

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษา ที่ใช้ในการวิเคราะห์การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในร้านอาหารชีวิต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีดังต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study)

เป็นการศึกษาโครงการในภาพรวมโดยพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆของหน้าที่หลักทางธุรกิจที่มีผลต่อการดำเนินการตามโครงการ ซึ่งจะสะท้อนออกมาในรูปของงบการเงินล่วงหน้าถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการประเมินผลและตัดสินใจว่าจะลงทุนในโครงการนั้นหรือไม่ (ชัยยศ สันตวงษ์, 2536) ประกอบด้วย 4 ด้านดังต่อไปนี้

1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

เป็นการศึกษาเพื่อทำให้ทราบถึงปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ทราบว่าต้องผลิตจำนวนเท่าใด รวมถึงแนวโน้มการผลิตในอนาคตของโครงการ ซึ่งจะเป็นการแสดงถึงขนาดของโครงการและแสดงถึงภาวะความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านการตลาด นับได้ว่าเป็นการศึกษาในด้านที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง จุดมุ่งหมายของการศึกษาด้านการตลาดคือเพื่อวางแผนด้านการตลาดและเพื่อต้องการประมาณการรายรับ โดยจะมีการศึกษาวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1.1 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT analysis)

เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมในการดำเนินโครงการที่สามารถควบคุมได้ (Controllable business environments) และสิ่งแวดล้อมในการดำเนินโครงการที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollable business environments) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1.1. การวิเคราะห์จุดแข็งในการดำเนินโครงการ (Strengths analysis) เป็นการวิเคราะห์จุดแข็งในการดำเนินโครงการจากสิ่งแวดล้อมในการดำเนินโครงการที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยวิเคราะห์จากส่วนต่างๆภายในโครงการ ได้แก่ ด้านการตลาด การเงิน การผลิต การจัดการ การบริหารงานบุคคลและการบัญชี

1.1.2. การวิเคราะห์จุดอ่อนในการดำเนินโครงการ (Weaknesses analysis) เป็นการวิเคราะห์จุดอ่อนในการดำเนินโครงการจากสิ่งแวดล้อมในการดำเนินโครงการที่สามารถควบคุมได้ เป็นการค้นหาและจัดการกับจุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของโครงการเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา

กลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมโดยปรับเปลี่ยนจุดอ่อนให้กลายเป็นจุดแข็งและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับโครงการ เป็นการป้องกันไม่ให้คู่แข่งใช้จุดอ่อนนี้เป็นจุดในการโจมตี โดยวิเคราะห์จากส่วนต่างๆภายในโครงการ ได้แก่ ด้านการตลาด การเงิน การผลิต การจัดการ การบริหารงานบุคคลและการบัญชี

1.1.3. การวิเคราะห์โอกาสในการดำเนินโครงการ (Opportunities analysis) เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของโครงการที่ไม่สามารถควบคุมได้ เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจของโครงการเพื่อหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจและใช้โอกาสนั้นในการทำประโยชน์ให้กับโครงการ เป็นการนำโอกาสมาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด การวิเคราะห์โอกาสได้แก่ การวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์ การแข่งขัน โลกาภิวัตน์ สังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมืองและปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการที่ไม่สามารถควบคุมได้

1.1.4. การวิเคราะห์อุปสรรคในการดำเนินโครงการ (Threats analysis) เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจของโครงการ อันเนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของโครงการที่ไม่สามารถควบคุมได้ โดยการค้นหาอุปสรรคเพื่อปรับเปลี่ยนให้กลายเป็นจุดแข็งเพื่อทำให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภคและเหนือกว่าคู่แข่ง การวิเคราะห์อุปสรรคเป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมที่ไม่สามารถควบคุมได้เช่นเดียวกันกับการวิเคราะห์โอกาส (สิวฤทธิ์:2547)

1.2 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix analysis)

เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทัศนใจของผู้บริโภคและเป็นการวิเคราะห์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) สำหรับธุรกิจการให้บริการ ประกอบไปด้วย 7 ด้าน (7 P's) คือ

1.2.1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสินค้าและบริการของโครงการที่ผลิตขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด ผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงตราสินค้า การบรรจุหีบห่อ การรับประกัน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผลประโยชน์ ฯลฯ

