

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ผลการศึกษา หมายถึง การศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ขั้นพื้นฐาน ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีจุดประสงค์เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประมาณการรายได้ที่จะได้รับ และค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นสำหรับการประเมินผลการลงทุน ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป ซึ่งจะทำการศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ
  - ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ
2. การวิเคราะห์เบื้องต้น
3. การวิเคราะห์ด้านการตลาด
4. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ
5. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

#### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น จากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ด้วยวิธีการออกแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทางการตลาด และข้อมูลด้านผู้ประกอบการเกี่ยวกับการประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ มีรายละเอียดดังนี้

## ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม

## ตารางที่ 3 ข้อมูลด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. ชาย	49	31.0	เพศหญิง
2. หญิง	109	69.0	
รวม	158	100.0	
อายุ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. ต่ำกว่า 20 ปี	8	5.1	อายุระหว่าง 21-30 ปี
2. 21-30 ปี	74	46.8	
3. 31-40 ปี	28	17.7	
4. 41-50 ปี	33	20.9	
5. 51 ปีขึ้นไป	15	9.5	
รวม	158	100.0	
การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	2	1.3	การศึกษาระดับ ปริญญาตรี หรือเทียบ เท่า
2. มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	36	22.8	
3. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	100	63.3	
4. ปริญญาโท หรือสูงกว่า	20	12.7	
รวม	158	100.0	
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. นักเรียน, นักศึกษา	34	21.5	อาชีพ ลูกจ้าง, พนักงานบริษัท
2. ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ	31	19.6	
3. ลูกจ้าง, พนักงานบริษัท	77	48.7	
4. ค้าขาย, เจ้าของกิจการ	15	9.5	
5. อื่น ๆ	1	0.6	
รวม	158	100.0	

ตารางที่ 4 ข้อมูลด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. ต่ำกว่า 5,000 บาท	35	22.2	รายได้ต่อเดือน 5,001-15,000 บาท
2. 5,001-15,000 บาท	75	47.5	
3. 15,001-25,000 บาท	30	19.0	
4. 25,001 บาทขึ้นไป	18	11.4	
รวม	158	100.0	
สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. โสด	79	50	สถานภาพ โสด
2. มีคู่สมรส	75	47.5	
3. หย่าร้าง	4	2.5	
รวม	158	100.0	
บุตร	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. มีบุตร	65	41.1	ไม่มีบุตร
2. ไม่มีบุตร	93	58.9	
รวม	158	100.0	

จากตารางที่ 3 และ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่จะมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 21-30 ปี ด้านการศึกษาจะอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเป็นส่วนมาก ซึ่งมีช่วงชั้นรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001-15,000 บาทมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจะมีสถานภาพโสดมากกว่าสมรส และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะไม่มีบุตรมากกว่า ซึ่งเป็นคิดเป็นร้อยละ 58.9

ตารางที่ 5 ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาหารที่บริโภคเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. อาหารทั่วไป	131	82.9	อาหารทั่วไป
2. อาหารเพื่อสุขภาพ	27	17.1	
รวม	158	100.0	
ความถี่ในการรับประทาน อาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. ทุกวัน	18	11.4	นาน ๆ ครั้ง
2. บ่อยครั้ง	66	41.8	
3. นาน ๆ ครั้ง	74	46.8	
รวม	158	100.0	

จากตารางที่ 5 พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ยังคงบริโภคอาหารทั่วไปเป็นส่วนใหญ่ โดยมีอัตราส่วนถึง 82.9 % เมื่อเปรียบเทียบกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจะอยู่ที่ นาน ๆ ครั้งเป็นส่วนใหญ่ คือ 46.8% ซึ่งใกล้เคียงกับการบริโภค บ่อยครั้ง 41.8 %

ตารางที่ 6 ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

มือที่สนใจในการบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. มือเช้า	34	15.7	มือกลางวัน
2. มือกลางวัน	101	46.8	
3. มือเย็น	81	37.5	
รวม	216	100.0	
สาเหตุของการรับประทาน อาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. ชอบตั้งใจไป	68	30.2	ชอบตั้งใจไป
2. มีคนชวนไป	63	28.0	
3. อยากรอง	47	20.9	
4. ทานเป็นประจำ	41	18.2	
5. อื่น ๆ	6	2.7	
รวม	225	100.0	

หมายเหตุ จำนวนข้อที่ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จึงมีจำนวนไม่เท่ากัน

จากตารางที่ 6 พบว่าการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมที่จะไปรับประทานมือกลางวัน โดยมีสัดส่วน 46.8 % และสาเหตุของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่จะอยู่ที่ ความชอบ ตั้งใจไป, มีคนชวนไป และอยากรอง โดยมีสัดส่วน 30.2%, 28.0%, 20.9% ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

บุคคลที่ไปด้วยในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. เพื่อนร่วมงาน	82	32.5	เพื่อนร่วมงาน
2. ครอบครัว	70	27.8	
3. เพื่อนสนิท	54	21.4	
4. ไปคนเดียว	46	18.3	
รวม	252	100.0	
เหตุผลที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ	137	29.5	เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ
2. สะอาดปราศจากสารพิษ	69	14.9	
3. ตามกระแสสังคม	17	3.7	
4. ราคาประหยัด	32	6.9	
5. ไม่เบียดเบียนสัตว์	65	14.0	
6. เชื่อว่าช่วยบำบัดโรค	64	13.8	
7. ควบคุมน้ำหนัก (ไม่อ้วน)	38	8.2	
8. ชอบในรสชาติของอาหาร	41	8.8	
9. อื่น ๆ	1	0.2	
รวม	464	100.0	

หมายเหตุ จำนวนข้อที่ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จึงมีจำนวนไม่เท่ากัน

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมักไปรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีเพื่อนร่วมงาน, ครอบครัว และเพื่อนสนิท ไปด้วย โดยมีส่วน 32.5%, 27.8%, 21.4% ตามลำดับ ซึ่งมีส่วนน้อยที่นิยมไปรับประทานอาหารเพียงลำพัง และส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีเหตุผลที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย โดยมีสัดส่วน 29.5% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับเหตุผลอื่น ๆ

ตารางที่ 8 ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

รูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพ ที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. อาหารเจ	95	38.3	อาหารมังสวิรัต
2. อาหารชีวจิต	53	21.4	
3. อาหารมังสวิรัต	99	39.9	
4. อื่น ๆ	1	0.4	
รวม	248	100.0	
ลักษณะอาหารที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. อาหารตามสั่ง	111	41.6	อาหารตามสั่ง
2. อาหารจานเดียว	93	34.8	
3. บุฟเฟต์	63	23.6	
รวม	267	100.0	
ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. สลัดผัก	93	20.4	น้ำผลไม้ เครื่องดื่มสมุนไพร นมถั่วเหลือง
2. ขนม ของว่าง ไอศกรีม ผลไม้	64	14.0	
3. ก๋วยเตี๋ยว ข้าวราด ขนมจีน	97	21.2	
4. น้ำผลไม้ เครื่องดื่มสมุนไพร นมถั่วเหลือง	111	24.3	
5. อาหารประเภท คัม ผัด ทอด ยำ น้ำพริก	92	20.1	
รวม	457	100.0	

หมายเหตุ จำนวนข้อที่ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จึงมีจำนวนไม่เท่ากัน

จากตารางที่ 8 รูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมรับประทานกัน คืออาหารมังสวิรัต และอาหารเจ โดยมีสัดส่วน 39.9% และ 38.3% ตามลำดับ โดยอาหารที่บริโภคจะเป็นอาหารตามสั่ง 41.6% และ อาหารจานเดียว 34.8% ซึ่งประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มี สัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมาก โดยน้ำผลไม้ เครื่องดื่มสมุนไพร นมถั่วเหลืองจะสัดส่วนที่มากที่สุด 24.3%

ตารางที่ 9 ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามด้านราคา ( Price )

ระดับราคาอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. ต่ำกว่าอาหารทั่วไป	28	17.7	ราคา ระดับเดียวกัน
2. ระดับเดียวกัน	106	67.1	
3. สูงกว่าอาหารทั่วไป	24	15.2	
รวม	158	100.0	
ระดับราคาอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
<b>มื้อเช้า</b>			
1. 20 บาทหรือต่ำกว่า	62	39.2	21-40 บาท
2. 21-40 บาท	80	50.6	
3. 41-60 บาท	15	9.5	
4. 61 บาทขึ้นไป	1	0.6	
รวม	158	100.0	
<b>มื้อกลางวัน</b>			
1. 20 บาทหรือต่ำกว่า	38	24.1	21-40 บาท
2. 21-40 บาท	74	46.8	
3. 41-60 บาท	44	27.8	
4. 61 บาทขึ้นไป	2	1.3	
รวม	158	100.0	
<b>มื้อเย็น</b>			
1. 20 บาทหรือต่ำกว่า	28	17.7	21-40 บาท
2. 21-40 บาท	68	43.0	
3. 41-60 บาท	45	28.5	
4. 61 บาทขึ้นไป	17	10.8	
รวม	158	100.0	



จากตารางที่ 9 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามระดับราคาที่เหมาะสมที่สุดของราคาอาหารเพื่อสุขภาพควรที่จะมีราคาเท่ากับอาหารทั่วไป ซึ่งมีอัตราส่วน 67.1% โดยแต่ละมือควรจะมีราคาเท่ากับ 21-40 บาท พบว่าค่าใช้จ่าย ในการรับประทานอาหารเช้าในแต่ละมือเท่ากับ 24.48 บาท ในมือเช้า 31.62 บาท ในมือกลางวัน และ 35.77 บาท ในมือเย็น เมื่อเปรียบเทียบตามตารางระดับราคาอาหารเพื่อสุขภาพ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 10 ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการจัดจำหน่าย (Place)

สถานที่ที่ใช้บริการ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. ศูนย์อาหารต่าง ๆ	18	7.1	ร้านอาหาร เพื่อสุขภาพ
2. ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	112	44.1	
3. ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า	28	11.0	
4. ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหาร เพื่อสุขภาพ	94	37.0	
5. อื่น ๆ	2	0.8	
รวม	254	100.0	

หมายเหตุ จำนวนข้อที่ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จึงมีจำนวนไม่เท่ากัน

ตารางที่ 11 ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการจัดจำหน่าย (Place)

รูปแบบร้านที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. ดิคแอร์	69	43.7	พัคลม
2. พัคลม	89	56.3	
รวม	158	100.0	

จากตารางที่ 10 ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเป็นสถานที่ที่ใช้บริการ รับประทานอาหาร เพื่อสุขภาพ จะอยู่ที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นส่วน ใหญ่ โดยมีอัตราส่วน 44.1% และ 37.0% ตามลำดับ

จากตารางที่ 11 รูปแบบของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกร้านอาหาร ที่ คิคพัคลม โดยมีอัตราส่วน 56.3 % ซึ่งมากกว่าร้านอาหารที่คิคแอร์ซึ่งมีอัตราส่วน 43.7 %

