญเท่านั้น ค่าจ้างเหมาปรับพื้นที่คือ 4,500 บาท/300 ตร.ม.	-	296	ตร.ม.	4,500	4,500
สีทาภายนอก	ใช้สีเหลืองอ่อนยี่ห้อ ICI Weathershield ชนิดเนียนสำหรับทาผนังร้าน สีขนาด 1 แกลลอนสามารถทาได้ 30 ตร.ม. ร้านมีพื้นที่ที่ต้องทาสี 357 ตร.ม. ดังนั้นจึงต้องใช้สีประมาณ 13 แกลลอนหรือ 3 ถัง	5 แกลลอน (1ถัง)	3	ถัง	2,780	8,340
ค่าแรงทาสีผนัง	ค่าแรงในการทาสีผนังร้าน	-	357	ตร.ม.	25	8,925

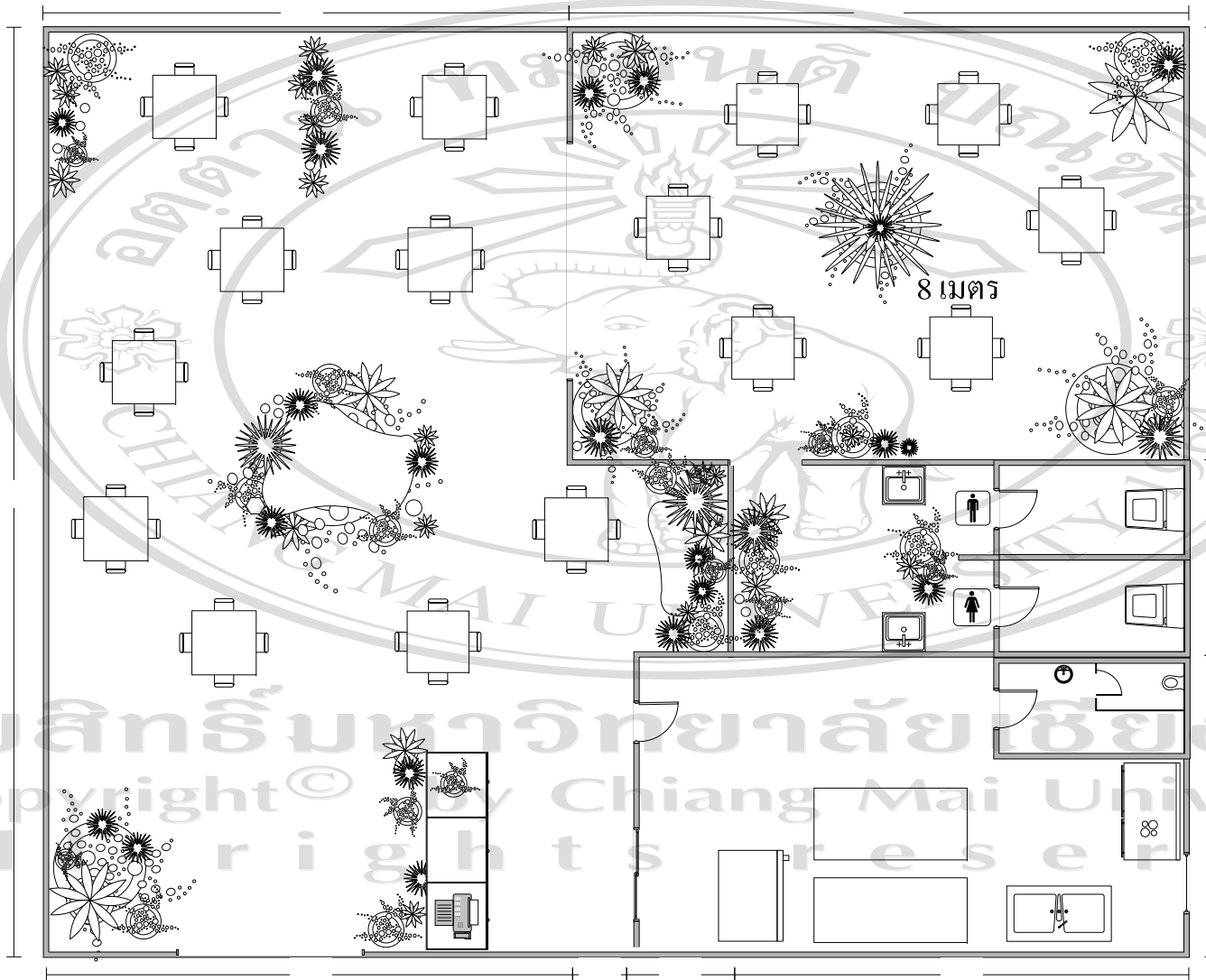
รายการ ตกแต่ง	รายละเอียด	ขนาด	ปริมาณที่ ต้องใช้	หน่วยนับ	ราคาต่อ หน่วย	ราคารวม
สีทาหลังคา	ใช้สีเขียวแมกไม้ยี่ห้อ Roof สำหรับทาหลังคาร้าน สีขนาด 1 แกลลอนสามารถทำได้ 30 ตร.ม. ร้านมีพื้นที่หลังคาที่จะต้องทาสีประมาณ 240 ตร.ม. ดังนั้นจึงต้องใช้สีประมาณ 8 แกลลอน	1 แกลลอน	8	แกลลอน	2,100	16,800
ค่าแรงทาสี หลังคา	ค่าแรงในการทาสีหลังคาร้าน	-	240	ตร.ม.	35	8,400
ค่าออกแบบ และจัดสวน	มีการจ้างเพียงการออกแบบและค่าแรงในการจัดสวนเท่านั้น ไม่รวมค่าต้นไม้ไม้ประดับและวัสดุตกแต่ง เป็นราคาประมาณ โดยทั่วไปสำหรับการจัดสวนเป็นมุมเล็กๆ	แต่ละจุด มีพื้นที่ไม่ เกิน 6 ตร. ม.	14	จุด	1,500	21,000
อิฐมอญตัน	พื้นที่ที่ต้องการปูอิฐมอญคือพื้นที่ทุกส่วนในร้าน ยกเว้นห้องน้ำและห้องครัว จะยังคงสภาพเดิม พื้นที่ที่ต้องปูอิฐมอญมีขนาดทั้งสิ้น 296 ตร.ม. หรือคิดเป็น 2,960,000 ตร.ซม.	กว้าง6.5x ยาว14.5x หนา3ซม.	31,406	ก้อน	1	15,703
ค่าแรงปูพื้น	ค่าแรงในการปูพื้นอิฐมอญ	-	296	ตร.ม.	50	14,800
น้ำพุ สำเร็จรูป	สำหรับตกแต่งในส่วนที่อยู่ ภายใต้หลังคา	เส้นผ่าน ศูนย์กลาง 1.5 ม.สูง 2.2 ม.	1	ชุด	20,000	20,000
ม่านน้ำ สำเร็จรูป	สำหรับตกแต่งในส่วนที่อยู่ ภายนอกหลังคา	สูง 2 เมตรกว้าง 2.1 เมตร	1	ชุด	29,000	29,000