1.2.2. ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ถูกค้าต้องชำระเพื่อซื้อสินค้าและบริการ โดยราคาจะต้องอยู่ในระดับที่ถูกค้ายอมรับและสามารถชำระได้ การกำหนดราคามีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในระดับราคาที่โครงการยังคงมีกำไรและผู้บริโภคสามารถซื้อได้

1.2.3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงการจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคให้มีความสะดวกสบายสูงสุด ด้วยการนำสินค้าและบริการส่งมอบให้กับลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายจะกำหนดโดยพิจารณาจากลักษณะของสินค้าและบริการ พฤติกรรมของผู้บริโภค สถานที่ตั้งของโครงการ ที่ตั้งของผู้บริโภค ฯลฯ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องเหมาะสมกับทั้งสินค้า บริการและผู้บริโภค

1.2.4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงการกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า บริการ ราคาและข้อมูลอื่นๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ โดยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย และการขายตรง (สิวฤทธิ:2547)

1.2.5. ด้านบุคคล (People) คือการคัดเลือกพนักงาน เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งพนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาและการตอบสนองต่อลูกค้า

1.2.6. ด้านกายภาพ (Physical Evidence) คือการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าจากสิ่งที่มองเห็น

1.2.7. ด้านกระบวนการ (Process) คือการส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

1.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ของตลาดในปัจจุบัน

เป็นการวิเคราะห์ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สถานะการแข่งขัน ลักษณะและรูปแบบของร้านอาหารชีวิต

2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

เป็นการศึกษาเพื่อเลือกเทคนิคที่ถูกต้องเหมาะสมกับปัญหาหรือวัตถุประสงค์ของธุรกิจ มีการพิจารณาถึงการจัดการขององค์ประกอบของกระบวนการผลิตเพื่อทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จุดมุ่งหมายของการศึกษาคือเพื่อคาดคะเนต้นทุนการผลิตและเงินลงทุนถาวร โดยจะมีการศึกษาวิเคราะห์ถึง

2.1 รายละเอียดของการสร้างสิ่งปลูกสร้าง

2.2 สินค้าและบริการที่จะนำมาขายและบริการ

2.3 อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆที่จะนำมาใช้ในการขายและบริการ

2.4 กำลังการผลิตสินค้าและบริการ

2.5 ต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการ

3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจว่าจะจัดโครงสร้างองค์กรอย่างไรให้มีความเหมาะสม รวมทั้งกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง แต่ละสายงาน กำหนดคุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง และการสรรหาบุคลากร (ทิพพาวรรณ ฌัฐธิดา, 2549) โดยจะมีการวิเคราะห์และศึกษาถึง

3.1 โครงสร้างขององค์กร

3.2 ระบบการบริหารงานบุคคล

3.3 การวางแผนกำลังคน

3.4 การกำหนดคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติในแต่ละตำแหน่งงาน

4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

เป็นการศึกษาเพื่อดูความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ว่าผลตอบแทนจากการลงทุนมีความคุ้มค่าหรือไม่ อีกประการหนึ่งคือศึกษาเพื่อดูความต้องการทางการเงินซึ่งการจัดทำประมาณการความต้องการทางการเงิน ซึ่งจะกระทำได้ต่อเมื่อต้องทำการศึกษาด้านการตลาดและด้านเทคนิคก่อน การศึกษาด้านการตลาดและด้านเทคนิคจะทำให้ทราบถึงรายรับและรายจ่ายโดยประมาณ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกันผลลัพธ์ที่ได้จะชี้ให้เห็นว่าได้บรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ ซึ่งใช้เป็นตัวบ่งชี้ถึงความเป็นไปได้ของโครงการ (ชัยยศ สันตวงษ์, 2536)

แนวคิดทางการเงินที่ใช้เป็นเกณฑ์ประเมินโครงการ

1. ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period: DPB) เป็นการคำนวณหาจุดคุ้มทุนของโครงการที่ต้องการลงทุน ว่าในการลงทุนในโครงการนี้ จะใช้ระยะเวลาในการคืนทุนเป็นระยะเวลาเท่าใด โดยใช้วิธีคิดจากกระแสเงินสดสะสมที่จะได้รับในอนาคต ให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน (present value of cash flows) การคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด แสดงได้ดังสมการดังนี้