ตารางที่ 12 ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ปัจจัยสำคัญในการเลือกร้านอาหาร	อันดับ หนึ่ง	อันดับ สอง	อันดับ สาม	จำนวน คะแนน	ร้อยละ %
1. ราคา	15	30	49	154	16.2
2. ความสะอาด	84	22	17	313	33.0
3. บรรยากาศ	15	14	37	110	11.6
4. ที่จอดรถ	10	18	6	72	7.6
5. รสชาติ	27	63	24	231	24.4
6. การบริการ	7	11	25	68	7.2
รวม	158	158	158	948	100.0

ตารางที่ 13 ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ชื่นชอบในจังหวัดเชียงใหม่	อันดับ หนึ่ง	อันดับ สอง	อันดับ สาม	จำนวน คะแนน	ร้อยละ %
1. Whole Earth	23	7	14	97	10.2
2. มาคาเจ	13	25	23	112	11.8
3. คุณเจริญสถานีรถไฟ	16	67	42	224	23.6
4. คุณเจริญนิมมานเหมินทร์	66	37	24	296	31.2
5. ชมรมมังสวิรัต	36	22	54	206	21.7
6. อื่น ๆ	4	0	1	13	1.4
รวม	158	158	158	948	100.0

วิธีการคิดคะแนน ตามลำดับความสำคัญ ตารางที่ 12 และ 13

$$(\text{อันดับหนึ่ง} \times 3) + (\text{อันดับสอง} \times 2) + (\text{อันดับสาม} \times 1) = \text{คะแนน}$$

จากตารางที่ 12 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามในด้านปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกร้านอาหารพบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมาเป็นอันดับหนึ่งในอัตราส่วน 33.0%, อันดับสองได้แก่ ปัจจัยในรสชาติอัตราส่วน 24.4%, อันดับที่สามปัจจัยด้านราคา อัตราส่วน 16.2 %

จากตารางที่ 13 ข้อมูลร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ชื่นชอบในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบแบบสอบถามและเรียงลำดับร้านอาหารที่ชื่นชอบ โดยอันดับที่หนึ่ง ร้านคุณเจริญสาขานิมนานเหมินทร์ อันดับที่สองร้านคุณเจริญสาขาสถาณีโรดไฟ และอันดับสามร้านชมรมมังสวิรัต ซึ่งมีอัตราส่วน 31.2%, 23.6% และ 21.7% ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการส่งเสริมการตลาด ( Promotion )

โปรโมชั่นที่สนใจ สำหรับร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ %	ฐานนิยม
1. บูฟเฟต์ ราคาประหยัด	121	33.4	บูฟเฟต์ ราคาประหยัด
2. บัณฑิตส่วนลดราคาอาหาร	89	24.6	
3. คุปองสะสมคะแนนเพื่อแลก ของรางวัล	50	13.8	
4. น้ำดื่มเพื่อสุขภาพฟรี	100	27.6	
5. อื่น ๆ	2	0.6	
รวม	362	100.0	

หมายเหตุ จำนวนข้อที่ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จึงมีจำนวนไม่เท่ากัน

จากตารางที่ 14 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นแรงดึงดูดใจให้ใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยโปรโมชั่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจมากที่สุดคือ บูฟเฟต์ ราคาประหยัด ซึ่งมีอัตราส่วน 33.4% อันดับที่สองเป็นการให้น้ำดื่มเพื่อสุขภาพฟรี อัตราส่วน 27.6% และอันดับที่สามเป็นการให้บัณฑิตส่วนลด อัตราส่วน 24.6%

### ข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้มีข้อมูลเกี่ยวกับ ลักษณะลูกค้า และการดำเนินงานที่น่าสนใจ ดังนี้

1. แนวโน้มของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ค่อนข้างดี คือ มีอัตราการเติบโต โดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10 % ต่อปี เมื่อเทียบจากแต่ก่อน เนื่องจากมีผู้ให้ความสนใจกับสุขภาพ และสนใจในการเลือกบริโภคอาหารกันมากขึ้น

2. ในด้านการตั้งราคา หากธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ตั้งราคาอาหารค่อนข้างสูง ลูกค้าจะรับไม่ค่อยได้

3. ในด้านการบริการ เริ่มมีบทบาทสำคัญมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าบางส่วนไม่ได้คำนึงเพียงแต่รสชาติของอาหาร หากบริการไม่ดี ก็ไม่เป็นที่ประทับใจของผู้บริโภค

4. ในด้านของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ ลักษณะ และชนิดของอาหารที่มีบริการแก่ลูกค้า ในช่วงกลางวันจะบริการทั้งบุฟเฟ่ต์ และอาหารตามสั่ง ส่วนในช่วงเย็นจะเป็นอาหารตามสั่ง ซึ่งลักษณะ และชนิดของอาหารที่ลูกค้านิยมบริโภคจะค่อนข้างหลากหลาย สาเหตุหนึ่งมาจากผู้บริโภคต้องการที่จะบริโภคอาหารให้ครบทุกประเภท

5. ในด้านลูกค้า กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ ในช่วงปีหลัง ๆ เริ่มขยายกลุ่มกว้างมากขึ้น จากแต่ก่อนที่ลูกค้าส่วนมาก จะเป็นวัยทำงาน และผู้สูงอายุ แต่ปัจจุบัน นักศึกษาเริ่มมาใช้บริการมากขึ้น เพราะจะเห็นได้จากยอดขายในช่วงปิดเทอม จะลดลงบางส่วน

6. ในด้านของสถานที่ ผู้ประกอบการได้กล่าวว่า เนื่องจากช่วงระยะเวลาหลัง ๆ มานี้ ชั้นบรรยากาศของโลกที่ถูกทำลายไป ส่งผลให้อากาศร้อนอบอ้าวมาก ซึ่งลูกค้าเป็นจำนวนมากได้เสนอให้กับทางร้านอาหารต่าง ๆ ติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เพื่อจะได้รับประทานอาหาร ที่ถูกปากทั้งรสชาติ บรรยากาศที่สบาย และประทับใจ

7. ในด้านเวลาการมาใช้บริการ ลูกค้าจะมาใช้บริการ แบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงกลางวัน และช่วงเย็น ในช่วงกลางวันลูกค้า ส่วนใหญ่จะเป็นคนทำงาน และนักศึกษาที่มาใช้บริการ และจะเข้ามาพร้อมกันเยอะ สาเหตุเพราะเป็นช่วงพักกลางวันซึ่งจะมีเวลาพักตรงกัน และจำกัด ส่วนในช่วงเย็นลูกค้า มักจะมาเป็นครอบครัวมากกว่า ซึ่งจะทยอยกันเข้ามา จึงดูไม่มากนัก แต่เมื่อรวมแล้วจะมากกว่าในช่วงกลางวัน

### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ

จากการที่ออกแบบสอบถาม เพื่อไปเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ในข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เมื่อรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์แล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี โดยผู้ตอบแบบสอบถามเหล่านี้ จะเป็นกลุ่มลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,000-15,000 บาท และมีสถานภาพโสด แต่จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ได้ให้ข้อมูลว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อยอดขายอีกกลุ่มหนึ่ง คือกลุ่มของนักศึกษา เพราะในช่วงที่ปิดเทอมยอดขายจะลดลงค่อนข้างมาก และมักจะมารับประทานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน ครอบครัว และเพื่อนสนิท มากกว่ามารับประทานคนเดียว ซึ่งเหตุผลของการมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนใหญ่จะเชื่อว่าอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ และสะอาดปราศจากสารพิษ เมื่อทราบถึงพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เราก็สามารถจะนำข้อมูลเหล่านี้ มาวิเคราะห์ เพื่อวางแผนให้กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ รวมทั้งกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่แล้ว ให้หันมาสนใจการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น

ถึงแม้ผู้ตอบแบบสอบถามที่สำรวจได้ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภคอาหารทั่วไป เป็นอาหารหลักโดยมีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ส่วนใหญ่จะมีความชอบ และตั้งใจที่จะไปรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จากการสำรวจพบว่า มื้อกลางวัน จะเป็นมื้อที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่สนใจที่จะบริโภคในเวลาดังกล่าวมากกว่ามื้อเย็น แต่เมื่อเปรียบเทียบจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จะพบว่ามีความขัดแย้งกัน โดยผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า ช่วงเวลากลางวัน จะเป็นช่วงเวลาเดียวกันที่ผู้บริโภคจะมารับประทาน คือ 11.00-13.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ ซึ่งต่างจากช่วงเวลาเย็นผู้บริโภคจะมีเวลารับประทานอาหารมากกว่า โดยจะทยอยกันมารับประทานอาหาร บางส่วนก็จะมีเด็กมาร่วมรับประทานด้วย จึงทำให้ยอดขายในช่วงระยะเวลาเย็นมีผู้บริโภคมากกว่า ซึ่งจะเป็นในทางตรงกันข้ามกับแบบสอบถาม แต่ถ้าพิจารณาสัดส่วนจากแบบสอบถาม มื้อกลางวัน 46.8 % มื้อเย็น 37.5 % ซึ่งก็มีสัดส่วนต่างกันไม่มากนัก

ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อส่วนผสมทางการตลาด พบว่ารูปแบบอาหารที่นิยมส่วนใหญ่เป็นอาหาร มังสวิรัติ และอาหารเจ เนื่องจากอาหารทั้ง 2 ชนิดนั้นมีร้านอาหารที่หารับประทานได้ง่ายกว่า ส่วนรูปแบบของอาหาร มักเป็นอาหารตามสั่ง ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพที่นิยมรับประทานส่วนใหญ่ ผู้บริโภคจะนิยมบริโภคอาหารหลากหลายต่างกันไป ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ได้ให้เหตุผลของยอดขายที่ดี และสม่ำเสมอมาโดยตลอด ว่าเมนูอาหารที่หลากหลายไม่ซ้ำซาก มีผลต่อการเข้ามาใช้บริการของลูกค้ามาก นอกเหนือจากความสด และสะอาด ตลอดจนรสชาติของอาหารที่เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ใน

ส่วนของสถานที่ที่ผู้บริโภคมักจะไปใช้บริการ ก็จะเป็นตามร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งตรงนี้ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคบางส่วนเชื่อถือในกรรมวิธี และอุปกรณ์ที่จะนำมาใช้ปรุงได้มากกว่าตามร้านอาหารทั่วไปที่มีเมนูเพื่อสุขภาพอยู่ด้วย และรูปแบบของร้านก็ไม่ได้มีความสำคัญกับการตัดสินใจที่จะมารับประทานมากนัก ไม่ว่าจะเป็นห้องแอร์ หรือห้องพัดลม จะขึ้นอยู่กับคุณภาพ และรสชาติของอาหารมากกว่า แต่อากาศที่ร้อนอบอ้าวในปัจจุบัน ส่งผลให้สถานที่ของร้านอาหารที่มีเครื่องปรับอากาศ จะเป็นศูนย์รวมของการไปรับประทานอาหาร ซึ่งจะเห็นได้จาก ตามศูนย์อาหารของห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลากลางวัน หรือเย็น ก็มีผู้ใช้บริการรับประทานอาหารกันอย่างหนาแน่น สมำเสมอ เนื่องจากผู้บริโภคมีโอกาสที่จะเลือกสิ่งที่ดี และพอใจมากกว่า เพราะหากมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีทั้งรสชาติอาหารที่ดี บรรยากาศที่น่าสบาย ผู้บริโภคก็ย่อมตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด และในส่วนของระดับราคาอาหารเพื่อสุขภาพ ในการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้บริโภคจะยอมรับระดับราคาอาหารในระดับเดียวกันกับอาหารทั่วไป คือ 21-40 บาท แต่ข้อมูลจากผู้ประกอบการ ในกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไม่ได้ใช้ระดับราคามาวัดเพื่อการที่จะเลือกมาบริโภค เนื่องจากว่าผู้บริโภคเข้าใจว่า อาหารเพื่อสุขภาพที่มีคุณภาพสูงนั้น ย่อมต้องมีความประณีตในรายละเอียด และขั้นตอนในการปรุงอาหาร รวมถึงวัตถุดิบที่จะมาใช้ต้องมาจากธรรมชาติปราศจากสารพิษ และสะอาด ก็ค่อนข้างจะมีราคาที่สูง ซึ่งก็ย่อมมีผลต่อระดับราคาที่สูงตามมาด้วย และในด้านโปร โมชันผู้บริโภคต้องการอาหารที่หลากหลาย ดังนั้น จากการรวบรวมข้อมูลในแบบสอบถาม ผู้บริโภคจึงสนใจรายการบุฟเฟต์ ราคาประหยัด เนื่องจากอาหารบุฟเฟต์จะมีรายการอาหารที่หลากหลาย แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีค่าใช้จ่ายที่ประหยัดกว่าด้วย



## 2. การวิเคราะห์เบื้องต้น

ก่อนการดำเนินการ จำเป็นต้องมีการศึกษา นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์เบื้องต้น โดยเริ่มจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ ได้แก่ การวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์ลูกค้า และการวิเคราะห์การแข่งขัน แล้วจึงกำหนดลักษณะ และรูปแบบโดยทั่วไปของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จากนั้นจึงดำเนินการวิเคราะห์ด้านอื่น ๆ ต่อไป

### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ

#### การวิเคราะห์ SWOT

##### จุดแข็ง (Strength)

- มีจุดขายที่ชัดเจน คือ เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีเมนูอาหารที่หลากหลาย ราคาเป็นกันเอง บริการอาหารที่มีคุณภาพ และยังเปิดบริการเป็นห้องแอร์เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ในรูปแบบที่ทันสมัย แต่เน้นความเป็นธรรมชาติ
- ผู้ประกอบการมีความสนใจ และทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำ ทั้งยังได้ศึกษาเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากผู้รู้ หนังสือ และสื่อต่าง ๆ เพื่อจะนำมาประยุกต์ใช้ในการปรุงอาหารในชีวิตประจำวัน

##### จุดอ่อน (Weakness)

- ต้นทุนในการดำเนินงานสูงกว่าร้านอาหารทั่วไป เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ เช่น ผักปลอดสารพิษหายาก และต้นทุนสูงกว่าผักทั่วไป ข้าวซ้อมมือใช้เวลาในการหุงต้มนานกว่าข้าวปกติ

##### โอกาส (Opportunity)

- มีผู้สนใจที่จะใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพอยู่แล้วถึง 17.1 % ของกลุ่มตัวอย่าง
- จากกระแสบริโภคนิยม ในการแสวงหาระบบคุณค่าและแบบแผนการดำรงชีวิตที่มีคุณภาพ ซึ่งหากมีการประชาสัมพันธ์ แก่กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมบริโภคอาหารทั่วไป ก็จะทำให้มีผู้สนใจอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น

##### อุปสรรค (Threat)

- ลูกค้ามีร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่เป็นที่ชื่นชอบอยู่แล้ว (จากข้อมูลการสำรวจร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ชื่นชอบในจังหวัดเชียงใหม่)

### การวิเคราะห์ลูกค้า

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ วัยรุ่น วัยทำงาน รวมถึงผู้สูงอายุ ที่มีความสนใจในเรื่องของสุขภาพ และเลือกที่จะมาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แม้ว่าการทำงานร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จะมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มน้อย หรือเฉพาะกลุ่ม แต่เนื่องจากแนวโน้มของกระแสการบริโภคนิยม ที่เริ่มมานิยม และให้ความใส่ใจกับสุขภาพกันมากขึ้นนั้น เป็นโอกาสดีของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งยังไม่แพร่หลายมากนัก ที่จะเปิดตัวมาให้บริการแก่ผู้บริโภค สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของทางร้านจะแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีความสนใจ หรือบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่แล้ว และกลุ่มผู้บริโภคที่บริโภคอาหารทั่วไปเป็นประจำ แต่มีความสนใจที่จะมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ ทางร้านจะอาศัยการสร้างจุดเด่นของร้านให้แตกต่างจากร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยทั่ว ๆ ไป คือจะเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ทันสมัย แต่ยังคงไว้ซึ่งความเป็นธรรมชาติ เนื่องจากกลุ่มวัยรุ่น คือ นักเรียน และนักศึกษา ซึ่งเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีกำลังซื้อสูง และเป็นกลุ่มที่ใหญ่ เริ่มมีแนวโน้มมาสนใจร้านอาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น ตลอดจนกลุ่มคนทำงานที่มีรูปแบบการบริโภคตามสมัยนิยม ก็เป็นอีกกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่ ทางร้านจะสามารถสร้างความดึงดูดใจในการที่จะเข้ามาใช้บริการได้

### การวิเคราะห์การแข่งขัน

จากปริมาณความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ก็ยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก ตลอดจนลักษณะเด่น และจุดขายของร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ก็ยังไม่โดดเด่นมากนัก ซึ่งที่จะมีเอกลักษณ์โดดเด่น ก็จะมี

- ร้านคุณเจริญ ทั้ง 2 สาขา : ที่จะสร้างบรรยากาศเป็นธรรมชาติ และเน้นที่คุณภาพ และรสชาติของอาหาร
- ชมรมมังสวิรัตติ : ก็จะเน้นที่ราคาถูกลงมาก
- ร้านโฮลเฮิร์ท : ก็จะเน้นที่ความมีระดับ ซึ่งราคาอาหารค่อนข้างแพง

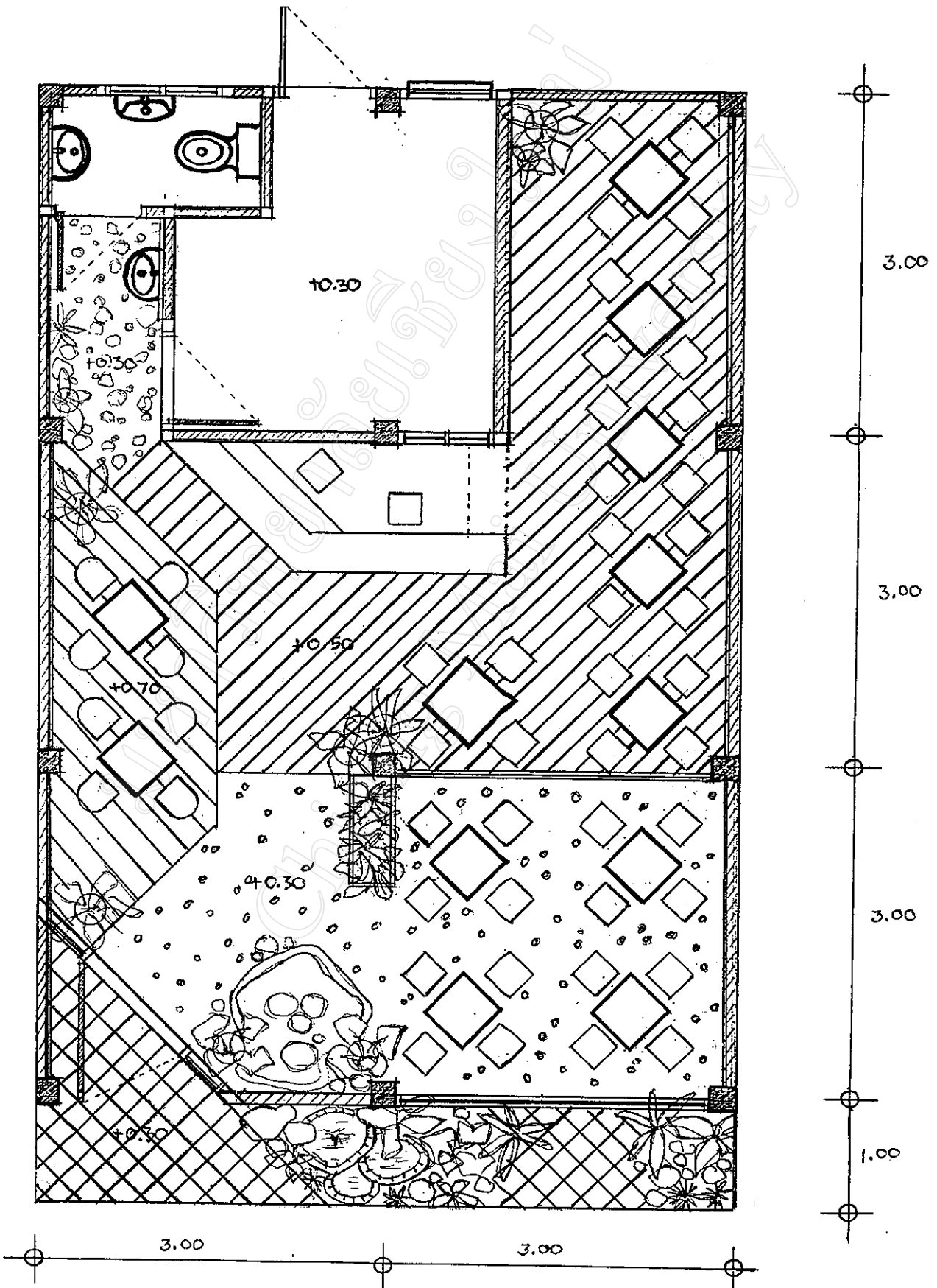
สำหรับร้านอาหารเพื่อสุขภาพอื่น ๆ ก็จะคล้ายกับร้านอาหารทั่ว ๆ ไป สำหรับทางร้านจะเน้นความทันสมัย แต่ให้บริการอาหารที่คงไว้ซึ่งความเป็นธรรมชาติ สะอาด สด ใหม่ และถูกสุขลักษณะ รวมถึงการตกแต่งร้านที่ยังเน้นความเป็นธรรมชาติ แต่ดูแล้วทันสมัย เพื่อดึงดูดลูกค้าอีกกลุ่มที่มีรูปแบบการบริโภคที่แตกต่างออกไปเพิ่มเข้ามา กล่าวคือ ถูกใจทั้งบรรยากาศ รสชาติอาหาร ตลอดจนการบริการที่ประทับใจ เพื่อรักษาไว้ซึ่งลูกค้ากลุ่มเดิม และขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ จากจุดเด่นของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ รูปแบบใหม่ที่ทันสมัย แต่คงไว้ซึ่งคุณภาพ

### ลักษณะ และรูปแบบโดยทั่วไปของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

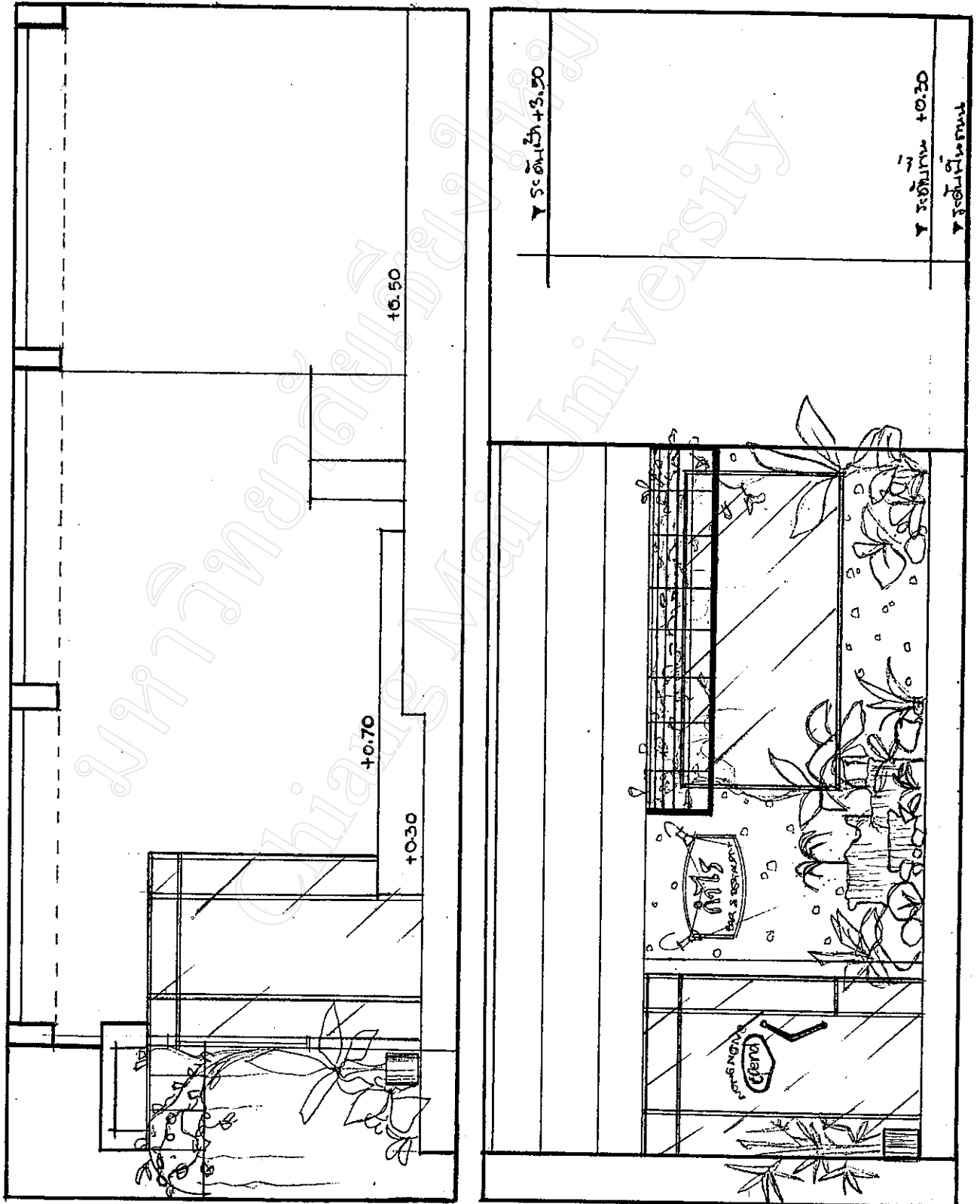
จากข้อมูลเบื้องต้น จะเห็นได้ว่าการทำร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่ เป็นที่น่าสนใจ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจ โดยจะกำหนดลักษณะ และรูปแบบโดยทั่วไปของ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนี้

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแห่งนี้ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก คือเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว ในลักษณะ บุคคลธรรมดา เงินลงทุนเบื้องต้นประมาณ 270,000 บาท ตั้งอยู่บน ถนนเจริญสุข ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยลักษณะจะเป็นห้องแถว 2 คูหา เจาะทะลุถึงกัน มีพื้นที่ประมาณ 50 ตารางเมตร ซึ่งจะเปิดบริการเป็นห้องแอร์ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ และจะตกแต่งโดยเน้นความเป็นธรรมชาติ แต่ทันสมัย โดยให้ความสำคัญกับทั้งรสชาติอาหาร และ บริการ มีที่จอดรถสะดวกสบาย สถานที่ตั้งของร้านจะตั้งอยู่ในบริเวณย่านชุมชน ใกล้กับสถาน ศึกษา สถานข้าราชการ และบริษัทต่าง ๆ มากมาย รวมทั้งในบริเวณใกล้เคียงยังมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ไม่มากนัก และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน จะเป็นกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา จากมหาวิทยาลัย และวิทยาลัยซึ่งตั้งอยู่ไม่ไกลจากที่ตั้งของร้านอาหารรวมถึง กลุ่มคนทำงาน จากสถานข้าราชการ และ บริษัทต่าง ๆ ตลอดจนกลุ่มผู้สูงอายุในบริเวณใกล้เคียง และจะมีกลุ่มลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งให้ความสำคัญกับรูปแบบการตกแต่งร้านอาหารบรรยากาศที่ทันสมัย สะดวกสบาย สะอาดถูกสุขลักษณะ ที่ จะเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น โดยร้านอาหารเพื่อสุขภาพแห่งนี้จะบริการอาหารตามสั่ง ข้าวราด ขนมน้ำ และก๋วยเตี๋ยว ขนาดประมาณ 50 ที่นั่ง เปิดบริการทุกวัน โดยเปิดทำการตั้งแต่เวลา 10.00-14.00 น. ในช่วงกลางวัน และ 16.00-22.00 น. ในช่วงเย็น ไม่มีวันหยุด

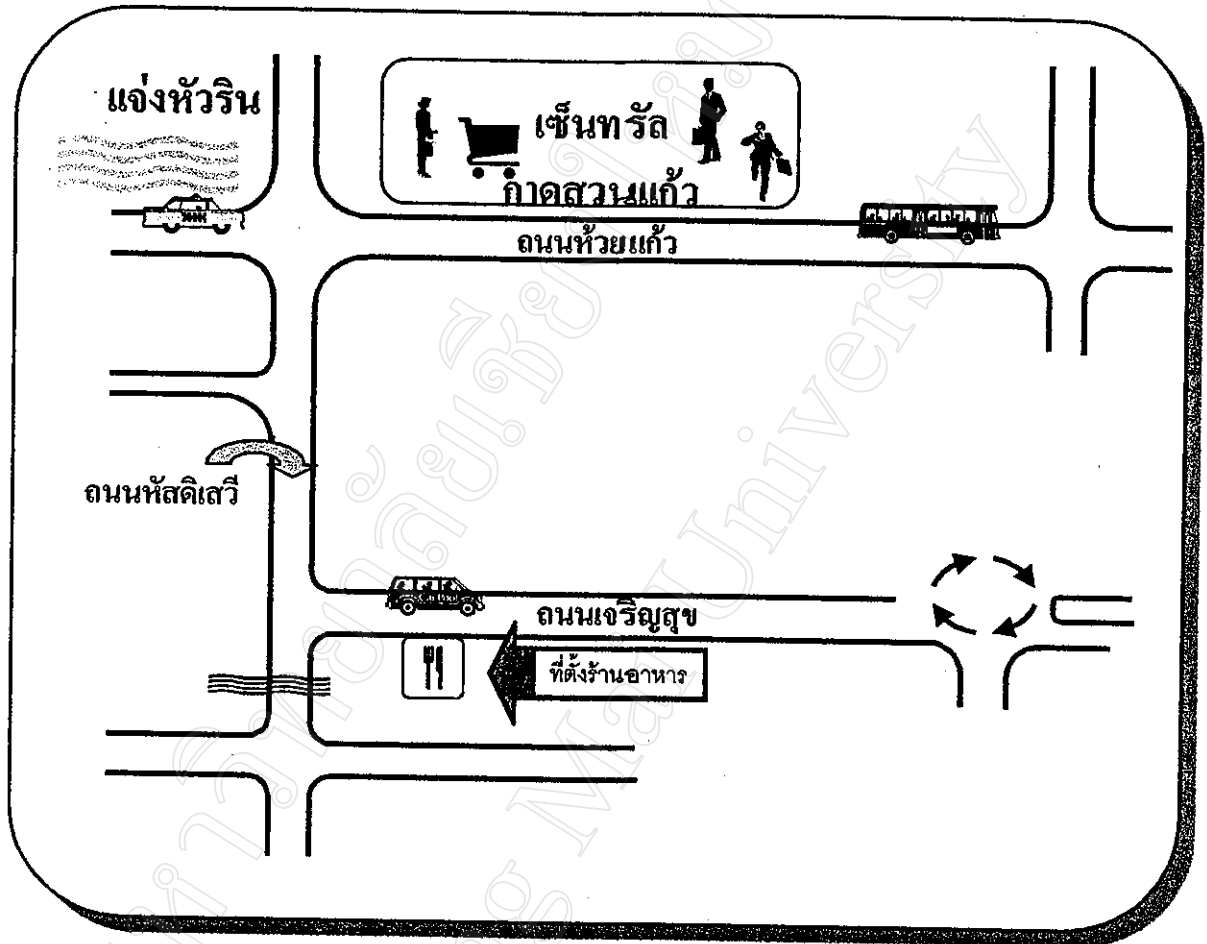
ภาพที่ 2 ผังแสดงร้านอาหารเพื่อสุขภาพมองจากด้านบน



ภาพที่ 3 ผังแสดงร้านอาหารเพื่อสุขภาพมองจากด้านหน้า



ภาพที่ 4 แผนที่แสดงที่ตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ



### 3. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

จุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์ด้านการตลาด เพื่อประมาณการยอดขาย และรายรับที่จะได้รับ และค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น ในกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งผลจากการประมาณการที่ได้จะนำไปใช้ในการจัดทำ ประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า และประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ ในการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลการตัดสินใจลงทุน มีรายละเอียดดังนี้

#### งบประมาณในการลงทุนเบื้องต้น

การลงทุนเบื้องต้นสำหรับร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ตามรูปแบบข้างต้น ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 15 ตารางรายละเอียดค่าใช้จ่ายสำหรับการลงทุนในเบื้องต้น

รายการ	ราคา/หน่วย	จำนวน	ราคารวม
1. เงินประกันล่วงหน้า 3 เดือน	8,000	3 เดือน	24,000
2. เงินทุนหมุนเวียน	-	-	22,000
3. อัตราค่าธรรมเนียมในการจัดตั้ง	-	-	4,000
4. ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่	-	-	100,000
5. ค่าอุปกรณ์เครื่องครัวสแตนเลส	25,000	1 ชุด	25,000
6. ค่าอุปกรณ์ภาชนะบรรจุอาหาร	150	80 ชุด	12,000
7. ค่าอุปกรณ์ในการขาย เช่น โต๊ะ, เก้าอี้ ฯลฯ	3,000	12 ชุด	36,000
8. ค่าตู้แช่แข็ง และตู้เย็น	19,000	1 ตู้	19,000
9. ค่ายานพาหนะ (มอเตอร์ไซค์)	20,000	1 คัน	20,000
10. สินค้าคงคลัง (วัสดุของแห้ง)	-	-	5,000
11. ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	-	-	3,000
<b>รวม</b>			<b>270,000</b>

ที่มา : จากการประมาณการ

หมายเหตุ : 1. ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่ ประกอบด้วย

- ค่าเครื่องปรับอากาศ 2 เครื่อง เป็นเงิน 35,000 บาท

- ค่าตกแต่งพื้นผนัง และภายใน เหม่าจ่ายเป็นเงิน 65,000 บาท

2. อุปกรณ์ภาชนะบรรจุอาหาร 1 ชุด ประกอบด้วย งานใหญ่ 1 ใบ, งานเล็ก 2 ใบ, ชามใหญ่ 1 ใบ, ชามเล็ก 1 ใบ, ถ้วยเล็ก 1 ใบ, ช้อนโต๊ะ 1 คัน, ช้อน ส้อม 1 คู่

## ประมาณการยอดขาย

### สมมติฐานในการประมาณการยอดขาย

1. ยอดขายประมาณการ คือ การบริการทั้งที่ร้านและส่งถึงที่
2. ยอดขายประมาณการตลอดทั้งปี กำหนดให้
  - ยอดขายในช่วงเดือน พ.ย. ธ.ค. ม.ค. ก.พ. และมิ.ย. จะเท่ากัน คือ ในช่วงเย็นคิดเป็น 70% ของจำนวนที่นั่งทั้งหมด และในช่วงกลางวันคิดเป็น 80% ของช่วงเย็น เนื่องจากเป็นยอดขายโดยตัวเฉลี่ยในระดับปกติ
  - ยอดขายในช่วงเดือน มี.ค. เม.ย. และพ.ค. จะเท่ากัน คือ ในช่วงเย็นคิดเป็น 60% ของจำนวนที่นั่งทั้งหมด และในช่วงกลางวันคิดเป็น 70% ของช่วงเย็น เนื่องจากเป็นช่วงปิดเทอม ยอดขายโดยตัวเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ต่ำ
  - ยอดขายในช่วงเดือน ก.ค. ส.ค. และก.ย. จะเท่ากัน คือ ในช่วงเย็นคิดเป็น 90% ของจำนวนที่นั่งทั้งหมด และในช่วงกลางวันคิดเป็น 80% ของช่วงเย็น เนื่องจากเป็นช่วงเข้าพรรษา ยอดขายโดยตัวเฉลี่ยจะอยู่ในระดับสูง
  - ยอดขายในเดือน ต.ค. ในช่วงเย็นจะคิดเป็น 120% ของจำนวนที่นั่งทั้งหมด และในช่วงกลางวันคิดเป็น 90% ของช่วงเย็น เนื่องจากเป็นช่วงเทศกาลกินเจ ยอดขายโดยตัวเฉลี่ยจะอยู่ในระดับสูงมาก
3. บริการทุกวันจันทร์ – อาทิตย์ รวม 365 วัน/ปี ไม่มีวันหยุด
4. รายได้เฉลี่ยจากลูกค้า 1 คน เท่ากับ 40 บาท ซึ่งคำนวณจากราคาอาหารตามสั่งต่อคน 30 บาท มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 55  
ราคาอาหารบุฟเฟต์ต่อคน 53 บาท มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 45  
เพราะฉะนั้น ราคาอาหารโดยเฉลี่ยของลูกค้าต่อคน เท่ากับ

$$(30*55) + (53*45) / 100 = 40.35 \text{ บาท}$$

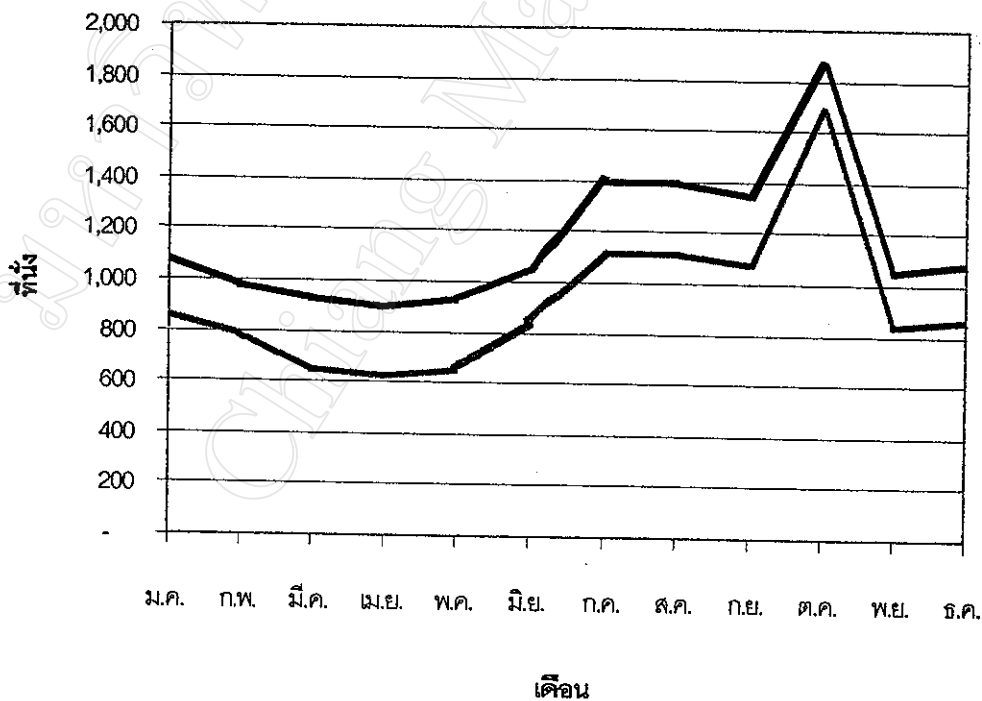


ตารางที่ 16 ตาราง ประมาณการยอดขาย

	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
จำนวนหน่วยขาย	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	365
ยอดขายต่อวัน(ที่นั่ง)													
กลางวัน	28	28	21	21	21	28	36	36	36	54	28	28	365
เย็น	35	35	30	30	30	35	45	45	45	60	35	35	400
รวม ยอดจำนวน	63	63	51	51	51	63	81	81	81	114	63	63	825
ราคาต่อหัวโดยเฉลี่ย(บาท)	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
รวม ยอดขายเงินสด(บาท)	78,120	70,560	63,240	61,200	63,240	75,600	100,440	100,440	97,200	141,360	75,600	78,120	1,005,120

ที่มา : จากการประมาณการ

รูปที่ 5 กราฟแสดงการประมาณการยอดขายในแต่ละเดือน



— จำนวนที่นั่งช่วงกลางวัน — จำนวนที่นั่งช่วงเย็น

**ประมาณการต้นทุนขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน**

**ต้นทุนขายประกอบด้วย**

- |                                     |                      |
|-------------------------------------|----------------------|
| 1. ค่าวัตถุดิบ                      | ร้อยละ 25 ของยอดขาย  |
| 2. ค่าไฟฟ้า, น้ำประปา และแก๊สหุงต้ม | ร้อยละ 8 ของยอดขาย   |
| 3. ค่าแรงพนักงาน                    |                      |
| ○ พนักงานปรุงอาหาร                  | 7,000 บาท /เดือน /คน |
| ○ ผู้ช่วยพนักงานปรุงอาหาร           | 3,000 บาท /เดือน /คน |
| ○ พนักงานล้างจาน                    | 2,000 บาท /เดือน /คน |

**ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประกอบด้วย**

1. ค่าเช่าสถานที่ประมาณ 8,000 บาท /เดือน
2. ค่าแรงพนักงาน
  - ผู้จัดการ (เจ้าของ) 7,000 บาท /เดือน /คน
  - พนักงานบริการ 3,000 บาท /เดือน /คน
  - พนักงานแคชเชียร์ 5,000 บาท /เดือน /คน
3. ค่าน้ำมันรถ คิดเป็นร้อยละ 1 ของยอดขาย
4. ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3 ของยอดขาย ซึ่งประกอบด้วย
  - ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ประมาณ 24,000 บาท /ปี
  - ค่าน้ำดื่มเพื่อสุขภาพบริการฟรี ประมาณ 6,000 บาท /ปี
5. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 0.5 ของยอดขาย

จากการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ จากผู้ตอบแบบสอบถาม และจากผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ตลอดจนการวิเคราะห์เบื้องต้น ในส่วนของสภาพแวดล้อมของธุรกิจ ทั้งการวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์ลูกค้า และการวิเคราะห์การแข่งขัน รวมถึงลักษณะรูปแบบโดยทั่วไปของร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่คาดหวัง เป็นการศึกษาเพื่อดูศักยภาพทางการตลาด และค้นหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ ตลอดจนการกำหนดสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ ในส่วนของงบประมาณในการลงทุนเบื้องต้น งบประมาณการขยาย งบประมาณการคืนทุนขยาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพื่อจะนำมาใช้ในการกำหนดแผนทางการตลาดที่เหมาะสม ดังต่อไปนี้

#### กำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด

1. เพื่อให้มียอดขายอย่างน้อย 1,005,120 บาทในปีแรก โดยเน้นผู้ที่มีความสนใจ หรือต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่แล้ว
2. เพื่อเพิ่มยอดขายอย่างน้อย 10% ทุกปี จากอัตราการเติบโตเฉลี่ยของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเน้นผู้ที่บริโภคอาหารทั่วไปเป็นประจำ ให้สนใจมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น

#### การวางแผนทางการตลาด

เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการด้านอาหารเพื่อสุขภาพก็ยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก ประกอบกับการที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 17.1 เป็นผู้ที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำอยู่แล้ว และหากมีการทำโปรโมชั่น ที่น่าสนใจก็เป็นโอกาสที่ลูกค้าทั้งที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำอยู่แล้ว และผู้ที่บริโภคอาหารทั่วไปเป็นประจำ จะเข้ามาใช้บริการกับทางร้าน ดังนั้นกลยุทธ์หลักของร้านอาหารเพื่อสุขภาพจะเน้นในด้านการสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่า (Differentiate) มีรายละเอียดดังนี้

1. กลยุทธ์เพื่อการสร้างยอดขายอย่างน้อย 1,005,120 บาทในปีแรก  
กลุ่มเป้าหมายหลัก คือผู้บริโภคที่บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำ

ผลิตภัณฑ์ (Product) :

เน้นในด้านคุณภาพสินค้าที่สะอาด ใช้วัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ โดยเน้นใช้ผัก และพืชผลที่สด ๆ มากปรุงอาหาร ไม่ใช้อาหารแปรรูป เนื่องจากความสด สะอาด ปลอดภัย และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด และปรับปรุงรสชาติของอาหารให้สามารถบริโภคได้ง่ายขึ้น เนื่องจากผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของรสชาติอาหารเป็นอันดับสอง

ราคา (Price) :

ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อดึงดูดใจลูกค้า โดยจัดให้มีรายการอาหารเป็นชุด ในราคาประหยัดประจำแต่ละวัน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ความเห็นว่าระดับราคาของอาหารเพื่อสุขภาพควรอยู่ในระดับเดียวกันกับอาหารทั่วไป

การจัดจำหน่าย (Place) :

ลักษณะของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จะเน้นความเป็นธรรมชาติแต่ทันสมัย สะอาด และถูกสุขลักษณะ นอกจากนั้น เรายังมีบริการทั้งพัสดุ และห้องแอร์ แต่ยังคงเน้นในรูปแบบที่เป็นธรรมชาติ เพื่อต้อนรับลูกค้า

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) :

จัดให้มีบริการบุปเฟ่ต์ราคาประหยัด เพิ่มจากอาหารตามสั่ง ข้าวราด ขนมจีน และก๋วยเตี๋ยว ในมือกลางวัน และมีเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพบริการให้ฟรี และจะจัดให้มีคูปองส่วนลดราคาอาหารประจำในแต่ละเดือนของทั้งปี แจกให้ฟรีสำหรับผู้ที่มาใช้บริการครบทุก 200 บาทต่อ 1 เล่ม เพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้าในช่วงแรก

2. กลยุทธ์เพื่อการเพิ่มยอดขายในปีต่อไปอย่างน้อยร้อยละ 10 ของยอดขายปีแรก  
กลุ่มเป้าหมายหลัก คือผู้บริโภคที่บริโภคร้านอาหารทั่วไปเป็นประจำ

ผลิตภัณฑ์ (Product) :

ยังคงเน้นในด้านคุณภาพสินค้าที่สะอาด ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพโดยเน้นใช้ผัก และพืชผลที่สด ๆ มากปรุงอาหาร ไม่ใช้อาหารแปรรูป เนื่องจากความสด สะอาด ปลอดภัย และปรับปรุงรสชาติของอาหารให้สามารถบริโภคได้ง่ายขึ้นเหมือนเดิม แต่เพิ่มเติมในด้านความหลากหลายของเมนูอาหารให้มากขึ้น

ราคา (Price) :

ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อดึงดูดใจลูกค้า โดยจัดให้มีรายการอาหารเป็นชุด ในราคาประหยัดประจำวัน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ความเห็นว่าระดับราคาของอาหารเพื่อสุขภาพควรอยู่ในระดับเดียวกันกับอาหารทั่วไป

การจัดจำหน่าย (Place) :

ลักษณะของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จะเน้นความเป็นธรรมชาติแต่ทันสมัย สะอาด และถูกสุขลักษณะ นอกจากนั้น มีบริการทั้งพัสดม และห้องแอร์ แต่ยังคงเน้นในรูปแบบที่เป็นธรรมชาติ เพื่อต้อนรับลูกค้า และนอกจากมีสถานที่ตั้งของร้านที่แน่นหนาแล้ว ยังจัดให้มีระบบการส่งถึงที่ (Delivery Service) โดยเฉพาะกลุ่มอาจารย์ และข้าราชการตามหน่วยงานต่าง ๆ ที่ไม่สะดวกจะเดินทางมาใช้บริการที่ร้านได้ (ขั้นต่ำ 100 บาทขึ้นไป) เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างมากขึ้น

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) :

จะจัดให้มีบริการบุฟเฟ่ต์ราคาประหยัด เพิ่มจากอาหารตามสั่ง ข้าวราด ขนมหุ้น และก๋วยเตี๋ยว ในมือกลางวันและมีเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพบริการให้ฟรีแล้ว ยังจะจัดให้มีคูปองส่วนลดราคาอาหารประจำในแต่ละเดือนของทั้งปี แต่จะให้ส่วนลดที่มากขึ้น และเมนูอาหารที่หลากหลายมากขึ้น แจกให้ฟรีสำหรับผู้ที่มาใช้บริการครบทุก 200 บาทต่อ 1 เล่ม

#### 4. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

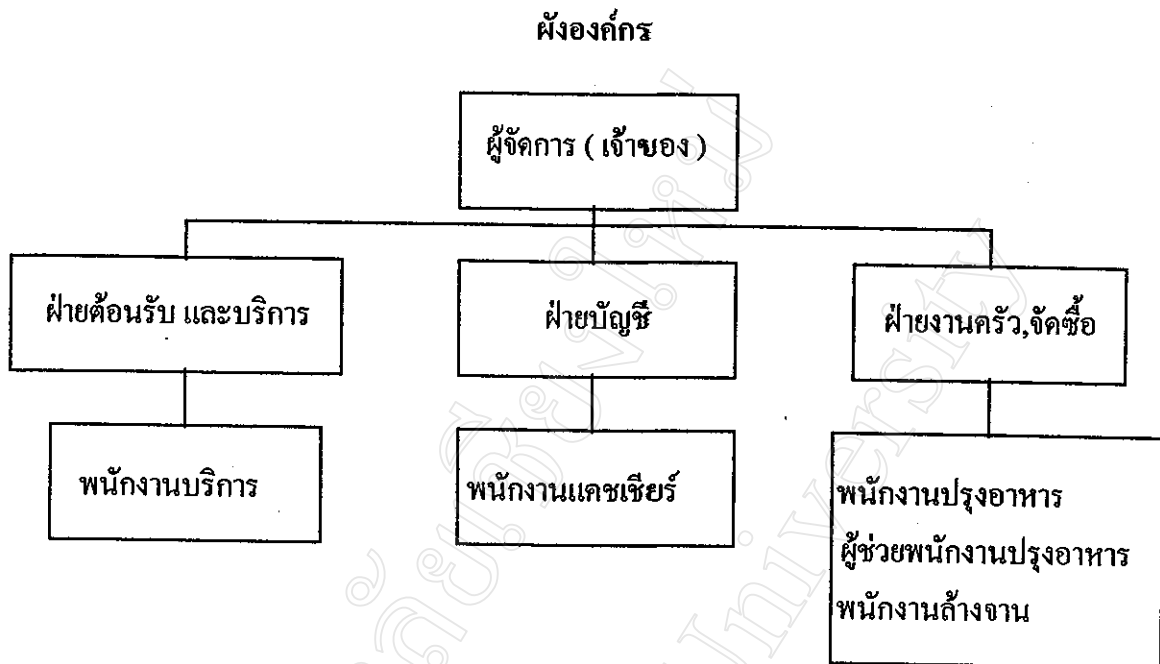
เป็นการพิจารณาระบบการบริหารงานตามตำแหน่ง และหน้าที่ ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีจุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์เพื่อประมาณการ ค่าแรงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งผลที่ได้จะนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำ ประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า และประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ ในการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลการตัดสินใจลงทุน

นโยบายในการบริหาร ร้านจะเปิดทำการทุกวัน โดยเปิดทำการตั้งแต่เวลา 10.00 – 14.00 น. ในช่วงกลางวัน และ 16.00 – 22.00 น. ในช่วงเย็น ไม่มีวันหยุด รวมชั่วโมงทำงานใน 1 วัน = 10 ชั่วโมง โดยจะผลัดเปลี่ยนเวรกันหยุด ซึ่งจะให้ความสำคัญกับการชี้แจงในลักษณะงาน และหน้าที่ ความรับผิดชอบ ของแต่ละตำแหน่งงานให้ชัดเจน เพื่อให้พนักงานเข้าใจขอบเขต และหน้าที่ ความรับผิดชอบของตนเองก่อนเริ่มปฏิบัติงาน

#### ความต้องการพนักงาน

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ มีพนักงานประจำร้านดังนี้

1. ผู้จัดการ (เจ้าของ)	1	ตำแหน่ง
2. พนักงานปรุงอาหาร	1	ตำแหน่ง
3. ผู้ช่วยพนักงานปรุงอาหาร	1	ตำแหน่ง
4. พนักงานบริการ	2	ตำแหน่ง
5. พนักงานล้างจาน	1	ตำแหน่ง
6. พนักงานแคชเชียร์	1	ตำแหน่ง



รูปที่ 6 แสดงผังการจัดองค์กร

### ลักษณะงานและความรับผิดชอบ

#### ผู้จัดการ

- 1.ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านอาหาร เพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการ
- 2.ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของงานครัว และงานจัดซื้อ ทั้งวัตถุดิบที่จะนำมาประกอบอาหาร และการอนุมัติการซื้อสินค้าคงเหลือที่ใกล้จะหมดเพิ่ม
- 3.บริหารงานด้านบุคคล โดยดูแลพนักงานให้ทำงานที่เหมาะสมพร้อมให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ
- 4.จัดการทางการเงิน ตรวจสอบรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้นให้ถูกต้อง
- 5.จัดการด้านการตลาด หากวิธีในการเพิ่มยอดขาย และเพิ่มจำนวนลูกค้ารวมถึงส่วนแบ่งการตลาด
6. จัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร
7. ดูแลความเรียบร้อย และรับผิดชอบงานแทนในทุกหน้าที่กรณี ผู้รับผิดชอบในหน้าที่นั้นไม่สามารถปฏิบัติงานได้

### พนักงานปรุงอาหาร

- 1.ทำหน้าที่แจ้งรายการวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการประกอบอาหารในแต่ละวัน และตรวจนับสินค้าคงเหลือเพื่อแจ้งให้ผู้จัดการทราบเมื่อต้องซื้อเข้ามาเพิ่ม
- 2.จัดการด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร จัดหา ทำความสะอาดรวมทั้งเตรียมพร้อมสำหรับการปรุงอาหาร
- 3.ปรุงอาหารตามคำสั่งซื้อของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยคำนึงถึงความสะดวกและคุณภาพที่ดี
- 4.ควบคุมและดูแลการทำงานของผู้ช่วยพนักงานปรุงอาหาร
- 5.ดูแลรักษาความสะดวกของห้องครัว และอุปกรณ์เครื่องครัวให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ

### ผู้ช่วยพนักงานปรุงอาหาร

- 1.ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยพนักงานปรุงอาหารในการประกอบอาหาร รวมทั้งการตรวจนับสินค้าคงเหลือ
- 2.จัดหาทำความสะอาด และเตรียมวัตถุดิบให้พร้อมสำหรับการปรุงอาหาร
- 3.อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้แก่พนักงานปรุงอาหาร
- 4.ทำความสะอาดห้องครัว และอุปกรณ์เครื่องครัวให้พร้อมใช้อยู่เสมอ

### พนักงานบริการ

- 1.ทำความสะอาดบริเวณร้าน ได้แก่ พื้น, โต๊ะ, เก้าอี้ และห้องน้ำให้สะอาดทุกเช้า
- 2.ทำความสะอาด โต๊ะ และพื้นที่เพื่อเตรียมรับลูกค้าตลอดเวลา
- 3.เตรียมอุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับบริการลูกค้าเสมอ
- 4.รับคำสั่งซื้อของลูกค้าส่งต่อให้พนักงานปรุงอาหาร และนำอาหารไปเสิร์ฟตามที่ลูกค้าสั่งไว้
- 5.อำนวยความสะดวกในการชำระค่าอาหาร และค่าบริการให้แก่ลูกค้า รวมทั้งบริการในสิ่งที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติม



#### พนักงานล้างจาน

1. จัดหาอุปกรณ์ สำหรับทำความสะอาดภาชนะบรรจุอาหาร เช่น น้ำยาล้างจาน, ผ้าเช็ดจาน ฯลฯ
2. ทำความสะอาดภาชนะบรรจุอาหารสำหรับลูกค้าเช่น จาน, ชาม, ช้อน, แก้วน้ำ ฯลฯ
3. รักษาความสะอาดของภาชนะบรรจุให้สะอาดและอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ก่อนนำไปบรรจุอาหาร ให้ลูกค้าเสมอ

#### พนักงานแคชเชียร์

1. ดูแล ตรวจสอบเงินสด พร้อมจัดหาเงินสดย่อยเพื่อทอนให้แก่ลูกค้า
2. ดูแลด้านการเงิน คัดค่าบริการด้านอาหาร และบริการ รับเงิน – ทอนเงิน ให้ลูกค้า
3. จัดทำรายรับรายจ่าย ประจำวัน รวมถึงจัดทำบัญชีประจำเดือนและปี ตามลำดับ

## 5. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงิน หมายถึง การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินในด้านต่าง ๆ เป็นการประเมินรายได้ และค่าใช้จ่ายของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อนำมาวิเคราะห์ ประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า ประมาณการกระแสเงินสด ตลอดจนโครงการ และการคำนวณผลตอบแทนจากการดำเนินงาน โดยวิธีระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน ตลอดจนการวิเคราะห์ความอ่อนไหว สำหรับการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีข้อสมมติฐานเบื้องต้นในการวิเคราะห์ ดังนี้

### สมมติฐานสำหรับการวิเคราะห์

1. อายุโครงการ 5 ปี โดยไม่มีการลงทุนเพิ่มในระหว่างโครงการ ยกเว้นค่าอุปกรณ์ภาชนะบรรจุอาหาร ซึ่งมีอายุการใช้งาน 3 ปี
2. ใช้เงินทุนส่วนเจ้าของในการลงทุนเบื้องต้นทั้งหมด
3. อัตราการขยายตัวของยอดขายเป็นร้อยละ 10 ต่อปี ซึ่งได้จากการคำนวณเฉลี่ยของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 3 ราย ซึ่งทางร้านใช้อัตราเฉลี่ยของทั้ง 3 ร้านเป็นอัตราเทียบเคียง เนื่องจากคาดหวังว่าจะสามารถดำเนินงาน และเติบโตได้เทียบเคียงกับอัตราค่าเฉลี่ย ด้วยแผนทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

ร้านอาหาร	อัตราการขยายตัวโดยประมาณ
ร้านคุณเจริญ	10 %
ชมรมมังสวิรัติก	15 %
ร้านมาตาเจ	5 %

4. รายรับและรายจ่ายทั้งหมดเป็นเงินสด ไม่มีการแบ่งชำระเป็นงวด
5. การคิดค่าเสื่อมราคาเป็นแบบเส้นตรง 5 ปี ไม่มีมูลค่าซาก ยกเว้นค่าอุปกรณ์ภาชนะบรรจุอาหาร คิดค่าเสื่อมราคาเป็นแบบเส้นตรง 3 ปี และไม่มีมูลค่าซาก
6. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี กำหนดให้สอดคล้องตามอัตราการขยายตัวของยอดขาย
7. อัตราคิดลด (Discount Rate) เท่ากับร้อยละ 8 ต่อปี เนื่องจากใช้เงินทุนส่วนเจ้าของ จึงสมมติว่า ใช้อัตรา 8 % ซึ่งเป็นอัตราเงินกู้ยืมในท้องตลาด หรือเป็นต้นทุนของเงินทุนที่เป็นอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำสุดที่นักลงทุนต้องการ มาเป็นตัวเทียบเคียง

## 8. เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกลงทุน

- ◆ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period :PB)
- ◆ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)
- ◆ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

## วิเคราะห์ต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายการดำเนินงานตลอดโครงการ

## ตารางที่ 17 ตารางประมาณการต้นทุนขายตลอดโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,005,120	1,105,632	1,216,195	1,337,815	1,471,596
ต้นทุนขาย					
วัตถุดิบ	251,280	276,408	304,049	334,454	367,899
ค่าแรงพนักงาน	144,000	158,400	174,240	191,664	210,830
ค่าไฟฟ้า, น้ำประปา, แก๊สหุงต้ม	80,410	88,451	97,296	107,025	117,728
รวม ต้นทุนขาย	475,690	523,259	575,584	633,143	696,457

ที่มา : จากการประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในหน้า 53

ตารางที่ 18 ตารางประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตลอดโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,005,120	1,105,632	1,216,195	1,337,815	1,471,596
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
ค่าแรงพนักงาน	216,000	237,600	261,360	287,496	316,246
ค่าเช่า	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000
ค่าน้ำมัน	10,051	11,056	12,162	13,378	14,716
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	30,154	33,169	36,486	40,134	44,148
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	5,026	5,528	6,081	6,689	7,358
รวม ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	357,230	383,353	412,089	443,698	478,467

ที่มา : จากการประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในหน้า 53

วิเคราะห์กำไร (ขาดทุน) สุทธิตลอดโครงการ

ตารางที่ 19 ตารางประมาณการกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ตลอดโครงการ (บาท)

ประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า  
สำหรับระยะเวลา 5 ปี

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย <sup>1</sup>	1,005,120	1,105,632	1,216,195	1,337,815	1,471,596
หัก ต้นทุนขาย <sup>2</sup>	475,690	523,259	575,584	633,143	696,457
กำไรขั้นต้น	529,430	582,373	640,611	704,672	775,139
หัก ค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน <sup>3</sup>	357,230	383,353	412,089	443,698	478,467
หัก ค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงิน					
ค่าเสื่อมราคาและค่าธรรมเนียมตัดบัญชี <sup>4</sup>	45,400	45,400	45,400	45,400	45,400
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	126,800	153,620	183,122	215,574	251,272
หัก ภาษีเงินได้ <sup>5</sup>	-	19,654	22,669	25,986	29,634
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	126,800	133,966	160,453	189,588	221,637

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

- <sup>1</sup> จากตารางที่ 16 ประมาณการยอดขาย
- <sup>2</sup> จากตารางที่ 17 ประมาณการต้นทุนตลอดโครงการ
- <sup>3</sup> จากตารางที่ 18 ประมาณการค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ
- <sup>4</sup> จากตารางที่ 20 การคำนวณค่าเสื่อมราคา และค่าธรรมเนียมตัดบัญชี
- <sup>5</sup> จากตารางที่ 21 การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ตารางที่ 20 การคำนวณค่าเสื่อมราคา และค่าธรรมเนียมตัดบัญชี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเสื่อมราคา					
ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าอุปกรณ์เครื่องครัวสแตนเลส	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
ค่าอุปกรณ์ในการขายเช่น โต๊ะ, เก้าอี้	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
ค่าตู้แช่แข็ง และตู้เย็น	3,800	3,800	3,800	3,800	3,800
ค่ายานพาหนะ	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	600	600	600	600	600
รวม ค่าเสื่อมราคา	40,600	40,600	40,600	40,600	40,600
ค่าเสื่อมราคาภาชนะบรรจุ	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
ค่าธรรมเนียมตัดบัญชี	800	800	800	800	800
รวม ค่าเสื่อมราคาและค่าธรรมเนียมตัดบัญชี	45,400	45,400	45,400	45,400	45,400

ที่มา : จากการคำนวณตามสมมติฐานสำหรับการวิเคราะห์

หมายเหตุ ค่าเสื่อมราคาภาชนะบรรจุ คิดค่าเสื่อมราคาเป็นแบบเส้นตรง 3 ปี ไม่มีมูลค่าซาก ซึ่งกิจการจะซื้อใหม่ในปีที่ 4 แล้วคิดค่าเสื่อมราคาเป็นแบบเส้นตรง 3 ปี

ตารางที่ 21 ตารางการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย		1,005,120	1,105,632	1,216,195	1,337,815
หัก ค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาในอัตราร้อยละ 70 ตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกา		703,584	773,942	851,337	936,470
เงินได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้ว		301,536	331,690	364,859	401,344
หัก ค่าลดหย่อนส่วนตัว		30,000	30,000	30,000	30,000
กำไรสุทธิที่จะต้องนำไปคำนวณเพื่อเสียภาษี		271,536	301,690	334,859	371,344
คำนวณจากตารางภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา					
เงินได้สุทธิ 100,000 บาทแรกเสียภาษี		2,500	2,500	2,500	2,500
เงินได้สุทธิช่วง 100,001-500,000 บาท เสียภาษี		17,154	20,169	23,486	27,134
รวม ภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ		19,654	22,669	25,986	29,634

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : การคำนวณภาษีในส่วนของค่าลดหย่อนข้อมูลส่วนตัวของผู้ประกอบการมีสถานภาพ  
โสด และ ไม่มีบุตร

ตารางที่ 22 ตารางอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

เงินได้สุทธิ ระหว่าง	จำนวน เงินได้สุทธิ	อัตราภาษี ร้อยละ	จำนวน ภาษี	รวม เงินภาษี
0 - 50,000	50,000	0	0	0
50,001 - 100,000	50,000	5	2,500	2,500
100,001 - 500,000	400,000	10	40,000	42,500
500,001 - 1,000,000	500,000	20	100,000	142,500
1,000,001 - 4,000,000	3,000,000	30	900,000	1,042,500
4,000,001 ขึ้นไป		37		

วิเคราะห์กระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ

ตารางที่ 23 ตารางประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดเข้า					
รายรับจากยอดขาย	1,005,120	1,105,632	1,216,195	1,337,815	1,471,596
รับคืนเงินประกันล่วงหน้า					24,000
กระแสเงินสดออก					
ต้นทุนขาย	475,690	523,259	575,584	633,143	696,457
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	357,230	383,353	412,089	443,698	478,467
ลงทุนเพิ่มค่าอุปกรณ์ภาชนะ				12,000	
ภาษี	-	19,654	22,669	25,986	29,634
กระแสเงินสดสุทธิ	172,200	179,366	205,853	222,988	291,037

ที่มา : จากการคำนวณ



## วิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

### 1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ตารางที่ 24 ตารางระยะเวลาคืนทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดสุทธิ	172,200	179,366	205,853	222,988	291,037
กระแสเงินสดสุทธิสะสม	172,200	351,566	557,419	780,408	1,071,445

ที่มา : จากการคำนวณ

∴ Payback Period จะอยู่ระหว่างปี ที่ 1 กับปี ที่ 2

คำนวณโดย : จำนวนเงิน 179,366 บาท ในปีที่ 2 ใช้เวลา 365 วัน  
 จำนวนเงิน (270,000 – 172,200) ใช้เวลา  $(365 \times 97,800) / 179,366$   
 = 199.02 วัน

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้เท่ากับ 1 ปี 200 วัน ซึ่งโครงการนี้สามารถยอมรับได้ เพราะระยะเวลาคืนทุนสั้น จากเงินลงทุนรวม 270,000 บาท

## 2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)

ตารางที่ 25 ตารางมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวม
กระแสเงินสดสุทธิ	172,200	179,366	205,853	222,988	291,037	
แฟกเตอร์ลดค่าที่ 8%	0.9259	0.8573	0.7938	0.7350	0.6806	
NPV	159,440	153,771	163,406	163,896	198,080	838,593

ที่มา : จากการคำนวณ

เงินลงทุนเบื้องต้น = 270,000 บาท

มูลค่าปัจจุบันสุทธิตลอดโครงการ = 838,593 บาท

NPV สุทธิของโครงการ  $(838,593 - 270,000) = 568,593$  บาท

มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้เป็นบวก ซึ่งแสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราลดค่า ซึ่งอัตราลดค่าที่ใช้คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในท้องตลาด ประมาณ 8 % ผลของการคำนวณส่งผลให้เห็นว่า โครงการนี้สามารถยอมรับได้

### 3. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return)

ตารางที่ 26 ตารางอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

ระยะเวลา	กระแสเงินสดสุทธิ	แฟกเตอร์ลดค่าที่	NPV	แฟกเตอร์ลดค่าที่	NPV
		64 %		65 %	
ปีที่ 1	172,200	0.6098	105,000	0.6061	104,364
ปีที่ 2	179,366	0.3718	66,689	0.3673	65,883
ปีที่ 3	205,853	0.2267	46,669	0.2226	45,825
ปีที่ 4	222,988	0.1382	30,825	0.1349	30,085
ปีที่ 5	291,037	0.0843	24,532	0.0818	23,797
	270,000	รวม	273,715	รวม	269,954

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางข้างต้นพบว่าอัตราลดค่าที่แท้จริง อยู่ระหว่างอัตราลดค่าที่ 64 % กับ 65 % ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$\frac{(273,715 - 270,000)}{(273,715 - 269,954)} + 64 = 64.9878 \%$$

จะเห็นได้ว่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการที่ได้ สูงกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำคือ อัตราเงินฝากประจำ 12 เดือน ซึ่งในปัจจุบันอยู่ในอัตรา 3 % หรืออัตราจุดตัด ซึ่งแสดงว่าโครงการนี้ มีความสามารถในการทำกำไร สามารถยอมรับได้

### สรุปการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

ตารางที่ 27 ตารางผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

รายการ	ค่าที่ได้จากการคำนวณ
○ ระยะเวลาคืนทุน (PB)	1 ปี 200 วัน
○ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	568,593 บาท
○ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)	64.9878 %

จากการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนทั้ง 3 ด้าน พบว่าร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีการดำเนินงานทางการเงินตามรายละเอียดข้างต้นมีความคุ้มค่าทางการเงิน คือมีระยะเวลาคืนทุนภายในเวลา 1 ปี 200 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการ 5 ปี เท่ากับ 568,593 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน ซึ่งปัจจุบันอยู่ในช่วง 3% เท่านั้น ส่วนอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 64.99 %

### การวิเคราะห์ความไหวตัว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความไหวตัวของร้านอาหารเพื่อสุขภาพแนวชีวิต เพื่อศึกษาถึงความคุ้มค่าในการลงทุนในกรณีที่ยอดขายเปลี่ยนแปลงไป โดยในการศึกษานี้แบ่งเป็น 2 กรณี คือ

1. กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากยอดขายประมาณการ 10 %

2. กรณียอดขายลดลงจากยอดขายประมาณการ 10 %

#### 1. กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากยอดขายประมาณการ 10 %

ตารางที่ 28 ตารางประมาณการกำไรสุทธิตลอดโครงการ (บาท) กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากประมาณการ 10 %

ประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า  
สำหรับระยะเวลา 5 ปี กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากประมาณการ 10 %

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,105,632	1,216,195	1,337,815	1,471,596	1,618,756
หัก ต้นทุนขาย	523,259	575,584	633,143	696,457	766,103
กำไรขั้นต้น	582,373	640,611	704,672	775,139	852,653
หัก ค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	383,353	412,089	443,698	478,467	516,714
หัก ค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงิน					
ค่าเสื่อมราคาและค่าธรรมเนียมตัดบัญชี	45,400	45,400	45,400	45,400	45,400
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	153,620	183,122	215,574	251,272	290,539
หัก ภาษี	-	22,669	25,986	29,634	33,648
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	153,620	160,453	189,588	221,637	256,891

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 29 ตารางการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดากรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากประมาณการ 10 %

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย		1,105,632	1,216,195	1,337,815	1,471,596
หัก ค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาในอัตราร้อยละ 70 ตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกา		773,942	851,337	936,470	1,030,117
เงินได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้ว		331,690	364,859	401,344	441,479
หัก ค่าลดหย่อนส่วนตัว		30,000	30,000	30,000	30,000
กำไรสุทธิที่จะต้องนำไปคำนวณเพื่อเสียภาษี		301,690	334,859	371,344	411,479
คำนวณจากตารางภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา					
เงินได้สุทธิ 100,000 บาทแรกเสียภาษี		2,500	2,500	2,500	2,500
เงินได้สุทธิช่วง 100,001-500,000 บาท เสียภาษี		20,169	23,486	27,134	31,148
รวม ภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ		22,669	25,986	29,634	33,648

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 30 ตารางความคุ้มค่าในการลงทุน กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากประมาณการ 10 %

ปีที่	เงินลงทุน	กระแสเงินสด	กำไรสะสม (บาท)	NPV (บาท)	NPV IRR 75%	NPV IRR 76%
0	270,000	0	(270,000)	(270,000)	(270,000)	
1	-	199,020	(70,980)	184,273	113,726	113,080
2	-	205,853	134,873	176,478	67,217	66,456
3	-	234,988	369,861	186,534	43,846	43,103
4	-	255,037	624,899	187,452	27,193	26,580
5	-	326,291	951,189	222,074	19,880	19,322
			PB = 1 <sup>ปี</sup>	686,810	271,862	268,540
			126 วัน		IRR=75.56%	

ที่มา : จากการคำนวณ

## 2.กรณียอดขายลดลงจากยอดขายประมาณการ 10 %

ตารางที่ 31 ตารางประมาณการกำไรสุทธิตลอดโครงการ (บาท) กรณียอดขายลดลงจากประมาณการ 10 %.

### ประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า สำหรับระยะเวลา 5 ปี กรณียอดขายลดลงจากประมาณการ 10 %

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	904,608	995,069	1,094,576	1,204,033	1,324,437
หัก ต้นทุนขาย	428,121	470,933	518,026	569,829	626,811
กำไรขั้นต้น	476,487	524,136	576,550	634,205	697,625
หัก ค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	331,107	354,618	380,480	408,928	440,221
หัก ค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงิน					
ค่าเสื่อมราคาและค่าธรรมเนียมนัดบัญชี	45,400	45,400	45,400	45,400	45,400
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	99,980	124,118	150,670	179,877	212,004
หัก ภาษี	-	16,638	19,352	22,337	25,621
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	99,980	107,480	131,318	157,540	186,383

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 32 ตารางการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดากรณียอดขายลดลงจากประมาณการ 10 %

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย		904,608	995,069	1,094,576	1,204,033
หัก ค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาในอัตราร้อยละ 70 ตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกา		633,226	696,548	766,203	842,823
เงินได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้ว		271,382	298,521	328,373	361,210
หัก ค่าลดหย่อนส่วนตัว		30,000	30,000	30,000	30,000
กำไรสุทธิที่จะต้องนำไปคำนวณเพื่อเสียภาษี		241,382	268,521	298,373	331,210
คำนวณจากตารางภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา					
เงินได้สุทธิ 100,000 บาทแรกเสียภาษี		2,500	2,500	2,500	2,500
เงินได้สุทธิช่วง 100,001-500,000 บาท เสียภาษี		14,138	16,852	19,837	23,121
รวม ภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ		16,638	19,352	22,337	25,621

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 33 ตารางความคุ้มค่าในการลงทุน กรณียอดขายลดลงจากประมาณการ 10 %

ปีที่	เงินลงทุน	กระแสเงินสด	กำไรสะสม (บาท)	NPV (บาท)	NPV IRR 54%	NPV IRR 55%
0	270,000	0	(270,000)	(270,000)	(270,000)	
1	-	145,380	(124,620)	134,607	94,403	93,794
2	-	152,880	28,260	131,064	64,463	63,634
3	-	176,718	204,977	140,279	48,386	47,455
4	-	190,940	395,917	140,341	33,948	33,080
5	-	255,783	651,700	174,086	29,530	28,590
			PB = 1 <sup>ปี</sup> 298 วัน	450,376	270,729	265,553
					IRR=54.18%	

ที่มา : จากการคำนวณ



ตารางที่ 34 ตารางผลการวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

กรณีศึกษา	PB	NPV	IRR (%)
1. กรณียอดขายปกติ	1 ปี 200 วัน	568,593	64.99%
2. กรณียอดขายเพิ่มขึ้น 10 %	1 ปี 126 วัน	686,810	75.56%
3. กรณียอดขายลดลง 10%	1 ปี 298 วัน	450,376	54.18%

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางพบว่า

1. กรณีที่ยอดขายเพิ่มขึ้นจากยอดขายประมาณการ 10% พบว่าจะมีรายรับคือกระแสเงินสดจากการดำเนินงานในปีที่ 1 เท่ากับ 199,020 บาท ส่วนในปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 จะมีรายรับเท่ากับ 205,853 , 234,988 , 255,037 และ 326,291 บาท ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1ปี 147 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเมื่อสิ้นสุดโครงการมีค่าเท่ากับ 686,810 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 75.56 %

2. กรณีที่ยอดขายลดลงจากยอดขายประมาณการ 10 % พบว่าจะมีรายรับคือกระแสเงินสดจากการดำเนินงานในปีที่ 1 เท่ากับ 145,380 บาท ส่วนในปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 จะมีรายรับเท่ากับ 152,880 , 176,718 , 190,940 , 255,783 บาทตามลำดับ โดยมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 352 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเมื่อสิ้นสุดโครงการมีค่าเท่ากับ 450,376 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 54.18 %