รายการ ตกแต่ง	รายละเอียด	ขนาด	ปริมาณที่ ต้องใช้	หน่วยนับ	ราคาต่อ หน่วย	ราคารวม
ต้นไม้ใหญ่						
แก้วเจ้าจอม	สำหรับปลูกในส่วนที่อยู่ ภายนอกหลังคา	สูง 5 เมตร	1	ต้น	4,500	4,500
เหลืองปิษัย	สำหรับปลูกในส่วนที่อยู่ ภายนอกหลังคา	สูง 5 เมตร	1	ต้น	4,500	4,500
สาละ	สำหรับปลูกในส่วนที่อยู่ ภายนอกหลังคา	สูง 5 เมตร	1	ต้น	3,000	3,000
ค่ารถเข็น	เป็นค่าบริการขนส่งต้นไม้ ขนาดใหญ่	-	3	ต้น	1,500	4,500
ค่าแรงปลูก	ค่าแรงในการปลูกต้นไม้ขนาด ใหญ่	-	3	ต้น	1,000	3,000
ไม้ประดับ						
เฟิร์น ข้าหลวง	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	10	ต้น	100	1,000
เฟิร์นไฟลีน	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ต้น	40	800
เฮลิโคเนีย (ธรรมรักษา)	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	50	ต้น	95	4,750
เดหลี จักรพรรดิ	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ต้น	90	1,800
กะพ้อ	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ต้น	50	1,000
ผกากรอง	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ต้น	150	3,000
ลั่นทม	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ต้น	60	1,200
ชันไล้	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ต้น	150	3,000
หน้าวัวใบ กำมะหยี่	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ต้น	90	1,800

รายการ ตกแต่ง	รายละเอียด	ขนาด	ปริมาณที่ ต้องใช้	หน่วยนับ	ราคาต่อ หน่วย	ราคารวม
เพชรชมพู	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ตัน	50	1,000
พลูดุ	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ตัน	25	500
แก้วหน้าม้า	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ตัน	6	120
ซานาดู	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ตัน	15	300
เศรษฐีเรือน นอก	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ตัน	25	500
เปปเปอร์ กรีน	ใช้ในการจัดสวนเพื่อตกแต่ง ร้านอาหาร	-	20	ตัน	20	400
ตุ๊กตาดินเผา รูปสัตว์ต่างๆ และเด็ก	ใช้ตกแต่งสวนในมุมต่างๆ	สูง 12 นิ้ว	10	ชิ้น	197	1,970
ตุ๊กตาดินเผา ยืนสาวสถิติ	ใช้ตกแต่งหน้าร้านตรงประตู ทางเข้าร้าน	สูง 1.5 เมตร	2	ชิ้น	1,796	3,592
ร่มสนามผ้า นาโน	ใช้สำหรับโต๊ะที่อยู่ในสวน ซึ่ง ไม่มีหลังคา	เส้นผ่าน ศูนย์กลาง 50 นิ้ว	9	อัน	700	6,300
รวมค่าใช้จ่ายในการออกแบบและตกแต่งร้าน						200,000

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปภาพที่ 2 แผนผังภายในร้านอาหารชีวจิต



สาธารณูปโภค

ด้านสาธารณูปโภค มีระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปาและโทรศัพท์ครบถ้วน

กำลังการผลิต

ร้านอาหารสามารถรองรับลูกค้าได้จำนวน 15 โต๊ะ คิดเป็นจำนวน 60 ที่นั่ง (โต๊ะ 1 ชุด สามารถรองรับลูกค้าได้ประมาณ 4 คน)

การบริหารวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง

วัตถุดิบที่เป็นอาหารสดจะมีการบริหารการหมุนเวียนทุกวัน ส่วนอาหารแห้งจะจัดการหมุนเวียนสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

การลงทุนเริ่มแรก

ในการลงทุนเริ่มแรกมีการประมาณการเงินลงทุนในอุปกรณ์และเครื่องใช้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 14 เงินลงทุนในอุปกรณ์และเครื่องใช้

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
1. ค่าออกแบบและตกแต่งร้าน		200,000	200,000
2. อุปกรณ์เครื่องครัวสแตนเลส	1 ชุด	50,000	50,000
3. ภาชนะบรรจุอาหารและเครื่องดัด	90 ชุด	370	33,300
4. ตู้แช่อาหาร	1 ตู้	40,000	40,000
5. โต๊ะเก้าอี้ไม้ (1 ชุด ประกอบด้วยโต๊ะ 1 ตัว เก้าอี้ 4 ตัว)	15 ชุด	5,000	75,000
6. เคาน์เตอร์เก็บเงิน ขนาด 180*50*105 ซม.	1 ตัว	9,670	9,670
7. โทรศัพท์/โทรสาร	1 เครื่อง	3,790	3,790
8. เครื่องเสียง	1 ชุด	12,990	12,990
รวม			424,750

ที่มา: จากการประมาณการ

ตารางที่ 15 ต้นทุนในการผลิตและการบริการ

ต้นทุนในการผลิต	
วัตถุดิบทางตรง	ร้อยละ 25 ของยอดขาย
ค่าแรงทางตรง	
ผู้ปรุงอาหาร (1 คน)	9,000 บาทต่อเดือน
ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร (2 คน)	13,000 บาทต่อเดือน
ค่าใช้จ่ายโรงงาน	
ค่าไฟฟ้า	3,000 บาทต่อเดือน
น้ำประปา	300 บาทต่อเดือน
แก๊สหุงต้ม	1,200 บาทต่อเดือน

ที่มา:จากการประมาณการ

ตารางที่ 16 ส่วนประกอบวัตถุดิบทางตรงของอาหารแต่ละจานโดยเฉลี่ย

ส่วนประกอบ	ปริมาณ
ผักผลไม้ชนิดต่างๆ	ร้อยละ 60
เนื้อสัตว์ (ปลาและอาหารทะเล)	ร้อยละ 30
เครื่องปรุงรส	ร้อยละ 10
รวม	ร้อยละ 100

ตารางที่ 17 รายละเอียดค่าจ้างพนักงาน

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	รวมเงินเดือน (บาท)
1	เจ้าของร้าน	1	12,000	12,000
2	ผู้ปรุงอาหาร	1	9,000	9,000
3	ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร	2	6,500	13,000
4	พนักงานเก็บเงิน	1	5,800	5,800
5	พนักงานเสิร์ฟและต้อนรับ	3	5,000	15,000
6	พนักงานล้างจานและทำความสะอาด	1	5,000	5,000
รวม				59,800

* ช่วงเวลาทำงาน 10.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 21.00 น.

พนักงานจะได้รับเงินพิเศษจากการทำงานนอกเหนือจากเงินเดือนคือ เงินพิเศษจากการให้บริการของพนักงาน(ทิป) ประมาณ 2% ของยอดรายรับ เมื่อพนักงาน ได้รับเงินพิเศษจากลูกค้าจะนำมาเก็บรวมไว้ที่พนักงานเก็บเงิน และจะมีการนำมาแบ่งกัน ในทุกๆวันจันทร์ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 18 สัดส่วนการแบ่งเงินพิเศษที่ได้จากการให้บริการของพนักงาน (ทิป)

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	สัดส่วนเงินพิเศษ (ต่อคน)	สัดส่วนเงินพิเศษ (รวม)
1	ผู้ปรุงอาหาร	1	0.75	0.75
2	ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร	2	0.50	1.00
3	แคชเชียร์	1	0.50	0.50
4	พนักงานเสิร์ฟและต้อนรับ	3	1.00	3.00
5	พนักงานล้างจานและทำความสะอาด	1	0.50	0.50
รวม			3.25	5.75

ตารางที่ 19 ตัวอย่างการคำนวณเงินพิเศษจากการให้บริการ

เงินพิเศษจากการให้บริการจำนวน 3,000 บาท

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	สัดส่วนเงิน พิเศษ(ต่อคน) (หมายเหตุ ตารางที่ 18)	สัดส่วนเงิน พิเศษ(รวม)	เงินพิเศษ (ต่อคน)	เงินพิเศษ (รวม)
ผู้ปรุงอาหาร	1	0.75	0.75	391	391
ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร	2	0.50	1.00	261	522
แคชเชียร์	1	0.50	0.50	261	261
พนักงานเสิร์ฟและต้อนรับ	3	1.00	3.00	522	1,566
พนักงานล้างจานและทำ ทำความสะอาด	1	0.50	0.50	261	261
รวม	8	3.25	5.75		3,000

รูปภาพที่ 3 กระบวนการให้บริการ (Flow Chart)



4. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ โดยจะจัดโครงสร้างขององค์กรให้มีความเหมาะสม รวมทั้งกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง กำหนดคุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง และการสรรหาบุคลากร โดยจะมีการวิเคราะห์และศึกษาถึง

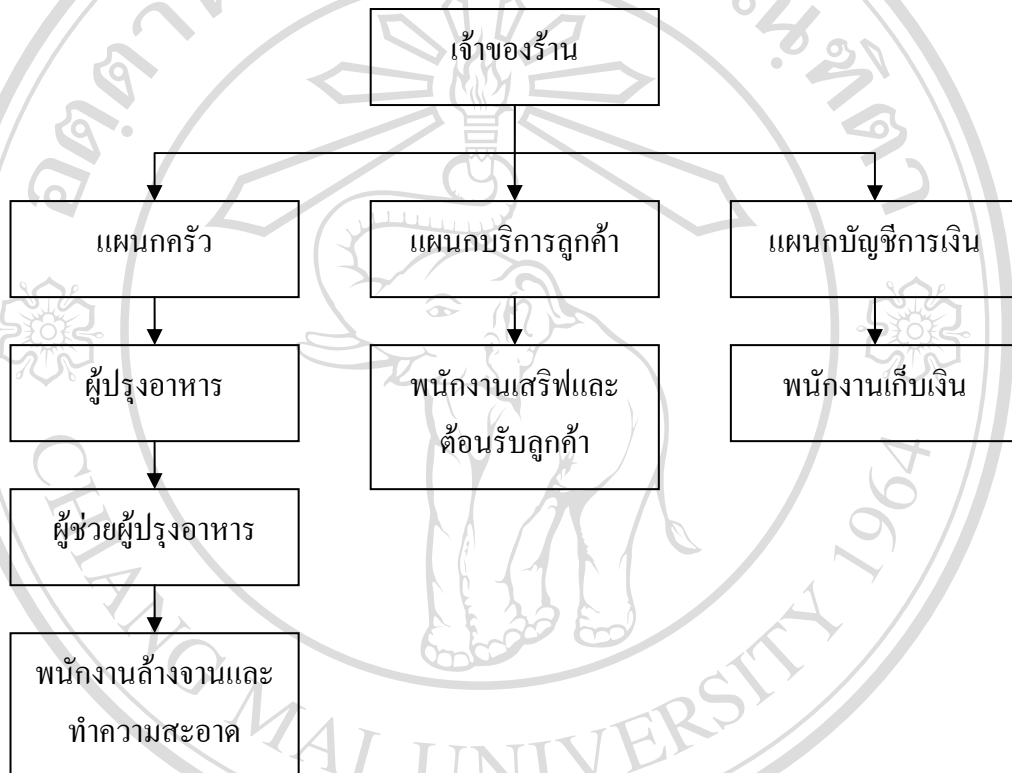
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

ร้านอาหารมีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียว (Individual Proprietorship) เพราะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ไม่มีความยุ่งยากและซับซ้อนในการบริหารงาน ทำให้การบริหารงานมีความคล่องตัวและรวดเร็ว

โครงสร้างขององค์กร

ร้านอาหารมีโครงสร้างขององค์กรดังต่อไปนี้

รูปภาพที่ 4 โครงสร้างขององค์กร



การคัดเลือกพนักงาน

ในการคัดเลือกพนักงาน จะพิจารณาผู้สมัครตามคุณสมบัติที่เหมาะสมในแต่ละตำแหน่งงาน โดยจะเน้นด้านบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงาน ในการปฏิบัติงานร้านมีกฎระเบียบคือเมื่อพนักงานมีความประสงค์จะลาออก จะต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน โดยในระหว่าง 30 วันนี้จะทำการสรรหา คัดเลือกพนักงานใหม่และสอนการปฏิบัติงาน

คุณสมบัติและรายละเอียดงาน (Job Description)

เจ้าของร้าน

รายละเอียดงาน

1. วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ของร้าน
2. วางแผนการปฏิบัติงานของทุกแผนก
3. ควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคน
4. ตรวจสอบความเรียบร้อยของร้าน
5. ตรวจสอบและควบคุมงานด้านการเงิน
6. ตรวจสอบและควบคุมการจัดซื้อและการใช้วัตถุดิบ
7. ช่วยงานอื่นๆ เมื่อมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก

ผู้ปรุงอาหาร

คุณสมบัติ

1. มีประสบการณ์ด้านการปรุงอาหารเพื่อสุขภาพ
2. สุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง
3. มีจิตใจรักงานด้านการบริการ
4. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. ปรุงอาหารด้วยความสะอาดถูกต้องตามหลักสุขอนามัย
2. ตรวจสอบปริมาณวัตถุดิบให้เพียงพอในการปรุงอาหาร
3. แจ้งปริมาณวัตถุดิบที่ต้องซื้อเพิ่มเติมแก่เจ้าของร้าน

ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร

คุณสมบัติ

1. มีประสบการณ์ด้านการปรุงอาหารเพื่อสุขภาพ
2. สุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง
3. มีจิตใจรักงานด้านการบริการ
4. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. จัดเตรียมวัตถุดิบให้พร้อมสำหรับการปรุงอาหารแต่ละจานของผู้ปรุงอาหาร
2. นำอาหารที่ปรุงเสร็จแล้วมาส่งให้กับพนักงานเสิร์ฟ ณ จุดรับ-ส่งอาหาร
3. ช่วยผู้ปรุงอาหารตรวจนับวัตถุดิบเพื่อทำการสั่งซื้อให้เพียงพอกับปริมาณการใช้
4. ทำความสะอาดบริเวณเตาปรุงอาหารและโต๊ะเตรียมอาหารสำหรับการปรุง

พนักงานเก็บเงิน

คุณสมบัติ

1. จบการศึกษาระดับปวส. ขึ้นไป ด้านการเงินการบัญชี
2. มีประสบการณ์ทำงานในร้านอาหาร
3. มีความซื่อสัตย์
4. มีความรอบคอบ
5. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
6. มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีใจรักงานบริการ
7. สุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง

รายละเอียดงาน

1. ตรวจนับเงินก่อนเปิดร้านและหลังปิดร้าน
2. สรุปรายชื่อรายการรับค่าอาหารและเครื่องดื่มของแต่ละวันและส่งมอบให้กับเจ้าของร้าน
3. คำนวณค่าอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องเก็บจากลูกค้าแต่ละโต๊ะ
4. ออกใบเสร็จรับเงินเมื่อได้รับเงินจากลูกค้า
5. ทำความสะอาดบริเวณเคาน์เตอร์เก็บเงินให้สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย

พนักงานเสิร์ฟและต้อนรับ

คุณสมบัติ

1. จบการศึกษาระดับ ม.3 ขึ้นไป
2. อายุไม่เกิน 30 ปี
3. มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส
4. มีใจรักงานด้านการบริการ
5. มีบุคลิกภาพดี
6. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

7. มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง

รายละเอียดงาน

1. กล่าวคำต้อนรับลูกค้าและเชิญลูกค้าไปนั่งที่โต๊ะ
2. รับคำสั่งอาหารจากลูกค้า
3. เสริฟอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ลูกค้า
4. รับเงินและทอนเงินให้แก่ลูกค้า
5. เก็บและทำความสะอาดโต๊ะอาหารเมื่อลูกค้ารับประทานอาหารเสร็จแล้ว

พนักงานล้างจานและทำความสะอาด

คุณสมบัติ

1. มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง
2. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
3. มีมนุษยสัมพันธ์ดี

รายละเอียดงาน

1. ล้างจานและภาชนะในการปรุงอาหารต่างๆ
2. ทำความสะอาดพื้นห้องครัวและบริเวณที่ลูกค้ารับประทานอาหาร
3. ทำความสะอาดห้องน้ำ

5. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

เป็นการวิเคราะห์รายได้และค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อนำมาประมาณการจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการลงทุนและเพื่อการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า นอกจากนี้ยังมีการคำนวณผลตอบแทนจากการดำเนินงานโดยการนำแนวคิดทางการเงินมาใช้ในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

สมมุติฐานทางการเงิน

1. โครงการมีอายุ 5 ปี
2. การจัดหาเงินทุนมาจาก 2 แหล่งคือ จากผู้เป็นเจ้าของ 374,550 บาท และจากการกู้ยืม 300,000 บาท
3. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับต้นทุนถัวเฉลี่ย (WACC) จำนวน 14.53% ซึ่งคำนวณจาก

ตารางที่ 20 การคำนวณหาต้นทุนถัวเฉลี่ย (WACC)

ประเภท	จำนวนเงิน	สัดส่วน	ต้นทุนของเงิน	ต้นทุนถัวเฉลี่ย
จากการกู้ยืม	300,000	44	11.75%	5.23
จากผู้เป็นเจ้าของ	374,550	56	16.75%	9.30
รวม	674,550	100		14.53

หมายเหตุ: ต้นทุนในการกู้ยืมเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว (MRR) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2551 เท่ากับ 7.75% ต่อปีบวกค่าความเสี่ยงของธนาคาร 4% เท่ากับ 11.75% และอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการเท่ากับ 16.75% ต่อปี ซึ่งประมาณการจากอัตราผลตอบแทนการกู้เท่ากับ 11.75% ต่อปี บวกกับความเสี่ยงจากอัตราเงินเฟ้อเดือนเมษายน 2551 เท่ากับ 5.00%

4. มีการกู้ยืมเงินจากธนาคารจำนวน 300,000 บาท เป็นระยะเวลา 5 ปี อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวเท่ากับ 11.75% มีรายละเอียดการชำระเงินกู้และดอกเบี้ยดังต่อไปนี้

ตารางที่ 21 การคำนวณการชำระเงินกู้ยืมและดอกเบี้ยจ่าย

ปีที่	เงินกู้	ชำระเงินกู้	เงินกู้คงเหลือ	ดอกเบี้ยจ่าย 11.75%
1	300,000	60,000	240,000	35,250
2	240,000	60,000	180,000	28,200
3	180,000	60,000	120,000	21,150
4	120,000	60,000	60,000	14,100
5	60,000	60,000	-	7,050
รวม		300,000		105,750

5. อัตราการขยายตัวของยอดขายคิดเป็น 10% ต่อปี ซึ่งได้มาจากการคำนวณของผู้ประกอบการร้านอาหารชีวิตจำนวน 2 ราย

6. ค่าวัสดุคิปรประมาณ 25% ของยอดขาย ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารชีวิตจำนวน 2 ราย โดยผู้ประกอบการได้ควบคุมค่าวัสดุคิปรโดยวิธีตั้งเป้าหมายต้นทุนเพื่อรักษาระดับต้นทุนค่าวัสดุคิปร ค่าแรงจะเพิ่มขึ้นปีละ 5% ค่าใช้จ่ายอื่นๆในการผลิตเพิ่มขึ้นปีละ 10% ตามอัตราการขยายตัวของยอดขาย

7. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจะเพิ่มขึ้นประมาณ 10% ต่อปี เพื่อให้สอดคล้องกับอัตราการขยายตัวของยอดขาย

8. รายรับและรายจ่ายทั้งหมดเป็นเงินสด

9. การคิดค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องใช้ต่างๆ ใช้วิธีเส้นตรงจำนวน 5 ปี (คิดค่าเสื่อมราคา 20% ต่อปี) และไม่มีมูลค่าซาก

10. การคำนวณภาษีเงินได้สำหรับธุรกิจ SMEs มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 22 การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

เงินได้สุทธิ	เงินได้แต่ละ ชั้นสุทธิ	อัตรากา ร้อยละ	ภาษีแต่ละชั้น เงินได้	ภาษีเงินสะสม
0 - 100,000	100,000	ยกเว้น	-	-
100,001 - 500,000	400,000	10	40,000	40,000
500,001 - 1,000,000	500,000	20	100,000	140,000
1,000,001 - 4,000,000	3,000,000	30	900,000	1,040,000
4,000,001 บาทขึ้นไป	-	37	-	-

ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจะต้องเสียภาษีเงินได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 0.5 ของยอดเงินได้พึงประเมินทั้งสิ้น ที่ไม่หักค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อน ตามมาตรา 48(2) โดยไม่คำนึงว่าในการประกอบกิจการในปีภาษีนั้นๆ จะมีผลกำไรหรือขาดทุน

11. ภาษีป้าย มีการชำระปีละ 1 ครั้ง มีรายละเอียดการชำระดังต่อไปนี้

ตารางที่ 23 การคำนวณภาษีป้าย

ตำแหน่งป้าย	จำนวน ป้าย	ขนาด (ซม.)	พื้นที่ (ตร.ซม.)	ค่าภาษีต่อป้าย (ต่อปี)	ค่าภาษีป้ายรวม (ต่อปี)
หน้าร้าน	1	100x50	5,000	200	200
จุดต่างๆในอำเภอเมือง เชียงใหม่	4	250x150	37,500	225	900
รวม					1,100

หมายเหตุ: เมื่อคำนวณพื้นที่ของป้ายแล้ว ถ้ามีอัตราที่ต้องเสียภาษีต่ำกว่าป้ายละ 200 บาทให้เสียภาษีป้ายละ 200 บาท

12. ภาษีโรงเรือนและภาษีบำรุงท้องที่ ผู้ให้เช่าเป็นผู้ชำระเอง

ประมาณการด้านการเงิน

คือการจัดทำประมาณการงบการเงินล่วงหน้า ประกอบไปด้วย ประมาณการงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด งบกำไรสะสม และงบดุล ดังจะแสดงต่อไปนี้

เงินลงทุนในโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนเริ่มแรกทั้งหมดจำนวน 674,550 บาท โดยมาจากส่วนของเจ้าของ 374,550 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.53 และจากการกู้ยืมจากธนาคารกรุงไทย 300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.47

ตารางที่ 24 เงินลงทุนเริ่มแรกในโครงการ

เงินลงทุนเริ่มแรก	จากเจ้าของ	จากกู้ยืม	รวม
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน (หมายเหตุตารางที่ 18)	63,300		63,300
เงินทุนหมุนเวียน (หมายเหตุตารางที่ 18)	186,500		186,500
ค่าออกแบบและตกแต่งร้าน		200,000	200,000
อุปกรณ์เครื่องครัวสแตนเลส		50,000	50,000
ภาชนะบรรจุอาหารและเครื่องคั้น		33,300	33,300
ตู้แช่อาหาร	23,300	16,700	40,000
โต๊ะเก้าอี้ไม้	75,000		75,000
เคาน์เตอร์เก็บเงิน	9,670		9,670
โทรศัพท์/โทรสาร	3,790		3,790
เครื่องเสียง	12,990		12,990
รวม	374,550	300,000	674,550
สัดส่วน	55.53	44.47	100.00

หมายเหตุ ตารางที่ 24

1. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ประกอบด้วย

1.1 ค่ามัดจำการเช่าจำนวน 60,000 บาทผู้เช่าจะได้รับคืนให้กับผู้เช่าเมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าซึ่งมีระยะเวลา 5 ปี

1.2 ค่าธรรมเนียมก่อนการจัดตั้งร้านอาหาร 3,300 บาทมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 25 ค่าธรรมเนียมก่อนการจัดตั้งร้านอาหาร

ประเภท	จำนวนเงิน
ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนพาณิชย์	50
ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ	
ค่าธรรมเนียมวิเคราะห์โครงการ (500,000 x 0.25%)	750
ค่าธรรมเนียมจัดการเงินกู้ (500,000 x 0.25%)	750
ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์ประกัน (500,000 x 0.25%)	750
ค่าธรรมเนียมบริการทำนิติกรรมจํานอง ชั้่นต่ำ 1,000 บาท (500,000 x 0.05%)	1,000
รวม	3,300

2. เงินทุนหมุนเวียน หมายถึงเงินที่ผู้ลงทุนต้องสำรองไว้ใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงปัญหาภาวะเงินทุนขาดแคลน เพราะค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีความสำคัญในด้านการดำเนินงานต่างๆของโครงการ เงินทุนหมุนเวียนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 26 เงินทุนหมุนเวียนสำหรับระยะเวลา 1 เดือนแรก

รายการ	จำนวนเงิน
วัตถุดิบทางตรง	38,157
ผู้ปรุงอาหาร	9,000
ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร	13,000
ค่าไฟฟ้า	3,000
ค่าน้ำประปา	300
ค่าแก๊สหุงต้ม	1,200
ค่าเช่า	20,000
ค่าแรง	37,800
ค่าโฆษณา	17,350
ค่าวัสดุสำนักงาน	1,500
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	1,500
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	43,693
รวม	186,500

ตารางที่ 27 การประมาณการต้นทุนการบริการตลอดโครงการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,831,545	2,014,700	2,216,169	2,437,786	2,681,565
ต้นทุนขาย					
วัตถุดิบทางตรง	457,886	503,675	554,042	609,447	670,391
ค่าแรงทางตรง					
ผู้ปรุงอาหาร	108,000	113,400	119,070	125,024	131,275
ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร	156,000	163,800	171,990	180,590	189,619
ค่าใช้จ่ายโรงงาน					
ค่าไฟฟ้า	36,000	39,600	43,560	47,916	52,708
ค่าน้ำประปา	3,600	3,960	4,356	4,792	5,271
ค่าแก๊สหุงต้ม	14,400	15,840	17,424	19,166	21,083
ค่าเสื่อมราคา	39,660	39,660	39,660	39,660	39,656
รวมต้นทุนขาย	815,546	879,935	950,102	1,026,594	1,110,002

ตารางที่ 28 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตลอดโครงการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
ค่าธรรมเนียมจัดตั้ง	3,300	-	-	-	-
ค่าออกแบบตกแต่ง	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ค่าเช่า	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าแรง	453,600	476,280	500,094	525,099	551,354
ค่าโฆษณา	100,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าวัสดุสำนักงาน	18,000	19,800	21,780	23,958	26,354
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	18,000	19,800	21,780	23,958	26,354
ค่าภาษีป้าย	1,100	200	200	200	200
ค่าเสื่อมราคา	5,290	5,290	5,290	5,290	5,287
รวมค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	879,290	851,370	879,144	908,505	939,548

ตารางที่ 29 ประมาณการกำไร(ขาดทุน) สุทธิตลอดโครงการ

ประมาณการงบกำไร (ขาดทุน) ล่วงหน้า

สำหรับระยะเวลา 5 ปี

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	1,831,545	2,014,700	2,216,169	2,437,786	2,681,565
(หัก) ต้นทุนขาย	815,546	879,935	950,102	1,026,594	1,110,002
กำไรขั้นต้น	1,015,999	1,134,765	1,266,067	1,411,193	1,571,563
(หัก) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	879,290	851,370	879,144	908,505	939,548
กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	136,709	283,395	386,923	502,688	632,014
(หัก) ดอกเบี่ยจ่าย	35,250	28,200	21,150	14,100	7,050
กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษี	101,459	255,195	365,773	488,588	624,964
ภาษีเงินได้	9,158	12,519	23,577	35,859	58,993
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	92,301	242,675	342,196	452,729	565,972

ตารางที่ 30 การคำนวณค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคารวม	ค่าเสื่อมราคา					มูลค่าคงเหลือ
				ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
อุปกรณ์เครื่องครัวสแตนเลส	1 ชุด	50,000	50,000	10,000	10,000	10,000	10,000	9,999	1
ภาชนะบรรจุอาหารและเครื่องต้ม	90 ชุด	370	33,300	6,660	6,660	6,660	6,660	6,659	1
ตู้แช่อาหาร	1 ตู้	40,000	40,000	8,000	8,000	8,000	8,000	7,999	1
โต๊ะเก้าอี้ไม้ (โต๊ะ 1 ตัว เก้าอี้ 4 ตัว)	15 ชุด	5,000	75,000	15,000	15,000	15,000	15,000	14,999	1
รวม			198,300	39,660	39,660	39,660	39,660	39,656	4

(ต่อ)

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคารวม	ค่าเสื่อมราคา					มูลค่าคงเหลือ
				ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
เคาน์เตอร์เก็บเงิน	1 ตัว	9,670	9,670	1,934	1,934	1,934	1,934	1,933	1
โทรศัพท์/โทรสาร	1 เครื่อง	3,790	3,790	758	758	758	758	757	1
เครื่องเสียง	1 ชุด	12,990	12,990	2,598	2,598	2,598	2,598	2,597	1
ค่าออกแบบและตกแต่งร้าน	1	200,000	200,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	-
รวม			226,450	45,290	45,290	45,290	45,290	45,287	3

ตารางที่ 31 การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินได้หลังจากหักค่าใช้จ่าย	101,459	255,195	365,773	488,588	624,964
หัก ลดหย่อนส่วนตัว	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
เงินได้สุทธิในการคำนวณภาษี	71,459	225,195	335,773	458,588	594,964

วิธีที่ 1 การคำนวณภาษีจากเงินได้สุทธิ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
100,000 บาทแรก ได้รับยกเว้น	-	-	-	-	-
100,001 - 500,000 บาท คิด 10%	-	12,519	23,577	35,859	40,000
500,001 - 1,000,000 บาท คิด 20%	-	-	-	-	18,993
ภาษีคำนวณจากเงินได้สุทธิ	-	12,519	23,577	35,859	58,993

วิธีที่ 2 การคำนวณภาษีจากเงินได้พึงประเมิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินได้ก่อนหักค่าใช้จ่าย	1,831,545	2,014,700	2,216,169	2,437,786	2,681,565
คิด 0.5%	9,158	10,073	11,081	12,189	13,408

ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีหน้าที่เสียภาษี เงินได้บุคคลธรรมดา จะต้องเสียภาษีเงินได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 0.5 ของยอดเงินได้พึงประเมินทั้งสิ้น ที่ไม่หักค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อน ตามมาตรา 48(2) โดยไม่คำนึงว่าในการประกอบกิจการในปีภยานั้นๆ จะมีผลกำไรหรือขาดทุน โดยจะต้องชำระภาษีด้วยยอดที่มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาษีที่คำนวณได้จากเงินได้สุทธิและภาษีที่คำนวณจากเงินได้พึงประเมิน ดังนั้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจึงมีการชำระในแต่ละปีดังต่อไปนี้

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	9,158	12,519	23,577	35,859	58,993

ตารางที่ 32 การประมาณการกระแสเงินสดรับ(จ่าย)สุทธิจากการดำเนินงาน

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายรับ	-	1,831,545	2,014,700	2,216,169	2,437,786	2,681,565
รวมกระแสเงินสดรับ	-	1,831,545	2,014,700	2,216,169	2,437,786	2,681,565
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินสดจ่ายลงทุน(สุทธิ)	674,550	-	-	-	-	-
ต้นทุนขาย	-	815,546	879,935	950,102	1,026,594	1,110,002
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	-	879,290	851,370	879,144	908,505	939,548
(หัก) ค่าเสื่อมราคาและ ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	-	88,250	84,950	84,950	84,950	84,943
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	-	-	9,158	12,519	23,577	35,859
รวมกระแสเงินสดจ่าย	674,550	1,606,586	1,655,513	1,756,816	1,873,726	2,000,466
กระแสเงินสดรับ(จ่าย)สุทธิ	(674,550)	224,959	359,187	459,354	564,061	681,099

ตารางที่ 33 ประมาณการงบดุลล่วงหน้า

ประมาณการงบดุลล่วงหน้า

สำหรับระยะเวลา 5 ปี

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสด	186,500	313,209	584,196	962,399	1,452,360	2,066,409
วัสดุคงเหลือ	-	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	186,500	316,209	587,196	965,399	1,455,360	2,069,409
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
เครื่องครุภัณฑ์(สุทธิ)	198,300	158,640	118,980	79,320	39,660	4
เครื่องใช้สำนักงาน(สุทธิ)	26,450	21,160	15,870	10,580	5,290	3
ค่าออกแบบและตกแต่ง(สุทธิ)	200,000	160,000	120,000	80,000	40,000	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	424,750	339,800	254,850	169,900	84,950	7
สินทรัพย์อื่น						
เงินมัดจำค่าเช่า	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าใช้จ่ายรอดตัดบัญชี	3,300	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	674,550	716,009	902,046	1,195,299	1,600,310	2,129,416
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	9,158	12,519	23,577	35,859	58,993
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	300,000	240,000	180,000	120,000	60,000	-
รวมหนี้สิน	300,000	249,158	192,519	143,577	95,859	58,993
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุน	374,550	374,550	374,550	374,550	374,550	374,550
กำไร(ขาดทุน)สะสม		92,301	334,976	677,172	1,129,901	1,695,873
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	374,550	466,851	709,526	1,051,722	1,504,451	2,070,423
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	674,550	716,009	902,046	1,195,299	1,600,310	2,129,416

ตารางที่ 34 การคำนวณเงินสดสะสมในแต่ละปี

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินทุนหมุนเวียน	186,500	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิประจำงวด		92,301	242,675	342,196	452,729	565,972
บวก ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายตัดบัญชี		88,250	84,950	84,950	84,950	84,943
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		9,158	12,519	23,577	35,859	58,993
(หัก) ชำระคืนเงินกู้		60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
วัสดุคงเหลือ		3,000	-	-	-	-
ชำระภาษีเงินได้		-	9,158	12,519	23,577	35,859
เงินสดประจำปี	-	126,709	270,987	378,204	489,961	614,049
เงินสดต้นงวด	186,500	186,500	313,209	584,196	962,399	1,452,360
เงินสดระหว่างปี	-	126,709	270,987	378,204	489,961	614,049
เงินสดปลายงวด	186,500	313,209	584,196	962,399	1,452,360	2,066,409

* ทุกสิ้นเดือนจะมีการซื้อวัสดุต่างๆมาเก็บไว้ในสต็อก เพื่อชดเชยส่วนที่ได้ใช้ไประหว่างเดือน โดยจะให้วัสดุคงเหลือ ณ ทุกๆสิ้นเดือนเพียง 3,000 บาท

ตารางที่ 35 การประมาณการงบกำไร(ขาดทุน)สะสมล่วงหน้า

ประมาณการงบกำไร(ขาดทุน)สะสมล่วงหน้า

สำหรับระยะเวลา 5 ปี

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นงวด	-	92,301	334,976	677,172	1,129,901
กำไรสุทธิ	92,301	242,675	342,196	452,729	565,972
กำไรสะสมปลายงวด	92,301	334,976	677,172	1,129,901	1,695,873

ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Pay back Period: DPB)

เป็นการคำนวณหาจุดคุ้มทุนของโครงการที่ต้องการลงทุน ว่าในการลงทุนในโครงการนี้ จะใช้ระยะเวลาในการคืนทุนเป็นระยะเวลาเท่าใด โดยใช้วิธีคิดจากกระแสเงินสดสะสมที่จะได้รับ ในอนาคต ให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน (present value of cash flows) การคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด แสดงได้ดังสมการดังนี้

$$DPB = \text{จำนวนงวดก่อนคืนทุน} + \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของเงินส่วนที่ยังไม่ได้คืนทุน}}{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดที่เกิดขึ้นในปีที่คืนทุน}}$$

ตารางที่ 36 แสดงการคำนวณระยะเวลาคืนทุน

ปีที่	NCF	PVIF,14.53%	PVNCF
0	(674,550)	1.0000	(674,550)
1	224,959	0.8732	196,428
2	359,187	0.7624	273,843
3	459,354	0.6657	305,803
4	564,061	0.5813	327,912
5	681,099	0.5076	345,749
กระแสเงินสดเมื่อสิ้นโครงการปีที่ 5			
เงินทุนหมุนเวียน	189,800	0.5076	96,349
เงินมัดจำค่าเช่า	60,000	0.5076	30,458
			901,992

* ต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ยเท่ากับ 14.53%

คำนวณโดย

$$DPB = 2 + (204,279/305,803)$$

2.67 ปี

หรือ 2 ปี 8 เดือน 5 วัน

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้เท่ากับ 2.67 ปี หรือเท่ากับ 2 ปี 8 เดือน 5 วัน ซึ่งสามารถยอมรับโครงการนี้ได้เพราะคืนทุนก่อนระยะสิ้นสุดโครงการคือ 5 ปี

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

เป็นการคำนวณผลประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคตมาเป็นมูลค่าปัจจุบัน (PVB) เพื่อจะได้เปรียบเทียบกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุน (PVC)

$$NPV = PVB - PVC$$

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

เมื่อ NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ
 B_t = ผลตอบแทนของโครงการในปีที่ t
 C_t = ค่าใช้จ่ายของโครงการในปีที่ t
 r = อัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของทุน
 t = ปีของโครงการ คือปีที่ 0, 1, 2, ..., n
 n = อายุของโครงการ (ปี)

ตารางที่ 37 การคำนวณค่า NPV

ปีที่	NCF	PVIF, 14.53%	PVNCF
1	224,959	0.8732	196,428
2	359,187	0.7624	273,843
3	459,354	0.6657	305,803
4	564,061	0.5813	327,912
5	681,099	0.5076	345,749
กระแสเงินสดเมื่อสิ้นโครงการปีที่ 5			
เงินทุนหมุนเวียน	189,800	0.5076	96,349
เงินมัดจำค่าเช่า	60,000	0.5076	30,458
			1,576,542

* อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการคือ 14.53%

คำนวณโดย

$$NPV = 1,576,542 - 674,550$$

$$= 901,992 \text{ บาท}$$

จากค่า NPV ที่มีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าควรมีการลงทุนในโครงการนี้ เนื่องจากโครงการนี้ให้ผลตอบแทนมากกว่าเงินที่ได้ลงทุนไป สามารถยอมรับโครงการนี้ได้

อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)

คือผลตอบแทนที่อยู่ในรูปร้อยละหรือหมายถึงอัตราดอกเบี้ยคิดลด (ค่า r) ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของธุรกิจมีค่าเท่ากับศูนย์

IRR = ค่า r ที่ทำให้ NPV เท่ากับ 0

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

เมื่อ NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

B_t = ผลตอบแทนของโครงการในปีที่ t

C_t = ค่าใช้จ่ายของโครงการในปีที่ t

r = อัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาส
ของทุน

t = ปีของโครงการ คือปีที่ 0, 1, 2, ..., n

n = อายุของโครงการ (ปี)

ตารางที่ 38 แสดงการคำนวณหาค่า IRR

ปีที่	NCF	PVIF, 50.40756%	PVNCF
0	(674,550)		
1	224,959	0.66491	149,577
2	359,187	0.44204	158,774
3	459,354	0.29390	135,002
4	564,061	0.19542	110,230
5	681,099	0.12995	88,507

ปีที่	NCF	PVIF,50.40756%	PVNCF
กระแสเงินสดเมื่อสิ้นโครงการปีที่ 5			
เงินทุนหมุนเวียน	189,800	0.12995	24,664
เงินมัดจำค่าเช่า	60,000	0.12995	7,797
			674,550

อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) จากโครงการนี้เท่ากับ 50.40756% หรือประมาณ 50.41% ดังนั้น ควรลงทุนในโครงการนี้ เนื่องจากโครงการนี้ให้ผลตอบแทนมากกว่า อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการคือมากกว่า 14.53%

การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity analysis)

คือการวิเคราะห์ดูสถานะด้านการเงินว่าจะเป็นอย่างไหากปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น ราคาขาย ราคาวัตถุดิบ ได้มีการเปลี่ยนแปลงไป วิธีการวิเคราะห์คือการสมมุติให้มีการเปลี่ยนแปลงต่างๆของตัวแปรที่สำคัญ โดยตัวแปรอื่นคงที่ แล้วคำนวณผลตอบแทนที่โครงการจะได้รับใหม่ในด้านต่างๆ เช่น ระยะเวลาคืนทุน NPV และ IRR จากนั้นรวบรวมข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ผลกระทบและความเสี่ยงของโครงการต่อไป

ในการดำเนินโครงการอาจมีเหตุการณ์ที่ทำให้รายได้ไม่เป็นไปตามการคาดการณ์ ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่างๆ ดังนั้นจึงทำวิเคราะห์ความไวของโครงการ โดยแสดงการคำนวณ 2 กรณี ดังต่อไปนี้

กรณีที่ 1 การคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน เมื่อยอดขายลดลงจากการประมาณการ 10%

กรณีที่ 2 การคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน เมื่อยอดขายเพิ่มขึ้นจากการประมาณการ 10%

กรณีที่ 1 หากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีจำนวนลดลง 10%

ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Pay back Period: DPB)

ตารางที่ 39 การคำนวณระยะเวลาคืนทุน กรณีจำนวนลูกค้าลดลง 10%

ปีที่	NCF	PVIF,14.53%	PVNCF
0	(674,550)	1.0000	(674,550)
1	87,593	0.8732	76,484
2	209,000	0.7624	159,341
3	296,594	0.6657	197,450
4	394,831	0.5813	229,532
5	498,265	0.5076	252,936
กระแสเงินสดเมื่อสิ้นโครงการปีที่ 5			
เงินทุนหมุนเวียน	189,800	0.5076	96,349
เงินมัดจำค่าเช่า	60,000	0.5076	30,458
			368,000

* ต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ยเท่ากับ 14.53%

คำนวณโดย

$$DPB = 4 + (11,743/252,936)$$

4.05 ปี

หรือ 4 ปี 18 วัน

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้เท่ากับ 4.05 ปี หรือเท่ากับ 4 ปี 18 วัน ซึ่งสามารถยอมรับโครงการนี้ได้เพราะคืนทุนก่อนระยะสิ้นสุดโครงการคือ 5 ปี

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

ตารางที่ 40 การคำนวณค่า NPV กรณีจำนวนลูกค้าลดลง 10%

ปีที่	NCF	PVIF,14.53%	PVNCF
1	87,593	0.8732	76,484
2	209,000	0.7624	159,341

(ต่อ)

ปีที่	NCF	PVIF,14.53%	PVNCF
3	296,594	0.6657	197,450
4	394,831	0.5813	229,532
5	498,265	0.5076	252,936
กระแสเงินสดเมื่อสิ้นโครงการปีที่ 5			
เงินทุนหมุนเวียน	189,800	0.5076	96,349
เงินมัดจำค่าเช่า	60,000	0.5076	30,458
			1,042,550

* อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการคือ 14.53%

$$\begin{aligned} NPV &= 1,042,550 - 674,550 \\ &= 368,000 \text{ บาท} \end{aligned}$$

จากค่า NPV ที่มีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าควรมีการลงทุนในโครงการนี้ เนื่องจากโครงการนี้ให้ผลตอบแทนมากกว่าเงินที่ได้ลงทุนไป สามารถยอมรับโครงการนี้ได้

อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)

ตารางที่ 41 การคำนวณค่า IRR กรณีจำนวนลูกค้านลดลง 10%

ปีที่	NCF	PVIF,29.50663%	PVNCF
0	(674,550)		
1	87,593	0.77216	67,636
2	209,000	0.59624	124,614
3	296,594	0.46043	136,561
4	394,831	0.35553	140,373
5	498,265	0.27453	136,788
กระแสเงินสดเมื่อสิ้นโครงการปีที่ 5			
เงินทุนหมุนเวียน	189,800	0.27453	52,106
เงินมัดจำค่าเช่า	60,000	0.27453	16,472
			674,550

อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) จากโครงการนี้คือ 29.50663 % หรือประมาณ 29.51% ดังนั้นควรลงทุนในโครงการนี้ เนื่องจากโครงการนี้ให้ผลตอบแทนมากกว่า อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการคือมากกว่า 14.53 %

กรณีที่ 2 หากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น 10%

ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Pay Back Period: DPB)

ตารางที่ 42 การคำนวณระยะเวลาคืนทุน กรณีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น 10%

ปีที่	NCF	PVIF, 14.53%	PVNCF
0	(674,550)	1.0000	(674,550)
1	362,325	0.8732	316,372
2	508,565	0.7624	387,729
3	610,456	0.6657	406,396
4	730,075	0.5813	424,422
5	849,790	0.5076	431,383
กระแสเงินสดเมื่อสิ้นโครงการปีที่ 5			
เงินทุนหมุนเวียน	189,800	0.5076	96,349
เงินมัดจำค่าเช่า	60,000	0.5076	30,458
			1,418,558

คำนวณโดย

$$DPB = 1 + (358,178/387,729)$$

1.92 ปี

หรือ 1 ปี 11 เดือน 7 วัน

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้เท่ากับ 1.92 ปี หรือเท่ากับ 1 ปี 11 เดือน 7 วัน ซึ่งสามารถยอมรับโครงการนี้ได้เพราะคืนทุนในระยะเวลาอันสั้นและก่อนระยะสิ้นสุดโครงการคือ 5 ปี

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

ตารางที่ 43 การคำนวณค่า NPV กรณีจำนวนลูกค้าเพิ่ม 10%

ปีที่	NCF	PVIF,14.53%	PVNCF
1	362,325	0.8732	316,372
2	508,565	0.7624	387,729
3	610,456	0.6657	406,396
4	730,075	0.5813	424,422
5	849,790	0.5076	431,383
กระแสเงินสดเมื่อสิ้นโครงการปีที่ 5			
เงินทุนหมุนเวียน	189,800	0.5076	96,349
เงินมัดจำค่าเช่า	60,000	0.5076	30,458
			2,093,108

* อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการคือ 14.53%

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= 2,093,108 - 674,550 \\ &= 1,418,558 \text{ บาท} \end{aligned}$$

จากค่า NPV ที่มีค่าเป็นบวกเท่ากับ 1,418,558 แสดงว่าควรมีการลงทุนในโครงการนี้ เนื่องจากโครงการนี้ให้ผลตอบแทนมากกว่าเงินที่ได้ลงทุนไป สามารถยอมรับโครงการนี้ได้

อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)

ตารางที่ 44 การคำนวณค่า IRR กรณีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น 10%

ปีที่	NCF	PVIF,70.37210%	PVNCF
0	(674,550)		
1	362,325	0.58693	212,661
2	508,565	0.34451	175,206
3	610,456	0.20220	123,433
4	730,075	0.11870	86,656
5	849,790	0.06966	59,193
กระแสเงินสดเมื่อสิ้นโครงการปีที่ 5			
เงินทุนหมุนเวียน	189,800	0.06966	13,221

(ต่อ)

ปีที่	NCF	PVIF,70.37210%	PVNCF
เงินมัดจำค่าเช่า	60,000	0.06966	4,180
			674,550

อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) จากโครงการนี้คือ 70.37210% หรือประมาณ 70.37%
 ดังนั้น ควรลงทุนในโครงการนี้ เนื่องจากโครงการนี้ให้ผลตอบแทนมากกว่า อัตราผลตอบแทนขั้น
 ต่ำที่ต้องการคือมากกว่า 14.53 %

ตารางที่ 45 การสรุปผลการวิเคราะห์ความไวของโครงการร้านอาหารชีวจิต

กรณี	DPB	NPV	IRR
ยอดขายเพิ่มขึ้น 10%	1 ปี 11 เดือน 7 วัน	1,418,558	70.37%
ยอดขายปกติ	2 ปี 8 เดือน 5 วัน	901,992	50.41%
ยอดขายลดลง 10%	4 ปี 18 วัน	368,000	29.51%

จากตารางพบว่า โครงการมีความไวเมื่อยอดขายมีการเปลี่ยนแปลง แต่ถึงแม้ว่ายอดขายจะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากการประมาณการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในระดับ 10% โครงการก็ยังคงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน ดังนั้นสรุปได้ว่าควรมีการลงทุนในโครงการนี้