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

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เป็นการคำนวณผลประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคตมาเป็นมูลค่าปัจจุบัน (PVB) เพื่อจะได้เปรียบเทียบกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุน (PVC)

$$NPV = PVB - PVC$$

หากมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวมคือมีค่า NPV มากกว่าศูนย์หรือมีค่าเป็นบวกแสดงว่าเป็นธุรกิจที่มีความเหมาะสมที่จะลงทุน

3. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) คือผลตอบแทนที่อยู่ในรูปร้อยละหรือหมายถึงอัตราดอกเบี้ยคิดลด (ค่า r) ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของธุรกิจมีค่าเท่ากับศูนย์

$$IRR = \text{ค่า } r \text{ ที่ทำให้ NPV เท่ากับ } 0$$

4. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity analysis) คือการวิเคราะห์ดูสถานะด้านการเงินว่าจะเป็นอย่างไหากปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น ราคาขาย ราคาวัตถุดิบ ได้มีการเปลี่ยนแปลงไป วิธีการวิเคราะห์คือการสมมติให้มีการเปลี่ยนแปลงต่างๆของตัวแปรที่สำคัญ โดยตัวแปรอื่นคงที่ แล้วคำนวณผลตอบแทนที่โครงการจะได้รับใหม่ในด้านต่างๆ เช่น ระยะเวลาคืนทุน NPV และ IRR จากนั้นรวบรวมข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ผลกระทบและความเสี่ยงของโครงการต่อไป

อาหารเพื่อสุขภาพ

สุขภาพเป็นพื้นฐานสำคัญยิ่งต่อชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี เพราะการมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี ก็จะทำให้ทุกอย่างดีตามไปด้วย ทำให้มีความสามารถในการปรับตัว มีความเชื่อมั่นในตนเอง ไร้ความกังวล ไม่มีความเครียด และไม่มีความขัดแย้งภายในจิตใจ สามารถใช้ชีวิตอยู่ในสังคมร่วมกับผู้อื่นได้ดี สามารถกระทำได้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม และมีสมรรถภาพในการทำงาน

ปัจจุบันผู้คนกำลังประสบกับปัญหาภาวะโภชนาการ ทั้งโภชนาการขาดและโภชนาการเกิน จากสถิติที่ผ่านมาพบว่าคนไทยและคนทั่วโลกมีอัตราการเสียชีวิตจากโรคหัวใจและหลอดเลือดเพิ่มมากขึ้น (กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข:2549) นอกจากนี้ยังเกิดโรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง ภาวะอ้วน โรคมะเร็งและโรคเมตาบอลิกเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย สาเหตุที่สำคัญอันเนื่องมาจากความไม่สมดุลของอาหารที่รับประทาน คือมีการรับประทานอาหารประเภทไขมัน น้ำตาล โปรตีนจากสัตว์ และอาหารที่มีรสเค็มมากเกินไป ในทางตรงกันข้ามกลับมีการบริโภคผักและผลไม้ น้อยลง ซึ่งผักและผลไม้เป็นอาหารที่อุดมด้วยวิตามิน แร่ธาตุ และสารเคมีหลายชนิดที่

มีบทบาทความสำคัญต่อสุขภาพอย่างมาก ส่วนเด็กรุ่นใหม่ก็นิยมรับประทานอาหารตะวันตก และอาหารสำเร็จรูป นับว่าเป็นปัญหาด้านสาธารณสุขที่สำคัญลำดับต้นของประเทศไทย

จากปัญหาเรื่องสุขภาพที่เป็นผลมาจากการรับประทานอาหารที่ไม่มีประโยชน์และขาดความสมดุลของอาหารดังกล่าวข้างต้นที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ผู้คนจึงหันมาให้ความสนใจสุขภาพกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการป้องกันสุขภาพ การรักษาสุขภาพ รวมทั้งการฟื้นฟูสุขภาพให้ดียิ่งขึ้น โดยมีการเลือกรับประทานอาหารที่ดีและมีประโยชน์ซึ่งเรียกกันว่า "อาหารเพื่อสุขภาพ" อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการคือมีสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ และเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย เป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายทั้งในด้านการป้องกัน บำบัดอาการ และการรักษา ทำให้สุขภาพแข็งแรงและมีระบบภูมิคุ้มกันที่ดี กล่าวคืออาหารสุขภาพต้องมาจากธรรมชาติให้มากที่สุด มีไขมันน้อย มีเส้นใยอาหารสูง มีไขมันอิ่มตัวหลายชนิด มีโปรตีนที่ย่อยสลายได้ง่าย มีวิตามินและเกลือแร่ครบถ้วน เพื่อปรับสภาวะภายในร่างกายให้มีความสมดุล อันได้แก่ อาหารเจ อาหารมังสวิรัต อาหารแมคโครไบโอติกส์และอาหารชีวจิต (รัชตพรรณ ยงพานิช:2544)

กระแสรักสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันทำให้มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นจำนวนมาก ร้านอาหารเพื่อสุขภาพประเภทหนึ่งที่ได้ได้รับความสนใจจากผู้รักสุขภาพก็คือร้านอาหารชีวจิต เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างไปจากร้านอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอื่นๆ อาหารเพื่อสุขภาพแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะดังต่อไปนี้

รายการ	อาหารเจ	อาหารมังสวิรัต	อาหารชีวจิต	อาหารแมคโครไบโอติกส์
บริโภคนเนื้อสัตว์	ไม่บริโภค	ไม่บริโภค	บริโภคอาหารทะเลได้อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	บริโภคอาหารทะเลได้อาทิตย์ละ 1 ครั้ง
บริโภคพืชผักและผลไม้	บริโภค	บริโภค	บริโภค	บริโภค
บริโภคไข่และผลิตภัณฑ์จากนม	ไม่บริโภค	สามารถเลือกบริโภคหรือไม่ก็ได้	ไม่นิยมบริโภค	ไม่บริโภค
บริโภคผักจุน 5 ชนิด	ไม่บริโภค	บริโภค	บริโภค	บริโภค

รูปแบบเฉพาะ	ถือศีลร่วมกับ การบริโภค	ไม่ต้องถือศีล รับประทานนม และไข่ได้ เพื่อให้ได้รับ อาหารครบถ้วน ถูกต้องตาม โภชนาการ	การบริโภค อาหารที่มาจาก ธรรมชาติมีการ ตัดแปลงน้อย ที่สุดพร้อมกับ เน้นการดูแล สุขภาพจิตใจเพื่อ สุขภาพที่ สมบูรณ์	เน้นความสมดุล ในด้านอาหาร (ใช้หลักหยินหยาง) และการ ดำเนินชีวิตให้ เข้ากับธรรมชาติ มากที่สุด ไม่เน้น ด้านจิตใจ มีการ ปฏิบัติและข้อ ห้ามที่เคร่งครัด กว่าอาหารชีวจิต
-------------	----------------------------	---	---	---

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณวิไล ลักษณะเดช (2544) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคอาหารแบบทั่วไปมาเป็นบริโภคอาหารชีวจิต พบว่า ผู้ที่นิยมบริโภคอาหารชีวจิตจะเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรสแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ มีรายได้ 12,001 – 20,000 บาทต่อเดือน โดยมีวัตถุประสงค์ในการบริโภคอาหารชีวจิตเพื่อต้องการมีสุขภาพร่างกายที่ดีและแข็งแรง จากการศึกษายังพบอีกว่าปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคอาหารทั่วไปมาเป็นการบริโภคอาหารชีวจิตคือวัฒนธรรมและค่านิยมซึ่งมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต ส่วนใหญ่เลือกที่จะบริโภคอาหารชีวจิตเพราะได้รับการแนะนำและสนับสนุนจากผู้ที่บริโภคอยู่ก่อนแล้ว รองลงมาคือจากผู้ใหญ่ที่นับถือและจากเพื่อนร่วมงานตามลำดับ นอกจากนี้ในการรับข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่จะเป็นการพูดคุยกับผู้ที่มิประสบความสำเร็จ อันดับรองลงไปคือ จากผู้ที่มีความรู้ด้านชีวจิต จากการเข้าร่วมประชุมวิชาการ จากการเข้าร่วมประชุมของชมรมชีวจิต และรายการทางโทรทัศน์ตามลำดับ

รชตพรรณ ยงพานิช (2544) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประชาชนหันมาให้ความสนใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรใช้ชีวิตประจำวันหลายประการ มีการศึกษาวิเคราะห์ในด้านการตลาด การจัดการ และการเงิน จากการวิเคราะห์พบว่าในด้านการตลาดปัจจัยที่สำคัญในการเลือกร้านอาหาร ได้แก่ ความสะอาด รสชาติของอาหาร ราคาไม่สูง และการส่งเสริมการขายที่น่าดึงดูดใจ ได้แก่การจัดให้มีบุฟเฟ่ต์ราคาประหยัด ในด้านการจัดการเป็น

กิจการเจ้าของคนเดียว ลักษณะร้านเป็นห้องแถวชั้นเดียวขนาด 2 คูหา โดยเงินลงทุนเริ่มแรกที่ใช้เท่ากับ 270,000 บาท ส่วนด้านการเงินพบว่ามีความเป็นไปได้ที่จะลงทุนในโครงการ โครงการมีระยะเวลาในการดำเนินงานเท่ากับ 5 ปี มีความคุ้มค่าในการลงทุนคือ มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 64.99% ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าผลตอบแทนทั่วไปในท้องตลาด ซึ่งได้ใช้อัตราคอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ (3% ต่อปี) เป็นตัวแทนของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทั่วไปในท้องตลาด โครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 568,593 บาท ที่อัตราคิดลด 8% และมีระยะเวลาคืนทุน (PB) เพียง 1 ปี 200 วัน นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงอาหารเพื่อสุขภาพว่า อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่ถูกดัดแปลงตามหลักโภชนาการคือมีสารอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ และเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย เป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายทั้งในด้านการป้องกัน บำบัดอาการ และการรักษา ทำให้สุขภาพแข็งแรงและมีระบบภูมิคุ้มกันที่ดี กล่าวคืออาหารสุขภาพต้องมาจากธรรมชาติให้มากที่สุด มีไขมันน้อย มีเส้นใยอาหารสูง มีไขมันอิ่มตัวหลายชนิด มีโปรตีนที่ย่อยสลายได้ง่าย มีวิตามินและเกลือแร่ครบถ้วน เพื่อปรับสภาวะภายในร่างกายให้มีความสมดุล อันได้แก่ อาหารเจ อาหารมังสวิรัต อาหารแมคโครไบโอติกส์และอาหารชีวจิต

สุริยาพร สมบูรณ์บุรณะ (2542) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดูแลสุขภาพตนเอง โดยใช้หลักการชีวจิต พบว่า ผู้ที่ใช้ชีวจิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี สถานภาพโสดและสมรสในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการของชีวจิตในระดับปานกลาง มีพฤติกรรมในการแสวงหาบริการต่างๆ เพื่อช่วยส่งเสริมสุขภาพของตนเอง ในด้านการรับข้อมูลข่าวสารจะมากจากการอ่านหนังสือชีวจิต รองลงมาคือการอ่านนิตยสารชีวจิต และการพูดคุยรับคำแนะนำจากเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด มีความตระหนักและเห็นคุณค่าของการดูแลสุขภาพอย่างมาก มีความต้องการมีชีวิตรที่ยืนยาว แข็งแรงสมบูรณ์ และต้องการเห็นการเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพที่ดีขึ้นหลังการปฏิบัติตามหลักชีวจิต

อรุณี อภิชาติสร่างกูร (2537) ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มน้ำและศักยภาพในการผลิตอาหาร มังสวิรัตินในเชิงพาณิชย์ พบว่า คนได้รับความรู้ในเรื่องการรักษาสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้เกิดการตระหนักถึงสุขภาพกันมากขึ้น ประกอบกับการส่งเสริมให้มีการผลิตผักปลอดสารพิษ ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจและมีความต้องการในอาหารที่ทำมาจากพืชผักมากขึ้น เนื่องจากพืชผักจะมีสารพิษตกค้างน้อยกว่าในอาหารที่ทำมาจากเนื้อสัตว์ ปริมาณความต้องการบริโภคมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในอนาคต แต่ปัญหาที่พบก็คือร้านจำหน่ายอาหารประเภทนี้ยังมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอ

ผู้บริโภค จึงควรส่งเสริมและดำเนินการพัฒนาอาหารมังสวิรัตินึ่งพริกในเชิงพาณิชย์ในระดับอุตสาหกรรม
ในอนาคตให้มีความหลากหลายและเพียงพอต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved