

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	1
วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจ	3
วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และคำขวัญ	5
ลักษณะทั่วไปของธุรกิจร้านอาหาร	5
Five Forces Analysis สำหรับธุรกิจร้านอาหารทั่วไป	8
ขอบเขตของธุรกิจ	10
สถานะของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	
<ul style="list-style-type: none"> • คู่แข่งในธุรกิจ • แนวโน้มคู่แข่งรายใหม่ • สินค้าทดแทน • ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และแรงงาน • ลักษณะผู้บริโภค • การเลือกสถานที่ 	11 15 15 15 16 16
การวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค จุดแข็ง และจุดอ่อนของธุรกิจ	17
กลยุทธ์องค์กร	
<ul style="list-style-type: none"> • โครงสร้างของกลุ่มผู้บริหาร • แนวทางการจัดการธุรกิจ 	19 21
แผนการตลาด	
<ul style="list-style-type: none"> • การวิจัยตลาด • แผนการตลาด 	22 25
แผนการดำเนินงาน	
<ul style="list-style-type: none"> • การลงทุน • รายละเอียดด้านบุคลากร • แผนปฏิบัติการด้านสุขลักษณะอาหาร • แผนปฏิบัติการด้านการควบคุมคุณภาพอาหาร • คู่มือขั้นตอนงาน • วิธีการแก้ไขและการป้องกันจุดที่อาจเกิดความผิดพลาด 	40 40 46 60 60 64

<u>หน้า</u>	
แผนการเงิน	
• สมมติฐานที่ใช้ในการจัดทำแผนการเงิน	65
• การประมาณการรายได้	68
• งบจ่ายลงทุน	71
• การประมาณการงบการเงิน	73
• การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	82
• การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน	85
• การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	86
• การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	89
แผนฉุกเฉิน	89
แผนในอนาคต	90
การประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ	91
ปัจจัยสำคัญที่เป็นเงื่อนไขแห่งความสำเร็จ	92
ภาคผนวก	
• ภาคผนวก ก รายละเอียดของร้าน	100
• ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	101
• ภาคผนวก ค ผลการวิจัย	106
• ภาคผนวก ง ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม	114
• ภาคผนวก จ รายชื่อผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ	122
• ภาคผนวก ฉ บทสัมภาษณ์	126
• ภาคผนวก ช คู่มือขั้นตอนการทำงานร่วมกับบริษัท รัมเซอร์วิส จำกัด	129
บรรณานุกรม	133

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งทางตรง	12
ตารางที่ 2 แสดงแผนดำเนินการทางการตลาด	35
ตารางที่ 3 แสดงงบประมาณสำหรับกิจกรรมสื่อสารทางการตลาด	39
ตารางที่ 4 แสดงรายละเอียดของพนักงานแต่ละตำแหน่ง	40
ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนการได้รับเงินพิเศษจากการให้บริการ	41
ตารางที่ 6 แสดงโปรแกรมการทำความสะอาด	57
ตารางที่ 7 แสดงตัวอย่างตารางควบคุมโปรแกรมการทำความสะอาด	58
ตารางที่ 8 แสดงการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ย	66
ตารางที่ 9 แสดงค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด	67

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 แสดงการแบ่งส่วนตลาดสำหรับร้านงานสาระ	27
แผนภาพที่ 2 แสดงกระบวนการในการให้บริการลูกค้า	63

บทสรุปผู้บริหาร

- ภาพรวมของธุรกิจ

ในปัจจุบัน รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเวลากลายเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิต ทำให้พฤติกรรมต่างๆ ในแต่ละวันต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับข้อจำกัดดังกล่าว รวมถึงพฤติกรรมในการบริโภคอาหารก็มีการเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน จากสรุปภาวะธุรกิจปี 2543 และแนวโน้มปี 2544-2545 ของศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การบริโภคอาหารนอกบ้านและการซื้ออาหารสำเร็จรูปมารับประทานที่บ้านมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยคาดว่าแนวโน้มการรับประทานอาหารนอกบ้านในปี 2544-2545 ยังอยู่ในระดับดี และเป็นไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้สภาพแวดล้อมที่มีมลภาวะและความเครียดที่มากขึ้นทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น แนวโน้มของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจึงมีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกัน

- โอกาสทางการตลาด

ถึงแม้ว่าแนวโน้มของร้านอาหารเพื่อสุขภาพจะได้รับความนิยมสูงขึ้น แต่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่จะเน้นให้บริการอาหารเจ อาหารมังสวิรัต อาหารชีวจิต และอาหารสำหรับควบคุมน้ำหนัก ทำให้ไม่อาจตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ทุกเพศทุกวัยในเวลาเดียวกัน ร้าน “จานสาระ” จึงเล็งเห็นช่องทางในการนำเสนอร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่สมบูรณ์แบบ

- รูปแบบผลิตภัณฑ์

ร้าน “จานสาระ” จะนำเสนออาหารและเครื่องดื่มที่เหมาะสมกับความต้องการของทุกคนในครอบครัว ซึ่งใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่ผ่านการคัดสรรอย่างดี มีคุณค่าครบตามหลักโภชนาการ รสชาติอร่อย ราคายุติธรรม มีรูปแบบการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นในด้านของความเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริง ผ่านการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงคุณประโยชน์ของวัตถุดิบแต่ละชนิดที่นำมาใช้ในการปรุงอาหาร และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารและสุขภาพ

- เป้าหมาย

ร้าน “งานสาระ” กำหนดเป้าหมายที่รายได้ 20 ล้านบาทสำหรับปีที่ 1 และมีอัตราการเติบโตของรายได้เท่ากับ 8% ตั้งแต่ปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 โดยมีอัตรากำไรสุทธิเป็น 20% ของรายได้แต่ละปีนอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายระยะยาวที่จะเป็นหนึ่งในใจ (Top of mind) ของลูกค้าเมื่อนึกถึงร้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริง ซึ่งไว้ใจได้ทั้งในด้านคุณค่าสารอาหาร กระบวนการผลิตและการบริการ

- กลยุทธ์

จากการประเมินตลาดและผลิตภัณฑ์ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า ร้าน “งานสาระ” เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีตลาดปัจจุบัน ซึ่งสามารถใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) โดยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) พร้อมทั้งผสมผสานกับกลยุทธ์ในระดับหน้าที่ที่เน้นความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ (Superior Quality) และความเป็นเลิศทางการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Superior Customer Responsiveness) อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าทุกคน

เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ร้าน “งานสาระ” จึงเลือกใช้ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7 ประการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และสำหรับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดจะเลือกใช้การโฆษณาทั้งในวิทยุ นิตยสาร และ Web Site ที่เกี่ยวข้องกับอาหารและสุขภาพ การส่งเสริมการขายภายในร้าน การแจกแผ่นพับใบปลิว รวมทั้งการลงบทสัมภาษณ์ผู้นำทางความคิดในด้านการรักษาสุขภาพ พร้อมเสนอแนะร้าน “งานสาระ” ในนิตยสารเพื่อสุขภาพทั่วไป

- การลงทุน

จัดหาเงินทุนโดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 400,000 หุ้นมูลค่าหุ้นละ 10 บาท และขอกู้เงินจากธนาคารอีกจำนวน 2,000,000 บาท รวมเงินลงทุนทั้งสิ้น 6,000,000 บาท

- ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ

ภายใต้สถานการณ์ปกติร้าน “งานสาระ” จะมีระยะเวลาคืนทุน 3.25 ปี ภายใต้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ที่ระดับ 35.85%

แผนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ “งานสาระ”

วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจ (Purpose Statement)

อาหารถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ไม่ว่าจะเศรษฐกิจจะเจริญรุ่งเรือง หรือตกต่ำอย่างไร ธุรกิจร้านอาหารมักจะได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ในปัจจุบันพบว่า การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี มีผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเวลากลายเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิต ทำให้ชีวิตมีความเร่งรีบมากขึ้น พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านจึงมีแนวโน้มสูงขึ้น จากงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2540) พบว่าคนกรุงเทพฯ แต่ละครัวเรือนมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารนอกบ้านเฉลี่ย 1,500 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็นมูลค่าการรับประทานอาหารนอกบ้านในปี 2540 เท่ากับ 12,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการขยายตัวของตลาดร้อยละ 25 ต่อปี นอกจากนี้จากสรุปภาวะธุรกิจปี 2543 และแนวโน้มปี 2544-2545 ของศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ยังกล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การบริโภคอาหารนอกบ้านและการซื้ออาหารสำเร็จรูปมารับประทานที่บ้านมีแนวโน้มสูงขึ้น และยังเป็นทางเลือกที่ผ่อนคลายหรือการสังสรรค์อีกวิธีหนึ่ง โดยคาดว่าแนวโน้มการรับประทานอาหารนอกบ้านในปี 2544-2545 ยังอยู่ในระดับดี และเป็นไปอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งปัจจุบันสิ่งแวดล้อมรอบตัวเป็นพิษมากขึ้น ก่อให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆ ทำให้คนหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ พยายามแสวงหาความรู้และแนวปฏิบัติที่ถูกต้อง เห็นได้จากกระแสการรณรงค์ให้มีการออกกำลังกาย และการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ และถูกสุขลักษณะ

การดูแลสุขภาพในเบื้องต้นด้วยแนวทางปฏิบัติดังกล่าว รวมทั้งการพักผ่อนนอนหลับให้เต็มที่ นับเป็นสิ่งที่จะช่วยชีวิตยืนยาว และปราศจากโรคร้ายไข้เจ็บ ซึ่งจะนำไปสู่การมีภาวะโภชนาการและสุขภาพที่ดี อีกทั้งในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่กล่าวอ้างว่าเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กำลังเข้ามาสร้างกระแสให้เกิดค่านิยมการบริโภคแบบใหม่ อันจะทำให้เกิดความสับสน และก่อให้เกิดพฤติกรรมกรกินอาหารที่ไม่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ

หน่วยงานของรัฐได้พยายามเข้ามาแก้ปัญหาด้านสุขภาพอนามัยของประชาชน ดังจะเห็นได้จากการที่กระทรวงสาธารณสุขและมหาวิทยาลัยมหิดลร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดทำ “ข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย” หรือ “โภชนบัญญัติสำหรับคนไทย”¹ ขึ้นซึ่งมี 9 ข้อ ดังนี้

¹ คณะทำงานจัดทำข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย. ข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย. โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, 2536

1. กินอาหารครบ 5 หมู่ แต่ละหมู่ให้หลากหลายและหมั่นดื่มน้ำหนักตัว
2. กินข้าวเป็นอาหารหลัก สลับกับอาหารประเภทแป้งเป็นบางมื้อ
3. กินพืชผักให้มากและกินผลไม้เป็นประจำ
4. กินปลา เนื้อสัตว์ไม่ติดมัน ไข่ และถั่วเมล็ดแห้ง เป็นประจำ
5. ดื่มนมให้เหมาะสมตามวัย
6. กินอาหารที่มีไขมันแต่พอควร
7. หลีกเลี่ยงการกินอาหารรสหวานจัด และเค็มจัด
8. กินอาหารที่สะอาด ปราศจากการปนเปื้อน
9. งดหรือลดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ในขณะที่กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้ริเริ่มโครงการ Clean Food Good Taste ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการบริโภคอาหารและน้ำที่ไม่สะอาด และส่งเสริมการบริการอาหารในแหล่งท่องเที่ยวให้ถูกสุขลักษณะ

นอกจากนี้สื่อต่างๆ ได้เข้ามามีบทบาทในกระแสการใส่ใจในเรื่องสุขภาพเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์ นิตยสาร หรืออินเทอร์เน็ต ก็มีการให้สาระความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพมากขึ้นซึ่งสื่อดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นให้คนคำนึงถึงการดูแลสุขภาพร่างกายอย่างจริงจังและสม่ำเสมอ

แต่ในปัจจุบันพบว่า ร้านอาหารที่ให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริงยังมีน้อยกว่าความต้องการ และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของคนทุกเพศ ทุกวัยได้ในเวลาเดียวกันทางกลุ่มจึงเล็งเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่จะให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริงสำหรับทุกเพศ ทุกวัย

วิสัยทัศน์ (Vision)

เราจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสุขภาพที่ดีของทุกคนในครอบครัว

พันธกิจ (Mission)

1. เราจะเป็นร้านอาหารที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และถูกสุขลักษณะซึ่งสอดคล้องกับความต้องการสำหรับสุขภาพที่ดีของทุกคนในครอบครัว
2. เราจะให้บริการที่เป็นเลิศ และบรรยากาศเป็นกันเอง พร้อมทั้งให้ความรู้ทางด้านโภชนาการที่ถูกต้อง และสอดคล้องกับความต้องการสำหรับทุกคนในครอบครัว
3. เราจะพัฒนาและปรับปรุงไปพร้อมกับความต้องการของลูกค้า

เป้าหมาย (Goals)

1. รายได้ 20 ล้านบาทสำหรับปีที่ 1 และมีอัตราการเติบโตของรายได้เท่ากับ 8% ตั้งแต่ปีที่ 2 ถึงปีที่ 5
2. อัตรากำไรสุทธิ 20% ของรายได้แต่ละปี

คำขวัญ (Slogan)

“สุขภาพที่ดีของท่าน คือ ความมุ่งมั่นของเรา”

ลักษณะทั่วไปของธุรกิจร้านอาหาร

☆ ประเภทของการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การจัดการที่ไม่เป็นการค้า (Non commercial food service management) เป็นการจัดเพื่อเป็นสวัสดิการและไม่หวังผลกำไรให้แก่บุคคลบางกลุ่มตามสถาบันต่างๆ ดังนี้
 - 1.1 โรงพยาบาล คลินิก และสถานพยาบาลต่างๆ (Health Care Foodservice) จัดบริการสำหรับคนไข้พักฟื้น จึงให้ความสำคัญในเรื่องคุณค่าทางโภชนาการและความสะอาด
 - 1.2 โรงเรียนและสถานเลี้ยงเด็กเล็ก (School Foodservices) เน้นคุณค่าทางโภชนาการและความสะอาด เพื่ออนามัยของเด็กนักเรียนซึ่งกำลังอยู่ในวัยเจริญเติบโต
 - 1.3 มหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษาต่างๆ (University and Collage Foodservices) จัดบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในบริเวณมหาวิทยาลัย
 - 1.4 โรงงานอุตสาหกรรมและสถานที่ทำงานต่างๆ (Industry and Business Foodservices) เป็นการจัดบริการอาหารแก่พนักงานในระหว่างหยุดพักงาน หรือจำหน่ายอาหารในราคาถูกเป็นพิเศษเพื่อเป็นสวัสดิการแก่พนักงาน
 - 1.5 เรือนจำหรือสถานที่คุมขังต่างๆ (Prison Foodservices) จัดบริการให้แก่นักโทษ ผู้ต้องหาและเจ้าหน้าที่

- 1.6 การประกอบการขนส่ง (Transportation Foodservices) จัดบริการให้แก่ผู้โดยสารในขณะเดินทาง (Travel Catering) ในสถานีและในยานพาหนะต่างๆ
- 1.7 โรงงานและสถานประกอบการรายเล็ก (Vending Operations) จัดบริการอาหารว่างและเครื่องดื่มใส่ไว้ในเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ (Automatic Vending Machine)
- 1.8 สถานบันเทิงและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่างๆ (Recreational and Leisure Foodservices) มุ่งจัดบริการแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าไปแสวงหาความเพลิดเพลินตามสถานที่ต่างๆ
- 1.9 สโมสร สมาคมต่างๆ (Residential Club) จัดบริการอาหารให้แก่ สมาชิกสโมสรหรือ สมาคมต่างๆ

2. การจัดการที่เป็นการค้าและมุ่งผลกำไร (Commercial food service management) หมายถึง สถานบริการอาหารและเครื่องดื่มที่จัดขึ้นเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังผลกำไรมากที่สุด มีการบริหารงานและดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีรายการอาหารให้เลือกมากมาย มีการแข่งขันในด้านคุณภาพและมาตรฐานการบริการสูง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าทั่วไป ห้องอาหารที่ดำเนินงานเป็นธุรกิจมุ่งผลกำไรมีดังนี้

2.1 ห้องอาหารภายในโรงแรม

- ห้องอาหารภายในโรงแรมขนาดใหญ่ (Restaurant of Large Residential Hotel) มุ่งให้บริการแก่แขกที่มาพักและลูกค้าทั่วไป รูปแบบการบริการที่หรูหรา และอาจมีบริการอื่นๆ ด้วย เช่น การจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ การจัดเลี้ยงในการประชุมสัมมนา การบริการอาหารในห้องพัก (room service) และบางห้องอาหารอาจมีสิ่งบันเทิงประกอบด้วย
- ห้องอาหารที่ให้บริการแบบหรูหรา (Fine Dining Restaurant / Classical Restaurant / Full Service Restaurant) จัดบริการด้วยความหรูหรา สะดวก สบาย บรรยากาศดี การปรุงอาหารและการให้บริการของพนักงานเป็นเลิศ วัตถุประสงค์ได้รับการเลือกสรรมาเป็นอย่างดีจากต่างประเทศ มีเครื่องดื่มหลายประเภทไว้คอยบริการ การตกแต่งภายใน อุปกรณ์เครื่องใช้เน้นความหรูหรา
- ห้องอาหารของโรงแรมขนาดเล็ก (Dining Room of Smaller Residential Hotel) หมายถึง ห้องอาหารที่ให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักเป็นประจำเป็นเวลานานๆ ในโรงแรมขนาดเล็ก
- ห้องอาหารประจำชาติ (Specialty Restaurant / Restaurant / Ethnic Restaurant) หมายถึง ห้องอาหารประจำชาติต่างๆ เช่น อาหารมังสวิรัต อาหารทะเล อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น อาหารฝรั่งเศส ฯลฯ การตกแต่งร้านอาหารมีลักษณะประจำชาติ

- ห้องอาหารที่ให้บริการรวดเร็ว (Coffee Shop) เป็นห้องอาหารที่มักตั้งอยู่ในบริเวณชั้นล่างของโรงแรม หรือที่ที่ลูกค้าสามารถเข้าไปใช้บริการได้อย่างสะดวกอาหารที่บริการมักจะเป็นอาหารจานเดียว หรืออาหารที่ปรุงอย่างรวดเร็ว ห้องอาหารแบบนี้อาจเปิดบริการ 24 ชั่วโมง
- ห้องจัดเลี้ยง (Banquet Room) เป็นห้องอาหารที่ให้บริการจัดเลี้ยงแก่แขกของโรงแรมที่ติดต่อกันมาตั้งแต่แผนกจัดเลี้ยงโดยตรง
- บาร์และเลาจน์ (Bar and Lounge) เป็นห้องหรือสถานที่ที่จัดให้แขกมานั่งพักผ่อนและดื่มในช่วงเย็น ก่อนหรือหลังรับประทานอาหารค่ำ การจัดห้องเหมือนห้องรับแขกและมีดนตรีเพื่อการพักผ่อน

2.2 ห้องอาหารภายนอกโรงแรม ได้แก่

- ห้องอาหารทั่วไป (Commercial Restaurant / Casual Restaurant) เป็นห้องอาหารตามสถานที่ทั่วไป ที่ไม่มีบริการที่พัก จะให้บริการอาหารและเครื่องดื่มมากมายหลายรูปแบบให้เลือก ความสำเร็จของธุรกิจแบบนี้ขึ้นอยู่กับรสชาติและคุณภาพของอาหารทำเลที่ตั้ง ราคา ความซื่อตรง และการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า
- ห้องอาหารจานด่วน (Fast Food Restaurant) เป็นห้องอาหารที่บริการอาหารที่ประกอบเสร็จเรียบร้อยแล้วพร้อมเสิร์ฟได้ทันที การขายเน้นความสะดวก รวดเร็วลูกค้าต้องบริการตนเอง (self service) ลูกค้าสามารถซื้อและนำกลับไปรับประทานที่บ้านได้
- Café and Snack Bars หมายถึง ห้องอาหารที่ให้บริการอาหารเบาๆ หรืออาหารว่าง และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ มีทั้งที่ใช้พนักงานบริการและแขกบริการด้วยตนเอง ห้องอาหารจะให้บริการอาหารที่ปรุงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันต่อการหมุนเวียนของลูกค้าที่มาใช้บริการ
- Public House หมายถึง ห้องอาหารที่ให้บริการหลายรูปแบบตั้งแต่อาหารว่างที่ซื้อได้จากเคาน์เตอร์ไปจนถึงการให้บริการอาหาร 3 จาน (อาหารจานแรกเรียกน้ำย่อย อาหารหลัก และของหวาน) แบบไม่หรูหรามากนัก มีพนักงานให้บริการ
- Cafeterias หมายถึง ห้องอาหารที่ให้บริการอยู่ในสถาบันต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัย โรงเรียน สำนักงาน หรือสถานที่ที่ต้องต้อนรับผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ลูกค้าจะต้องบริการตนเอง สำหรับ Cafeteria ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ให้บริการอาหารครบชุด หรือให้บริการอาหารมากมายหลายประเภทที่เรียกว่า Food Park
- ห้องอาหารในสถานที่บันเทิงและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ (Recreational and Leisure Foodservices) บริการอาหารและเครื่องดื่มในสถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่างๆ เพื่อให้หนัก

ท่องเที่ยวได้พักผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อย อาหารจึงปรุงอย่างง่ายๆ บริการได้รวดเร็ว และมีราคาไม่แพง

- รถเข็นขายอาหาร (Food Trucks Service) มักจะเป็นผลไม้สด ของหวาน ไอศกรีม ฯลฯ เข็นขายอาหารไปตามที่ต่างๆ
- Car Service หมายถึง การบริการอาหารและเครื่องดื่มให้ที่รถของลูกค้าโดยใส่ถาดที่สามารถวางติดกับหน้าต่าง ประตูรถของลูกค้าได้ การบริการแบบนี้ไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากสถานที่บริการจะต้องจัดที่จอดรถที่เหมาะสม มีความยุ่งยากในการบริการและเสียงดัง

❖ Five Forces Analysis สำหรับธุรกิจร้านอาหารทั่วไป

1. คู่แข่งรายใหม่ (Potential Competitors)

สำหรับธุรกิจร้านอาหารนั้น คู่แข่งขันรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากมีอุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจต่ำ อันเป็นผลมาจาก

- ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าต่ำเนื่องจากตัวสินค้าไม่แตกต่างกันมากนัก ผู้บริโภคจะมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าสูงในสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น อาหารมังสวิรัต อาหารเจ ซึ่งต้องการความมั่นใจอาหารที่รับประทาน หรือร้านอาหารที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น ร้านสุกี้ MK
- การได้เปรียบสูงสุดด้านต้นทุน (Absolute Cost Advantages) ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจการร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นต้นทุนผันแปร เช่น ต้นทุนวัตถุดิบ ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายไม่ว่าจะเป็นรายเล็กหรือรายใหญ่ไม่สามารถที่จะบริหารต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งได้อย่างโดดเด่น
- การประหยัดอันเกิดจากขนาด (Economies of Scale) การผลิตสินค้าจำนวนมากไม่ทำให้เกิดการประหยัดจากขนาดเหมือนในธุรกิจอื่น เนื่องจากต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนผันแปร ดังนั้นผู้ประกอบการรายย่อยจึงไม่เสียเปรียบผู้ประกอบการรายใหญ่จากสาเหตุดังกล่าว
- ต้นทุนในการเปลี่ยนตราสินค้า (Switching Costs) ผู้บริโภคไม่เสียประโยชน์ใดๆ เมื่อมีการเปลี่ยนไปบริโภคตราสินค้าอื่น
- กฎระเบียบของรัฐบาล (Government Regulation) ภาครัฐบาลไม่มีข้อจำกัดสำหรับธุรกิจร้านอาหาร แต่จะมีข้อกำหนดบางประการสำหรับธุรกิจร้านอาหารในด้านความสะอาด ถูกสุขลักษณะเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภค ทำให้คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย

2. คู่แข่งภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Established Firms)

การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารมีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากมีผู้ประกอบการทั้งรายเล็ก

และรายใหญ่เป็นจำนวนมาก ทำให้รูปแบบการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไป ดังจะเห็นได้จาก

- โครงสร้างในการแข่งขัน (Competitive Structure) โครงสร้างทางการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่แข่งขันกันที่ผลิตภัณฑ์ แต่ปัจจุบันพบว่าผลิตภัณฑ์สามารถลอกเลียนแบบกันได้ง่าย เนื่องจากมีการเผยแพร่ความรู้และวิธีการผลิตทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่หันมาแข่งขันโดยการสร้างความแตกต่างทางด้านบริการและหีบห่อ รวมทั้งการส่งเสริมการจำหน่าย ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กหันมาแข่งขันด้านราคามากยิ่งขึ้น
- สถานะของอุปสงค์(Demand Conditions) พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากทำอาหารรับประทานเองเป็นนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ทำให้ความต้องการในสินค้าและบริการมีเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคมีความรู้และใส่ใจในเรื่องสุขภาพอนามัยมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคพิจารณาถึงความสะอาด ถูกสุขลักษณะเพิ่มขึ้นด้วย รวมทั้งกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพก็มีมากขึ้น
- อุปสรรคในการออกจากธุรกิจ (Exit Barriers) อุปสรรคในการออกจากธุรกิจร้านอาหารต่ำ เนื่องจากไม่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก

3. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (The Bargaining Power of Buyers)

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อสูงมาก เนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกหลายทางในการบริโภคสินค้า ขณะที่ต้นทุนในการเปลี่ยนตราสินค้า (Switching Costs) ต่ำ ก็ยังทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจง่ายขึ้น

4. อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (The Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีจำนวนมาก ดังนั้นอำนาจการต่อรองต่อผู้จำหน่ายจึงสูง โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ และผู้ประกอบการที่มีการจัดการด้านวัตถุดิบที่ดี

5. สินค้าทดแทน (Substitute Products)

สินค้าทดแทนสำหรับอาหารนั้นมีเป็นจำนวนมาก เพราะผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานขนมหรืออาหารว่างอื่นแทนอาหารเพื่อตอบสนองความหิวได้ เมื่อไม่สามารถเลือกบริโภคตามที่ต้องการได้ ผู้บริโภคก็จะเลือกบริโภคตราสินค้าอื่นทดแทน

แม้ว่าธุรกิจร้านอาหารจะอยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมาก และผู้ประกอบการรายใหม่ก็สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย ทำให้ผู้ซื้ออำนาจต่อรองสูง อีกทั้งอาหารเป็นสินค้าที่มีสินค้าทดแทนจำนวนมากๆ ทำให้ร้านอาหารต่างๆ พยายามสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในรูปแบบที่แตกต่างกันไป แต่จากกระแสการใส่ใจในสุขภาพ รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่มากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่จะเข้ามาสู่ธุรกิจร้านอาหารในรูปแบบของร้าน

อาหารเพื่อสุขภาพ ภายใต้การนำเสนออาหารและบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค

ขอบเขตของธุรกิจ

หากพิจารณาจากการแบ่งประเภทการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม “ร้านจานสาระ” จัดเป็นห้องอาหารทั่วไป แต่จะสร้างความแตกต่างด้วยการเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริง

◇ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

คำจำกัดความของร้านอาหารเพื่อสุขภาพในที่นี้ หมายถึง ร้านอาหารที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณค่าครบตามหลักโภชนาการ
- ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ปราศจากสิ่งเจือปน
- การจัดสถานที่ การแต่งกายของบุคลากร และกระบวนการผลิตถูกสุขลักษณะ
- ให้ความสำคัญกับคุณค่าสารอาหารที่ผู้บริโภคจะได้รับ

จากนิยามร้านอาหารเพื่อสุขภาพดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันมีร้านอาหารจำนวนน้อยมากที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเหมาะสมที่จะเป็นร้านอาหารสุขภาพอย่างแท้จริง โดยร้านอาหารสุขภาพที่มีอยู่มักนำเสนอประเภทอาหารชีวจิต และอาหารเจหรือมังสวิรัตซึ่งไม่บริโภคเนื้อสัตว์ อาหารไม่ใส่ผงชูรส หรืออาหารสำหรับควบคุมน้ำหนัก ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจตามกระแสความนิยมของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลานั้นๆ ทำให้ไม่อาจตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ทุกเพศทุกวัย ดังนั้นทางร้านจึงเล็งเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริง ทั้งนี้นอกจากจะมีคุณสมบัติตามที่กล่าวมาแล้ว ยังสร้างความแตกต่างโดยการเน้นที่การบริการที่มีคุณภาพ และการสื่อสารถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ (Customer Benefit) เนื่องจากเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับการเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่สมบูรณ์แบบซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการด้านอาหารเพื่อสุขภาพให้กับครอบครัวที่เอาใจใส่และให้ความสำคัญกับสุขภาพอย่างแท้จริง โดยสามารถสรุปการนำเสนอบริการของร้านจานสาระได้ดังนี้

- เป็นร้านอาหารขนาดประมาณ 150 ที่นั่ง ตั้งอยู่บริเวณซอยพหลโยธิน 7 (อารีย์) ถนนพหลโยธิน ออกแบบตกแต่งให้มีรูปแบบทันสมัย โปร่งสบาย เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 11.00 น. – 14.00 น. และเวลา 17.00 น. – 22.00 น.
- ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณค่าครบตามหลักโภชนาการ รสชาติอร่อย ราคายุติธรรม และสามารถตอบสนองความต้องการของทุกคนในครอบครัว
- ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่ผ่านการคัดสรรอย่างดี ควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต เพื่อไม่ให้มีสารตกค้าง และให้ประโยชน์ต่อร่างกายสูงสุด

- การจัดสถานที่ การแต่งกายของบุคลากร และกระบวนการผลิตถูกสุขลักษณะ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่านอกจากคุณค่าอาหารที่ได้รับแล้ว ทางร้านยังส่งมอบอาหารที่สะอาด และปราศจากสิ่งเจือปน
- ให้บริการที่เป็นเลิศเสมือนหนึ่งคุณแลสมาชิกในครอบครัว เพราะนอกจากอาหารและเครื่องดื่มแล้ว การมีการบริการที่ดีควบคู่ไปด้วย จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อันจะนำมาซึ่งการกลับมาใช้บริการซ้ำ
- ให้ความสำคัญ และสื่อสารถึงคุณค่าสารอาหารให้ลูกค้าได้รับทราบอย่างถูกต้องชัดเจน เพื่อเป็นการตอกย้ำการเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพของทุกคนในครอบครัวอย่างแท้จริง ทั้งยังเป็นการเพิ่มคุณค่าของอาหารและเครื่องดื่มในความรู้สึกลูกค้าด้วย คือ นอกจากลูกค้าจะได้รับประทานอาหารแล้ว ยังทราบถึงสารอาหารหลักที่ได้รับจากการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนั้นๆ นอกจากนี้ยังมีมุมขายผักผลไม้ปลอดสารพิษ มุมสุขภาพ ซึ่งมีการจัดที่นั่งสำหรับอ่านหนังสือ นิตยสาร และเอกสารเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ รวมทั้งมีบริการตอบข้อสงสัยโดยโภชนาการ ซึ่งลูกค้าสามารถฝากคำถามไว้ และมารับคำตอบได้ในวันถัดไป
- ตั้งราคาอาหารและเครื่องดื่มในระดับปานกลาง ซึ่งคาดว่าค่าอาหารรวมเครื่องดื่มเฉลี่ยต่อการรับประทานอาหาร 1 มื้อประมาณ 100 บาท ต่อคนสำหรับมื้อกลางวัน และประมาณ 200 บาท ต่อคนสำหรับมื้อเย็น

สถานะของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

◇ **คู่แข่งในธุรกิจ** การพิจารณาคู่แข่งจะพิจารณาทั้งคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม ดังนี้

➤ **คู่แข่งทางตรง** ได้แก่ ร้านอาหารที่นำเสนอรูปแบบการบริการเหมือนหรือใกล้เคียงกับร้านจานสาระ คือ ให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ร้านอาหารเจ ให้บริการและจำหน่ายอาหารเจทั้งรับประทานที่ร้านและนำกลับบ้าน เมื่อถึงเทศกาลกินเจ จำนวนผู้ประกอบการจะเพิ่มจำนวนสูงขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการอาหารเจที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งรูปแบบการบริการจะมีตั้งแต่ร้านแผงลอย ไปจนถึงภัตตาคารหรูหราในโรงแรมซึ่งให้บริการอาหารเจในช่วงเวลาดังกล่าว
2. ร้านอาหารมังสวิรัต ให้บริการและจำหน่ายอาหารมังสวิรัตทั้งรับประทานที่ร้านและนำกลับบ้าน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นรายเล็กๆ ลักษณะร้านค้าเป็นตึกแถว ไม่หรูหรา หรือตั้งอยู่ในศูนย์อาหารในห้างสรรพสินค้า ขณะเดียวกันร้านอาหารทั่วไปบางร้านก็ให้บริการอาหารมังสวิรัตด้วย

3. ร้านอาหารชีวจิต เป็นร้านอาหารที่เกิดขึ้นตามกระแสการบริโภคตามแนวคิดที่อาศัยธรรมชาติเป็นตัวปรับวิถีการบริโภคเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันด้านทานโรค เน้นการรักษาสุขภาพกาย และสุขภาพจิตด้วยตนเอง นอกจากนี้ให้บริการอาหารชีวจิตทั้งรับประทานที่ร้านและนำกลับบ้านแล้ว ส่วนใหญ่จะมีสินค้าชีวจิตจำหน่ายด้วย ทั้งวัตถุดิบในการปรุงอาหารและผลิตภัณฑ์อื่น เช่น ขนมทานเล่น อาหารว่าง เป็นต้น ประกอบกับวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารและผลิตภัณฑ์ชีวจิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่หาง่ายในท้องถิ่นหรือเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐในการผลิตเพื่อจำหน่าย จึงทำให้กระแสการบริโภคอาหารชีวจิตได้รับความนิยมอย่างมาก ร้านอาหารชีวจิตที่มีชื่อเสียง ได้แก่ เลมอนฟาร์ม และสุวรรณชาติ (เลมอนฟาร์มเดิม)
4. ร้านอาหารเพื่อสุขภาพสมัยใหม่ เกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ หลังจากกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมีบทบาทเพิ่มขึ้นในสังคมไทย ทำให้วิถีการบริโภคอาหารของคนไทย โดยเฉพาะในเมืองเปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการซึ่งเล็งเห็นแนวโน้มที่สดใสของตลาดส่วนนี้จึงเริ่มเปิดตัวบริการใหม่ๆ ขึ้น ได้แก่ ร้าน KONYAKKY ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีบุกเป็นส่วนประกอบ และ NC Food จำหน่ายอาหารแช่แข็งพร้อมบริการส่งถึงที่ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพลักษณะนี้ส่วนใหญ่ตอบสนองผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น หรือกลุ่มที่ชอบลองของใหม่ รวมทั้งผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก

1 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งทางตรง

ลักษณะด้านต่างๆ	ร้านอาหารเจ	ร้านอาหารมังสวิรัต	ร้านอาหารชีวจิต	ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแนวใหม่	
				KONYAKKY HOUSE	NC Food
รูปแบบการบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการอาหารเจทั้งรับประทานที่ร้านและนำกลับบ้าน - ไม่เน้นการบริการ - บางร้านมีวัตถุดิบในการปรุงอาหารเจจำหน่ายด้วย 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการอาหารมังสวิรัตทั้งรับประทานที่ร้านและนำกลับบ้าน - ไม่เน้นการบริการ - บางร้านมีวัตถุดิบในการปรุงอาหารมังสวิรัตจำหน่ายด้วย 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการอาหารชีวจิตทั้งรับประทานที่ร้านและนำกลับบ้าน - มีวัตถุดิบในการปรุงอาหารชีวจิตจำหน่าย - บางร้านมีแปลงผักให้บริการด้วย - เน้นการบริการมากกว่าร้านอาหารเจและมังสวิรัต 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพที่มีบุคเป็นส่วนประกอบสำคัญ - มีสินค้า KONYAKKY ทุกชนิดวางจำหน่ายในราคาพิเศษ - รูปแบบการบริการเหมือน Fast Food ทั่วไป - ทุกเมนูจะมีการแจ้งพลังงานให้ผู้บริโภคทราบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพแช่แข็ง พร้อมทั้งให้ข้อมูลด้านโภชนาการ
ช่องทางการจัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> - มีตั้งแต่ร้านค้าขนาดเล็กไปจนถึงร้านอาหารหรือภัตตาคารทั่วไป - จำนวนผู้ประกอบการจะเพิ่มจำนวนขึ้นมากในช่วงเทศกาลกินเจ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีตั้งแต่ร้านค้าขนาดเล็กศูนย์อาหารในห้างสรรพสินค้าและอาจมีจำหน่ายในร้านอาหารหรือภัตตาคารทั่วไป 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นร้านค้าขนาดกลางขึ้นไปจำหน่ายทั้งอาหารและวัตถุดิบในการปรุงอาหารชีวจิต 	<ul style="list-style-type: none"> - ปัจจุบันมีเพียง 1 สาขาที่สยามเซ็นเตอร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป และมีบริการส่งถึงที่

ลักษณะด้านต่างๆ	ร้านอาหารเจ	ร้านอาหารมังสวิรัต	ร้านอาหารชีวจิต	ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแนวใหม่	
				KONYAKKY HOUSE	NC Food
ราคา	- ราคาอาหารค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไปเนื่องจากอาหารเจ ส่วนใหญ่มักจะขายในช่วงเทศกาลกินเจ	- บางร้านราคาอาหารค่อนข้างถูก แต่บางร้านตั้งราคาสูง ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับลักษณะร้านและการบริการ	- ราคาอาหารค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไป	- ราคาใกล้เคียงกับร้านอาหาร Fast food ทั่วไป	- ราคาใกล้เคียงกับร้านอาหาร Fast food ทั่วไป
ลูกค้า	- ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่รับประทานช่วงเทศกาลกินเจ	- ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ	- ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ	- เน้นกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานสมัยใหม่ และผู้ต้องการควบคุมน้ำหนัก	- ผู้ต้องการควบคุมน้ำหนักและไม่ค่อยมีเวลา
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	- ส่วนใหญ่จะโฆษณาช่วงเทศกาลกินเจ	- น้อยมาก - อาจเปลี่ยนเป็นอาหารเจเมื่อถึงเทศกาลกินเจเพราะได้กระแสการกินเจเป็นตัวช่วยในการส่งเสริมการขาย	- ปานกลาง ส่วนใหญ่ลงโฆษณาในนิตยสารเพื่อสุขภาพ	- ใช้สื่อโฆษณาหลายรูปแบบ เช่น แผ่นพับวารสารคนหุ่นดี (วารสารสำหรับสมาชิก KONYAKKY)	- ใช้สื่อโฆษณาหลายรูปแบบทั้งนิตยสารหนังสือพิมพ์โทรทัศน์วิทยุโปสเตอร์ขนาดใหญ่ แผ่นพับ เป็นต้น

➤ **คู่แข่งทางอ้อม** หมายถึง ร้านอาหารทุกประเภทที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับร้านจาน สาระ โดยจะพิจารณาร้านอาหารบริเวณซอยอารีย์ ถนนพหลโยธิน ซึ่งมีร้านอาหารหลากหลายรูปแบบตั้งแต่แผงลอย ร้านอาหารห้องแถว จนถึงภัตตาคารมีชื่อเสียง รวมทั้งร้านอาหารในอาคารสำนักงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านอาหาร ประเภท Fast Food และร้านอาหารบริเวณข้างอาคารสำนักงาน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเต็นท์ขายอาหาร จะเห็นได้ว่าคู่แข่งทางอ้อมมีตั้งแต่ร้านอาหารแผงลอยจนถึงร้านอาหารหรูหรา เน้นการบริการ

✧ **แนวโน้มคู่แข่งรายใหม่** เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาทันที ถ้าเห็นว่าในขณะนั้นธุรกิจอยู่ในภาวะที่สามารถทำกำไรได้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคู่แข่งจะสามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย แต่เนื่องจากอุปสรรคในการออกจากธุรกิจนี้ก็สามารถทำได้ง่ายเช่นกัน เพราะเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนมากนักดังนั้น เมื่อเกิดเหตุการณ์ใดในอันที่จะทำให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ คู่แข่งเหล่านั้นก็จะออกจากธุรกิจไป

✧ **สินค้าทดแทน** ได้แก่ เบเกอรี่ อาหารว่างและอาหารแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ ผลไม้รถเข็น และอาหารพร้อมปรุงในซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากสินค้าเหล่านี้สามารถตอบสนองความหิวได้เช่นเดียวกับอาหารเพื่อสุขภาพ

✧ **ผู้จัดทำจำหน่ายวัตถุดิบ และแรงงาน**

➤ **วัตถุดิบ** ได้แก่ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ เครื่องปรุงรส และอื่นๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหาร ซึ่งแม้ว่าจะมีผู้จัดจำหน่ายจำนวนมากในตลาด แต่ทางร้านให้ความสำคัญในการคัดสรรวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการปรุงอาหาร ซึ่งจะต้องจัดหาจากผู้จัดจำหน่ายที่มีความเชื่อถือได้ในคุณภาพและความสะอาดของวัตถุดิบนั้น สำหรับผักสดและผลไม้ทางร้านจะพิจารณาจัดซื้อจากร้านที่เป็นสมาชิกของโครงการนำร่องการผลิตผักผลไม้สดอนามัย กรมวิชาการเกษตร และร้านธรรมชาติ ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของมูลนิธิโครงการหลวงฯ (รายชื่อผู้จัดจำหน่าย และตัวอย่างใบเสนอราคาผักสดและผลไม้แสดงตามภาคผนวก จ) ส่วนเนื้อสัตว์จะพิจารณาจัดซื้อจากผู้จัดจำหน่ายที่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดของกรมปศุสัตว์ เช่น บริษัท วิฟูด โภคภัณฑ์ จำกัด นอกจากนี้สำหรับเครื่องปรุงอาหารต่างๆ จะใช้เฉพาะสินค้าที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(มอก.) และได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำหรับน้ำมันพืชจะใช้เฉพาะน้ำมันถั่วเหลืองเท่านั้น

➤ **แรงงาน** ได้แก่ พนักงานปรุงอาหาร พนักงานบริการ และพนักงานเก็บเงิน โดยในช่วงแรกจำเป็นต้องมีการทำความเข้าใจในแก่พนักงานทุกคน ทั้งในเรื่องรูปแบบการบริการและนโยบายของร้าน เพื่อให้การปฏิบัติเป็นไปในแนวทางเดียวกัน สำหรับพนักงานปรุงอาหารนั้น จำเป็นต้องเลือก

บุคคลที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการปรุงอาหาร ส่วนพนักงานบริการและพนักงานเก็บเงิน จะเลือกวัยรุ่นที่มีความคล่องตัว หน้าตาสะอาด มีจิตใจในการให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส และลักษณะที่แสดงออกถึงการมีสุขภาพที่ดี โดยการจัดจ้างแบบเต็มเวลา

✧ **ลักษณะผู้บริโภค** เน้นครอบครัวที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ (Health – Conscious) มีการเลือกรับประทานอาหารเฉพาะที่เป็นประโยชน์และตรงกับความต้องการของร่างกาย หลีกเลี่ยงอาหารที่เป็นโทษ หรืออาหารที่ทำจากวัตถุเคมีที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคลักษณะดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นตามกระแสการหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพ จากงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2540) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อคนกรุงเทพฯ ในการเลือกร้านอาหาร คือ ร้อยละ 29.3 เลือกที่ความอร่อย ร้อยละ 25.1 เลือกที่ความสะอาด ร้อยละ 24.2 เลือกที่ความสะดวกและอีกร้อยละ 21.4 ได้แก่ ปัจจัยในเรื่องบริการดี คำแนะนำจากเพื่อนและสื่อมวลชน และชื่อเสียงของร้าน

✧ **การเลือกสถานที่** เนื่องจากปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจนี้ คือ **สถานที่ตั้งของร้าน** ดังนั้นทางร้านจึงสำรวจแหล่งชุมชนที่มีอาคารสำนักงาน และเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย เพราะทางร้านเน้นลูกค้ากลุ่มครอบครัวที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไป ซึ่งพบว่าบริเวณที่น่าสนใจ ได้แก่ ถนนพหลโยธิน ดังนั้นร้านจางสาระ จึงคาดว่าจะตั้งอยู่ชั้นล่างของอาคารชุด “บ้านยสวดี” มีพื้นที่ 500 ตารางเมตร อาคารชุดดังกล่าวตั้งอยู่ เลขที่ 34 ซอยพหลโยธิน 7 (อารีย์) ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ (แผนที่ที่ตั้งร้านตามภาคผนวก ก) เป็นอาคารชุดที่สร้างเสร็จสมบูรณ์แล้ว สามารถเข้าดำเนินการตกแต่งภายในได้ทันที สาเหตุที่เลือกตั้งบริเวณดังกล่าวเนื่องจาก

1. ตั้งอยู่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District : CBD) ซึ่งมีความหนาแน่นของประชากรประมาณ 9,000 คนต่อตารางกิโลเมตร ซึ่งจัดว่ามีความหนาแน่นค่อนข้างมากนอกจากนี้บริเวณใกล้เคียงยังเป็นที่ตั้งของอาคารสำนักงานขนาดใหญ่จำนวนมาก ได้แก่
 - ⇒ ในรัศมี 500-1,000 เมตร เช่น อาคารชินวัตร 1 อาคารชินวัตร 2 อาคารพหลโยธินเพลส อาคาร IBM ธนาคารกสิกรไทย สำนักพหลโยธิน โรงพยาบาลพญาไท และอาคารเอ็กซิม
 - ⇒ ในรัศมี 2,000-5,000 เมตร เช่น ธนาคารทหารไทยสำนักงานใหญ่ เครือซีเมนต์ไทย อาคารทิปโก้
2. อาคารชุด “บ้านยสวดี” มีที่จอดรถบริการ ซึ่งทางร้านจะไม่คิดค่าบริการที่จอดรถแก่ลูกค้า
3. การเดินทางสะดวก อยู่ห่างจากปากซอยอารีย์เพียง 150 เมตร และใช้เวลาเพียง 2 นาทีจากสถานีรถไฟฟ้า อีกทั้งเป็นเส้นทางลัด จึงทำให้มีผู้คนสัญจรจำนวนมาก เป็นโอกาสสำหรับร้านในการประชาสัมพันธ์ตนเอง

4. บริเวณใกล้เคียงเป็นแหล่งรวมร้านอาหารจำนวนมาก จึงมีส่วนช่วยในการดึงดูดลูกค้าเข้ามาในพื้นที่ และสามารถเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างระหว่างร้านงานสาระ กับร้านอื่นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

การวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค จุดแข็ง และจุดอ่อนของธุรกิจ (SWOT Analysis)

◇ โอกาส

1. อาหารถือเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยในแต่ละวันจะมีการบริโภคอาหารมื้อหลัก 3 มื้อ ซึ่งความต้องการบริโภคอาหารนี้ไม่อาจหมดไป หรือลดลงได้ เพราะถึงอย่างไรผู้บริโภคก็จำเป็นต้องรับประทานอาหารเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ต่อไป ดังนั้นธุรกิจร้านอาหารจึงมีโอกาสนในการทำธุรกิจ เพื่อรองรับความจำเป็นดังกล่าว
2. ค่านิยมของผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวเป็นพิษมากขึ้น ก่อให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆ มากมาย ผู้บริโภคจึงพยายามหาความรู้และแนวปฏิบัติที่ถูกต้องทางด้านโภชนาการ อันจะนำมาซึ่งภาวะโภชนาการ และสุขภาพที่ดี
3. หน่วยงานของรัฐกระตุ้นให้ผู้บริโภคคำนึงถึงการมีสุขภาพที่แข็งแรงมากขึ้น โดยการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่สนับสนุนให้เห็นความสำคัญของการมีสุขภาพที่ดี
4. รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากเวลากลายเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิต ทำให้พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านมีแนวโน้มสูงขึ้น
5. ร้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริงในปัจจุบันยังมีน้อยกว่าความต้องการ

◇ อุปสรรค

1. สินค้าทดแทนมีจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีการสร้างความแตกต่างของร้านให้เด่นชัด รวมทั้งสื่อให้เห็นถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับอย่างจริงจัง
2. แม้ว่าคู่แข่งทางตรงจะมีจำนวนไม่มากนัก แต่คู่แข่งทางอ้อมมีจำนวนมาก อีกทั้งคู่แข่งใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย
3. ผู้บริโภคบางส่วนรู้สึกว่าการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมีรสชาติไม่อร่อย
4. อัตราการหมุนเวียนของลูกค้าสำหรับธุรกิจร้านอาหารค่อนข้างต่ำในบางช่วงเวลา
5. เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการ ซึ่งการให้บริการและการรับบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน และมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในทันที ทำให้เป็นการยากในการควบคุมคุณภาพบริการ

✧ จุดแข็ง

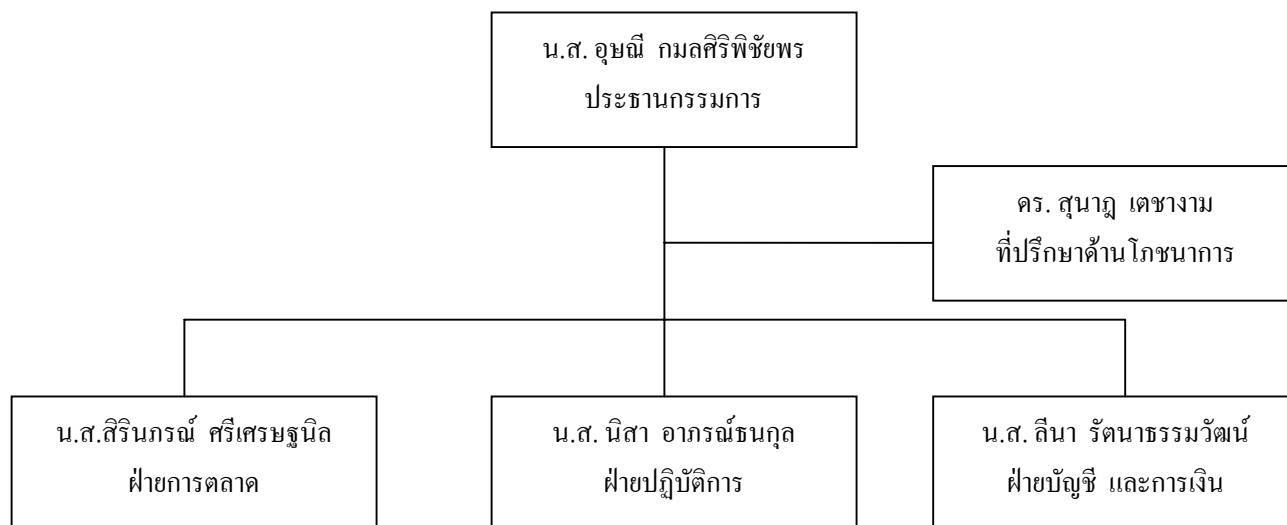
1. เนื่องจากเล็งเห็นถึงความต้องการของลูกค้าที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ ทางร้านจึงพัฒนาและปรับปรุงรายการอาหาร โดยยึดลูกค้าเป็นจุดยืน นำเสนอในสิ่งที่จะก่อให้เกิดประโยชน์และตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเชื่อว่าหากลูกค้ามีความพึงพอใจแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความสามารถในการทำกำไรในระยะยาวต่อไป
2. การเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริง โดยให้ความสำคัญในทุกขั้นตอนของกระบวนการ ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ การปรุงอาหาร ตลอดจนการบริการภายในร้าน หากสามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างนี้แล้ว ก็จะนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า และนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ
3. ร้านตั้งอยู่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District : CBD) ซึ่งมีประชากรอยู่อาศัยหนาแน่น และมีอาคารสำนักงานจำนวนมาก

✧ จุดอ่อน

1. เนื่องจากเป็นร้านใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า อาจทำให้ลูกค้าเข้าใจว่าเหมือนร้านอาหารเพื่อสุขภาพอื่นทั่วไป จึงจำเป็นต้องสื่อสารให้ลูกค้าทราบถึงความแตกต่างดังกล่าวอย่างชัดเจน

กลยุทธ์องค์กร

✧ โครงสร้างของกลุ่มผู้บริหาร



หน้าที่และความรับผิดชอบ

➤ ประธานกรรมการ

- กำหนดกลยุทธ์และนโยบายโดยรวมในการบริหาร รวมทั้งประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

➤ ที่ปรึกษาด้านโภชนาการ

- ให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายการอาหาร การจัดเตรียมวัตถุดิบ และกระบวนการปรุงอาหารที่ถูกต้อง และถูกต้องตามหลักโภชนาการ

- ตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาดให้ถูกต้องและเหมาะสม

- ตอบปัญหาที่ลูกค้าฝากไว้กับทางร้าน

➤ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

- วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด รวมถึงแนวทางการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ได้แก่

1. การกำหนดตลาดเป้าหมาย
2. การแสวงหาโอกาสทางการตลาด
3. การวางแผนการตลาด
4. การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด
5. การสื่อสารการตลาด

6. การติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง

➤ ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ

- วางแผนกลยุทธ์ด้านการจัดหา ผลิต รวมถึงการส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้า ดังนี้
 1. การคัดสรรผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเข้าสู่กระบวนการผลิต รวมถึงการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ
 2. ควบคุมให้การใช้วัตถุดิบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
 3. ควบคุมและตรวจสอบกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน รวมทั้งการหาแนวทางแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
 4. การจัดการด้านบุคลากร ได้แก่ การสรรหา คัดเลือก การประเมินผลการปฏิบัติงาน การพิจารณาค่าตอบแทน และการฝึกอบรม

➤ ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน

- วางแผนกลยุทธ์ด้านการเงิน ดังนี้
 1. จัดทำแผนงาน และประมาณการทางการเงิน
 2. วิเคราะห์ และควบคุมอัตราส่วนทางการเงินให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้
 3. วิเคราะห์ และควบคุมต้นทุนสินค้า
 4. วิเคราะห์ และควบคุมต้นทุนทางการเงิน

หมายเหตุ ผู้บริหารทั้ง 4 คน จะต้องอยู่ประจำร้านทุกวัน อย่างน้อยวันละ 2 คน โดยอยู่ประจำในครัว 1 คน และบริเวณให้บริการ 1 คน เพื่อดูแลทั้งด้านกระบวนการปรุงอาหารและการปฏิบัติงานอื่นๆ ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ รวมทั้งแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นภายในร้าน

✧ แนวทางการจัดการธุรกิจ

➤ การกำหนดกลยุทธ์

- กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy) ร้านงานสาระ มุ่งทำธุรกิจเพียงธุรกิจเดียว คือ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งให้บริการทั้งอาหาร และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ รวมทั้งผักผลไม้ปลอดสารพิษ เนื่องจากการทำร้านอาหารเพื่อสุขภาพจำเป็นต้องมีความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการอย่างแท้จริง เพราะเกี่ยวข้องโดยตรงกับสุขภาพของลูกค้า หากร้านสามารถนำเสนอรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าภายใต้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านอย่างแท้จริง ก็จะเป็นการสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าก็นำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบทางหนึ่ง
- กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) ร้านงานสาระ เน้นการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) จากร้านอาหารเพื่อสุขภาพทั่วไปโดยการเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริงตามรูปแบบที่กำหนดไว้ ซึ่งนอกจากให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพแล้ว ยังมีการให้ข้อมูลสารอาหารและข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมให้เกิดการบริโภคอาหารอย่างถูกหลักโภชนาการ
- กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy) เพื่อให้ร้านงานสาระ สามารถบรรลุกลยุทธ์ระดับองค์กรและระดับธุรกิจได้ จึงเลือกใช้กลยุทธ์คุณภาพที่เหนือกว่า (superior Quality) โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารและบริการ ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบ การทำความสะอาด การปรุงอาหาร และการบริการนอกจากนี้ยังเน้นการตอบสนองต่อลูกค้า (Superior Customer Responsiveness) โดยการบริการอาหารเพื่อสุขภาพหลากหลายรายการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละประเภท ซึ่งจะพยายามสร้างให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

แผนการตลาด

✧ การวิจัยตลาด

จากที่กล่าวไว้ในวัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้าน และกระแสการหันมาใส่ใจในสุขภาพมากขึ้นนั้น รูปแบบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ “งานสาระ” จึงถือเป็นการเข้าสู่โอกาสที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคทางหนึ่ง ดังนั้นเพื่อให้สามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง จำเป็นต้องมีการทำวิจัยตลาดเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม การรับรู้ และการยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะนำไปใช้ในการวางแผนการตลาดและทราบถึงความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของกลุ่มเป้าหมาย
2. ศึกษาการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของกลุ่มเป้าหมายสำหรับร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด
3. ศึกษาการยอมรับของกลุ่มเป้าหมายต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจ และนำไปใช้ในการประมาณการรายได้

ขอบเขตการศึกษา

➤ ช่วงเวลาที่ศึกษา พื้นที่ และประชากรเป้าหมาย

1. ระยะเวลาในการทำการศึกษาวิจัย
 - ระยะเวลาที่ทำงานวิจัย ตั้งแต่วันที่ 1 ถึง 31 ตุลาคม 2544
 - ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 15 ถึง 26 ตุลาคม 2544
2. พื้นที่ทำการศึกษาวิจัย และประชากรเป้าหมาย ได้แก่ ประชากรที่อยู่อาศัย และ ทำงานในพื้นที่รัศมี 5 กิโลเมตรจากซอยอารีย์ ถนนพหลโยธิน

วิธีการวิจัย

➤ การหาข้อมูล งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงหาข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

➤ **การเก็บข้อมูล** เครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (ภาคผนวก ข) โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารนอกบ้าน รูปแบบคำถามเป็นแบบมีทางเลือกคงที่ แบบ Rank – order scale และแบบ Likert scale 5 ระดับ จำนวนทั้งสิ้น 13 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้และพฤติกรรมกรบริโภคอาหารในร้านอาหารเพื่อสุขภาพ รูปแบบคำถามเป็นแบบมีทางเลือกคงที่ แบบ Rank – order scale และแบบ Likert scale 5 ระดับ จำนวนทั้งสิ้น 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับในร้านอาหารตามรูปแบบที่นำเสนอ รูปแบบคำถามเป็นแบบมีทางเลือกคงที่ และแบบ Likert scale 5 ระดับ จำนวนทั้งสิ้น 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้กรอกแบบสอบถาม รูปแบบคำถามเป็นแบบมีทางเลือกคงที่ และคำถามปลายเปิด จำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ

ก่อนทำการเก็บข้อมูลจริงได้ทำการทดสอบ (Pre – test) กับบุคคลทั่วไปจำนวน 15 คน เพื่อทดสอบความเข้าใจในแบบสอบถาม และทราบถึงข้อบกพร่องของแบบสอบถาม แล้วนำไปปรับเปลี่ยนแบบสอบถามให้เหมาะสม

➤ **ตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง** กลุ่มประชากรในการวิจัยนี้ คือ กลุ่มประชากรที่อยู่อาศัยและทำงานในพื้นที่รัศมี 5 กิโลเมตรจากชอยอารีย์ ถนนพหลโยธิน ซึ่งจะทำการเก็บตัวอย่างโดยวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) แบบใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งจากข้อมูลจำนวนประชากร พื้นที่ และความหนาแน่น พ.ศ. 2543 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรีพบว่าในเขตพญาไท และเขตติดต่อดังกล่าวได้แก่ เขตดินแดน เขตจตุจักร เขตคูสิต เขตบางซื่อ และเขตราษฎร์เทพราชเทวี มีพื้นที่รวม 80.193 ตารางกิโลเมตร มีประชากรจำนวน 839,271 คน คิดเป็นความหนาแน่นของประชากรเท่ากับ 10,465.64 คนต่อตารางกิโลเมตร ซึ่งขอบเขตพื้นที่ของการวิจัยครั้งนี้จะพิจารณาในรัศมี 5 กิโลเมตรจากชอยอารีย์ ถนนพหลโยธิน คิดเป็น 78.57 ตารางกิโลเมตร จึงคำนวณจำนวนประชากรในเขตพื้นที่ดังกล่าวได้เท่ากับ 822,285 คน และสามารถคำนวณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยครั้งนี้โดยใช้สูตร

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

โดยที่ n = ขนาดของตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากตัวอย่างเท่าที่จะยอมรับได้ ซึ่ง ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% กำหนดให้ค่า

$$e = 0.05$$

$$n = 822,285 / [1 + (822,285 \times 0.05^2)]$$

$$n = 400$$

ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

➤ การประมวลข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วจะทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ลงรหัส บันทึกข้อมูล และประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS

สรุปผลการวิจัย

- ปัจจัยที่มีความสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกทำอาหารรับประทานเอง 3 ปัจจัยแรก คือ รสชาติอาหารนอกบ้านไม่ถูกปาก ไม่มั่นใจในความสะดวกของร้านอาหาร และที่บ้านมีคนทำอาหารให้รับประทาน ตามลำดับ
- ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาเลือกร้านอาหาร 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ รสชาติอาหาร ความสะดวก และชื่อเสียงของร้านอาหาร ตามลำดับ
- ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อร้านอาหารที่ใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน 5 ปัจจัยแรก ได้แก่ รสชาติอาหาร ความสะดวก ราคาอาหาร สถานที่ตั้งร้าน และคุณค่าทางโภชนาการ และปัจจัยที่ผู้บริโภคพึงพอใจน้อยที่สุดได้แก่ ความสะดวกในการจอดรถ
- การรับรู้ของผู้บริโภคต่อร้านอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้ที่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและผู้ที่ไม่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจะแตกต่างกันในแต่ละด้านดังนี้
 - คุณค่าทางโภชนาการที่ได้รับ
 - การใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน
 - การไม่ใช้สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย

โดยผู้ที่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจะรับรู้ถึงคุณประโยชน์ดังกล่าวมากกว่าผู้ที่ไม่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

- ปัจจัยที่มีความสำคัญที่ส่งผลให้ผู้บริโภครับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง อยากรทดลอง และต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ ตามลำดับ
- ปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับลักษณะร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี ในความเห็นของผู้บริโภค 5 ปัจจัยแรก ได้แก่ เน้นความสะอาดในกระบวนการปรุงอาหาร ไม่ใส่สารปรุงแต่งอาหารที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย ใช้ผักผลไม้ปลอดสารพิษในการประกอบอาหาร การบริการอบอุ่นเป็นกันเอง และตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เมื่อพิจารณาเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายสำหรับมือกลางวัน ได้แก่ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 21 – 60 ปี และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท และกลุ่มเป้าหมายสำหรับมือเย็น ได้แก่ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท พบว่า

- ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายรับประทานอาหารกลางวันนอกบ้านเฉลี่ย 5.5 วันต่อสัปดาห์ และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัว สำหรับอาหารมือกลางวัน เท่ากับ 70 บาท
- ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านเฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์ และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัว สำหรับอาหารมือเย็น เท่ากับ 148 บาท

ข้อจำกัดในการวิจัย

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการซึ่งทำให้ผลการวิจัยที่ได้คลาดเคลื่อน ข้อจำกัดดังกล่าว คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลซึ่งมีเพียงสองสัปดาห์ ทำให้ตัวอย่างที่เก็บไม่มีความหลากหลายมากนัก

✧ แผนการตลาด

	ผลิตภัณฑ์เดิม	ผลิตภัณฑ์ใหม่
ตลาดเดิม	การเจาะตลาด (Market Penetration)	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)
ตลาดใหม่	การพัฒนาตลาด (Market Development)	การแพร่กระจายผลิตภัณฑ์ (Product Proliferation)

หากประเมินการขยายตัวของตลาดและผลิตภัณฑ์โดยใช้ Strategic for Diversification ของ Ansoff จะเห็นได้ว่า ร้านอาหารเพื่อสุขภาพเต็มรูปแบบ “งานสาระ” เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีตลาดปัจจุบัน ซึ่งควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เน้นการสร้างแตกต่างจากร้านอาหารเพื่อสุขภาพทั่วไป โดยการให้ข้อมูลสารอาหารและข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมให้เกิดการบริโภคอาหารอย่างถูกหลักโภชนาการ

- การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และ
การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (STP – Segmentation, Targeting, and Positioning)

การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

- ◆ การแบ่งส่วนตลาดทางภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) แบ่งเป็น
 - ประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
 - ประชากรที่อาศัยในต่างจังหวัด
- ◆ การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) ใช้รายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่ม เนื่องจากรายได้น่าจะเป็นตัวแปรสำคัญของพฤติกรรมทางเลือกประเภท ลักษณะ และสถานที่จำหน่ายอาหารของคนกรุงเทพฯ โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ดังนี้
 - ประชากรที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000.00 บาท
 - ประชากรที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000.00 ถึง 50,000.00 บาท
 - ประชากรที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 50,000.00 บาท
- ◆ การแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) ใช้รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ดังนี้
 - กลุ่มที่รับประทานอาหารนอกบ้าน ไม่ว่าจะเป็นการซื้อมารับประทานที่บ้าน หรือ รับประทานที่ร้าน
 - กลุ่มที่ทำอาหารรับประทานอาหารเอง ไม่ว่าจะรับประทานที่บ้าน หรือนำไปรับประทานนอกบ้าน
- ◆ การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม และการแสวงผลประโยชน์ (Behavioral and Benefit Segmentation) ใช้พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ดังนี้
 - กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ (Health – Conscious)
 - กลุ่มที่ไม่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ (Non – Health – Conscious)

การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting)

จากการแบ่งส่วนตลาดสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

แผนภาพที่ 1 แสดงการแบ่งส่วนตลาดสำหรับร้านจานสาระ

ลักษณะทาง ภูมิศาสตร์	รายได้ต่อเดือน (พันบาท)	รับประทานอาหารนอกบ้าน		ทำอาหารรับประทานเอง	
		Health – Conscious	Non – Health – Conscious	Health – Conscious	Non – Health – Conscious
กรุงเทพฯ	สูงกว่า 50	ร้านจานสาระ			
	10-50				
	ต่ำกว่า 50				
ต่างจังหวัด	สูงกว่า 50				
	10 – 50				
	ต่ำกว่า 50				

ร้านจานสาระจะเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชากรซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ โดยมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000.00 บาท ขึ้นไป เน้นกลุ่มที่รับประทานอาหารนอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ และเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ (Health – Conscious)

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

ร้านจานสาระเลือกวางตนเองในรูปแบบร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งจะเน้นให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณค่าครบตามหลักโภชนาการ ตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคล ภายใต้การดูแลของโภชนาการที่มีประสบการณ์โดยตรงในด้านอาหาร และให้ความสำคัญในด้านการคัดสรรวัตถุดิบ กระบวนการในการปรุงอาหาร รสชาติ รวมทั้งการให้บริการที่เป็นเลิศ นอกจากนี้ทางร้านได้จัดประเภทรายการอาหารตามความเหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และระบุพลังงานที่จะได้รับจากอาหารแต่ละรายการ อีกทั้งมีการสื่อสารความรู้ด้านโภชนาการให้ผู้บริโภครับทราบ โดยแทรกเกร็ดความรู้ลงในสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ใช้ในร้าน เช่น กระจาดรองจาน กระจาดรองแก้ว เป็นต้น และสร้างความมั่นใจว่าผู้บริโภคจะได้รับอาหารที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ และมีคุณค่าทางโภชนาการอย่างแท้จริงภายใต้บรรยากาศที่เป็นกันเอง ร้านจานสาระจะดำเนินงานตามที่กำหนดไว้เพื่อสร้างความแตกต่างอย่างเด่นชัดจากร้านอาหารเพื่อสุขภาพอื่น

➤ กลยุทธ์ทางการตลาด

จากการประเมินตลาดและผลิตภัณฑ์ดังกล่าว พบว่า ร้านอาหารเพื่อสุขภาพเต็มรูปแบบ “งานสาระ” เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีตลาดปัจจุบัน ดังนั้นนโยบายด้านกลยุทธ์จึงจะเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง (Product Differentiation) โดยสร้างความเหนือกว่าในการสร้างผลประโยชน์ให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นแนวทางเดียวกับกลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการที่เน้นให้เห็นถึงความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ (Superior Quality) และ ความเป็นเลิศทางการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Superior Customer Responsiveness)

➤ เป้าหมายทางการตลาด

◆ เป้าหมาย 5 ปี

1. ร้านอาหารมีชื่อเป็นหนึ่งในใจ (Top of mind) ของลูกค้า เมื่อนึกถึงร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่แท้จริง ซึ่งไว้ใจได้ทั้งในด้านคุณค่าสารอาหาร กระบวนการการผลิต และการบริการ
2. รายได้ 20 ล้านบาทสำหรับปีที่ 1 และมีอัตราการเติบโตของรายได้เท่ากับ 8% ตั้งแต่ปีที่ 2 ถึงปีที่ 5
3. อัตรากำไรสุทธิ 20% ของรายได้แต่ละปี

◆ เป้าหมาย 1 ปี

1. ทำให้อาหารเป็นที่รู้จักในด้านความแปลกใหม่ และโดดเด่นในแง่ของความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ (Superior Quality) และความเป็นเลิศทางการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Superior Customer Responsiveness)
2. ก่อให้เกิดการตลาดโดยใช้บริการ

➤ การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด

◆ ผลิตภัณฑ์ (Product)

- ผลิตภัณฑ์ (Product)

รายการอาหารของร้านจานสาระ จัดเป็นสินค้าที่มีการเพิ่มค่า (Potential Product) คือ ไม่เพียงแต่เป็นมื้ออาหารที่รับประทานเพื่อให้อิ่มท้องเท่านั้น แต่ยังเป็นมื้ออาหารที่มีส่วนผสมที่เหมาะสมกับความต้องการตามหลักโภชนาการสื่อสารให้เห็นถึงคุณค่าสารอาหารที่ร่างกายได้รับจากอาหารแต่ละมื้อรวมถึงประโยชน์และโทษของอาหารที่เกิดจากการบริโภคในปริมาณมากหรือน้อยเกินไปอีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงอันตรายที่เกิดจากกระบวนการผลิตที่ไม่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ เช่น การใช้น้ำมันในการประกอบอาหารที่มากกว่า 1 ครั้ง

หมวดหมู่รายการอาหาร มีดังนี้

1. อาหารชุดจานสาระ (อาหารชุดครบ 5 หมู่)
2. จานเดียว เกี่ยวกับความอร่อย (อาหารจานเดียว)
3. ของว่าง จานอร่อย
4. อาหารอนาคตเด็กไทย (อาหารสำหรับเด็ก)
5. หวานน้อย อร่อยมาก (อาหารแนะนำสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน)
6. เค็มน้อย อร่อยจัด (อาหารแนะนำสำหรับผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง)
7. แคลเซียมมาก ไม่พรากความอร่อย (อาหารแนะนำสำหรับผู้ป่วยโรคกระดูกพรุน หรือ วัยทอง)
8. ไขมันน้อย อร่อยไม่เลี่ยน (อาหารแนะนำสำหรับผู้ควบคุมน้ำหนักและโรคไขมันในเลือดสูง)
9. ไฟเบอร์เยอะ เจาะความอร่อย (อาหารแนะนำสำหรับผู้ควบคุมน้ำหนัก และผู้ป่วยที่เป็นโรคเกี่ยวกับลำไส้ใหญ่)
10. มังสวิวัติ มัดความอร่อย (อาหารมังสวิวัติ)
11. อาหารจานสาระ (อาหารทั่วไป)
12. ขนมห้วนน้อย เรียงร้อยความอร่อย (ของหวาน ผลไม้)
13. ชื่นใจ ไม่อึดลม (เครื่องดื่ม)

(รูปแบบรายการอาหาร ตัวอย่างรายการอาหาร และตัวอย่างตารางแสดงสารอาหารที่ได้รับจากอาหารแต่ละจานตามภาคผนวก ก)

- บุคลากร (People)

บุคลากรทุกคนจะรับทราบหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองจากรายละเอียดงาน (Job Description) รูปแบบการแต่งกายเป็นไปตามที่ทางร้านกำหนดไว้ (ดูตัวอย่างเครื่องแต่งกายของพนักงานตามภาคผนวก ก) ซึ่งพนักงานจะต้องรักษาความสะอาดของเครื่องแต่งกาย ทำสะอาดร่างกายอย่างถูกสุขลักษณะ และจะต้องมีความคล่องแคล่วในการให้บริการ การปฏิบัติงานในทุกขั้นตอนจะมีมาตรฐานกำหนดไว้ โดยพนักงานจะต้องศึกษาจากคู่มือของงานที่ตนเองมีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ขั้นตอนการให้บริการลูกค้า จะมีการเรียงตามลำดับขั้นตอนอย่างชัดเจนตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้าร้านจนกระทั่งชำระเงินและออกจากร้าน

- กระบวนการ (Process)

ให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกพนักงาน ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ วัตถุดิบ การประกอบอาหาร การทำความสะอาด และการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นถึงความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ (Superior Quality) และความเป็นเลิศทางด้านตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Superior Customer Responsiveness)

- ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) (ดูแผนผังของร้านตามภาคผนวก ก)

รูปแบบการตกแต่งของร้านเน้นความทันสมัย ให้ความรู้สึกอบอุ่นและโปร่งสบาย เปิดเพลงบรรเลงตลอดเวลาที่ร้านเปิดบริการ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายภายใต้บรรยากาศของการรับประทานอาหารกับครอบครัว รวมทั้งจะมีการดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยทั้งภายนอกและภายในร้านเป็นประจำ เพื่อตอกย้ำให้ลูกค้ารับรู้ถึงความสะอาด ปลอดภัยอย่างแท้จริง

◆ ราคา (Price)

จาก Nine Price – Quality Strategies

		Price		
		High	Medium	Low
Product Quality	High	Premium Strategy	High - Value Strategy	Super - Value Strategy
	Medium	Overcharging Strategy	Medium - Value Strategy	Good - Value Strategy
	Low	Rip - off Strategy	False Economy Strategy	Economy Strategy

ร้านจานสาระ จะใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ High – Value Strategy เนื่องจากต้องการกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ระดับกลางขึ้นไป ต้องการคุณภาพของอาหารที่ดีมีประโยชน์เหมาะสมกับตนเองและมั่นใจในความสะอาด

◆ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นร้านในรูปแบบร้านเดี่ยว (Stand alone) ตั้งอยู่ชั้นล่างของอาคาร “บ้านยสวดี” ซอยอารีย์ ถนนพหลโยธิน ซึ่งเป็นบริเวณเขตกรุงเทพฯ ชั้นใน มีที่อยู่อาศัยและอาคารสำนักงานหนาแน่น ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นครอบครัวและคนวัยทำงานจำนวนมาก

ภายในระยะเวลา 5 ปีหากร้านสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งเป้าหมายทางการเงินและการตลาด ร้านอาจพิจารณาเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอีกหนึ่งรูปแบบ ได้แก่ การส่งถึงที่ ซึ่งคาดว่าจะร่วมกับบริษัท รুমเซอร์วิส จำกัด (Room Service) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรับอาหารจากภัตตาคารหรือร้านอาหารชื่อดัง แล้วจัดส่งให้แก่ลูกค้าตามสถานที่ที่ลูกค้ากำหนดไว้ผ่านทางโทรศัพท์หมายเลข 0-2299-0992 หมายเลขเดี่ยวนั้น การที่ร้านคาดว่าจะร่วมกับรুমเซอร์วิส เนื่องจากรুমเซอร์วิสเป็นผู้ให้บริการที่คำนึงถึงลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นแนวทางเดียวกับการบริหารของร้านจากสาระ อีกทั้งรุมเซอร์วิสมีระบบการบริหารงานที่เชื่อถือได้ มีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และการที่มีรายการอาหารของร้านจานสาระในเมนูของรุมเซอร์วิส ก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าบางส่วนที่ยังไม่รู้จักร้านทราบถึงประเภทอาหาร และสถานที่ตั้งของร้านจานสาระ ซึ่งอาจส่งผลให้รายได้ของร้านเพิ่มขึ้นทางหนึ่ง (คู่มือขั้นตอนการทำงานร่วมกับรุมเซอร์วิสตามภาคผนวก ข)

◆ การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

แบ่งเป็นการส่งเสริมการตลาดในช่วงเปิดตัว 3 เดือนแรก และการส่งเสริมการตลาดในระยะหลัง 3 เดือนแรก

1. การส่งเสริมการตลาดในช่วง 3 เดือนแรก มีจุดประสงค์เพื่อสร้างการรู้จักและเร่งการทดลองใช้

- ฉลองเปิดตัว ให้นำสมุนไพร (แก้วเล็ก) ฟรี 1 แก้ว ต่อ 1 ท่าน สำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของร้าน
- แจกแผ่นพับโฆษณา ที่มีกรให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ถูกต้อง โดยแผ่นพับมีหลายรูปแบบ เช่น ความจำเป็นของอาหาร อันตรายของการรับประทานอาหารที่ซ้ำซาก และอันตรายของการประกอบอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ เช่น การใช้ไขมันทอดอาหารมากกว่า 1 ครั้ง
- แจกตารางอาหารหลัก 5 หมู่ฟรี สำหรับโตะที่มีเด็ก อายุต่ำกว่า 10 ปี
- สามารถฝากคำถามหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ สิ่งที่ควรปฏิบัติเกี่ยวกับการรับประทานอาหาร หรือการเตรียมอาหารสำหรับผู้ป่วยโรคต่างๆ ซึ่งทางร้านจะนำไปสอบถามโภชนาการ และรับคำตอบได้เมื่อมารับประทานอาหารครั้งต่อไป (ใช้ระยะเวลา 1 วันในการหาคำตอบ)

2. การส่งเสริมการตลาดในระยะหลัง 3 เดือนแรก มีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้อย่างต่อเนื่องและเพื่อเพิ่มอัตราการซื้อซ้ำ

- แจกคูปองเพื่อรับส่วนลดเมื่อทานอาหารครบ 500 บาท โดยจะได้รับส่วนลด 10% ในการรับประทานอาหารครั้งต่อไป และคูปองมีอายุ 1 เดือน (แจกคูปองเฉพาะช่วงเดือนที่ 6 ถึงเดือนที่ 12 ของปีที่ 1)
- สามารถฝากคำถามหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ สิ่งที่ควรปฏิบัติเกี่ยวกับการรับประทานอาหาร หรือการเตรียมอาหารสำหรับผู้ป่วยโรคต่างๆ ซึ่งทางร้านจะนำไปสอบถามโภชนาการ และมารับคำตอบได้เมื่อมารับประทานอาหารครั้งต่อไป (ใช้ระยะเวลา 1 วันในการหาคำตอบ)

➤ การสื่อสารทางการตลาด

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า กลุ่มเป้าหมายบางส่วนมีอุปสงค์ในลักษณะอุปสงค์ซ่อนเร้น นั่นคือ มีความต้องการในสินค้าที่ยังไม่มีในตลาดหรือความต้องการที่ยังไม่มีสินค้าที่สามารถตอบสนองได้ครบถ้วนและบางส่วนมีอุปสงค์ไม่สม่ำเสมอ นั่นคือผู้บริโภคบางกลุ่มมีความต้องการร้านอาหารสุขภาพอย่างแท้จริงในบางเวลา เช่น เมื่อมีกระแสความนิยมอาหารเพื่อสุขภาพก็จะคำนึงถึงร้านอาหารประเภทนี้ขึ้นมา การทำการสื่อสารการตลาดจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท

ดังนั้นการสื่อสารทางการตลาดทั้งหมดจะทำได้เพื่อสนับสนุนวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. สื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่ามีการบริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่เต็มรูปแบบ ซึ่งเป็นทางเลือกสำหรับผู้รักสุขภาพอย่างแท้จริง
2. สื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Benefit)
3. สื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการตลาดโดยใช้
4. สื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการยอมรับความโดดเด่นในด้านความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ (Superior Quality) และความเป็นเลิศทางการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Superior Customer Responsiveness)

◆ แผนปฏิบัติการการสื่อสารทางการตลาด

1. สื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่ามีการบริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่เต็มรูปแบบ

- การให้ข่าว (Publicity) โดยเขียนบทความโฆษณา (Advertorial) ในนิตยสารชีวจิต และ Health & Cuisine โดยเน้นให้เห็นถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากร้านงานสาระ ที่แตกต่างจากร้านอาหารอื่น เมนูอาหารจานแนะนำ และบรรยากาศของร้าน
- สัมภาษณ์ผู้นำทางความคิด (Exclusive Interview) ในด้านการรักษาสุขภาพโดยการสัมภาษณ์พร้อมนำเสนอรูปแบบของร้านประกอบบทสัมภาษณ์ เน้นให้เห็นถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากร้านงานสาระ ที่แตกต่างจากร้านอาหารอื่น เมนูอาหารจานแนะนำ และบรรยากาศของร้าน ในนิตยสารสำหรับผู้หญิง และนิตยสารที่เกี่ยวกับสุขภาพ เช่น นิตยสารแพรว (เมนูอร่อย) ดิฉัน (กินแบบดิฉัน) พลอยแกมเพชร (ปากะศิลป์) ชีวจิต (ชีวจิตชวนชิม) Health & Cuisine (H & C Recommend)

- โฆษณาทางวิทยุคลื่น FM 106.5 MHz (Green Wave) โดยเน้นให้เห็นถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากร้านงานสาระ ที่แตกต่างจากร้านอาหารอื่น
- ออกโทรทัศน์รายการแนะนำร้านอาหาร เช่น รายการหมึกแดง เวิลด์ (iTV วันอาทิตย์ เวลา 16:05 น. – 17:00 น.) รายการชิมตามอำเภอ (ใจ) (iTV วันเสาร์ เวลา 14:05 น. – 15:00 น.) รายการดวงตาพาชิม (ช่อง 5 วันพฤหัสบดี เวลา 16: 30 น. – 17:00 น.) และรายการครอบครัววาล คิทเช่น โซว์ (ช่อง 9 วันอาทิตย์ เวลา 13:30 น.- 14:30 น.) เนื้อหาที่ต้องนำเสนอคือ บรรยากาศภายในร้านและความแตกต่างของร้านอาหารทั่วไปกับร้านงานสาระ
- ทำ Pop – Ups Banner ใน Web site ที่เกี่ยวข้องกับอาหารและสุขภาพ เช่น www.a-roi.com www.mcdang.com ระบุหัวเรื่องว่า “ร้านอาหารสุขภาพจริงๆ แล้วเป็นแบบไหน?!!”, “ต้องกินวิตามินเพิ่มมั้ย?” วันนี้ คุณทานกี่ Calorie แล้ว”, “ต้องกินวิตามินเพิ่มมั้ย?” เสนอภาพบรรยากาศภายในร้านและความแตกต่างของร้านอาหารทั่วไปกับร้านงานสาระ

2. สื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Benefit)

- แผ่นพับโฆษณา มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ถูกต้อง แจกตามโรงพยาบาลเอกชนเพื่อให้ผู้ป่วย ญาติผู้ป่วย หรือผู้ที่ไปเยี่ยมไข้ได้อ่าน โดยแผ่นพับมีหลายรูปแบบ เช่น ความจำเป็นของอาหาร อันตรายของการรับประทานอาหารที่ซ้ำซาก และอันตรายของการประกอบอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ
- ภายในร้าน จัดให้มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าสารอาหารชนิดต่างๆ คุณค่าของน้ำสมุนไพรบนกระดาดรองจาน งาน แก้วน้ำ และเสนอแนะว่าสารอาหารดังกล่าวมีมากในเมนูอะไร โดยจัดทำให้สวยงามนำเสนอด้วยภาษาต่างๆ และไม่น่าเบื่อ

3. สื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการตลาดใช้

- ก่อนถึงร้านติดป้ายที่เสาไฟฟ้าริมถนนว่า “งานสาระ ซอยอารีย์ มีเนื้อไว้ใจได้โทร...”
- ช่วงเปิดร้าน แจกแผ่นพับแนะนำร้านหน้าอาคารสำนักงานที่อยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตร
- ช่วงที่ยังทำการตกแต่งร้าน ทำป้ายผ้าสีนํ้าใหญ่ปิดด้านหน้าทั้งหมด และเขียนข้อความดังนี้ “วันนี้ คุณทานกี่ Calorie แล้ว”, “รอพบกับร้านอาหารสุขภาพที่แท้จริง... ที่นี่” , “อีก 30 วัน (ติดตัวเลขนับย้อนหลังทุกวัน) งานสาระ รอบริการท่านอยู่” , “หยุด! ทำร้ายร่างกายท่านด้วยอาหารเสียที”

4. สื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการยอมรับความโดดเด่นในความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ (Superior Quality) และความเป็นเลิศทางการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Superior Customer Responsiveness)

- จัดให้มีมุมสำหรับขายผักผลไม้ปลอดสารพิษในร้าน เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำทางด้านคุณภาพของอาหารซึ่งรวมถึงวัตถุดิบที่ปลอดสารพิษ
- ที่โต๊ะมีแบบสอบถามเล็กๆ ให้ตอบและเสนอแนะ พร้อมรับรางวัลหากข้อเสนอได้นำไปปฏิบัติจริง
- สามารถฝากคำถามหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ ซึ่งทางร้านจะนำไปสอบถามโภชนาการ และมารับคำตอบได้เมื่อมารับประทานอาหารครั้งต่อไป (ใช้ระยะเวลา 1 วัน ในการหาคำตอบ)
- ห้องครัวเป็นกระจก ลูกค้าสามารถมองเห็นผู้ปรุงอาหารและกระบวนการปรุงอาหารทั้งหมด เพื่อสร้างความมั่นใจว่าได้รับอาหารที่สะอาด ถูกสุขลักษณะอย่างแท้จริง

ตารางที่ 2 แสดงแผนดำเนินการทางการตลาด

เดือน	กิจกรรม	งบประมาณ
มกราคม	- ช่วงตกแต่งร้าน ทำป้ายผ้าผืนใหญ่ปิดด้านหน้าทั้งหมด “หยุด! ทำร้ายร่างกายท่านด้วยอาหารเสียที”	5,000 บาท
กุมภาพันธ์	- ช่วงตกแต่งร้าน ทำป้ายผ้าผืนใหญ่ปิดด้านหน้าทั้งหมด “รอพบกับร้านอาหารสุขภาพที่แท้จริง..ที่นี่”	5,000 บาท
มีนาคม	- ช่วงตกแต่งร้าน ทำป้ายผ้าผืนใหญ่ปิดด้านหน้าทั้งหมด “อีก 30 วัน (ติดตัวเลขนับย้อนหลังทุกวัน) จานสารระอบบริการท่านอยู่”	5,000 บาท
เมษายน	- ก่อนถึงร้าน ติดป้ายที่เสาไฟฟ้าริมถนนว่า “จานสารระอบอารีย์ มื้อนี้ไว้ใจได้ โทร...” จำนวน 5 ป้าย - แจกแผ่นพับแนะนำร้านหน้าอาคารสำนักงานที่อยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตร วันละ 10 ตึก ตึกละ 400 ชุด แจกวันแรกของเดือน - แจกปากกาลูกกลิ้งพร้อมนามบัตรร้านเป็นที่คั่นหนังสือ ที่สถานีรถไฟฟ้า วันละ 10,000 ชุด ค่าใช้จ่ายชุดละ 3 บาท ในวันแรกของเดือน	1,000 บาท 10,000 บาท 30,000 บาท

	<ul style="list-style-type: none"> - แผ่นพับโฆษณาวางตามโรงพยาบาลเอกชน สถาน ออกกำลังกาย งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ - แจกตารางอาหารหลัก 5 หมู่ฟรีสำหรับโตะที่มีเด็ก อายุต่ำกว่า 10 ปี - โฆษณาในนิตยสารชีวิตและ Health & Cuisine - รับประทานอาหารฟรี 1 แก้ว ต่อ 1 ท่าน สำหรับลูก ที่เข้ามาใช้บริการช่วง 15 วันแรกของเดือน - โฆษณาทางวิทยุคลื่น FM 106.5 MHz (Green Wave) ออกอากาศ 10 วัน วันละ 3 ครั้ง - ลงโฆษณาใน Web site (2 Web sites) 	<p>4,000 บาท</p> <p>5,000 บาท</p> <p>60,000 บาท</p> <p>15,000 บาท</p> <p>60,000 บาท</p> <p>5,000 บาท</p>
พฤษภาคม	<ul style="list-style-type: none"> - ก่อนถึงร้าน ติดป้ายที่เสาไฟฟ้าริมถนนว่า “งาน สาระ ซอยอารีย์ มื้อนี้ไว้ใจได้ โทร..” - แจกแผ่นพับแนะนำร้านอาหารสำนักงานที่ อยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตร วันละ 10 ดึง ดึงละ 400 ชุด แจกวันแรกของเดือน - แจกปากกาลูกคลื่นพร้อมนามบัตรร้านเป็นที่คั่น หนังสือ ที่สถานีรถไฟฯ วันละ 10,000 ชุด ค่า ใช้จ่ายชุดละ 3 บาทในวันแรกของเดือน 	<p>-</p> <p>10,000 บาท</p> <p>30,000 บาท</p>
พฤษภาคม	<ul style="list-style-type: none"> - แผ่นพับโฆษณาวางตามโรงพยาบาลเอกชน สถาน ออกกำลังกาย งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ - แจกตารางอาหารหลัก 5 หมู่ฟรีสำหรับโตะที่มีเด็ก อายุต่ำกว่า 10 ปี - โฆษณาในนิตยสารชีวิตและ Health & Cuisine - สัมภาษณ์ผู้นำทางความคิดในด้านการรักษาสุขภาพ (Exclusive Interview) ในนิตยสารดิฉัน - ออกรายการดวงดาพาชิม ช่วงแนะนำร้านอาหาร - ลงโฆษณาใน Web site (2 Web sites) 	<p>2,000 บาท</p> <p>5,000 บาท</p> <p>60,000 บาท</p> <p>3,000 บาท</p> <p>5,500 บาท</p> <p>5,000 บาท</p>
มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> - ก่อนถึงร้าน ติดป้ายที่เสาไฟฟ้าริมถนนว่า “งานสาระ ซอยอารีย์ มื้อนี้ไว้ใจได้ โทร...” - แจกแผ่นพับแนะนำร้านอาหารสำนักงานที่อยู่ใน 	<p>-</p> <p>10,000 บาท</p>

	<p>รัศมี 5 กิโลเมตร วันละ 10 ตึก ตึกละ 400 ชุด แจก วันแรกของเดือน</p> <ul style="list-style-type: none"> - แผ่นพับโฆษณาวางตามโรงพยาบาลเอกชน สถาน ออกกำลังกาย งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ - แจกตารางอาหารหลัก 5 หมู่ฟรีสำหรับโต๊ะที่มีเด็ก อายุต่ำกว่า 10 ปี - สัมภาษณ์ผู้นำทางความคิดในด้านการรักษาสุขภาพ (Exclusive Interview) ในนิตยสาร Health & Cuisine - ลงโฆษณาใน Web site (2 Web sites) - ออกรายการครอบครัววาล คิทเช่น โหว์ ช่วงแนะนำ ร้านอาหาร 	<p>20,000 บาท</p> <p>5,000 บาท</p> <p>3,000 บาท</p> <p>5,000 บาท</p> <p>5,500 บาท</p>
กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> - แผ่นพับโฆษณาวางตามโรงพยาบาลเอกชน สถาน ออกกำลังกาย งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ - สัมภาษณ์ผู้นำทางความคิดในด้านการรักษาสุขภาพ (Exclusive Interview) ในนิตยสารแพรว - โฆษณาในนิตยสารชีวจิตและ Health & Cuisine - ออกรายการชิมตามอำเภอ (ใจ) ช่วงแนะนำร้าน อาหาร - ลงโฆษณาใน Web site (2 Web sites) 	<p>2,000 บาท</p> <p>3,000 บาท</p> <p>60,000 บาท</p> <p>5,500 บาท</p> <p>5,000 บาท</p>
สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> - แผ่นพับโฆษณาวางตามโรงพยาบาลเอกชน สถาน ออกกำลังกาย งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ - ลงโฆษณาใน Web site (2 Web sites) - สัมภาษณ์ผู้นำทางความคิดในด้านการรักษาสุขภาพ (Exclusive Interview) ในนิตยสารชีวจิต - ออกรายการหมึกแดง เวลด์ ช่วงแนะนำร้านอาหาร 	<p>2,000 บาท</p> <p>5,000 บาท</p> <p>3,000 บาท</p> <p>5,500 บาท</p>
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> - แผ่นพับโฆษณาวางตามโรงพยาบาลเอกชน สถาน ออกกำลังกาย งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ - โฆษณาทางวิทยุคลื่น FM 106.5 MHz (Green Wave ออกอากาศ 10 วัน วันละ 3 ครั้ง - สัมภาษณ์ผู้นำทางความคิดในด้านการรักษาสุขภาพ 	<p>2,000 บาท</p> <p>60,000 บาท</p> <p>3,000 บาท</p>

	(Exclusive Interview) ในนิตยสารพลอยแถมเพชร - ลงโฆษณาใน Web site (2 Web site)	5,000 บาท
ตุลาคม	- แผ่นพับโฆษณาวางตามโรงพยาบาลเอกชน สถาน ออกกำลังกาย งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ - ลงโฆษณาใน Web site (2 Web sites)	2,000 บาท 5,000 บาท
ธันวาคม	- แผ่นพับโฆษณาวางตามโรงพยาบาลเอกชน สถาน ออกกำลังกาย งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ - ลงโฆษณาใน Web site (2Web site) - แผ่นพับโฆษณาวางตามโรงพยาบาลเอกชน สถาน ออกกำลังกาย งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ - โฆษณานิตยสารชีวจิตและ Health & Cuisine - ลงโฆษณาใน Web site (2 Web sites)	2,000 บาท 5,000 บาท 2,000 บาท 60,000 บาท 5,000 บาท
รวม	กิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดในปีแรก	598,000 บาท

นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายสำหรับการฝึกอบรมพนักงานจำนวน 20,000 บาท และค่าจัดเตรียมหนังสือและนิตยสารสำหรับมุมสุขภาพอีกจำนวน 10,000 บาท รวมค่าใช้จ่ายทางการตลาดสำหรับปีที่ 1 ทั้งสิ้น **628,000 บาท**

ตารางที่ 3 แสดงงบประมาณสำหรับกิจกรรมสื่อสารทางการตลาด

กิจกรรม	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แผ่นพับ และนิตยสาร	40,000	40,000	40,000	40,000
การส่งเสริมการขายภายในร้าน	30,000	30,000	30,000	30,000
อบรมบุคลากร	20,000	20,000	20,000	20,000
โฆษณาใน Web site	60,000	60,000	60,000	60,000
โฆษณาในนิตยสาร	100,000	100,000	100,000	100,000
โฆษณาทางวิทยุ	100,000	100,000	100,000	100,000
การประชาสัมพันธ์*	50,000	50,000	50,000	50,000
รวม	400,000	400,000	400,000	400,000

* การประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้นำทางความคิด (Exclusive Interview) การจัดทำแผ่นพับแทรก (Supplementary) เป็นต้น

แผนการดำเนินงาน

✧ การลงทุน

- สถานประกอบการ รูปแบบของร้านจะเน้นความทันสมัย โปร่งสบาย โดยทำสัญญาเช่า และตกแต่งเพิ่มเติม
- เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก และอุปกรณ์ตกแต่งร้าน จัดซื้อจากภายในประเทศ โดยคำนึงถึงรูปแบบที่เหมาะสม และราคาที่คุ้มค่า
- บุคลากร จัดจ้างเป็นรายเดือน

✧ รายละเอียดด้านบุคลากร

- รายละเอียดของพนักงานแต่ละตำแหน่ง

ตารางที่ 4 แสดงรายละเอียดของพนักงานแต่ละตำแหน่ง

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวนเงินรวม (บาท)
1	ผู้บริหาร	4	18,000	72,000
2	ที่ปรึกษาทางด้านโภชนาการ	1	8,000	8,000
3	ผู้จัดการร้าน	1	12,000	12,000
4	ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน	1	7,000	7,000
5	แม่ครัว	3	18,000	54,000
6	ผู้ช่วยแม่ครัว	6	4,000	24,000
7	พนักงานเก็บเงิน	2	7,000	14,000
8	พนักงานเสิร์ฟ	6	5,000	30,000
9	พนักงานบาร์น้ำ	2	5,000	10,000
10	พนักงานเดินอาหาร	2	3,000	6,000
11	พนักงานต้อนรับ	2	3,000	6,000
12	พนักงานล้างจาน	2	3,000	6,000
	รวม	32		249,000

หมายเหตุ

- พนักงานในตำแหน่งที่ 3-11 จะได้รับเครื่องแบบปีละ 2 ชุด ซึ่งทางร้านจะจัดการในเรื่องตัดเย็บและซักกริดให้ โดยพนักงานจะต้องส่งเครื่องแบบซักกริดเมื่อสิ้นวัน และรับชุดใหม่ในเช้าวันต่อไป
- เงินโบนัสประจำปีจะจ่ายในอัตราคงที่เท่ากับ 1 เดือน พร้อมเงินเดือนของเดือนธันวาคม
- เงินพิเศษจากการให้บริการของพนักงาน (ทิป) ประมาณ 2% ของรายได้ ซึ่งเมื่อได้รับจากลูกค้าให้พนักงานนำมารวมเป็นเงินกองกลาง และทำการแบ่งทุกวันอาทิตย์ที่ 2 และที่ 4 ของเดือน ตามสัดส่วนดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนการได้รับเงินพิเศษจากการให้บริการ

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	สัดส่วนที่ได้ต่อคน
พนักงานเสิร์ฟ	6	1
พนักงานเดินอาหาร	2	0.75
พนักงานบาร์น้ำ	2	0.75
พนักงานต้อนรับ	2	0.75
ผู้จัดการร้าน	1	0.75
ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน	1	0.75
แม่ครัว	3	0.75
ผู้ช่วยแม่ครัว	6	0.50
พนักงานเก็บเงิน	2	0.50
พนักงานล้างจาน	2	0.50
รวมสัดส่วนทั้งสิ้น		19.25

ตัวอย่างการคำนวณเงินพิเศษจากการให้บริการ

จำนวนเงินพิเศษจากการให้บริการทั้งสิ้นเท่ากับ	40,000 บาท
หารด้วยจำนวนสัดส่วนทั้งสิ้น (40,000 / 19.25)	2,077 บาท
ดังนั้นพนักงานเสิร์ฟจะได้เงินพิเศษเท่ากับ (1 x 2,077)	2,077 บาท
แม่ครัวจะได้เงินพิเศษเท่ากับ (0.75 x 2,077)	1,557 บาท

➤ การคัดเลือกพนักงาน

ทางร้านจะทำการคัดเลือกพนักงาน โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับคุณสมบัติตามรายละเอียดงาน (Job Description) ให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพและประสบการณ์ของผู้สมัคร โดยการคัดเลือกจะกระทำทันทีที่ทราบว่าจะมีตำแหน่งว่าง เพราะตามนโยบายของร้าน พนักงานต้องแจ้งลาออกก่อนกำหนดลาออกจริง เป็นเวลา 1 เดือน ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นระยะเวลาในการคัดเลือกพนักงานและสอนงาน

ส่วนการคัดเลือกพนักงานครั้งแรกก่อนเปิดให้บริการจะกระทำก่อนการเปิดบริการ (Grand Opening) ประมาณ 1 เดือน เพื่อให้มีเวลาเพียงพอในการฝึกอบรม และเตรียมระบบและขั้นตอนงานที่ดีที่สุด

➤ คุณสมบัติ และรายละเอียดงาน (JOB DESCRIPTION) ของแต่ละตำแหน่ง

● ผู้จัดการร้าน

คุณสมบัติ

1. วุฒิ ปวส.
2. มีประสบการณ์ด้านร้านอาหาร ไม่น้อยกว่า 5 ปี
3. อายุไม่น้อยกว่า 25 ปี
4. สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้
5. มนุษยสัมพันธ์ดี และมีจิตใจรักการบริการ
6. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. เปิด – ปิด ร้านตามเวลาที่กำหนด
2. นำแผนปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้จัดการฝ่ายต่างๆ มาปฏิบัติ
3. ควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคน
4. ตรวจสอบตราความเรียบร้อยของร้าน

● ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน

คุณสมบัติ

1. วุฒิ ปวส.
2. มีประสบการณ์ด้านร้านอาหาร ไม่น้อยกว่า 2 ปี
3. อายุไม่น้อยกว่า 22 ปี
4. มนุษยสัมพันธ์ดี และมีจิตใจรักการบริการ

5. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. ตรวจสอบวัตถุดิบร่วมกับผู้ช่วยแม่ครัว
2. สั่งซื้อวัตถุดิบรายวัน และรายสัปดาห์
3. ช่วยเสริมหน้าที่อื่นในช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการมาก
4. นำเงินรายได้ของแต่ละวันไปฝากธนาคาร
5. ทำความสะอาดพื้นครัว และโต๊ะเตรียมอาหาร

● พนักงานเก็บเงิน

คุณสมบัติ

1. วุฒิ ปวศ.
2. มีประสบการณ์ด้านร้านอาหารอย่างน้อย 1 ปี
3. อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี
4. มนุษย์สัมพันธ์ดี และมีจิตใจรักการบริการ
5. ซื่อสัตย์ และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. ตรวจสอบเงินก่อนร้านเปิดให้บริการและหลังร้านปิดบริการ (วันละ 2 ครั้ง)
2. คิดเงินค่าอาหารและเครื่องดื่ม
3. สรุปยอดเงินค่าอาหารและเครื่องดื่มแต่ละวัน
4. ออกใบกำกับภาษี / ใบเสร็จรับเงิน
5. ทำความสะอาดบริเวณเคาน์เตอร์พนักงานเก็บเงิน

● แม่ครัว

คุณสมบัติ

1. มีประสบการณ์ด้านการปรุงอาหารไม่ต่ำกว่า 7 ปี จากร้านอาหารที่มีลักษณะใกล้เคียงกับร้านงานสาระ
2. มีจิตใจรักการบริการ
3. มีสุขอนามัยที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. ปรุงอาหารให้ถูกต้องตามหลักสุขอนามัย
2. ตรวจสอบ และประมาณปริมาณวัตถุดิบให้เพียงพอกับการใช้งาน
3. แจ้งชนิดและปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการแก่ผู้ช่วยผู้จัดการร้านเพื่อดำเนินการสั่งซื้อ

4. ทำความสะอาดบริเวณเตาปรุงอาหาร และอุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว

● ผู้ช่วยแม่ครัว

คุณสมบัติ

1. มีประสบการณ์ด้านการปรุงอาหารไม่ต่ำกว่า 1 ปี
2. มีจิตใจรักการบริการ
3. มีสุขอนามัยที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. ตรวจสอบวัตถุดิบร่วมกับผู้ช่วยผู้จัดการร้าน
2. จัดเตรียมวัตถุดิบให้พร้อมสำหรับให้แม่ครัวประกอบอาหารแต่ละจาน
3. ส่งอาหารที่ปรุงเสร็จให้พนักงานเดินอาหารและเก็บถาดกลับ
4. ทำความสะอาดพื้นครัว และ โต๊ะที่ใช้ในการจัดเตรียมอาหาร

● พนักงานเดินอาหาร

คุณสมบัติ

1. วุฒิ ป.6
2. อายุไม่เกิน 25 ปี
3. มนุษย์สัมพันธ์ดี และมีจิตใจรักการบริการ
4. มีสุขอนามัยที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. นำอาหารที่ปรุงเสร็จจากครัวและเครื่องดื่มจากบาร์น้ำ มาส่งให้พนักงานเสิร์ฟที่โต๊ะ
2. ให้บริการอื่นๆ ตามความต้องการของลูกค้า
3. ทำความสะอาดพื้นบริเวณที่ให้บริการแก่ลูกค้า และเคาน์เตอร์ขายผัก ผลไม้ปลอดสารพิษ

● พนักงานเสิร์ฟ

คุณสมบัติ

1. วุฒิ ม.3
2. อายุไม่เกิน 25 ปี
3. มนุษย์สัมพันธ์ดี และมีจิตใจรักการบริการ
4. มีสุขอนามัยที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. จัดหาที่นั่ง และเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับให้บริการลูกค้า
2. ชี้แจงและเสนอแนะประเภทอาหาร

3. รับคำสั่งรายการอาหารจากลูกค้า พร้อมทั้งเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ลูกค้า
4. ให้บริการอื่นๆ ตามความต้องการของลูกค้า
5. เก็บเงินและมอบเงินทอนให้ลูกค้า
6. ทำความสะอาดโต๊ะและเก้าอี้ที่ให้บริการลูกค้า

● **พนักงานบาร์น้ำ**

คุณสมบัติ

1. วุฒิ ม.3
2. อายุไม่เกิน 25 ปี
3. มนุษย์สัมพันธ์ดี และมีจิตใจรักการบริการ
4. มีสุขอนามัยที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. จัดเตรียมเครื่องดื่มตามใบรายการ
2. ตรวจสอบรายการเครื่องดื่มคงเหลือ และแจ้งความต้องการต่อผู้ช่วยผู้จัดการร้าน
3. ทำความสะอาดบริเวณบาร์น้ำ

● **พนักงานล้างจาน**

คุณสมบัติ

1. รักความสะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย
2. มีสุขอนามัยที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. แยกเศษอาหาร
2. ล้าง อบ จัดเก็บ ภาชนะและอุปกรณ์ต่างๆ ให้สะอาดถูกหลักอนามัย
3. ทำความสะอาดท่อ และระบายน้ำ

● **พนักงานต้อนรับลูกค้า**

คุณสมบัติ

1. วุฒิ ม.3
2. อายุไม่เกิน 25 ปี
3. มนุษย์สัมพันธ์ดี และมีจิตใจรักการบริการ
4. มีสุขอนามัยที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

รายละเอียดงาน

1. รับ – ส่ง ลูกค้าที่หน้าประตูร้าน

2. ทำความสะอาดบริเวณภายนอกร้าน กระจกรอบตัวร้าน และห้องสุขา

➤ การฝึกอบรมพนักงาน

แบ่งการฝึกอบรมพนักงานเป็น 3 ประเภท ได้แก่

- ◆ การฝึกอบรมสำหรับพนักงานใหม่ เป็นการฝึกอบรมแก่พนักงานใหม่ทุกคน นอกจากจะมีการสอนงานในตำแหน่งนั้นๆ แล้ว ยังมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับร้าน ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และฝึกมารยาทซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในงานบริการ
- ◆ การฝึกอบรมประจำปี ทางร้านจะจัดฝึกอบรมเป็นประจำทุกปี ปีละ 1 ครั้ง เพื่อชี้แจงผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา พัฒนาคุณภาพพนักงานและสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
- ◆ การฝึกอบรมเฉพาะเรื่อง เป็นการฝึกอบรมเมื่อเกิดปัญหาซึ่งต้องการการแก้ไข หรือต้องรีบทำความเข้าใจในทันที เช่น ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการปฏิบัติงาน ปัญหาระหว่างแผนก เป็นต้น

➤ แผนปฏิบัติการด้านสุขลักษณะอาหาร

ในระยะยาวทางร้านจะเข้าสู่ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis Critical Control Point System: HACCP) (รายละเอียดตามภาคผนวก ง) ดังนั้นการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับอาหารจะปฏิบัติตามข้อกำหนดของหลักเกณฑ์ทั่วไปของสุขลักษณะอาหาร เพื่อควบคุมให้มีสภาพแวดล้อมที่ต่อการผลิตอาหาร และเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อให้ได้รับการรับรองระบบ HACCP ในอนาคต

➤ กระบวนการจัดการวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงประกอบอาหาร แยกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. อาหารสด หมายถึง อาหารที่มีลักษณะเน่าเสียได้ง่าย ได้แก่ ผักผลไม้ เนื้อสัตว์ต่างๆ และไข่ อาหารสดเป็นตัวกลางสำคัญที่จะนำพาสิ่งสกปรกและเชื้อโรค จึงจำเป็นต้องมีการป้องกันและกำจัดสิ่งสกปรกและเชืวดังกล่าว โดยควรมีการควบคุมตั้งแต่ การจัดซื้อ การล้างทำความสะอาด การเตรียม และเก็บอาหารสดก่อนปรุง

ขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับอาหารสด

➤ **การจัดซื้อ** ในการจัดซื้อต้องมีการกำหนดคุณลักษณะของอาหารเพื่อการควบคุมความปลอดภัยของอาหารดังนี้

- ◆ **ผัก – ผลไม้สด** มักมีสิ่งปนเปื้อนได้แก่ ดิน ปุ๋ย สารเคมีที่ใช้ทางการเกษตร ไข่ พยาธิ เชื้อโรค และการขนส่ง ดังนั้นผัก – ผลไม้ ควรมีคุณลักษณะดังนี้

1. มีความสด สมบูรณ์ ตามลักษณะของผัก – ผลไม้ ชนิดนั้นๆ
 2. ไม่มีคราบของสารพิษตกค้างอยู่ที่ผิวใบ หรือส่วนอื่นๆ ที่สามารถสังเกตได้ เช่น เห็นเป็นคราบสีฟ้า หรืออาจมีการสุ่มตรวจสารตกค้าง
 3. มีความสะอาดพอสมควร คือไม่มีเศษดิน หรือส่วนที่เน่าเสียของผักปนเปื้อน ผักที่ปนเปื้อนมากควรมีการทำทำความสะอาดขั้นต้นก่อน คือ ควรมีการกำจัดเศษดิน ส่วนที่เน่าเสีย ส่วนที่ไม่ได้ใช้ทิ้งไปก่อน เช่น
 - ผักชนิดที่มีราก เช่น ผักชี ผักบุ้ง ฯลฯ ควรให้ผู้จำหน่ายเด็ดใบที่เน่าเสียทิ้งและล้างเศษดินที่ติดมาหรือตัดรากออกก่อน ถ้าระยะเวลาที่ต้องเก็บผักไม่นานมากก็ควรให้ผู้จำหน่ายตัดรากหรือสวนโคนที่ไม่ได้ใช้ทิ้งไปก่อนส่ง
 - ผักประเภทที่เป็นหัว เช่น หัวผักกาด แครอท ฟักทอง มัน ฯลฯ มักมีเศษดินติดอยู่ ต้องกำหนดให้ผู้จำหน่ายล้างทำความสะอาดก่อนส่ง
- ◆ เนื้อสัตว์ มักมีความไม่ปลอดภัยเนื่องจากมีเชื้อโรคปนเปื้อนจากแหล่งผลิตการขนส่ง การจำหน่ายได้มาก และยังสามารถได้ง่าย ดังนั้นในการจัดซื้อเนื้อสัตว์ควรกำหนดคุณลักษณะดังนี้
1. ต้องมีความสด ตามลักษณะของเนื้อสัตว์ประเภทนั้นๆ โดยสามารถตรวจสอบได้ตามลักษณะทางกายภาพที่สามารถสังเกตได้ เช่น กลิ่น สี ความแน่น ตามลักษณะที่ติดของเนื้อสัตว์ชนิดนั้นๆ เนื้อสัตว์บางชนิด มีการเน่าเสียที่ต่างกัน เช่น เนื้อหมู จะมีการเน่าเสียจากข้างในออกสู่ข้างนอกสำหรับเนื้อวัวจะเน่าเสียจากด้านนอก
 2. มีความสะอาด ปลอดภัยจากเชื้อโรคและตัวอ่อนของพยาธิโดยคัดเลือกแหล่งผลิต เช่น โรงฆ่าสัตว์ ที่ได้รับการตรวจสอบจากทางราชการ
 3. หลีกเลี่ยงการใช้เนื้อสัตว์สดที่มีการเปลี่ยนแปลงสภาพ เช่น เนื้อหมูบด มักมีปัญหาเกี่ยวกับการปนเปื้อน และความไม่สด นอกจากนั้นอาหารประเภทที่ทำจากเนื้อสัตว์ เช่น ไส้กรอก ลูกชิ้น ฯลฯ จะต้องเลือกชนิดที่มีคุณภาพดีได้มาตรฐาน สีเป็นธรรมชาติมีความสดใหม่
- ◆ ไข่ ควรมีลักษณะดังนี้
1. มีความสด ความสมบูรณ์ ซึ่งพิจารณาได้โดย
 - ต้องดูฟองอากาศในฟองไข่ ไข่สดจะมีฟองอากาศขนาดเล็ก
 - เมื่อต่อยไข่ออกมาไข่แดงต้องเป็นก้อนกลมไม่แตกกระจาย และไข่ขาวต้องมีสีใส ไม่ขุ่น
 - ไข่ไม่บูบ ไม่ร่อยร้าวหรือร่อยแตก
 2. มีความสะอาด เปลือกไข่ต้องไม่มีอุจจาระของเป็นไก่ปนเปื้อน

➤ **การขนส่งอาหารสด** ในการจัดส่งอาหาร ผู้จำหน่ายต้องมีการบรรจุภาชนะให้มิดชิด และใช้พาหนะขนส่งที่สะอาด ดังนี้

◆ **ผัก – ผลไม้สด**

1. ต้องใช้ถุงพลาสติกใสใหม่ ไม่ฉีกขาด ห่อหุ้มและปิดปากถุงให้มิดชิด
2. ตะกร้าที่จะบรรจุถุงใส่ผัก – ผลไม้สดต้องสะอาด (ไม่ใช่ถุงไม้ไผ่เพราะมีความคมจะทำให้ถุงบรรจุอาหารขาดได้ และทำความสะอาดยาก) ควรเป็นพลาสติก และมีการทำความสะอาดทุกครั้งหลังจากการใช้งาน

◆ **เนื้อสัตว์**

1. ต้องบรรจุอยู่ในถุงพลาสติกที่สะอาดใหม่ ไม่รั่วซึม
2. ใช้ถังเก็บความเย็นที่มีฝาปิด และไม่รั่วซึม ภายในถังควรมีอุณหภูมิต่ำกว่า 4 องศาเซลเซียส โดยต้องล้างทำความสะอาดหลังการใช้งานทุกครั้ง
3. ต้องแยกภาชนะที่บรรจุอาหารแต่ละประเภท เพื่อไม่ให้เชื้อโรคที่มีอยู่ในเนื้อสัตว์ต่างๆ มีการปนเปื้อนระหว่างกัน

◆ **ไข่** กระจับใส่ไข่ควรเป็นกระจับพลาสติกที่สะอาด ต้องไม่มีเศษวัสดุ หรือสัตว์แมลงต่างๆ ติดมากับกระจับไข่

➤ **การรับอาหารสด** ดำเนินการโดยตรวจสอบอาหารทั้งในด้านของปริมาณ รวมทั้งคุณลักษณะตามที่กำหนดไว้ ต้องมีภาชนะของร้านเพื่อรับอาหารสดจากผู้จัดส่งโดยหลังจากตรวจรับแล้วควรนำไปจัดเก็บยังสถานที่ที่เตรียมไว้เพื่อจัดส่งให้กับหน่วยเตรียมอาหารต่อไป และควบคุมไม่ให้สิ่งสกปรกจากอาหารสดกระจายไปในห้องครัว เช่น มีการล้างทำความสะอาดบริเวณที่ตรวจรับทันทีที่ตรวจรับเสร็จ

➤ **การล้างอาหารสด**

◆ **การล้างผัก** ทำการคัดเลือก ตัดแต่ง ส่วนที่มีสิ่งปนเปื้อน ส่วนที่เน่าเสีย และส่วนที่ไม่นำมาใช้ออกทิ้งก่อนที่จะนำไปล้าง เพื่อลดเชื้อโรค สิ่งสกปรก และช่วยลดสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร โดยควรแยกตามประเภท ดังนี้

1. ผักชนิดที่เป็นหัว เช่น หัวผักกาด มัน แครอท ฯลฯ ต้องล้างทำความสะอาดก่อน ทิ้งไว้ให้แห้ง นำไปปอกเปลือกแล้วล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้งโดยไม่ควรแช่น้ำทิ้งไว้ เพราะอาจทำให้สูญเสียคุณค่าของอาหารไป
2. ผักชนิดใบหนา เช่น ผักคะน้า ผักกาด กะหล่ำปลี ฯลฯ สำหรับผักกาดหรือผักที่เป็นกอ ควรตัดโคนทิ้งไปก่อน สำหรับกะหล่ำปลี ควรผ่าซีกแล้วจึงนำไปล้างให้สะอาดต่อไป

3. ผักชนิดใบบาง ได้แก่ ผักกาดหอม ต้นหอม ผักคื่นฉ่าย ผักชี เป็นต้น ผักชนิดนี้ จะต้องล้างด้วยความระมัดระวังให้สะอาดทั่วถึง ถ้ามีรากต้องตัดรากและโคนทิ้งก่อนล้าง เพราะจะช่วยลดสิ่งสกปรก
 4. ผักชนิดที่เป็นผลหรือเป็นฝัก เช่นแตงกวา มะเขือเทศ มะเขือยาว ฟักเขียวมะนาว ถั่วฝักยาว ผักชนิดนี้ ต้องล้างโดยถูผิวให้สะอาดอย่างทั่วถึง
- ◆ **การล้างผลไม้** ผลไม้ทุกชนิดต้องล้างเปลือกให้สะอาด โดยแบ่งตามประเภทได้ดังนี้
 1. ผลไม้ผิวเรียบ เช่น ส้ม มะม่วง มะละกอ ส้มโอ แตงโม ฯลฯ ล้างโดยน้ำปริมาณผสมกับน้ำยาล้างผักแล้วถูผิวให้สะอาด สำหรับผลไม้ชนิดที่บอบช้ำง่าย เช่น มะละกอ ฝรั่ง ต้องถูด้วยความระมัดระวังโดยใช้มือหรือวัสดุที่นุ่ม แต่สำหรับผลไม้บางชนิดที่ผิวไม่บอบช้ำง่าย เช่น ส้ม แตงโม แคนตาลูป ใช้แผ่นใยขัดที่ไม่คมถูให้สะอาด
 2. ผลไม้ที่ผิวไม่เรียบ เช่น สับปะรด เงาะ ฯลฯ มักมีสิ่งสกปรกติดอยู่มาก ให้ใช้แรงฉีดน้ำช่วยในการชะล้างโดยอาจใช้เป็นหัวฉีดช่วยในการทำความสะดวก
 3. การล้างผลไม้โดยทั่วไป ให้ล้างโดยน้ำไหลผ่านตลอดเวลาประมาณ 2 นาที ในกรณีที่แรงดันน้ำน้อยให้ใช้ภาชนะขนาดใหญ่ใส่น้ำปริมาณที่เพียงพอให้ท่วมผักผลไม้ แช่น้ำทิ้งไว้ประมาณ 1 นาทีแล้วขัดถูให้สะอาดอย่างทั่วถึง แล้วล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้ง
 - ◆ **การล้างเนื้อสัตว์สด** เนื้อสัตว์สดทุกชนิดต้องล้างทำความสะอาดก่อนที่จะนำไปเตรียมหรือเก็บโดยแยกตามประเภทของเนื้อสัตว์ ดังนี้
 1. เนื้อหมู เนื้อวัว หั่นให้เป็นชิ้นขนาดพอสมควรไม่ควรหนาเกิน 3 นิ้ว นำไปล้างและหั่นเพื่อจัดเตรียมปรุงอาหารหรือนำไปเก็บในตู้เย็นต่อไป
 2. ปลา ให้ผู้จำหน่าย ขอดเกล็ดและนำส่วนที่ไม่ได้ใช้ทิ้งไปก่อน เช่น หัว ใส แล้วล้างด้วยน้ำสะอาดให้ทั่วถึง
 3. เป็ด ไก่ ล้างให้สะอาดแยกส่วนทั้งภายใน ภายนอกและแยกเครื่องในออก
 4. สัตว์ทะเล เช่น กุ้ง ปลาหมึก ปลาทะเล มักมีการปนเปื้อนกับเชื้อ *Vibrio parahaemolyticus* ซึ่งทำให้เกิดอาการอาหารเป็นพิษได้ ดังนั้น เมื่อตรวจรับแล้วต้องนำไปล้างทันทีก่อนที่จะนำไปแกะเปลือก หรือเก็บเพื่อเตรียมอาหารต่อไป
 - ◆ **การล้างไข่** ต้องล้างไข่ก่อนที่จะนำไปเก็บหรือนำไปประกอบอาหารโดย เฉพาะไข่เป็ดมักมีอุจจาระเปิดเลอะเปื้อนเปลือกไข่มาก ให้ผู้จำหน่ายคัดเลือกหรือล้างเปลือกไข่ก่อนที่จะนำมาส่ง ถ้าหากยังมีสิ่งสกปรกมากให้ใช้ฝักบัวฉีดล้างพร้อมกับใช้แผ่นใยหรือแปรงขนอ่อนทำความสะอาดแล้ววางผึ่งให้แห้งก่อนนำมาใช้

➤ **การเก็บอาหารสด** อาหารสดที่ล้างทำความสะอาดหรือตัดหั่นแล้ว บางส่วนที่ต้องเตรียมไว้ก่อนเพื่อใช้ทำอาหารเก็บไว้ในตู้เย็นก่อน เพื่อช่วยลดหรือลดการเสื่อมคุณภาพของอาหารและควบคุมการเพิ่มจำนวนของเชื้อจุลินทรีย์ที่ยังมีตกค้างอยู่ในอาหาร โดยการเก็บอาหารในตู้เย็นให้ปฏิบัติดังนี้

1. แยกเก็บตามประเภทของอาหารไม่ให้ปะปนกันเพื่อป้องกันการปนเปื้อนระหว่างอาหารแต่ละชนิด
2. ใส่ภาชนะบรรจุ หรือภาชนะห่อหุ้มที่ไม่รั่วซึมน้ำ และปกปิดให้มีมิดชิด เพื่อป้องกันการระเหยของน้ำ กลิ่นและการกระจายของเชื้อโรค และยังช่วยป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งต่างๆ ได้
 - อาหารประเภทผัก ผลไม้ ใส่ในถุงพลาสติกเพื่อป้องกันการระเหยของน้ำ (เจาะรูเล็กน้อยเพื่อป้องกันความชื้น ถ้ามีมากเกินไปจะทำให้ผักเน่าเสียได้ง่าย)
 - อาหารประเภทเนื้อสัตว์ ใส่ในภาชนะที่ไม่รั่วซึมหรือภาชนะที่ไม่รั่วซึมหรือภาชนะ 2 ชั้น โดยชั้นแรกโปร่ง ระบายน้ำได้ และชั้นนอกทึบ ไม่รั่วซึมน้ำ แล้วปิดฝาให้มีมิดชิดหรือใช้พลาสติกชนิดบางที่ทนต่อความเย็นหุ้มปิดให้มีมิดชิด
3. เก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสม เพื่อช่วยรักษาคุณภาพอาหารไว้ได้นานขึ้นและช่วยยับยั้งหรือลดการเจริญเติบโตของเชื้อโรคได้ โดยอุณหภูมิที่เหมาะสมกับการเก็บอาหารดังนี้
 - ผักสด, ผลไม้ เก็บที่อุณหภูมิประมาณ 7-10 องศาเซลเซียส ต้องสังเกตผักถ้ามีลักษณะขำ ให้ปรับอุณหภูมิสูงขึ้น
 - เนื้อสัตว์สด เก็บที่อุณหภูมิจุดกลางของเนื้อสัตว์ต่ำกว่า 4 องศาเซลเซียส โดยควรใช้ให้หมดภายใน 24 ชั่วโมง ถ้าแช่แข็งต้องอุณหภูมิต่ำกว่า -2 องศาเซลเซียส ขนาดขึ้นต้องไม่ใหญ่เกินไป เพราะจะทำให้ความเย็นไม่ทั่วถึง
 - ตรวจวัดอุณหภูมิตู้เย็นอย่างสม่ำเสมอ ถ้ามีน้ำแข็งเกาะให้ทำความสะอาดทันที
4. จัดวางอาหารให้เป็นระเบียบ และไม่มากเกินไป เพื่อให้อาหารได้รับความเย็นอย่างทั่วถึง ชั้นล่างสุดสูงจากพื้นอย่างน้อย 30 เซนติเมตร
5. ป้องกันสิ่งสกปรกจากภายนอกเข้าสู่ตู้เย็น โดยอาหารและภาชนะบรรจุที่ใส่อาหารต้องสะอาด

2. **อาหารแห้ง** หมายถึง อาหารที่มีปริมาณน้ำต่ำ ไม่เสื่อมเสียง่ายและอาหารที่บรรจุในภาชนะที่ปิดสนิทต่างๆ

ขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับอาหารแห้ง

➤ การคัดเลือกอาหารแห้ง

- ◆ อาหารแห้งประเภทธัญพืช และพืชเมล็ดแห้ง เช่น ข้าวสาร ถั่วเมล็ดแห้งต่างๆ หอม กระเทียม ฯลฯ มีอันตรายจากสารพิษของเชื้อรา ดังนั้นการคัดเลือกจะต้องคัดเลือกเมล็ดที่

สมบูรณ์และไม่มีเชื้อรา สำหรับพืชที่เมล็ดเล็ก เช่น ข้าวสาร หรืออาหารที่บดแล้ว ถ้ามีเชื้อรา จะทิ้งทั้งหมดในภาชนะบรรจุนั้น

- ◆ อาหารประเภทเนื้อสัตว์ตากแห้ง เช่น ปลาแห้ง กุ้งแห้ง อาจมีอันตรายจากสารเคมีที่ใช้ในการผลิต เช่น ดินประสิว สีสังเคราะห์
- ◆ อาหารที่บรรจุในภาชนะปิดสนิท เช่น อาหารกระป๋อง มีข้อพิจารณา คือ
 1. สังเกตภาชนะบรรจุ สะอาด ไม่ชำรุด ไม่เป็นสนิม หรือบุบ บวม
 2. มีฉลากที่บอกถึงรายละเอียดที่สำคัญ คือ
 - เลขทะเบียนคำรับอาหาร ที่มีอักษรและตัวเลขครบถ้วน และถ้ามีเครื่องหมาย มอก. ด้วยแสดงว่าเป็นอาหารที่มีคุณภาพดี
 - วันผลิต, วันหมดอายุ
 - ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - ปริมาณสุทธิ
 - ชื่อละที่ตั้งของสถานที่ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุจำหน่าย
 - เมื่อเปิดภาชนะบรรจุออก อาหารภายในภาชนะบรรจุนั้น ต้องไม่มีลักษณะที่ผิดปกติ
 - มีการบรรจุหีบห่อ ใส่กล่องที่สะอาด
- การเก็บอาหารแห้ง อาหารแห้งทำการควบคุมปริมาณคงเหลือโดยใช้ Stock Card และให้จัดเก็บดังนี้
 - ◆ เก็บในห้องจัดเก็บอาหารแห้งโดยเฉพาะ โดยห้องที่เก็บมีการระบายอากาศที่ดี ไม่อับชื้น มีแสงสว่างพอสมควร ไม่ให้แสงแดดส่องมากเกินไป พื้นต้องแห้งไม่เปียกชื้น
 - ◆ จัดเป็นระเบียบ อาหารทุกชนิดห้ามวางบนพื้น ต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร ยกเว้นอาหารที่บรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท วางสูงจากพื้นอย่างน้อย 30 เซนติเมตร
 - ◆ ปกปิดมิดชิด ถ้าภาชนะหุ้มห่อแตกออก ก็ควรใส่ภาชนะปิดให้มิดชิดหรือใส่ถุงพลาสติกหุ้มอีกชั้นหนึ่ง
 - ◆ อาหารที่ซื้อก่อนให้เบิกใช้ก่อน อาหารแห้งที่ซื้อมาใหม่ให้จัดไว้ด้านใน อาหารที่ซื้อมาก่อนจัดไว้ด้านนอก ในการนำอาหารแห้งไปใช้ทุกครั้งควรตรวจดูฉลากและลักษณะของอาหาร
 - ◆ เมื่อมีการเบิกอาหารไปใช้ให้ตัดยอดออกจาก Stock Card ทุกครั้ง และเมื่อปริมาณคงเหลือต่ำกว่าหรือใกล้เคียงปริมาณคงเหลือขั้นต่ำที่กำหนดให้ทำการสั่งซื้อมาเพิ่ม โดยทำการสั่งซื้อสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ทุกวันจันทร์

➤ ข้อกำหนดในขั้นตอนการปรุงอาหาร

ในขั้นตอนของการปรุงอาหารนี้ มีข้อที่ควรระมัดระวังเพื่อป้องกันการปนเปื้อนของอาหาร และทำลายเชื้อโรคในอาหารดังนี้

■ การปรุงอาหารทั่วไป

1. ตรวจสอบคุณภาพอาหารก่อนปรุง อาหารสดต้องสดและผ่านการล้างทำความสะอาดแล้ว อาหารแห้ง เครื่องปรุงอาหารต่างๆ ก่อนนำมาประกอบอาหารต้องมีคุณภาพดีไม่มีลักษณะที่ผิดปกติและต้องดูวันหมดอายุด้วย
2. ในขั้นตอนของการปรุงอาหารต้องใช้ความร้อนที่เพียงพอในการทำลายเชื้อโรคต้องให้อาหารทุกส่วนได้รับความร้อนอย่างทั่วถึง และต้องสุกถึงเนื้อในทั้งหมด
3. การป้องกันการปนเปื้อนระหว่างอาหารคิบและอาหารที่พร้อมบริโภค ในบริเวณที่ปรุงอาหารจะเป็นบริเวณที่อาหารสุกและอาหารคิบมาอยู่ใกล้กันมากที่สุด จึงมีข้อควรระวังดังนี้
 - ต้องแยกส่วนของบริเวณที่วางอาหารคิบ และบริเวณที่วางอาหารที่พร้อมบริโภคไว้ให้เป็นสัดส่วนและอยู่ห่างกันพอสมควร
 - ไม่ยกหรือหยิบอาหารคิบข้ามผ่านอาหารที่พร้อมบริโภค
 - ต้องไม่ใช้ภาชนะอุปกรณ์ปะปนกันระหว่างอาหารคิบและอาหารที่พร้อมบริโภค และแยกระหว่างเนื้อสัตว์และผักผลไม้
 - ไม่ใช้มือในการหยิบจับทั้งอาหารคิบ และอาหารสุก ต้องใช้อุปกรณ์ช่วย เช่น ที่คีบ ที่ตัก ถังมือ ฯลฯ ต้องไม่ใช้ปะปนกันระหว่างอาหารคิบและอาหารที่พร้อมบริโภค
 - ต้องมีการปกปิดอาหาร ทั้งอาหารคิบและอาหารที่พร้อมบริโภค
 - อาหารที่พร้อมบริโภคต้องยกไปไว้บริเวณที่จัดเตรียมอาหารสำหรับเสิร์ฟทันที
 - ถ้าต้องเก็บอาหารปรุงเสร็จแล้ว หรือผักผลไม้ที่เตรียมพร้อมบริโภคไว้ในตู้ เย็นต้องแยกตู้เย็นไว้โดยเฉพาะ ไม่ใส่ไว้ปะปนกับอาหารอื่นและต้องมีการปกปิด

■ การเตรียมผลไม้ ผลไม้เป็นอาหารสดที่รับประทานโดยไม่ผ่านความร้อน ดังนั้นการจัดเตรียมผลไม้จะต้องให้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ ดังนี้

1. ผลไม้ทุกชนิดทั้งที่รับประทานทั้งเปลือกและชนิดที่ต้องปอกเปลือกก่อนรับประทาน ต้องล้างเปลือกให้สะอาด เมื่อล้างเสร็จแล้วต้องทิ้งให้แห้งก่อน จึงจะนำไปปอกและหั่นหรือเสิร์ฟ
2. อุปกรณ์ในการจัดเตรียม เช่น เขียง มีด ถาด ต้องเป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการเตรียมผลไม้โดยเฉพาะ และควรล้างทำความสะอาดก่อนนำมาใช้

3. ขณะที่ปอกหรือหั่นผลไม้ ต้องระวังอย่าให้มือสัมผัสกับเนื้อผลไม้ อาจใช้ถุงมือช่วยทั้งนี้ ต้องระวังให้ใช้ถุงมือสำหรับหยิบผลไม้ที่สะอาดเท่านั้น และห้ามสวมถุงมือแล้วไปหยิบของอื่น ต้องมีการล้างและเปลี่ยนถุงมือบ่อยๆ
4. เมื่อปอกหรือหั่นผลไม้แล้ว ควรมีการปกปิดระหว่างรอการเสิร์ฟและใส่ไว้ในตู้เย็น
5. ผลไม้บางชนิดไม่ต้องปอกหรือหั่น เมื่อล้างสะอาดและแห้งดีแล้วสามารถเสิร์ฟทั้งลูกได้เลย เช่น ส้ม มังคุด เงาะ ฯลฯ ทั้งนี้ต้องล้างให้สะอาด และต้องไม่วางให้สัมผัสกับอาหารอื่นที่ปรุงสำเร็จแล้ว

➤ ข้อกำหนดในการทำสะอาดภาชนะอุปกรณ์

1. ภาชนะอุปกรณ์ที่ใช้ในการเตรียม ปรุง ประกอบอาหาร แบ่งออกตามวัสดุได้ดังนี้

- 1.1. ภาชนะที่ทำด้วยวัสดุประเภทโลหะ ได้แก่ อลูมิเนียม สแตนเลส เหล็ก ฯลฯ

การทำความสะอาด จัดให้มีอ่างขนาดใหญ่ ภาชนะบางส่วนที่มีขนาดใหญ่มากจนไม่สามารถนำไปล้างในอ่างได้จะจัดให้มีที่ล้างโดยเฉพาะ โดยมีการกั้นขอบเขตให้ชัดเจน และกันน้ำได้ พื้นและของต้องใช้วัสดุเรียบ ทำความสะอาดง่าย เช่นกระเบื้อง หินขัด ในขณะที่ผู้ปฏิบัติงานเข้าไปล้างภาชนะจะต้องเปลี่ยนสวมรองเท้าบูทที่ใช้ในบริเวณที่ล้างภาชนะโดยเฉพาะ ถ้ามีคราบสกปรกฝังแน่น ต้องใช้เส้นใยขัดชนิดคม เช่น ฝอยสแตนเลส ควรเลือกเส้นใยที่มีความเหนียว ทนทานถ้าเส้นใยขัดอยู่ในสภาพที่เก่าและหลุดได้ง่าย ควรรีบเปลี่ยนทันที และต้องล้างด้วยน้ำสะอาดให้ทั่วถึง โดยเฉพาะตามซอก มุม รอยต่อของภาชนะ แล้วตรวจสอบดูอีกครั้งก่อนนำไปใช้งานว่ามีเศษเส้นใยขัดติดค้างอยู่หรือไม่

- 1.2. ภาชนะอุปกรณ์ประเภทพลาสติก เช่น ตะกร้า ตะแกรง ฯลฯ

การทำความสะอาด ใช้แผ่นใยขัดที่ไม่มีความคม สำหรับภาชนะประเภทตะกร้า ตะแกรง ควรใช้แปรงขนอ่อนช่วยในการทำสะอาด และควรทำความสะอาดทุกครั้งหลังใช้งาน และต้องแยกใช้ระหว่างตะกร้าที่ใช้กับผัก – ผลไม้ และเนื้อสัตว์

2. ภาชนะสำหรับใส่อาหารได้แก่ จาน ชาม ถ้วย แก้วน้ำ ช้อน ส้อม ฯลฯ

การทำความสะอาด ต้องใช้อ่างที่สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร มีก๊อกน้ำใช้และท่อระบายน้ำที่ใช้การได้ดี อย่างน้อย 3 อ่าง ขั้นตอนในการล้างภาชนะ มีดังนี้

- 1) กวาดเศษอาหารทิ้ง
- 2) แช่และล้างเศษอาหารทิ้ง
- 3) ขัดถูด้วยน้ำยาล้างภาชนะ
- 4) ล้างด้วยน้ำสะอาด
- 5) ฆ่าเชื้อโรค เช่น แช่น้ำร้อน 100 องศาเซลเซียส นาน 2 นาที

6) อบให้แห้ง

3. เครื่องมืออุปกรณ์ ที่ใช้ผ่อนแรง เช่น เครื่องบด เครื่องปั่น เครื่องตีไข่ ฯลฯ

การทำความสะอาด ต้องล้างทันทีหลังจากใช้งาน เพราะจะช่วยให้ล้างได้ง่าย และควรถอดชิ้นส่วนต่างๆ ที่สามารถถอดได้ออกล้างทำความสะอาดให้ทั่วถึง สำหรับส่วนที่ไม่สามารถล้างด้วยน้ำอาจต้องใช้แปรงขนอ่อนหรือผ้าชุบน้ำยาล้างภาชนะทำความสะอาด เช็ดออกให้สะอาด นอกจากนี้ควรมีการฆ่าเชื้อโดยวิธีการต่างๆ ที่เหมาะสมกับวัสดุ เช่น ถ้าเป็นวัสดุประเภทโลหะ สแตนเลสที่ทนความร้อน สามารถฆ่าเชื้อโรคด้วยความร้อน 100 องศาเซลเซียส เวลา 2 นาที ถ้าเป็นวัสดุอื่นๆ เช่น พลาสติก สามารถใช้แอลกอฮอล์ 70% ฟ่นฆ่าเชื้อโรค

4. เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ การใช้เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ มีหลักการที่สำคัญ คือ

- ◆ ต้องแยกใช้เฉพาะตามประเภทของอาหาร เพื่อป้องกันการปนเปื้อน โดยเฉพาะต้อง แยกใช้ระหว่างอาหารดิบและอาหารที่พร้อมบริโภค และแยกใช้ระหว่างผัก ผลไม้ และเนื้อ สัตว์
- ◆ ต้องทำความสะอาดให้ทั่วถึง เนื่องจากอุปกรณ์เครื่องใช้บางชนิดมักมีพื้นผิวหรือมีบริเวณที่เป็นซอกมุมทำให้ล้างทำความสะอาดยากจะเป็นแหล่งสะสมและแพร่กระจายเชื้อโรคได้ ดังนั้นควรล้างทำความสะอาดดังนี้

4.1. มีดและเขียง มีดเป็นอุปกรณ์ที่สัมผัสอาหารโดยตรง ต้องแยกใช้ตามประเภทอาหารดังนี้

- สำหรับตัดแต่งผัก ผลไม้ ที่ยังไม่ได้ล้าง
- สำหรับหั่นเนื้อสัตว์ดิบ
- สำหรับเนื้อสัตว์ที่ปรุงเสร็จแล้ว
- สำหรับผลไม้ที่ล้างทำความสะอาดแล้ว เตรียมเสิร์ฟ
- สำหรับอาหารประเภทเบเกอรี่
- สำหรับอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว

ประเภทเขียง โดยทั่วไป มี 2 ประเภท คือ

- ประเภทไม้ เหมาะกับการใช้งานหนัก สามารถดูด – ซัดได้ดี แต่มีการดูด ชีมน้ำ น้ำมัน และถ้าล้างไม่สะอาดวางเก็บไม่ดีจะทำให้มีกลิ่น ขึ้นราซึ่งเป็นแหล่ง สะสมความสกปรกได้มาก
- ประเภทพลาสติก พื้นผิวมักไม่เรียบและถ้าใช้งานหนักมักจะเป็นรอยฝังลึกในเนื้อพลาสติก ซึ่งเป็นแหล่งสะสมสิ่งสกปรก และจะมีอายุการใช้งานไม่นานเท่าเขียงไม้ ดังนั้นจึงควรใช้งานพื้นที่ไม่หนัก ถ้าพื้นผิวเปลี่ยน ถ้าพื้นผิวเปลี่ยนสี หรือถลอกควรเลิกใช้งาน

การทำความสะดวก

1. ชูด ชัดดู สิ่งสกปรกออก
 1. ล้างด้วยน้ำยาล้างภาชนะ โดยแปรงและแผ่นใยขัด
 2. ล้างด้วยน้ำสะอาด
 3. ฆ่าเชื้อด้วยน้ำร้อน 100 องศาเซลเซียส หรือสารเคมี
 4. ผึ่งให้แห้งในที่โปร่ง และมีแสงแดด
- 4.2. เสื้อเช็ดผ้าต่างๆ ผ้าเช็ดผ้าเป็นสิ่งที่ใช้ทำความสะอาด แต่ขณะเดียวกันก็เป็นแหล่งสะสม และช่วยกระจายเชื้อโรคและสิ่งสกปรกได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงต้องดูแลความสะดวกของ ผ้าเช็ดผ้า ดังนี้
- ◆ ผ้าเช็ดผ้าต่างๆ ไม่ควรใช้ปะปนกัน ผ้าที่ใช้เช็ดผ้าควรมีขนาดที่ไม่ใหญ่หรือหนาเกินไป เพราะจะทำให้ซักทำความสะอาดได้ยาก และเก็บสะสมเชื้อโรคได้มาก ทั้งยังอาจ สะบัดทำให้สิ่งสกปรกกระเด็นไปปนเปื้อนกับอาหารหรือ ภาชนะที่สะอาดแล้วได้ ควรมีจำนวนมากพอเพื่อเปลี่ยนในการใช้งาน ผ้าเช็ดผ้านี้ต้องมีการซักทำความสะอาด ตลอดเวลาที่ใช้ โดยซักกับน้ำสะอาดและ น้ำยาล้างภาชนะทันทีที่เลอะเปื้อนและควรมี การเปลี่ยนเมื่อมีความสกปรกมากโดยควรมีถังใส่น้ำและผงซักฟอกไว้แช่ผ้าที่ไม่ใช้ แล้ว เพื่อนำไปซักแล้วนำไปตากให้แห้งทุกวัน
 - ◆ ผ้าถูพื้น ควรแยกใช้ระหว่างผ้าถูพื้นในบริเวณที่มีความสกปรกต่างกันผ้าถูพื้น นี้ควร ซักล้างบ่อยๆ ด้วยผงซักฟอก หรือน้ำยาทำความสะอาดและแช่ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค แล้วตากให้แห้ง การซักผ้าถูพื้นต้องซักในถังที่ใช้โดยเฉพาะในบริเวณที่จัดไว้ให้ นำผ้า ที่ซักแล้วไปผึ่งแดดให้แห้ง

➤ การดูแลรักษาความสะดวกส่วนบุคคล

พนักงานที่มีการสัมผัสอาหารจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับความสะดวกส่วนบุคคล อย่างเคร่งครัด รวมทั้งผู้จัดการร้านต้องหมั่นตรวจตรา ความสะดวกส่วนบุคคลของพนักงาน พนักงาน ทุกคนต้องทราบว่าเป็นผู้ก่อให้เกิดการปนเปื้อนโดยทางใดบ้าง ทั้งจาก ผม ปาก จมูก หู ผิว หน้ มือ บาดแผล รวมไปถึงเครื่องประดับ และเครื่องสำอางค์ พนักงานต้องทราบถึงวิธีการป้องกัน ไม่ให้เกิดการปนเปื้อนด้วย โดยการรักษาความสะดวกส่วนบุคคลให้อยู่ในระดับที่ดีมาก สวมผ้ากัน เปื้อน ที่คลุมผม และรองเท้าที่เหมาะสมโดยชุดกันเปื้อนควรอยู่ในสภาพที่สะอาด และถูกลักษณะ ชุด กันเปื้อนพอดีตัว สวมสบาย ไม่มีกระเปาะ ไม่ใช้กระดุม เนื่องจากอาจหลุดร่วงลงสู่อาหารได้ ซักล้าง ได้และมีสีอ่อน เนื่องจากหากเปื้อน จะทำให้เห็นได้ชัดเจน รองเท้าที่สวมใส่สะอาด

ทั้งนี้ทางร้านจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับพนักงาน เพื่อให้มีการปฏิบัติและรักษาสุขลักษณะที่ดีไว้ได้ เช่น จัดให้มีห้องสุขา อุปกรณ์การล้างมือ สบู่ น้ำ และอุปกรณ์การทำมือแห้งอย่างถูกสุขลักษณะ เหมาะสมเพียงพอกับจำนวนพนักงาน

➤ โปรแกรมการทำความสะอาด

ตารางที่ 6 แสดง โปรแกรมการทำความสะอาด

บริเวณ	ผู้รับผิดชอบ	ความถี่	วิธีการที่ใช้		
			1	2	3
ภายนอกร้าน	พนักงานต้อนรับลูกค้า	ทุกเช้าก่อนร้านเปิดบริการ ทุกวันสิ้นเดือน	●		●
พื้นส่วนบริการลูกค้า	พนักงานเดินอาหาร	ทุกกะหลังร้านปิดบริการ ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ	●	●	
โต๊ะเก้าอี้	พนักงานเสิร์ฟ	ทุกกะหลังร้านปิดบริการ ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ	●	●	
บาร์น้ำ	พนักงานบาร์น้ำ	ทุกกะหลังร้านปิดบริการ ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ	●	●	
เคาน์เตอร์ขายผัก ผลไม้	พนักงานเดินอาหาร	ทุกกะหลังร้านปิดบริการ ทุกเช้าวันจันทร์ก่อนร้านเปิดบริการ	●	●	
เคาน์เตอร์พนักงานเก็บเงิน	พนักงานเก็บเงิน	ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ ทุกวันสิ้นเดือน	●	●	
บริเวณเตาปรุงอาหาร	แม่ครัว	ทุกกะหลังร้านปิดบริการ ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ	●	●	
พื้นครัว	ผู้ช่วยแม่ครัว	ทุกกะหลังร้านปิดบริการ ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ ทุกวันสิ้นเดือน	●	●	●
โต๊ะเตรียมอาหาร	ผู้ช่วยแม่ครัว	ทุกกะหลังร้านปิดบริการ ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ	●	●	
อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว	แม่ครัว	ทุกกะหลังร้านปิดบริการ		●	
ท่อ และรางระบายน้ำ	พนักงานล้างจาน	ทุกสิ้นวันหลังร้านปิดบริการ			●
ห้องสุขา	พนักงานต้อนรับลูกค้า	ทุกกะหลังร้านปิดบริการ		●	

หมายเหตุ

1. เก็บกวาด
2. เช็ด ล้าง โดยใช้ น้ำยาทำความสะอาด
3. ใช้น้ำฉีดแรงดันสูง

■ แผนปฏิบัติการด้านการควบคุมคุณภาพอาหาร

เพื่อเป็นการยืนยันถึงความอร่อยและได้มาตรฐานของร้าน นอกจากร้านงานสารจะจัดจ้างแม่ครัวที่มีประสบการณ์การทำอาหารในร้านอาหารมาไม่ต่ำกว่า 7 ปีแล้ว ยังมีคู่มือสำหรับการปรุงอาหาร โดยการจัดทำคู่มือนี้จะจัดทำร่วมกันระหว่างนักโภชนาการ แม่ครัว ผู้ถือหุ้น นอกจากนี้จะมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารเข้ามาร่วมด้วย เพื่อให้ได้สัดส่วนของเครื่องปรุงที่ถูกต้อง รสชาติอร่อย และถูกสุขลักษณะเหมือนกันทุกครั้งที่ปรุง ขั้นตอนการจัดทำคู่มือ มีดังนี้

1. มีสูตรตำรับเดิมจากตำราอาหารทั่วไป
2. นักโภชนาการพิจารณาความเหมาะสมของสารอาหารและเสนอแนะข้อควรระวังของปริมาณวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการปรุงอาหารแต่ละจาน
3. แม่ครัวพิจารณาปริมาณเครื่องปรุงที่ต้องการใช้
4. แม่ครัวทดลองปรุงอาหาร
5. ให้ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหาร โภชนาการ และพนักงานทุกคนในร้านทดลองชิมอาหารตามสูตรและให้เสนอแนะสิ่งที่ควรปรับปรุง ทั้งนี้การที่ให้พนักงานทุกคนได้ลองชิมอาหารทุกเมนู นอกจากจะทำเพื่อยืนยันว่าอาหารมีรสชาติถูกปากแล้ว ยังเป็นการสนับสนุนให้เกิดความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพการบริการ เนื่องจากพนักงานจะสามารถแนะนำและอธิบายลักษณะของอาหารให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
6. ปรับสูตรให้เหมาะสม
7. เมื่อได้สูตรที่เหมาะสมแล้ว จัดทำรายการส่วนประกอบ และวิธีการประกอบอาหารให้เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งเอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะต้องใช้ในการอบรมบุคลากรที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการปรุงอาหารต่อไป

◇ คู่มือขั้นตอนงาน

1. การต้อนรับลูกค้า

- พนักงานต้อนรับเปิดประตู พร้อมกล่าว “สวัสดี (ครับ / ค่ะ) งานสาระ ยินดีต้อนรับ (ครับ / ค่ะ)”
- พนักงานต้อนรับนำลูกค้าไปยังโต๊ะตามที่ลูกค้าร้องขอ หรือเลือกโต๊ะที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้า หากมีเด็กเล็กมาด้วย ให้จัดเก้าอี้สำหรับเด็กเสริม

2. การรับคำสั่งอาหาร

- พนักงานนำรายการอาหารมามอบให้กับลูกค้า พร้อมแนะนำรายการอาหารพิเศษ สำหรับลูกค้าใหม่อาจต้องการคำแนะนำ สำหรับลูกค้าเก่าให้พนักงานออกมายืนรออยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง และเตรียมพร้อม เมื่อลูกค้าเรียกสามารถเข้ารับคำสั่งได้ทันที
- สอบถามลูกค้าถึงเครื่องดื่ม เพื่อนำมาบริการก่อน หากลูกค้าไม่ต้องการ ให้รับคำสั่งรายการอาหารพร้อมเครื่องดื่มตามปกติ
- จดรายการอาหารลงในใบรับรายการอาหารซึ่ง 1 ชุดจะมีทั้งหมด 3 แผ่น แยกระหว่างอาหารกับเครื่องดื่ม
- ทบทวนรายการอาหารทั้งหมดที่ลูกค้าสั่งหลังจากจบการสั่งอาหารทุกครั้ง เพื่อยืนยันความถูกต้อง
- พนักงานส่งรายการอาหารต้นฉบับให้กับแคชเชียร์ สำเนาใบที่ 1 ส่งไปยังห้องครัวหรือบาร์น้ำ สำเนาใบที่ 2 เก็บไว้ที่โต๊ะพักอาหาร ในส่วนของพนักงานเสิร์ฟ

3. การปรุงอาหาร

- ผู้ช่วยแม่ครัว เตรียมส่วนประกอบที่ต้องใช้ในแต่ละรายการอาหารที่ได้รับ ส่งให้กับแม่ครัวพร้อมแนบสำเนาใบรายการอาหารไว้ที่ถาด
- พนักงานบาร์น้ำจัดเตรียมเครื่องดื่มตามสำเนาใบรายการอาหาร
- แม่ครัวปรุงอาหารตามรายการ
- ผู้ช่วยแม่ครัวนำอาหารที่ปรุงเสร็จมาวางยังโต๊ะพักอาหาร พร้อมสำเนาใบรายการอาหาร
- พนักงานบาร์น้ำ นำน้ำที่เตรียมเสร็จวางไว้ที่จุดพักน้ำ

4. การเสิร์ฟอาหาร

- พนักงานเดินอาหารนำอาหารจากโต๊ะพักอาหารและจุดพักเครื่องดื่มส่งให้กับพนักงานเสิร์ฟเพื่อทำการเสิร์ฟอาหารให้ลูกค้า
- เลือกระบิเวณที่วางเพื่อให้บริการลูกค้าน้อยที่สุด โดยพนักงานจะต้องส่งเสียงเตือนลูกค้าก่อนทุกครั้งเพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น
- วางอาหารบนโต๊ะ พร้อมแจ้งชื่ออาหารให้ลูกค้าทราบ
- นำใบรายการอาหาร (สำเนาใบที่ 2) ที่มาพร้อมถาดอาหารส่งให้กับแคชเชียร์เพื่อตรวจสอบว่ารายการอาหารที่ลูกค้าสั่งได้มีการบริการแล้ว

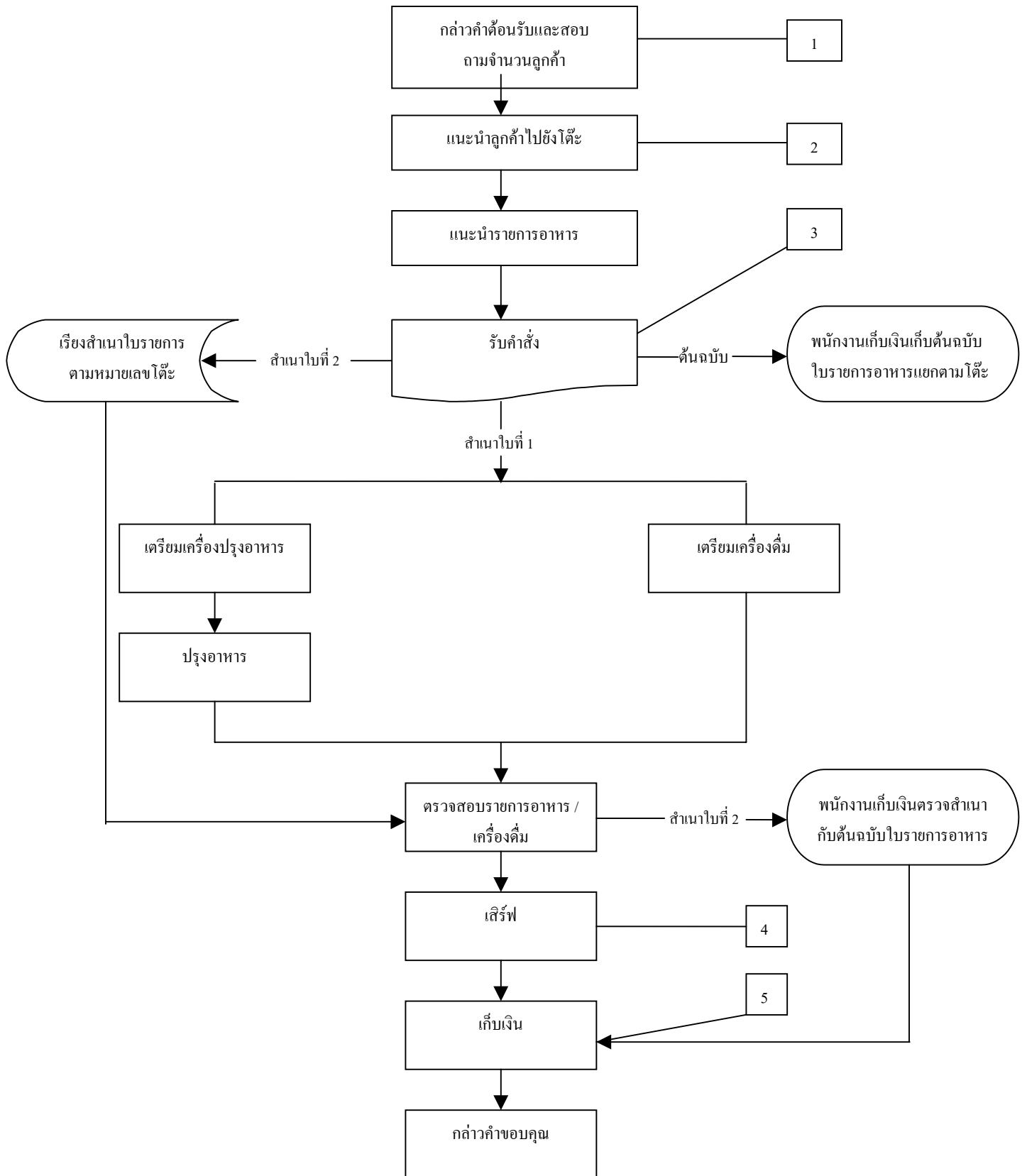
5. การเก็บเงิน

- พนักงานเก็บเงินตรวจสอบใบรายการอาหารต้นฉบับกับสำเนาใบรายการอาหารที่ส่งให้ลูกค้าแล้ว ว่าตรงกันหรือไม่ ทำการรวมรายการเพื่อเก็บเงินจากลูกค้า
- พิมพ์รายการอาหารพร้อมราคา เพื่อเรียกเก็บเงินจากลูกค้า
- พนักงานเก็บเงินส่งใบเรียกเก็บเงินให้กับพนักงานเสิร์ฟ
- พนักงานเสิร์ฟนำไปเรียกเก็บเงินให้ลูกค้าตรวจสอบพร้อมรับเงินหรือบัตรเครดิต
- พนักงานเสิร์ฟส่งเงินหรือบัตรเครดิตให้กับพนักงานเก็บเงิน
- พนักงานเสิร์ฟส่งเงินทอน หรือสำเนาสลิปบัตรเครดิตคืนให้กับลูกค้า พร้อมกล่าว”ขอบคุณ (ค่ะ / ครับ)”

6. การเก็บโต๊ะหลังจากลูกค้าใช้บริการ

- พนักงานเสิร์ฟและพนักงานเดินอาหาร รับผิดชอบร่วมกันในการเก็บจานชาม และทำความสะอาดบนโต๊ะ
- นำจานชามที่ใช้แล้วไปวางยังโต๊ะพัก
- ผู้ช่วยแม่ครัวนำจานชามที่ใช้แล้วจากโต๊ะพักไปส่งยังส่วนทำความสะอาด

แผนภาพที่ 2 แสดงกระบวนการในการให้บริการลูกค้า



◇ วิธีการแก้ไขและการป้องกันจุดที่อาจเกิดความผิดพลาด

1. ไม่มีพนักงานต้อนรับลูกค้าบริเวณหน้าร้าน
 - การแก้ไข : พนักงานที่เห็นคนแรกรีบเข้าไปต้อนรับโดยเร็ว
 - การป้องกัน : กรณีพนักงานต้อนรับจำเป็นต้องไปทำธุระอื่น ให้มอบหมายหน้าที่แก่พนักงานคนอื่นไว้ และทางร้านจะติดโมบายไว้ที่ประตูทางเข้า เพื่อให้เกิดเสียงเตือนพนักงานเวลาลูกค้าเข้ามาในร้าน
2. ไม่มีโต๊ะว่างสำหรับให้บริการลูกค้า
 - การแก้ไข :
 - 1) เชิญลูกค้ามานั่งที่มุมสุขภาพ ซึ่งจะมีหนังสือ และนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพให้ลูกค้าอ่านขณะนั่งรอ
 - 2) บริการน้ำดื่มฟรี
 - 3) รับคำสั่งรายการอาหาร หากลูกค้าต้องการสั่งอาหารก่อน
3. พนักงานจกรายการอาหารผิด
 - การแก้ไข : พนักงานกล่าวขอโทษ และรีบเปลี่ยนอาหารให้ลูกค้าโดยเร็ว
 - การป้องกัน : อบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามขั้นตอนการรับคำสั่งอาหารอย่างเคร่งครัด โดยพนักงานจะต้องทวนรายการอาหารกับลูกค้าทุกครั้งหลังการรับคำสั่ง
4. การเสิร์ฟอาหาร
 - 4.1 พนักงานเสิร์ฟอาหารหกล้มลูกค้า
 - การแก้ไข : พนักงานกล่าวขอโทษ แล้วรีบทำความสะอาดโดยเร็ว ซึ่งทางร้านจะมอบส่วนลด 10% ของมูลค่าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับมื้อนั้น
 - การป้องกัน : อบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามขั้นตอนการเสิร์ฟอาหารอย่างถูกต้อง
 - 4.2 พนักงานเสิร์ฟอาหารผิดโต๊ะ
 - การแก้ไข : พนักงานกล่าวขอโทษ
 - การป้องกัน : พนักงานจะต้องตรวจสอบอาหารที่รับจากห้องครัวให้ตรงกับรายการอาหารที่แนบมาและตรวจสอบกับสำเนารายการใบที่ 2 ทุกครั้งก่อนนำอาหารไปเสิร์ฟให้กับลูกค้า
 - 4.3. ลูกค้ารออาหารนานเกิน
 - การแก้ไข : เมื่อลูกค้าสอบถามเกี่ยวกับอาหารที่สั่ง พนักงานจะต้องกล่าวขอโทษและรีบดำเนินการตรวจสอบอย่างรวดเร็ว
 - การป้องกัน

- 1) ให้บริการลูกค้าเรียงตามลำดับก่อนหลังเสมอ
- 2) พนักงานเสิร์ฟที่รับผิดชอบโต๊ะนั้นๆ จะต้องคอยสังเกต และดูแลลูกค้าตลอดเวลา

5. พนักงานคิดเงิน หรือทอนเงินผิด

- การแก้ไข : พนักงานกล่าวขอโทษ พร้อมมอบบัตรส่วนลด 10% สำหรับการรับประทานอาหารครั้งต่อไป
- การป้องกัน : อบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามขั้นตอนการคิดเงินด้วยความรอบคอบ

แผนการเงิน

ทำการวิเคราะห์ด้านการเงิน โดยตั้งสมมติฐานในการดำเนินการดังนี้

☆ สมมติฐานที่ใช้ในการจัดทำแผนการเงิน

1. จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและเริ่มดำเนินการตกแต่ง ซึ่งคาดว่าจะการตกแต่งจะแล้วเสร็จภายในเวลา 3 เดือน และเปิดดำเนินการได้ในเดือนที่ 4
2. อัตราเงินเฟ้อ 3% ต่อปี อ้างอิงจากบทความเรื่อง Flexible Inflation Targeting สำหรับประเทศไทย (ฉบับสาธารณชน) โดยพิชิต ภัทรวิมลพร ชีระพล รัตนาลังการและกอบศักดิ์ ภูตระกูล ที่กล่าวว่า อัตราเงินเฟ้อร้อยละ 3 ต่อปีเป็นอัตราเงินเฟ้อที่เหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งจากประสบการณ์ในอดีตพบว่า
 - อัตราเงินเฟ้อของไทยระหว่างปี 2524 ถึงปี 2538 เฉลี่ย 4.1% ต่อปี
 - อัตราเงินเฟ้อของสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทยเฉลี่ย 3.7% ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน

ดังนั้นอัตราเงินเฟ้อที่ 3% ต่อปีที่ใช้เป็นสมมติฐานจึงเป็นอัตราที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับระดับอัตราเงินเฟ้อในอดีตของไทยในช่วงที่เศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและอัตราเงินเฟ้อของประเทศคู่ค้าของไทย

3. เงินลงทุนเริ่มต้น 4,000,000 บาท สำหรับค่าออกแบบตกแต่งร้าน รวมทั้งค่าอุปกรณ์ และเงินหมุนเวียนอีกจำนวน 2,000,000 บาท

4. การจัดหาเงินทุน

เงินกู้ระยะยาว	2,000,000 บาท	$K_d^* = 10\%$
หุ้นสามัญ	4,000,000 บาท	$K_e^{**} = 20\%$
รวม	6,000,000 บาท	WACC = 15.67%

* $K_d = 10\%$ พิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เท่ากับ MLR (7.25%) + 1% แต่สำหรับกรณีธุรกิจบริการที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันอาจจะต้องกู้โดยให้บริษัทประกันสินเชื่อขนาดย่อม (บสย.) เป็นผู้ค้ำประกันสินเชื่อ ซึ่งกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมค้ำประกันที่ 1.75% ต่อปี (7.25% + 1% + 1.75% = 10%)

** $K_e = 20\%$ อ้างอิงจาก Earning Yield (E/P) ของบริษัท เอสแอนด์พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) (S&P) ซึ่งมีค่าประมาณ 15% คำนวณโดยใช้ข้อมูล P/E Ratio เฉลี่ยของปี 2544 แต่เนื่องจากร้านงานสารจะมีขนาดของธุรกิจที่เล็กกว่า S&P มาก และยังเป็นธุรกิจใหม่จึงมีความเสี่ยงในหารดำเนินธุรกิจมากกว่า ทำให้อัตราผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นต้องการ (Earning Yield) สูงกว่า S&P ดังนั้น K_e ที่จะนำมาใช้สำหรับร้านงานสารจึงปรับเพิ่มขึ้นเป็น 20%

ตารางที่ 8 แสดงการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ย

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินกู้ระยะยาว	2,000,000	(500,000)	(500,000)	(500,000)	(500,000)
ดอกเบี้ยจ่าย	(200,000)	(200,000)	(150,000)	(100,000)	(50,000)

5. การหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือประมาณ 3 วัน คำนวณจาก

โดยเฉลี่ยอาหาร 1 งาน ประกอบด้วย	ผัก	40%	อัตราการหมุนเวียน 2 วัน คิดเป็น 0.8 วัน
	เนื้อสัตว์	40%	อัตราการหมุนเวียน 2 วัน คิดเป็น 0.8 วัน
	ของแห้ง	20%	อัตราการหมุนเวียน 7 วัน คิดเป็น 1.4 วัน
	รวม		3.0 วัน

6. เจ้าหนี้การค้าประมาณจาก 80% ของต้นทุนขายทั้งสิ้น โดยมีเงื่อนไขการชำระเงินให้แก่เจ้าหนี้การค้า 30 วัน

7. รายได้จากการขายเติบโตขึ้นปีละ 8% ตั้งแต่ปีที่ 2-ปีที่ 5 และเติบโตเท่ากับอัตราเงินเฟ้อตั้งแต่ปีที่ 6 เป็นต้นไป

8. รายได้จากการขายแบ่งเป็นเงินสด 50% และลูกหนี้การค้า (บัตรเครดิต) 50% ซึ่งมีอายุลูกหนี้เฉลี่ย 2 วัน

9. ต้นทุนสินค้าขายเท่ากับ 50% ของรายได้ (ข้อมูลอ้างอิงจากการสัมภาษณ์ร้าน Neil's Tavern บท สัมภาษณ์ร้านสเต็กลาวจากหนังสือคู่มือนักบุกเบิกธุรกิจ SMEs งบการเงินร้านอาหารสีฟ้า ปี พ.ศ. 2542 และงบการเงินร้านอาหารต้นเครื่องปี พ.ศ. 2543 เนื่องจากเป็นร้านอาหารที่เน้นการให้บริการ เช่นเดียวกัน) และควบคุมต้นทุนโดยวิธีตั้งเป้าหมายต้นทุนเพื่อให้รักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นให้ได้ 50%

10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการประกอบด้วย

- เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน 249,000 บาท ต่อเดือนเพิ่มขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อ และเงินโบนัสประจำปีจะจ่ายในอัตรากงที่เท่ากับ 1 เดือน
- ค่าเช่าสถานที่ 180,000 บาทต่อเดือน ชำระเงินมัดจำ 3 เดือน ณ วันทำสัญญา อายุสัญญา 5 ปี และเพิ่มขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อสำหรับการต่อสัญญาครั้งต่อไป
- ค่าไฟฟ้าประมาณ 50,000 บาทต่อเดือน
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าแก๊สหุงต้ม ค่าชักรีด ค่าสิ่งพิมพ์ และสินค้าเสียหาย คิดเป็น 3 % ของรายได้สำหรับปีที่ 1 และ 2% ของรายได้สำหรับปีที่ 2 เป็นต้นไป

11. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด รายละเอียดแต่ละปีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9 แสดงค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด

กิจกรรม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แผ่นพับ และนิตยสาร	60,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ส่งเสริมการขายภายในร้าน	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
อบรมบุคลากร	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
โฆษณาใน Web Site	45,000	60,000	60,000	60,000	60,000
โฆษณาในนิตยสาร (Advertorial)	240,000	100,000	100,000	100,000	100,000
โฆษณาทางวิทยุ	120,000	100,000	100,000	100,000	100,000
การประชาสัมพันธ์*	113,000	50,000	50,000	50,000	50,000
รวม	628,000	400,000	400,000	400,000	400,000

* การประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้นำทางความคิด (Exclusive Interview) การจัดทำแผ่นพับแทรก (Supplementary) เป็นต้น

12. ตัดค่าเสื่อมราคาโดยวิธีเส้นตรงเป็นระยะเวลา 5 ปี
13. อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลเท่ากับ 30% ของกำไรสุทธิ
14. นโยบายในการจ่ายเงินปันผลเท่ากับ 50% ของกำไรสุทธิ กรณีที่มียอดกำไรสะสมเป็นบวก

✧ การประมาณการรายได้

◆ มื้อกลางวัน

จากจำนวนประชากร (Total Market) 822,285 คน ที่คำนวณได้ภายใต้ขอบเขตพื้นที่รัศมี 5 กิโลเมตรจากชอยอารีย์ และข้อมูลประชากรจำแนกตามหมวดอายุ เพศ ภาคและเขตการปกครอง พ.ศ. 2543 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี พบว่าประชากรอายุตั้งแต่ 20 – 59 ปี เป็น 65.46% ของประชากรในเขตกรุงเทพฯ ดังนั้นจึงใช้อัตราดังกล่าวเป็นตัวแทนในการคำนวณจำนวนประชากรเป้าหมายในพื้นที่ที่กำลังพิจารณา และจากการวิจัยพบว่าประชากรอายุตั้งแต่ 21-60 ปีที่มีเงินเดือนมากกว่า 10,000 บาทเป็น 82% ของประชากรในช่วงอายุดังกล่าว จึงสามารถคำนวณ Potential Market ได้เท่ากับ 441,379 คน อีกทั้งมีคนสนใจเข้ามาใช้บริการร้านงานสาระถึง 81.40% ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 21-60 ปี และมีเงินเดือนมากกว่า 10,000 บาท ดังนั้นจึงคำนวณประชากรเป้าหมายได้เท่ากับ $441,379 \times 81.40\% = 359,282$ คนต่อมื้อต่อวัน

◆ มื้อเย็น

จากจำนวนประชากร (Total Market) 822,285 คน ที่คำนวณได้ภายใต้ขอบเขตพื้นที่รัศมี 5 กิโลเมตรจากชอยอารีย์ และข้อมูลประชากรจำแนกตามหมวดอายุ เพศ ภาคและเขตการปกครอง พ.ศ. 2543 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี พบว่าประชากรอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปเป็น 73.88% ของประชากรในเขตกรุงเทพฯ ดังนั้นจึงใช้อัตราดังกล่าวเป็นตัวแทนในการคำนวณจำนวนประชากรเป้าหมายในพื้นที่กำลังพิจารณา และจากการวิจัยพบว่าประชากรอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไปที่มีเงินเดือนมากกว่า 10,000 บาทเป็น 82% ของประชากรในช่วงอายุดังกล่าว จึงสามารถคำนวณ Potential Market ได้เท่ากับ 498,153 คน อีกทั้งมีคนสนใจเข้ามาใช้บริการร้านงานสาระถึง 81.57% ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป และมีเงินเดือนมากกว่า 10,000 บาท ดังนั้นจึงคำนวณประชากรเป้าหมายได้ เท่ากับ $498,153 \times 81.57\% = 406,343$ คนต่อมื้อต่อวัน

จากข้อมูลสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายเขต ณ วันที่ 21 กันยายน 2543 ของศาลว่ากรุงเทพมหานคร พบว่าจำนวนร้านอาหาร ในเขตพญาไท และเขตที่มีพื้นที่ติดกับเขตพญาไท จำนวน 5 เขตเป็นดังนี้

เขต	จำนวนร้านอาหาร
พญาไท	330
จตุจักร	567
ดินแดง	328
คูสิต	342
บางซื่อ	242
ราชเทวี	<u>361*</u>
รวม	<u><u>2,170</u></u>

หมายเหตุ

* เขตราชเทวีไม่มีข้อมูลจำนวนร้านอาหาร จึงใช้ค่าเฉลี่ยจำนวนร้านอาหารของ 5 เขตเป็นตัวแทนของเขตราชเทวี

จากจำนวนร้านอาหาร 2,170 ร้าน คาดว่า 50% ของจำนวนร้านดังกล่าวจะเป็นคู่แข่งกับร้านงานสาระ ซึ่งคำนวณได้เท่ากับ 1,085 ร้าน

	มือกลางวัน	มือเย็น
จำนวนประชากรเป้าหมาย	359,282 คนต่อวัน	406,343 คนต่อวัน
จำนวนวันเฉลี่ยที่รับประทานอาหารนอกบ้าน	5.5 วันต่อสัปดาห์	3 วันต่อสัปดาห์
จำนวนประชากรเป้าหมายทั้งสิ้น	282,293 คนต่อวัน	174,147 คนต่อวัน
จำนวนร้านคู่แข่ง*	1,085 ร้าน	1,085 ร้าน
จำนวนประชากรเป้าหมายต่อร้าน	260 คนต่อร้าน	160 คนต่อร้าน **

หมายเหตุ

* ในการพิจารณาครั้งนี้ กำหนดให้ร้านอาหารที่เปิดให้บริการสำหรับมือกลางวัน และมือเย็นมีจำนวนเท่ากัน

** สำหรับมือเย็นคาดว่า 50% ของจำนวนประชากรเป้าหมายต่อร้านจะเป็นกลุ่มไปมารับประทานอาหารเย็นตามปกติ และอีก 50% จะเป็นกลุ่มที่พาครอบครัวมาด้วย ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า จำนวนคนในครอบครัวเฉลี่ยเท่ากับ 4 คน ดังนั้นจึงสามารถคำนวณได้ดังนี้

	เฉพาะประชากรกลุ่มเป้าหมาย	ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่พาครอบครัวมาด้วย
อัตราส่วน	50%	50%
จำนวนประชากรเป้าหมายต่อร้าน	80 คน	80 คน
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการต่อประชากรเป้าหมาย	1 คน	4 คน
จำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการทั้งสิ้น	80 คน	320 คน
รวมจำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการในมือเย็นทั้งสิ้น	400 คน	

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า จำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการในมือกลางวันเท่ากับ 260 คน และ 400 คนสำหรับมือเย็น

◆ การประมาณการรายได้พิจารณา 3 แนวทาง ดังนี้

1. สถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) คำนวณจาก 80% ของจำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการ
2. สถานการณ์ปกติ (Normal Case) คำนวณจาก 60% ของจำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการ
3. สถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) คำนวณจาก 40% ของจำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการ

	สถานการณ์ ดีเลิศ	สถานการณ์ ปกติ	สถานการณ์ เลวร้าย
มื้อมกลางวัน	208 ที่นั่ง	156 ที่นั่ง	104 ที่นั่ง
ราคาเฉลี่ยต่อคนต่อมื้อมกลางวัน*	100 บาท	100 บาท	100 บาท
มื้อมเย็น	320 ที่นั่ง	240 ที่นั่ง	160 ที่นั่ง
ราคาเฉลี่ยต่อคนต่อมื้อมเย็น*	200 บาท	200 บาท	200 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อวัน	84,800 บาท	63,600 บาท	42,400 บาท

หมายเหตุ

* จำนวนจากค่าใช้จ่ายต่อคนในการกินอาหารนอกบ้านมื้อมกลางวัน และมื้อมเย็นที่ได้จากงานวิจัย บวกเพิ่มอีก 40%

- ◆ การคำนวณการส่งเสริมการตลาดในเดือนที่ 7-12 ของปีที่ 1 ที่ส่งผลกระทบต่อรายได้
กรณีให้คูปองส่วนลด 10% (คูปองมีอายุ 1 เดือน) สำหรับการรับประทานอาหารเช้าครั้งต่อไปเมื่อรับประทานอาหารเช้าครบ 500 บาทขึ้นไป
 - คาดว่า 70% ของลูกค้าที่มาใช้บริการจะรับประทานอาหารเช้าครบ 500 บาท ขึ้นไป
 - คาดว่า 50% ของลูกค้าที่ได้รับคูปองส่วนลดจะนำคูปองดังกล่าวมาใช้ภายในกำหนด
 - ดังนั้น 35% ของรายได้ที่ได้รับในเดือนที่ 7-12 ของปีที่ 1 จะลดลง 10% ส่วนที่เหลืออีก 65% ได้รับเต็มจำนวน

◇ งบจ่ายลงทุน

ร้านจะจัดหาเงินทุนโดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 400,000 หุ้นมูลค่าหุ้นละ 10 บาท ผู้บริหารทั้ง 4 ท่านจะลงทุนในอัตราส่วนเท่าๆ กันรวม 90% ของจำนวนหุ้นทั้งหมด (360,000 หุ้น) ส่วนที่เหลืออีก 40,000 หุ้นจำหน่ายให้แก่ผู้สนใจลงทุนรายอื่น และขอกู้เงินจากธนาคารอีกจำนวน 2,000,000 บาท เงินทุนที่ได้มาทั้งสิ้น 6,000,000 บาท จะนำไปใช้ในการตกแต่งจำนวน 3,000,000 บาท (คำนวณจากพื้นที่ 500 ตารางเมตร ซึ่งมีค่าตกแต่งประมาณ 6,000 บาทต่อตารางเมตร) และค่าอุปกรณ์ต่างๆ ได้แก่ อุปกรณ์ในการปรุงอาหาร ภาชนะใส่อาหารบาทต่อตารางเมตร ภาชนะใส่อาหารเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผ่อนแรง เช่น เครื่องอบภาชนะ เครื่องบด เครื่องปั่น ตู้แช่อาหาร เครื่องทำน้ำแข็ง และเครื่องคิดเงินสด จำนวน 1,000,000 บาท สำหรับส่วนที่เหลืออีก 2,000,000 บาท จะนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน

แหล่งที่มาของเงินทุน	
เงินกู้ระยะยาว	2,000,000.00
หุ้นสามัญ	<u>4,000,000.00</u>
รวมแหล่งที่มาของเงินทุน	<u>6,000,000.00</u>
แหล่งใช้ไปของเงินทุน	
เงินลงทุนหมุนเวียน	2,000,000.00
ค่าตกแต่ง (500 ตารางเมตร X 6,000 บาท)	3,000,000.00
ค่าอุปกรณ์ต่างๆ	<u>1,000,000.00</u>
รวมแหล่งใช้ไปของเงินทุน	<u>6,000,000.00</u>

◇ การประมาณการงบการเงิน

➤ กรณีสถานการณ์ปกติ (Normal Case)

งบกำไรขาดทุน
กรณีสถานการณ์ปกติ

	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	16,771,320	24,727,680	26,705,894	28,842,365	31,149,754
ต้นทุนสินค้าขาย	(8,586,000)	(12,363,840)	(13,352,947)	(14,421,183)	(15,574,877)
กำไรขั้นต้น	8,185,320	12,363,840	13,352,947	14,421,182	15,574,877
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
เงินเดือน	(2,739,000)	(3,334,110)	(3,434,133)	(3,537,157)	(3,643,272)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	(3,175,160)	(3,254,554)	(3,294,118)	(3,336,847)	(3,382,995)
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	(628,000)	(400,000)	(400,000)	(400,000)	(400,000)
ค่าเสื่อมราคา	(800,000)	(800,000)	(800,000)	(800,000)	(800,000)
กำไรจากการดำเนินงาน	843,160	4,575,176	5,424,696	6,347,178	7,348,610
ดอกเบี้ยจ่าย	(200,000)	(200,000)	(150,000)	(100,000)	(50,000)
กำไรก่อนภาษี	643,160	4,375,176	5,274,696	6,247,178	7,298,610
ภาษีเงินได้	(192,948)	(1,312,553)	(1,582,409)	(1,874,154)	(2,189,583)
กำไรสุทธิ	450,212	3,062,623	3,692,287	4,373,024	5,109,027

งบกำไรสะสม
กรณีสถานการณ์ปกติ

	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นงวด	0	450,212	1,981,524	3,827,667	6,014,179
กำไรสุทธิ	450,212	3,062,623	3,692,287	4,373,024	5,109,027
เงินปันผลจ่าย	0	(1,513,311)	(1,846,144)	(2,186,512)	(2,554,513)
กำไรสะสมปลายงวด	450,212	1,981,524	3,827,667	6,014,179	8,568,693

งบดุล
กรณีสถานการณ์ปกติ

	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร*	3,250,812	5,125,372	7,318,222	9,855,179	12,764,173
ลูกหนี้การค้า	127,200	137,376	148,366	160,235	173,054
สินค้าคงเหลือ	95,400	103,032	111,275	120,177	129,791
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,473,412	5,365,780	7,577,863	10,135,591	13,067,018
ค่าตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน – สุทธิ	3,200,000	2,400,000	1,600,000	800,000	0
สินทรัพย์อื่น	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
รวมสินทรัพย์	7,213,412	8,305,780	9,717,863	11,475,591	13,607,018
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สิน					
เจ้าหนี้การค้า	763,200	824,256	890,196	961,412	1,038,325
รวมหนี้สินหมุนเวียน	763,200	824,256	890,196	961,412	1,038,325
เงินกู้ระยะยาว	2,000,000	1,500,000	1,000,000	500,000	0
รวมหนี้สิน	2,763,200	2,324,256	1,890,196	1,461,421	1,038,325
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
หุ้นสามัญ	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
กำไรสะสม	450,212	1,981,524	3,827,667	6,014,179	8,568,693
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,450,212	5,981,524	7,827,667	10,014,179	8,568,693
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	7,213,412	8,305,780	9,717,863	11,475,591	13,607,018

* เงินสดและเงินฝากธนาคาร สำรองไว้สำหรับจัดซื้อที่ดิน เพื่อการขยายสาขาในอนาคต

งบกระแสเงินสด
กรณีสถานการณ์ปกติ

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	450,212	3,062,623	3,692,287	4,373,024	5,109,027
รายการปรับกระทบกำไรสุทธิเป็นเงินสดรับ (จ่าย)					
ค่าเสื่อมราคา	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
ลูกหนี้การค้าลดลง (เพิ่มขึ้น)	(127,200)	(10,176)	(10,990)	(11,869)	(12,819)
สินค้าคงเหลือลดลง (เพิ่มขึ้น)	(95,400)	(7,632)	(8,243)	(8,902)	(9,614)
สินทรัพย์อื่นลดลง (เพิ่มขึ้น)	(540,000)	0	0	0	0
เจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น (ลดลง)	763,200	61,056	65,940	71,216	76,913
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,250,812	3,905,871	4,538,994	5,223,469	5,963,507
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
ค่าตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงานลดลง (เพิ่มขึ้น)	(4,000,000)	0	0	0	0
เงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมลงทุน	(4,000,000)	0	0	0	0
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินกู้ยืมระยะยาวเพิ่มขึ้น (ลดลง)	2,000,000	(500,000)	(500,000)	(500,000)	(500,000)
หุ้นสามัญเพิ่มขึ้น (ลดลง)	4,000,000	0	0	0	0
เงินปันผลจ่าย	0	(1,531,311)	(1,846,144)	(2,186,512)	(2,554,513)
เงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมจัดหาเงิน	6,000,000	(2,031,311)	(2,346,144)	(2,686,512)	(3,054,513)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	3,250,812	1,874,560	2,192,850	2,536,957	2,908,994
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือต้นงวด	0	3,250,812	5,125,372	7,318,222	9,855,173
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือปลายงวด	3,250,812	5,125,372	7,318,222	9,855,179	12,764,173

➤ กรณีสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case)

งบกำไรขาดทุน
กรณีสถานการณ์ดีเลิศ

	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	22,361,760	32,970,240	35,607,859	38,456,488	41,533,007
ต้นทุนสินค้าขาย	(11,448,000)	(16,485,120)	(17,803,930)	(19,228,244)	(20,766,504)
กำไรขั้นต้น	10,913,760	16,485,120	17,803,929	19,228,244	20,766,503
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
เงินเดือน	(2,739,000)	(3,334,110)	(3,434,133)	(3,537,157)	(3,643,272)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	(3,346,880)	(3,419,405)	(3,472,157)	(3,529,130)	(3,590,660)
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	(628,000)	(400,000)	(400,000)	(400,000)	(400,000)
ค่าเสื่อมราคา	(800,000)	(800,000)	(800,000)	(800,000)	(800,000)
กำไรจากการดำเนินงาน	3,399,880	8,531,605	9,697,639	10,961,957	12,332,571
ดอกเบี้ยจ่าย	(200,000)	(200,000)	(150,000)	(100,000)	(50,000)
กำไรก่อนภาษี	3,199,880	8,331,605	9,547,639	10,861,957	12,282,571
ภาษีเงินได้	(959,964)	(2,499,482)	(2,864,292)	(3,258,587)	(3,684,771)
กำไรสุทธิ	2,239,916	5,832,123	6,683,347	7,603,370	8,597,800

งบกำไรสะสม
กรณีสถานการณ์ดีเลิศ

	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นงวด	0	1,119,958	4,036,019	7,377,692	11,179,377
กำไรสุทธิ	2,239,916	5,832,123	6,683,347	7,603,370	8,597,800
เงินปันผลจ่าย	(1,119,958)	(2,916,062)	(3,341,674)	(3,801,685)	(4,298,900)
กำไรสะสมปลายงวด	1,119,958	4,036,019	7,377,692	11,179,377	15,478,277

งบดุล
กรณีสถานการณ์ดีเลิศ

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	4,100,758	7,374,483	11,078,434	15,247,378	19,918,918
ลูกหนี้การค้า	169,600	183,168	197,821	213,647	230,739
สินค้าคงเหลือ	127,2000	137,376	148,366	160,235	173,054
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,397,558	7,695,027	11,424,621	15,621,260	20,322,711
ค่าตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน – สุทธิ	3,200,000	2,400,000	1,600,000	800,000	0
สินทรัพย์อื่น	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
รวมสินทรัพย์	8,137,558	10,635,027	13,564,621	16,961,260	20,862,711
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สิน					
เจ้าหนี้การค้า	1,017,600	1,099,008	1,186,929	1,281,883	1,384,434
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,017,600	1,099,008	1,186,929	1,281,883	1,384,434
เงินกู้ระยะยาว	2,000,000	1,500,000	1,000,000	500,000	0
รวมหนี้สิน	3,017,600	2,599,008	2,186,929	1,781,883	1,384,434
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
หุ้นสามัญ	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
กำไรสะสม	1,119,958	4,036,019	7,377,692	11,179,377	15,478,277
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	5,119,958	8,036,019	11,377,692	15,179,377	19,478,277
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	8,137,558	10,635,027	13,564,621	16,961,260	20,862,711

* เงินสดและเงินฝากธนาคาร สำรองไว้สำหรับจัดซื้อที่ดิน เพื่อการขยายสาขาในอนาคต

งบกระแสเงินสด
กรณีสถานการณ์ดีเลิศ

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	2,239,916	5,832,123	6,683,347	7,603,370	8,597,800
รายการปรับกระทบกำไรสุทธิเป็นเงินสดรับ (จ่าย)					
ค่าเสื่อมราคา	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
ลูกหนี้การค้าลดลง (เพิ่มขึ้น)	(169,600)	(13,568)	(14,653)	(15,826)	(17,092)
สินค้าคงเหลือลดลง (เพิ่มขึ้น)	(127,200)	(10,176)	(10,990)	(11,869)	(12,819)
สินทรัพย์อื่นลดลง (เพิ่มขึ้น)	(540,000)	0	0	0	0
เจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น (ลดลง)	1,017,600	81,408	87,921	94,954	102,551
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	3,220,716	6,689,787	7,545,625	8,470,629	9,470,440
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
ค่าตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงานลดลง (เพิ่มขึ้น)	(4,000,000)	0	0	0	0
เงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมลงทุน	(4,000,000)	0	0	0	0
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินกู้ยืมระยะยาวเพิ่มขึ้น (ลดลง)	2,000,000	(500,000)	(500,000)	(500,000)	(500,000)
หุ้นสามัญเพิ่มขึ้น (ลดลง)	4,000,000	0	0	0	0
เงินปันผลจ่าย	(1,119,958)	(2,916,062)	(3,341,674)	(3,801,685)	(4,298,900)
เงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมจัดหาเงิน	4,880,042	(3,416,062)	(3,841,674)	(4,301,685)	(4,798,900)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	4,100,758	3,273,725	3,703,951	4,168,944	4,671,540
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเหลือต้นงวด	0	4,100,758	7,374,483	11,078,434	15,247,378
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือปลายงวด	4,100,758	7,374,483	11,078,434	15,247,378	19,918,918

➤ **กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)**

งบกำไรขาดทุน		กรณีสถานการณ์เลวร้าย				
		หน่วย : บาท				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้		11,180,880	16,485,120	17,803,930	19,228,244	20,766,503
ต้นทุนสินค้าขาย		(5,724,000)	(8,242,560)	(8,901,965)	(9,614,122)	(10,383,252)
กำไรขั้นต้น		5,456,880	8,242,560	8,901,965	9,614,122	10,383,251
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร						
เงินเดือน		(2,490,000)	(3,077,640)	(3,169,969)	(3,537,157)	(3,643,272)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		(3,003,440)	(3,089,702)	(3,116,079)	(3,144,565)	(3,175,330)
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด		(628,000)	(400,000)	(400,000)	(400,000)	(400,000)
ค่าเสื่อมราคา		(800,000)	(800,000)	(800,000)	(800,000)	(800,000)
กำไรจากการดำเนินงาน		(1,464,560)	875,218	1,415,917	1,732,400	2,364,649
ดอกเบี้ยจ่าย		(200,000)	(200,000)	(150,000)	(100,000)	(50,000)
กำไรก่อนภาษี		(1,664,560)	675,218	1,265,917	1,632,400	2,314,649
ภาษีเงินได้		0	0	(82,972)	(489,720)	(694,395)
กำไรสุทธิ		(1,664,560)	675,218	1,182,945	1,142,680	1,620,254

หมายเหตุ

กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) จะไม่มีการจ่ายเงินโบนัสให้กับพนักงานทุกคนในปีที่ 1-3

งบกำไรสะสม		กรณีสถานการณ์เลวร้าย				
		หน่วย : บาท				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นงวด		0	(1,664,560)	(989,342)	193,603	764,943
กำไรสุทธิ		(1,664,560)	675,218	1,182,945	1,142,680	1,620,254
เงินปันผลจ่าย		0	0	0	(571,340)	(810,127)
กำไรสะสมปลายงวด		(1,664,560)	(989,342)	193,603	764,943	1,575,070

	งบดุล				
	กรณีสถานการณ์เลวร้าย				
	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร*	701,440	1,959,890	3,473,973	4,378,942	5,525,391
ลูกหนี้การค้า	84,800	91,584	98,911	106,824	115,369
สินค้าคงเหลือ	63,600	68,688	74,183	80,118	86,527
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	849,840	2,120,162	3,647,067	4,565,884	5,727,287
ค่าตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน – สุทธิ	3,200,000	2,400,000	1,600,000	800,000	0
สินทรัพย์อื่น	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
รวมสินทรัพย์	4,589,840	5,060,162	5,787,067	5,905,884	6,267,287
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สิน					
เจ้าหนี้การค้า	254,400	549,504	593,464	640,941	692,217
รวมหนี้สินหมุนเวียน	254,400	549,504	593,464	640,941	692,217
เงินกู้ระยะยาว	2,000,000	1,500,000	1,000,000	500,000	0
รวมหนี้สิน	2,254,400	2,049,504	1,593,464	1,140,941	692,217
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
หุ้นสามัญ	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
กำไรสะสม	(1,664,560)	(989,342)	193,603	764,943	1,575,070
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,335,440	3,010,658	4,193,603	4,764,943	5,575,070
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,589,840	5,060,162	5,787,067	5,905,884	6,267,287

* เงินสดและเงินฝากธนาคาร สำรองไว้สำหรับจัดซื้อที่ดิน เพื่อการขยายสาขาในอนาคต

งบกระแสเงินสด
กรณีสถานการณ์เลวร้าย

	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	(1,664,560)	675,218	1,182,945	1,142,680	1,620,254
รายการปรับกระทบกำไรสุทธิเป็นเงินสดรับ (จ่าย)					
ค่าเสื่อมราคา	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
ลูกหนี้การค้าลดลง (เพิ่มขึ้น)	(84,800)	(6,784)	(7,327)	(7,913)	(8,545)
สินค้าคงเหลือลดลง (เพิ่มขึ้น)	(63,600)	(5,088)	(5,495)	(5,935)	(6,409)
สินทรัพย์อื่นลดลง (เพิ่มขึ้น)	(540,000)	0	0	0	0
เจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น (ลดลง)	254,400	295,104	43,960	47,477	51,276
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	(1,298,560)	1,758,450	2,014,083	1,976,309	2,456,576
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
ค่าตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงานลดลง (เพิ่มขึ้น)	(4,000,000)	0	0	0	0
เงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมลงทุน	(4,000,000)	0	0	0	0
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินกู้ยืมระยะยาวเพิ่มขึ้น (ลดลง)	2,000,000	(500,000)	(500,000)	(500,000)	(500,000)
หุ้นสามัญเพิ่มขึ้น (ลดลง)	(4,000,000)	0	0	0	0
เงินปันผลจ่าย	0	0	0	(571,340)	(810,127)
เงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมจัดหาเงิน	6,000,000	(500,000)	(500,000)	(1,071,340)	(1,310,127)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	701,440	1,258,450	1,514,083	904,969	1,146,449
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือต้นงวด	0	701,440	1,959,890	3,473,973	4,378,942
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือปลายงวด	701,440	1,959,890	3,473,973	4,378,942	5,525,391

✧ การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

กรณีสถานการณ์ปกติ

หน่วย : บาท

	เงินลงทุน					
	เริ่มแรก	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)		843,160	4,575,176	5,424,696	6,347,178	7,348,610
หัก ภาษีเงินได้ 30%		(252,948)	(1,372,553)	(1,627,409)	(1,904,154)	(2,204,583)
กำไรจากการดำเนินงานหลังภาษี (EBIT (1-T))		590,212	3,202,623	3,797,287	4,443,024	5,144,027
บวก ค่าเสื่อมราคา		800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
หัก การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์ถาวร	(4,000,000)	0	0	0	0	0
การเปลี่ยนแปลงในเงินทุนหมุนเวียน	(2,000,000)	(710,212)	(1,831,312)	(2,146,144)	(2,486,512)	(2,854,514)
กระแสเงินสดส่วนที่ปราศจากการผูกพัน (FCF)	(6,000,000)	680,000	2,171,312	2,451,144	2,756,512	3,089,514

	เงินลงทุน เริ่มแรก	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดส่วนที่ปราศจากการผูกพัน (FCF)	(6,000,000)	680,000	2,171,312	2,451,144	2,756,512	3,089,514
มูลค่าปัจจุบันของ FCF ตั้งแต่ปีที่ 6-ปีที่ 15						16,581,948
กระแสเงินสดสุทธิ	(6,000,000)	680,000	2,171,312	2,451,144	2,756,512	19,671,462
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ	(6,000,000)	587,879	1,622,859	1,583,823	1,539,845	9,500,205

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดที่ปราศจากการผูกพันทั้งหมด (NPV) ณ WACC 15.67%

8,834,610

อัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

35.85%

กรณีสถานการณ์ดีเลิศ

หน่วย : บาท

	เงินลงทุน					
	เริ่มแรก	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)		3,399,880	8,531,605	9,697,639	10,961,957	12,332,571
หัก ภาษีเงินได้ 30%		(1,019,964)	(2,559,482)	(2,909,292)	(3,288,587)	(3,699,771)
กำไรจากการดำเนินงานหลังภาษี (EBIT(1-T))		2,379,916	5,972,123	6,788,347	7,673,370	8,632,800
บวก ค่าเสื่อมราคา		800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
หัก การเปลี่ยนแปลงในเงินทุนหมุนเวียน	(4,000,000)	0	0	0	0	0
การเปลี่ยนแปลงในเงินทุนหมุนเวียน	(2,000,000)	(1,379,958)	(3,216,061)	(3,641,673)	(4,101,685)	(4,598,900)
กระแสเงินสดส่วนที่ปราศจากการผูกพัน (FCF)(6,000,000)		1,799,958	3,556,062	3,946,674	4,371,685	4,833,900

	เงินลงทุน เริ่มแรก	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดส่วนที่ปราศจากการผูกพัน (FCF)	(6,000,000)	1,799,958	3,556,062	3,946,674	4,371,685	4,833,900
มูลค่าปัจจุบันของ FCF ตั้งแต่ปีที่ 6-ปีที่ 15						
กระแสเงินสดสุทธิ	(6,000,000)	1,799,958	3,556,062	3,946,674	4,371,685	31,151,771
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ	(6,000,000)	1,556,115	2,657,834	2,550,169	2,442,114	15,044,545

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดที่ปราศจากการผูกพันทั้งหมด (NPV) ณ WACC 15.67% เท่ากับ 18,250,777
อัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) 55.11%

กรณีสถานการณ์เลวร้าย

หน่วย : บาท

	เงินลงทุน					
	เริ่มแรก	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)		(1,464,560)	875,218	1,415,917	1,732,400	2,364,649
หัก ภาษีเงินได้ 30%		439,368	(262,565)	(424,775)	(519,720)	(709,395)
กำไรจากการดำเนินงานหลังภาษี (EBIT (1-T))		(1,025,192)	612,653	991,142	1,212,680	1,655,254
บวก ค่าเสื่อมราคา		800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
หัก การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์ถาวร	(4,000,000)	0	0	0	0	0
การเปลี่ยนแปลงในเงินทุนหมุนเวียน	(2,000,000)	1,404,560	(975,218)	(1,482,945)	(871,340)	(1,110,127)
กระแสเงินสดส่วนที่ปราศจากการผูกพัน (FCF)	(6,000,000)	1,179,368	437,435	308,197	1,141,341	1,345,127

	เงินลงทุน เริ่มแรก	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดส่วนที่ปราศจากการผูกพัน (FCF)	(6,000,000)	1,179,368	437,435	308,197	1,141,341	1,345,127
มูลค่าปัจจุบันของ FCF ตั้งแต่ปีที่ 6-ปีที่ 15						6,846,028
กระแสเงินสดสุทธิ	(6,000,000)	1,179,368	437,435	308,197	1,141,341	8,191,155
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ	(6,000,000)	1,019,597	326,943	199,143	637,576	3,955,865

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดที่ปราศจากการผูกพันทั้งหมด (NPV) ณ WACC 15.67% เท่ากับ 139,125
อัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) 16.08%

☆ การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

กรณีสถานการณ์ปกติ

หน่วย : บาท

	เงินลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดสุทธิ	(6,000,000)	680,000	2,171,312	2,451,144	2,756,512	3,089,514
กระแสเงินสดสุทธิสะสม	(6,000,000)	(5,320,000)	(3,148,689)	(697,545)	2,058,967	5,148,481
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	3.25					

จากการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนสำหรับกรณีสถานการณ์ปกติ พบว่า ร้านจะคืนทุนภายในระยะเวลา 3.25 ปี

กรณีสถานการณ์ดีเลิศ

หน่วย : บาท

	เงินลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดสุทธิ	(6,000,000)	1,799,958	3,556,062	3,946,674	4,371,685	4,833,900
กระแสเงินสดสุทธิสะสม	(6,000,000)	(4,200,042)	(643,980)	3,302,694	7,647,378	12,508,278
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	2.16					

จากการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนสำหรับกรณีสถานการณ์ดีเลิศ พบว่า ร้านจะคืนทุนภายในระยะเวลา 2.16 ปี

	เงินลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดสุทธิ	(6,000,000)	1,179,368	437,435	308,197	1,141,341	1,345,127
กระแสเงินสดสุทธิสะสม	(6,000,000)	(4,820,632)	(4,383,197)	(4,075,000)	(2,933,660)	(1,588,532)

	เงินลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2
กระแสเงินสดสุทธิ	(6,000,000)	1,167,556	1,219,757
กระแสเงินสดสุทธิสะสม	(1,588,532)	(420,977)	798,780
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	6.35		

จากการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนสำหรับกรณีสถานการณ์เลวร้าย พบว่า ร้านจะคืนทุนภายในระยะเวลา 6.35 ปี

✧ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	กรณีสถานการณ์ปกติ				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)					
อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน (Current Ratio)	4.55	6.51	8.51	10.54	12.58
อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินอย่างถึงแก่น (Quick Ratio)	4.43	6.38	8.39	10.42	12.46
อัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)					
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	48.81%	50.00%	0.00%	50.00%	50.00%
อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	2.68%	12.39%	13.83%	15.16%	16.40%
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)	8.18%	38.56%	39.08%	38.72%	37.80%
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	10.12%	51.20%	47.17%	43.67%	40.65%
อัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการชำระหนี้ระยะยาว (Leverage Ratio)					
อัตราส่วนหนี้สินระยะยาว (Long – Term Debt Ratio)	0.31	0.20	0.11	0.05	0.00
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio)	0.45	0.25	0.13	0.05	0.00
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Time Interest Earned)	4.22	22.88	36.16	63.47	146.97

	กรณีสถานการณ์ดีเลิศ				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)					
อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน (Current Ratio)	4.32	7.00	9.63	12.19	14.68
อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินอย่างถึงแก่น (Quick Ratio)	4.20	6.88	9.50	12.06	14.55
อัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)					
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	48.81%	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%
อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	10.02%	17.69%	18.77%	19.77%	20.70%
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)	29.25%	56.16%	50.04%	45.24%	41.38%
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	43.75%	72.57%	58.74%	50.09%	44.14%
อัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการชำระหนี้ระยะยาว (Leverage Ratio)					
อัตราส่วนหนี้สินระยะยาว (Long – Term Debt Ratio)	0.28	0.16	0.08	0.03	0.00
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio)	0.39	0.19	0.09	0.03	0.00
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Time Interest Earned)	17.00	42.66	64.65	109.62	246.65

สถานการณ์เลวร้าย

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)					
อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน (Current Ratio)	3.34	3.86	6.15	7.12	8.27
อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินอย่างถึงแก่น (Quick Ratio)	3.09	3.73	6.02	7.00	8.15
อัตราส่วนที่ใช้ความสามารถในการทำกำไร (profitability Ratio)					
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	48.81%	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%
อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	-14.89%	4.10%	6.64%	5.94%	7.80%
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)	-22.34%	12.11%	17.13%	20.53%	26.41%
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	-71.27%	22.43%	28.21%	23.98%	29.06%
อัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการชำระหนี้ระยะยาว (Leverage Ratio)					
อัตราส่วนหนี้สินระยะยาว (Long – Term Debt Ratio)	0.46	0.33	0.19	0.09	0.00
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio)	0.86	0.50	0.24	0.10	0.00
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Time Interest Earned)	-7.32	4.38	9.44	17.32	47.29

หมายเหตุ

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) คำนวณโดยใช้สูตร
$$ROA = \frac{EBIT (1-t)}{\text{Total Assets}}$$

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) คำนวณโดยใช้สูตร
$$ROE = \frac{\text{Net Income}}{\text{Owners' Equity}}$$

จากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินพบว่าร้านงานสาระ มีสภาพคล่องทางการเงินสูงมากสำหรับทุกสถานการณ์ เห็นได้จากทั้งอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน (Current Ratio) และอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินอย่างถึงแก่น (Quick Ratio) สูงและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยทั้งสองอัตราส่วนแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยแสดงให้เห็นถึงลักษณะของธุรกิจร้านอาหารที่มีสินค้าคงเหลือต่ำเนื่องจากใช้ของสดเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้การขายสดและการขายเงินเชื่อบัตรเครดิตซึ่งมีอายุลูกหนี้ต่ำมาก ขณะที่เงื่อนไขการชำระเงินแก่เจ้าหนี้เป็น 30 วันส่งผลให้ธุรกิจนี้มีวงจรมีเงินสดสั้นทำให้มีสภาพคล่องสูงเห็นให้มีสภาพคล่องสูงเห็นได้จากบัญชีเงินสดและเงินฝากธนาคารที่เพิ่มขึ้นทุกปี

ร้านงานสาระ มีอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) 48.81% สำหรับปีแรกและ 50% สำหรับปีที่สองเป็นต้นไปเนื่องจากในปีแรกมีส่วนลดการขาย 10% จากการจัดรายการส่งเสริมการขาย ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าปีอื่นและใช้นโยบายควบคุมต้นทุนโดยการตั้งเป้าหมายต้นทุน (Target

Costing) เมื่อพิจารณาอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการทำกำไรอื่น พบว่าสถานการณ์ปกติและดีเลิศมีความสามารถในการทำกำไรอยู่ในเกณฑ์ดี และมีแนวโน้มคล้ายกัน คือ อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) โดยเฉลี่ยตั้งแต่ปีที่ 2 ถึง ปีที่ 5 เป็น 14% และ 19% ตามลำดับ โดยสูงขึ้นมากในปีที่สองและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ขณะที่ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) เพิ่มขึ้นในปีแรกๆ และลดลงในปีต่อๆ ไป เนื่องจากกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่าสินทรัพย์รวมและส่วนของผู้ถือหุ้น

ขณะที่สถานการณ์เลวร้ายมีอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) โดยเฉลี่ยเป็น 6% และมีความสามารถในการทำกำไรไม่ดีในปีแรก เห็นได้จากทั้งอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าติดลบเนื่องจากผลจากการดำเนินงานขาดทุนแต่ก็มีแนวโน้มดีขึ้นในปีที่สองเป็นต้นไป แสดงให้เห็นถึงผลประกอบการที่ขึ้นตามลำดับ

ในส่วน of ความสามารถในการชำระหนี้ระยะยาวนั้น พบว่า ทุกสถานการณ์มีความสามารถอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์ปกติและดีเลิศ เห็นได้จากอัตราส่วนหนี้สินระยะยาว (Long-term Debt Ratio) และอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) ของทุกสถานการณ์มีแนวโน้มลดลงทุกปีและเป็นศูนย์ในปีที่ห้าเนื่องจากคืนเงินกู้ระยะยาวครบจำนวน ส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยสำหรับปีแรกของสถานการณ์เลวร้ายต่ำมาก เนื่องจากผลประกอบการขาดทุนทำให้อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Time Interest Earned) ติดลบในปีแรกแต่ก็เพิ่มขึ้นในปีถัดไปเช่นเดียวกับสถานการณ์อื่น แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยที่ดีขึ้น

◇ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนคงที่ (ต่อปี)					
เงินเดือน	2,739,000	3,334,110	3,434,133	3,537,157	3,643,272
ค่าเช่า	1,620,000	2,160,000	2,160,000	2,160,000	2,160,000
ค่าไฟฟ้า	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	628,000	400,000	400,000	400,000	400,000
	5,587,000	6,494,110	6,594,133	6,697,157	6,803,272
ต้นทุนคงที่ (ต่อเดือน)	620,778	541,176	549,511	558,096	566,939
อัตรากำไรขั้นต้น	49%	50%	50%	50%	50%
รายได้ขั้นต่ำต่อปี (บาท)	11,447,490	12,988,220	13,188,266	13,394,314	13,606,544
รายได้ขั้นต่ำต่อเดือน (บาท)	1,271,943	1,082,352	1,099,022	1,116,193	1,133,879
รายได้ขั้นต่ำต่อวัน (บาท)	42,398	36,078	36,634	37,206	37,796
รายได้ขั้นต่ำสำหรับมือกลางวัน (บาท)	10,400	8,849	8,986	9,126	9,271
จำนวนลูกค้าขั้นต่ำสำหรับมือกลางวัน (คน)	104	88	90	91	93
รายได้ขั้นต่ำสำหรับมือเย็น (บาท)	31,999	27,229	27,648	28,080	28,525
จำนวนลูกค้าขั้นต่ำสำหรับมือเย็น (คน)	160	136	138	140	143

แผนฉุกเฉิน

เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารมีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งยังเข้าและออกจากอุตสาหกรรมง่าย ทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งร้านอาหารยังเป็นเรื่องของรสนิยมและความชอบส่วนบุคคลซึ่งยากต่อการคาดการณ์ จึงอาจทำให้เกิดเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามคาดการณ์ได้ โดยเฉพาะในส่วนของจำนวนลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการทั้งมือกลางวันและมือเย็น หากน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ก็จะส่งผลต่อกำไรของร้านรวมทั้งกระแสเงินสดด้วย และเงินเดือนพนักงาน ซึ่งหากทางร้านไม่สามารถแก้ไขได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วก็จะส่งผลต่อสภาพคล่องของร้านได้ในที่สุด

แผนฉุกเฉินที่ทางร้านเตรียมไว้ในกรณีที่จำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ได้แก่ การตั้งราคาที่แข่งขันได้ในตลาด โดยมือกลางวันเน้นบริการอาหารชุดสุดประหยัด ส่วนมือเย็นเป็นบริการอาหารพิเศษและรายการอาหารใหม่ นอกจากนี้ยังเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในส่วนของรายการโทรทัศน์และนิตยสารเพิ่มขึ้น ทั้งนี้หากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้กระแสเงินสดของร้านลดต่ำลงและส่งผลต่อสภาพคล่องของร้าน ทางร้านได้เตรียมการในการขอใช้วงเงินเบิกเกินบัญชีเป็นเงินจำนวน 1,000,000 บาท

แผนในอนาคต

ภายใต้สถานการณ์ปกติ หากขายได้และกำไรสุทธิเป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ภายหลังจากปีที่ 5 ทางร้านมีแผนขยายกิจการ ดังนี้

- ขยายสาขา และขยายธุรกิจโดยใช้การรวมตัวแบบถอยหลัง (Backward Integration) โดยเลือกทำเลที่ตั้งสาขาใหม่ที่มีบริเวณสำหรับปลูกผักปลอดสารพิษทั้งการปลูกแบบแปลงดินและแบบไฮโดรโปนิคส์ (Hydroponics) เพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงขั้นตอนในการผลิตวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการปรุงอาหาร รวมทั้งสามารถเข้าเยี่ยมชมการปฏิบัติการในแปลงผัก และเลือกซื้อผักจากแปลงผักได้เอง ซึ่งจะเป็นการเพิ่มรายได้ของร้านอีกทางหนึ่ง
- เพิ่มบริการส่งถึงที่ (Delivery Service) เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่าง และเพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่ทำงานหรือพักอาศัยห่างไกลจากร้าน โดยรูปแบบการบริการที่นำเสนอนี้ทางร้านมี 2 ทางเลือก คือ ให้บริการจัดส่งเอง และใช้บริการจากผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร เช่น บริษัท รুম เซอร์วิส จำกัด (Room Service Co., Ltd.) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรับอาหารจากภัตตาคารหรือร้านอาหารชื่อดัง แล้วส่งให้แก่ลูกค้าตามสถานที่ที่ลูกค้ากำหนดไว้ผ่านทางโทรศัพท์หมายเลข 0-2299-0992 หมายเลขเดียวกันนั้น

ทั้งสองทางเลือกมีข้อดีและข้อเสียต่างกัน โดยการให้บริการจัดส่งเองนั้นทางร้านจะต้องรับผิดชอบในการจัดหา และจัดจ้างพนักงานเอง รวมทั้งการฝึกอบรม และการวางระบบข้อมูลซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของบริการส่งถึงที่ซึ่งต้องการเงินลงทุนเพิ่มและใช้เวลาพอสมควรกว่าจะเริ่มให้บริการได้ความเสถียรสูงกว่า แต่ขณะเดียวกันทางร้านก็สามารถควบคุมมาตรฐานการบริการได้ และมีความยืดหยุ่นในการทำงานมากกว่า ในขณะที่การร่วมมือกับรুমเซอร์วิสทั้งหมด ทางร้านไม่ต้องรับผิดชอบงานข้างต้นเพราะจะเป็นหน้าที่ของรুমเซอร์วิสทั้งหมด ทางร้านเพียงแต่อบรมกระบวนการทำงานเพิ่มขึ้นอีกเล็กน้อย ซึ่งรুমเซอร์วิสเองก็เป็นผู้ให้บริการที่คำนึงถึงลูกค้าเป็นสำคัญอันเป็นแนวทางเดียวกับการบริหารของร้านจานสาระ อีกทั้งรুমเซอร์วิสมีระบบการบริหารงานที่เชื่อถือได้ มีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และการที่มีรายการอาหารของร้านจานสาระในเมนูของรুমเซอร์วิส ก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าบางส่วนที่ยังไม่รู้จักร้านทราบถึงประเภทอาหารและสถานที่ตั้งของร้านจานสาระ แต่ทางเลือกนี้จะส่งผลให้กำไรของร้านลดลงเนื่องจากต้องให้ส่วนลดบางส่วนแก่รুমเซอร์วิส (ขั้นตอนการร่วมงานกับรুমเซอร์วิสตามภาคผนวก ซ)

- การเตรียมพร้อมเข้าสู่ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis Critical Control Point Systems : HACCP) เพื่อสร้างมาตรฐานของร้าน และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค (การเข้าสู่ระบบ HACCP ตามภาคผนวก ง)

แนวทางการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ

ปัจจุบันคนไทยให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนเมืองและผู้มีการศึกษา จะมีความต้องการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพและแสวงหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของตนมากขึ้น ดังนั้นความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจึงมีแนวโน้มสูงขึ้น แต่เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลาและความเร่งรีบของสังคมเมืองในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถประกอบอาหารที่ตรงกับความต้องการของตนเองได้ ขณะเดียวกันร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอยู่ก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งมุ่งให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพแบบชีวิตและอาหารลดความอ้วน ซึ่งไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกคน

ร้าน “งานสาระ” ซึ่งเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่สมบูรณ์แบบ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของทุกคนในครอบครัว เนื่องจากร้านงานสาระ ให้บริการอาหารที่ครบถ้วนตามหลักโภชนาการ วัตถุดิบผ่านการคัดสรรอย่างมีคุณภาพ กระบวนการผลิตสะอาดถูกสุขลักษณะสามารถตรวจสอบได้ และการบริการที่ดีเยี่ยมโดยพนักงานซึ่งผ่านการอบรมให้มีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องตามหลักสุขอนามัยทุกประการ อีกทั้งยังสามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์และโทษจากการบริโภคอาหารอย่างถูกต้องและเข้าใจง่ายจึงสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคเสมือนหนึ่งประกอบอาหารรับประทานเอง

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่าร้านงานสาระมีศักยภาพในการแข่งขันและมีความเป็นไปได้ในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในระดับที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีคู่แข่งน้อยรายที่สามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิตของสังคมเมืองมีการขยายตัวมากขึ้น สื่อต่างๆ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น เป็นผลให้ประชาชนใส่ใจในคุณภาพชีวิตของตนมากขึ้น แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพจึงยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม การที่ร้านงานสาระ จะประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้ได้ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยวิกฤตที่เป็นเงื่อนไขแห่งความสำเร็จของธุรกิจ (Key Success Factors) และการดำเนินกลยุทธ์ในด้านการผลิต การตลาด และการเงินอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกัน

ปัจจัยสำคัญที่เป็นเงื่อนไขแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร (Key Success Factors)

✧ทำเลที่เหมาะสม

ทำเลที่ดีสำหรับธุรกิจร้านอาหารควรเป็นทำเลที่เป็นแหล่งชุมชน ใกล้กลุ่มเป้าหมายและมีความต้องการบริโภคอาหาร ได้แก่ จุดศูนย์กลางของการคมนาคม จุดเชื่อมต่อของการเดินทาง บริเวณใกล้ที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน อาคารสำนักงาน สถานศึกษาต่างๆ โรงพยาบาล เป็นต้น

✧การบริหารต้นทุน

หัวใจสำคัญของการค้า คือ การบริหารต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งในขณะที่คุณภาพของสินค้าเท่าเทียมกัน หรือในกรณีที่ไม่สามารถบริหารสินค้าให้มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งได้ สินค้านั้นต้องมีเอกลักษณ์ในตัวเองและควรเร่งพัฒนาฝีมือเพื่อดึงลูกค้าไว้เป็นลูกค้าประจำ

✧เทคนิคในการบริหารคน

ปัญหาใหญ่อีกประการหนึ่ง คือ การบริหารคน โดยเฉพาะในธุรกิจร้านอาหารที่เน้นการบริการ ซึ่งพนักงานเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า จึงควรให้ความสำคัญตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากรจนกระทั่งการฝึกอบรม ซึ่งต้องทำอย่างต่อเนื่อง

✧คุณภาพของอาหาร

นอกจากรสชาติของอาหารที่ถูกปากแล้ว ปัจจัยสำคัญอย่างมาก คือ อาหารต้องสะอาด ใหม่ และสด โดยต้องมีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบ การปรุงอาหาร ภาชนะและอุปกรณ์ รวมทั้งสถานที่ต้องถูกสุขลักษณะ และสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้

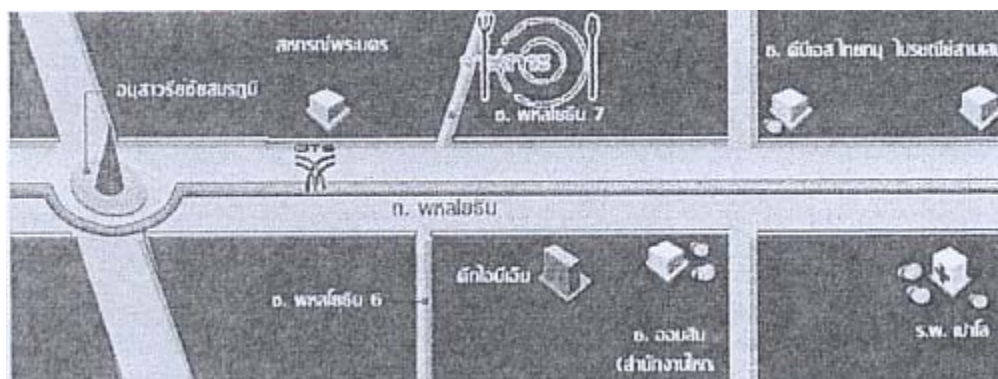
ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายละเอียดของร้าน”จานสาร์”

❖ ตรามินิคำ



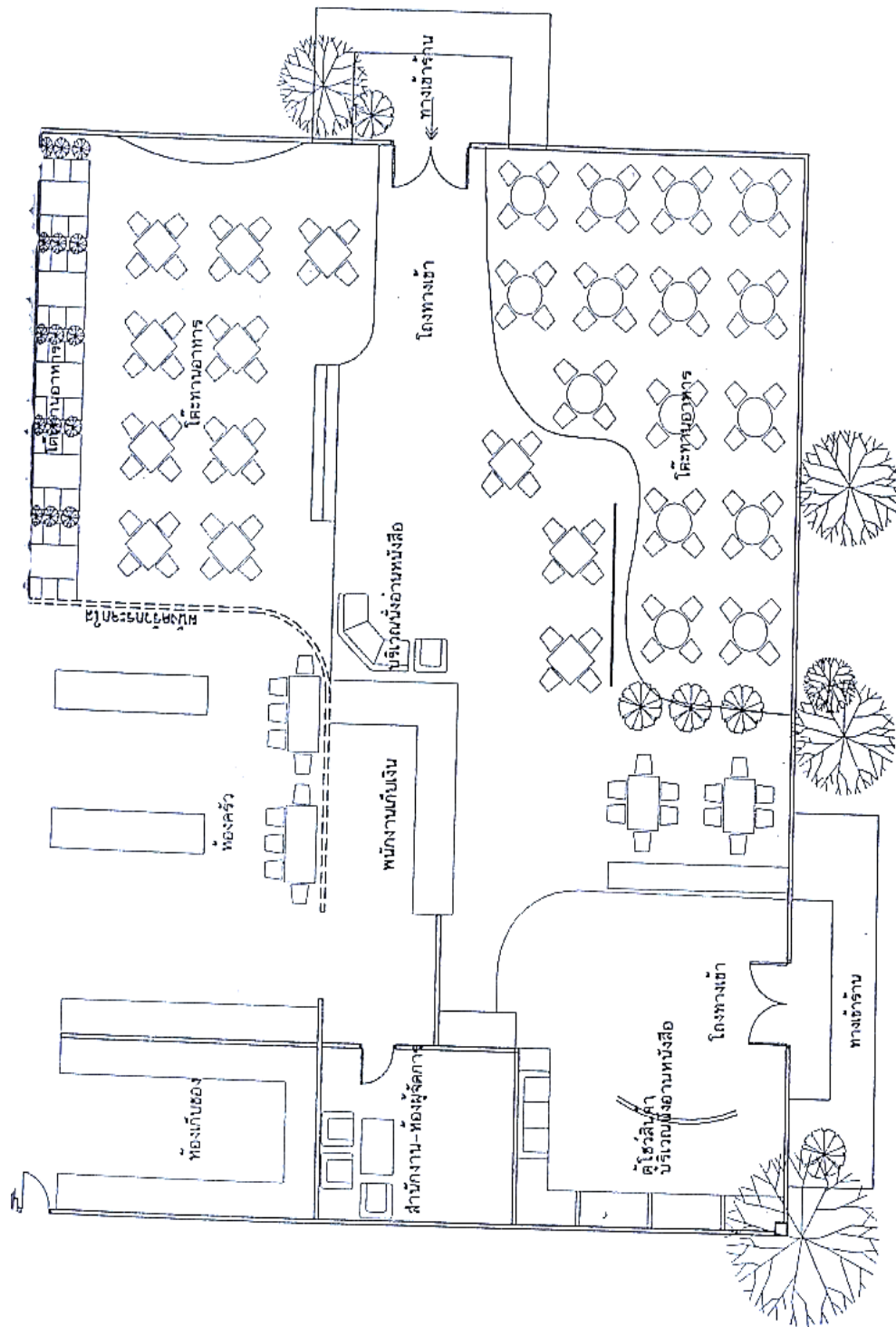
❖ แผนที่



❖ ป้ายหน้าร้าน



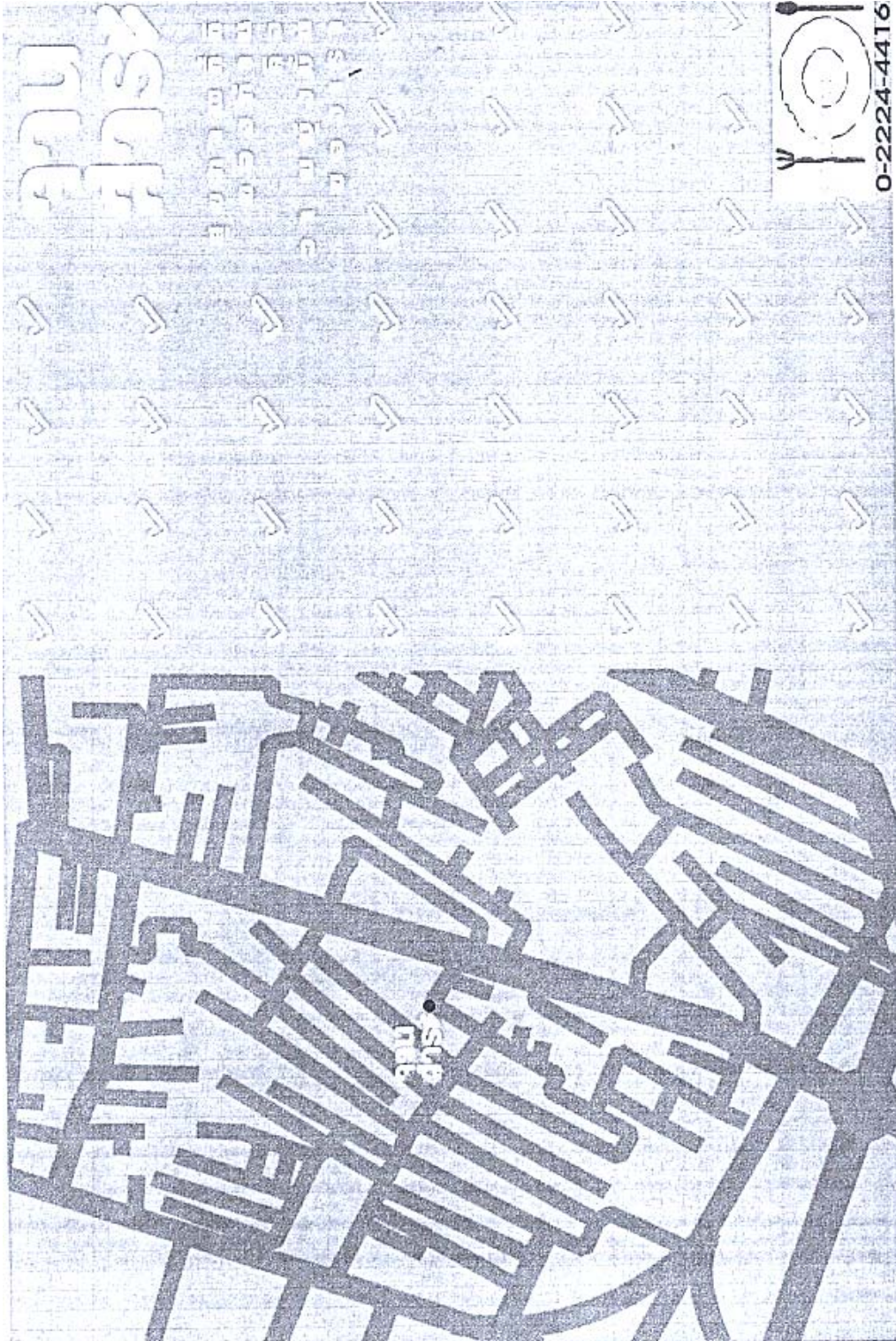
❖ แผนผังภายในร้าน



❖ ชุดพนักงาน



❖ รูปแบบรายการอาหาร



อาหารชุดจานสาระ (อาหารชุดครบ 5 หมู่)

อาหารชุดทั่วไป: ข้าว คัมขำปลาทุใต้เห็ดฟาง ผักถั่วแขก ส้มโอ น้ำผลไม้/น้ำสมุนไพร (xxx Kcal)	120.-
: ก๋วยเตี๋ยวดำหนดน้ำรวมมิตร สับปะรด น้ำผลไม้/น้ำสมุนไพร (xxx Kcal)	120.-
: ขนมจีนน้ำยาแกงป่า ชมพู น้ำผลไม้/น้ำสมุนไพร (xxx Kcal)	120.-
อาหารชุดสำหรับเด็ก: ชุปมั๊กกะโรนีสายรุ้ง กล้วยน้ำว้า นมสด/โกโก้ (x,xxx Kcal)	95.-
: ข้าวหน้าหมูตุ๋น แกงจืดเต้าหู้สาหร่าย แคนตาลูป น้ำผลไม้ (x,xxx Kcal)	95.-

จานเดียว เกี่ยวความอร่อย (อาหารจานเดียว)

ก๋วยเตี๋ยวจ้างไฮ้ปลากุ้ง (xxx Kcal)	65.-
ก๋วยเตี๋ยวดอกดาบ (xxx Kcal)	65.-
ก๋วยเตี๋ยวดำหนดน้ำคัมขำทะเล (xxx Kcal)	75.-
ไหมไทยทรงเครื่อง (xxx Kcal)	65.-
ขนมจีนกุ้งสด (xxx Kcal)	75.-
ข้าวอบหน้าเลียบ (xxx Kcal)	75.-
ข้าวห่อใบบัว (xxx Kcal)	65.-
ส้มทูน** (xxx Kcal)	65.-
ข้าวกล้องดั่งเก (xxx Kcal)	75.-
ข้าวกล้องผัดขำ (xxx Kcal)	65.-

** อาหารแนะนำสำหรับผู้สูงอายุ

อาหารขนาดเด็กไทย (อาหารสำหรับเด็ก)

โจ๊กคุณหนู (xxx Kcal)	65.-
ข้าวคัมซูเปอร์แมน (xxx Kcal)	65.-
ข้าวอบสับปะรด (xxx Kcal)	75.-
แกงจืดลูกรอก (xxx Kcal)	65.-
ไข่ตุ๋นดอกขจร (xxx Kcal)	75.-
ข้าวหน้าฮาวาย (xxx Kcal)	75.-

ของว่าง จานอร่อย

ชุบฟักทอง (xxx Kcal)	65.-
เทมปุระฝักรวม (xxx Kcal)	65.-
เต้าหู้ชิ้นฟ้า (xxx Kcal)	75.-
ม้าห้อ (xxx Kcal)	65.-
ทอดมันกุ้งฝอยกับดอกกล้วย (xxx Kcal)	75.-
เกี๊ยวกรอบจักรพรรดิ (xxx Kcal)	75.-
ทูนกระทะทอง (xxx Kcal)	65.-

หวานน้อย อร่อยมาก

(อาหารแนะนำสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน)

แกงเลียง (xxx Kcal)	65.-
น้ำพริกพริกไทยสด (xxx Kcal)	65.-
น้ำพริกมะม่วง (xxx Kcal)	75.-
แกงไตปลา (xxx Kcal)	65.-
ผัดขี้เมาทะเลเค็สด (xxx Kcal)	75.-

เค็มน้อย อร่อยจัด

(อาหารแนะนำสำหรับผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง)

ผัดเปรี้ยวหวานกุ้งสด (xxx Kcal)	65.-
ปลาช่อนลุยสวน (xxx Kcal)	65.-
ต้มส้มปลากระบอก (xxx Kcal)	75.-
ปลากระพงผัดคึ้นน้ำข (xxx Kcal)	65.-

แคลเซียมมาก ไม่พรากความอร่อย

(อาหารแนะนำสำหรับผู้ป่วยโรคกระดูกพรุน หรือ วัยทอง)

แกงอ่อมปลาตุ๋นใบยอ (xxx Kcal)	65.-
น้ำพริกปลาจิว (xxx Kcal)	65.-
ข้าดอกขจร (xxx Kcal)	75.-
ตำลึงผัดน้ำมันหอย (xxx Kcal)	65.-
แกงจืดเห็ดถั่งหอยนาง (xxx Kcal)	75.-
ลาบปลาแรด** (xxx Kcal)	75.-

** อาหารแนะนำสำหรับผู้สูงอายุ

ไขมันน้อย อร่อยไม่เลี่ยน

(อาหารแนะนำสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก และไขมันในเลือดสูง)

ยำชมพู (xxx Kcal)	65.-
ยำปลาทูน่า (xxx Kcal)	65.-
สลัดญี่ปุ่น (xxx Kcal)	75.-
ปลากระพงตุ๋นเห็ดหอม	65.-
แกงป่าปลากทราย (xxx Kcal)	75.-

ไฟเบอร์เยอะ เจาะความอร่อย

(อาหารแนะนำสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก และผู้ป่วยที่เป็นโรคเกี่ยวกับลำไส้)

ยี่ราวมมิตรผลไม้ (xxx Kcal)	65.-
ต้มข้าเห็ดโคน (xxx Kcal)	65.-
ข้าวข้า (xxx Kcal)	75.-
ผัดห่าสี (xxx Kcal)	65.-

มังสวิรัตติ มัดความอร่อย

(อาหารมังสวิรัตติ)

ผัดกะเพราเห็ดฟาง (xxx Kcal)	65.-
ผัดเปรี้ยวหวานถั่วแดงหลวง (xxx Kcal)	65.-
พล่าถั่วเหลือง (xxx Kcal)	75.-
ผัดเห็ดรวมมิตร (xxx Kcal)	65.-
ข้าวผัดทรงเครื่อง (xxx Kcal)	75.-
ก๋วยเตี๋ยวกบ (xxx Kcal)	75.-

อาหารจานสาระ : (อาหารทั่วไป)

น้ำพริกมะเขือเทศ (xxx Kcal)	65.-
น้ำพริกกระเจี๊ยบ (xxx Kcal)	65.-
ลาบชั้นนัท (xxx Kcal)	75.-
พล่าปลาสดกับมะม่วงดิบ (xxx Kcal)	65.-
ต้มจืดรากบัว (xxx Kcal)	75.-
ดอกแคสอดไส้ (xxx Kcal)	75.-
สันนอกหมูสอดไส้ลูกพรุน (xxx Kcal)	75.-
ปลาหมึกผัดบดลือคเคอถี่ (xxx Kcal)	75.-

ขนมถ้วยน้อย เรียงร้อยความอร่อย

(ขนมหวาน และผลไม้)

เต้าส่วน (xxx Kcal)	25.-	ถั่วเขียวต้มน้ำตาลทรายแดง (xxx Kcal)	20.-
ลูกบัวถั่วแดง (เย็น/ร้อน) (xxx Kcal)	25.-	เต้าฮวยฟรุ๊ตสลัด (xxx Kcal)	25.-
เต้าฮวยร้อน (xxx Kcal)	25.-	ซูปงาดำ (xxx Kcal)	35.-
ก๋วยบวชชี (xxx Kcal)	25.-	ผลไม้ตามฤดูกาล	

ชื่นใจ ไม่อึดลม (เครื่องดื่ม)

น้ำเปล่า	10.-	นมสด	20.-
นมถั่วเหลือง	20.-	โกโก้ (เย็น / ร้อน)	20.-
น้ำแครอท	25.-	น้ำฝรั่ง	25.-
น้ำปั่น (ส้ม, สับปะรด, แดงโม, มะเขือเทศ)			25.-
น้ำสมุนไพร (ตะไคร้, กระเจี๊ยบ, มะตูม, ใบบัวบก, รากบัว, เก๊กฮวย)			25.-

ตัวอย่างรายการอาหาร

“อาหารชุดจานสาระ” (อาหารชุดครบ 5 หมู่)

ประเภท	รายการอาหาร
อาหารชุดทั่วไป	- ข้าว คัมข้าวปลาทุไล่เห็ดฟาง ผักถั่วแขก ผลไม้ น้ำผลไม้ / น้ำสมุนไพรร - ก๋วยเตี๋ยวราดหน้ารวมมิตร ผลไม้ น้ำผลไม้ / น้ำสมุนไพรร - ขนมจีนน้ำยาแกงป่า ผลไม้ น้ำผลไม้ / น้ำสมุนไพรร
อาหารชุดสำหรับเด็ก	- ชุปมักกะโรนีสายรุ้ง ผลไม้ นมสด - ข้าวหน้าหมูตุ๋น แกงจืดเต้าหู้สาหร่าย ผลไม้ น้ำผลไม้

“งานเดี่ยว เกี่ยวความอร่อย” (อาหารงานเดี่ยว)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบหลัก
ก๋วยเตี๋ยวเซี่ยงไฮ้พล่ากุ้ง	ก๋วยเตี๋ยวเซี่ยงไฮ้ กุ้งกุลาดำ ตะไคร้ เห็ดฟาง ใบสะระแหน่ ผักกาดหอม
ก๋วยเตี๋ยวสอยดาว	ก๋วยเตี๋ยว ปลากระพงขาว ดอกกะหล่ำ ข้าวโพดอ่อน แครอท เห็ดฟาง แห้ว พุทราจีน
ก๋วยเตี๋ยวมัข่าทะเล	ก๋วยเตี๋ยว กุ้งชีแฮ้ หอยแมลงภู่ ปลา บร็อคเคอลี่ แครอท ข้าวโพดอ่อน เครื่องคัมข้าว
โหมไทยทรงเครื่อง	วุ้นเส้น เต้าหู้ ถั่วงอก กุ้งกุลาดำ หัวไชโป้ว ไข่ ไบกุยช่าย
ขนมจีนกุ้งสด	ขนมจีน กุ้งสด มะเขือเทศ หอมแดง พริกหยวกเขียว
ข้าวอบหน้าเลียบ	ข้าว เนื้อหมู ผีอก แครอท ถั่วทอง หน้าเลียบ
ข้าวห่อใบบัว	ข้าว กุนเชียง เนื้อไก่ เห็ดหอม เม็ดบัว ไข่เค็ม เม็ดถั่วลิสงเตา กระเทียม
ส้มจุก**	ข้าว ปลาตุ๋นย่าง ไข่ปลาตุ๋น มะม่วง หอมแดง
ข้าวกล้องตั้งเก	ข้าวกล้อง ปลาหมึก กุ้งชีแฮ้ เนื้อปู พริกไทยสด ตะไคร้ ใบมะกรูด หอมแดง
ข้าวกล้องผัดข่า	ข้าวกล้อง เนื้อไก่ หอมแดง ข่า เห็ดหอมแห้ง ใบโหระพา กระเทียม

“ของว่าง งานอร่อย” (ของว่าง)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบหลัก
ชุบฟักทอง	ฟักทอง หอมใหญ่ แครอท มันฝรั่ง นมสด
เทมปุระผักรวม	ฟักทอง ข้าวโพดอ่อน ถั่วฝักยาว แครอท เห็ดหอม
เต้าหู้ชั้นฟ้า	กุ้ง หมูบด เห็ดหอม แครอท เต้าหู้สี่เหลี่ยม
ม้าห้อ	เนื้อหมู กุ้งแห้ง ถั่วลิสง หอมแดง สับปะรด
ทอดมันกุ้งฝอยกับคอกกล้วย	กุ้งฝอย หัวปลี เครื่องแกงคั่ว
เกี้ยวกรอบจักรพรรดิ	แผ่นเกี้ยว เนื้อหมู เนื้อปู เนื้อกุ้ง เห็ดหอม ต้นหอม หอมใหญ่ พริกฝรั่ง
ทูน่ากระทงทอง	ปลาทูน่า ข้าวโพด รากผักชี กระเทียม พริกไทย แป้ง ผักชี

“อนาคตเด็กไทย” (อาหารสำหรับเด็ก)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบหลัก
โจ๊กคุณหนู	ข้าวโอ๊ต เนื้อไก่ ไข่ไก่ ต้นหอม ขิง
ข้าวต้มซูเปอร์แมน	ข้าว ถั่วเขียว มันเทศ เนื้อสันในวัว ผักชี ตำลึง
ข้าวอบสับปะรด	ข้าว กุ้งกุลาดำ เนื้อไก่ สับปะรด เม็ดมะม่วงหิมพานต์ มะเขือเทศ พริกฝรั่ง หอมใหญ่
แกงจืดลูกท้อ	เนื้อกุ้ง เนื้อหมู ไข่ ไข่หมู ตำลึง กระเทียม รากผักชี พริกไทย
ไข่ตุ๋นดอกขจร	ดอกขจร ไข่ กุ้งชีแฮ้ รากผักชี กระเทียม พริกไทย
ข้าวหน้าสาวยาว	ข้าว ไข่ดาว เนื้อหมู ขนบึงป่น หอมใหญ่ ซอสผลไม้(ส้มโอ กล้วยหอม สับปะรดข้าวโพด เผือก)

“หวานน้อย อร่อยมาก” (อาหารแนะนำสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบหลัก
แกงเลียง	กุ้งชีแฮ้ บวบ พริกทอง ใบแมงลัก ข้าวโพดอ่อน น้ำเต้า กุ้งแห้ง กะปิ หอมแดง
น้ำพริกพริกไทยสด	กะปิ กระเทียม หอมแดง กุ้งแห้ง เม็ดพริกไทยสด เนื้อหมู มะดัน
น้ำพริกมะม่วง	มะม่วง กะปิ กระเทียม กุ้งแห้ง มะเขือพวง พริกขี้หนู
แกงไตปลา	ไตปลา ปลาสำลี ขมิ้น พริกไทย ข่า กระเทียม หอมแดง ตะไคร้ ใบมะกรูด
ผัดขี้เมาทะเลเค็มน้ำ	ปลาหมึก กุ้งชีแฮ้ ปลากระพง พริกขี้หนู โหระพา กระเทียม

“เค็มน้อย อร่อยจัด” (อาหารแนะนำสำหรับผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบหลัก
ผัดเปรี้ยวหวานกุ้งสด	กุ้งกุลาดำ หอมใหญ่ มะเขือเทศ สับปะรด พริกหยวก ซอสมะเขือเทศ
ปลาช่อนลุยสวน	ปลาช่อน กระเทียม มะม่วง ใบสะระแหน่ คื่นฉ่าย
ต้มส้มปลากระบอก	ปลากระบอก หอมแดง กระเทียม พริกไทย ขิงฝอย น้ำมันมะพร้าว
ปลากระพงผัดคื่นฉ่าย	ปลากระพง คื่นฉ่าย กระเทียม

“แคลเซียมมาก ไม่พรากความอร่อย” (อาหารแนะนำสำหรับผู้ป่วยโรคกระดูกพรุน และวัยทอง)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบหลัก
แกงอ่อมปลาช่อนขมิ้น	ปลาช่อน กะทิ ขมิ้น เครื่องแกง
น้ำพริกปลาจิว	ปลาช่อนสด กระเทียม หอมแดง กะปิ พริกขี้หนูสวน ยอดแคลวก
ยำดอกขจร	ดอกขจร กุ้งชีแฮ้ เนื้อหมู กระเทียม หอมแดง ใบสะระแหน่ ผักกาดหอม เม็ดมะม่วงหิมพานต์
ตำลึงผัดน้ำมันหอย	ตำลึง หมูกรอบ น้ำมันหอย
แกงขี้เหล็กหมูย่าง	ใบขี้เหล็ก หมูย่าง กะทิ เครื่องแกง ปลาแร่
ลาบปลาแร่**	ปลาแร่ ข่าอ่อน หอมแดง ข้าวคั่ว ใบมะกรูด

“ไขมันน้อย อร่อยไม่เลี่ยน” (อาหารแนะนำสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก และโรคไขมันในเลือดสูง)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบหลัก
ข้าวมพู่	ชมพู่ แสม เนื้อไก่ จิงอ่อน เม็ดมะม่วงหิมพานต์ หอมแดง ใบสะระแหน่ ผักกาดหอม
ข้าปลาทูน่า	ปลาทูน่า หอมใหญ่ มะเขือเทศ ต้นหอม ผักกาดหอม ถั่วงอก
สลัดญี่ปุ่น	เต้าหู้นึ่ง ปูอัด แคนตาลูป งาคั่ว ผักกาดหอม ใบสะระแหน่
ปลากระพงตุ๋นเห็ดหอม	ปลากระพง เห็ดหอม กระเทียม พริกไทยดำ เม็ดเกลือ
แกงป่าปลากทราย	ปลากทราย มะเขือเปราะอ่อน มะเขือพวง ใบกะเพรา ใบมะกรูด กะปิ ถั่วฝักยาว

“ไฟเบอร์เยอะ เจาะความอร่อย” (อาหารแนะนำสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก และผู้ป่วยที่เป็นโรคเกี่ยวกับลำไส้)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบหลัก
ข้าวรวมมิตรผลไม้	แอปเปิ้ล ชมพู่ ส้มโอ ฝรั่ง ลูกเกด สับปะรด ลูกพรุน
ต้มยำเห็ดโคน	เห็ดโคน ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด พริกขี้หนู
ข้าวต้ม	ข้าว น้ำบุคดู ถั่วงอก ถั่วฝักยาว ถั่วงอก มะพร้าวคั่ว แดงกวา ตะไคร้ ใบมะกรูด ส้มโอ มะม่วง
ผัดหัวสี	แครอท เมล็ดถั่วลิสงเตา ข้าวโพด งาขาว งาคั่ว น้ำมันหอย

“มังสวิรัต มีดีความอร่อย” (อาหารมังสวิรัต)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบหลัก
ผักกะเพราเห็ดฟาง	เห็ดฟางดอกตูม เต้าหู้แข็ง กะเพรา กระเทียม พริกแดง
ผัดเปรี้ยวหวานถั่วงอก	ถั่วงอก ข้าวโพดเม็ดยาว งาคั่ว หอมใหญ่ แครอท มะเขือเทศ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ พริกฝรั่ง
พลาถั่วเหลือง	ถั่วเหลือง ตะไคร้ หอมแดง ใบมะกรูด สะระแหน่
ผัดเห็ดรวมมิตร	เห็ดเข็มทอง เห็ดหอมสด เห็ดฟาง เห็ดนางฟ้า เห็ดเป่าฮื้อ เห็ดหูหนูสด แครอท บร็อกโคลี่
ข้าวผัดทรงเครื่อง	ข้าวกล้อง ถั่วเขียว ถั่วงอก ผัก ถั่วงอก ผักกาดหอม ผักกาดขาว แครอท ฟักทอง ข้าวโพดอ่อน

“งานสาระ” (อาหารทั่วไป)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบ
น้ำพริกมะเขือเทศ	เนื้อหมู มะเขือเทศสีดา กุ้งแห้ง หอมแดง กระเทียม กะปิ พริกขี้หนู
น้ำพริกกระเจี๊ยบ	ดอกกระเจี๊ยบแดง เนื้อหมู กุ้งแห้ง กระเทียม หอมแดง กะปิ พริกขี้หนู
ลาบไก่ชั้นนัท	เนื้อไก่ ตับไก่ เมล็ดทานตะวัน หอมแดง ใบสะระแหน่ ข้าวคั่ว ผักชีฝรั่ง
ปลาปลาสลิดกับมะม่วงดิบ	ปลาสลิด มะม่วงดิบ หอมแดง ตะไคร้ ถั่วลิสง
ต้มจืดรากบัว	รากบัว ซี่โครงหมู พริกไทย ผักชี
ดอกแคสดใส่	ดอกแค เนื้อหมู ไข่ไก่ รากผักชี กระเทียม พริกไทย
สันนอกหมูสอดไส้ลูกพรุน	สันนอกหมู ลูกพรุน ชিংแก่
ปลาหมึกผัดบร็อกโคลี่	บร็อกโคลี่ ปลาหมึก กระเทียม น้ำมันงา
ผัดผักบุ้งไฟแดง	ผักบุ้ง เต้าเจี้ยว กระเทียม น้ำมันหอย

๑๐ | อาหารแนะนำสำหรับผู้สูงอายุ

“ขนมกล้วยน้อย เรียงร้อยความอร่อย” (ขนมหวาน และผลไม้)

รายการอาหาร	ส่วนประกอบหลัก
เต้าส่วน	ถั่วทอง น้ำตาลทอง น้ำกะทิ
ถั่วเขียวต้มน้ำตาลทรายแดง	ถั่วเขียว น้ำตาลทรายแดง
ลูกบัวถั่วแดงเย็น – ร้อน	ลูกบัว ถั่วแดง น้ำตาลทรายแดง
เต้าฮวยฟรุตสลัด	เต้าฮวย ผลไม้รวม น้ำเชื่อม
เต้าฮวยร้อน	เต้าฮวย น้ำตาลทรายแดง น้ำจิง
ซูปังดำ	งาดำ ข้าว น้ำตาลทรายแดง
กล้วยบวชชี	กล้วยน้ำว้า น้ำตาลปีบ น้ำกะทิ
ข้าวเหนียวเปียกสีส้ม	ข้าวเหนียว เผือก ข้าวโพด มะพร้าวอ่อน
ผลไม้ตามฤดูกาล	

“ชื่นใจ ไม่อึดลม” (เครื่องดื่ม)

ประเภทเครื่องดื่ม	รายการเครื่องดื่ม
น้ำเปล่า	
เครื่องดื่มบำรุงกำลัง	นมสด นมถั่วเหลือง โกโก้ร้อน – เย็น
น้ำปั่น	น้ำส้มปั่น น้ำสับปะรดปั่น น้ำมะพร้าวปั่น น้ำแดงโมปั่น น้ำมะเขือเทศปั่น
น้ำสมุนไพร	น้ำตะไคร้ น้ำกระเจี๊ยบ น้ำมะตูม น้ำใบบัวบก น้ำรากบัว น้ำเก๊กฮวย
น้ำผัก ผลไม้ปั่นสด	น้ำแครอท น้ำฝรั่ง

❖ Place Mats

เมื่อกินข้าวจะกินอะไรแทน

ข้าวเป็นอาหารหลักของคนไทย หากเมื่อการกินข้าวก็สามารถ
กินอาหารประเภทแป้งอื่นๆแทนได้



เช่นขนมจีบ ขนมปัง แตงโม เป็นต้นที่อาจหาซื้อได้ตามร้านจะมี
คุณภาพลดลงไม่เหมือนข้าวแท้ๆ เพราะจะต้องผ่านกระบวนการ
ผลิตทำให้คุณค่าลดลงบาง





**งาน
สาร**
สุขภาพที่ดี
ยังคงทำ
กัน
ความมุ่งมั่น
ของเรา

เกร็ดความรู้

สารอาหารบำรุงผิวพรรณ
อาหารที่มีประโยชน์สำหรับผิวพรรณ
ต้องเป็นอาหารที่มีวิตามินซี-แคโรทีน
วิตามินเอ ซีและดี สารเบต้าแคโรทีน
วิตามินเอ และซี มีบทบาทในอาหารพวกพืช
มีสีเขียวและสีเหลือง เช่น ผักบุ้ง คะน้า
กวาร้าง มะระขี้นก กระถิน ถั่วลิสง
มีดอกทอง ผักขม มะเขือเทศ ขนุน
มะละกอ มะม่วง มะขาม เป็นต้น
ส่วนที่อาหารที่มีวิตามินดีได้มาจาก
ข้าวโพด ข้าวเหนียว งา ข้าวขาว และ
จมูกข้าวสาลี เป็นต้น

**งาน
สาร**
สุขภาพที่ดี
ยังคงทำ
กัน
ความมุ่งมั่น
ของเรา

6. สำหรับอาหาร มือเย็น ท่านรับประทานอาหารนอกบ้านหรือซื้ออาหารจากร้านแต่ละประเภทบ่อยแค่ไหน

	ความบ่อย					
	บ่อยมาก มากกว่า 6 ครั้ง ต่อเดือน	บ่อย 4-6 ครั้ง ต่อเดือน	ปานกลาง 1-3 ครั้ง เดือนต่อเดือน	นานๆ ครั้ง 2-3 เดือน เดือน	ไม่เคย ต่อครั้ง	
โรงอาหารในที่ทำงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> d_pan
ร้านแผงลอย รถเข็น หรือร้านอาหารในเดินท์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> d_str
ร้านอาหาร Fast food และ KFC, McDonald's	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> d_ff
ศูนย์อาหารในห้างสรรพสินค้า หรืออาคารสำนักงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> d_fc
ใช้บริการส่งอาหารถึงที่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> d_del
ร้านอาหารห้องแถว เช่น ร้านข้าวมันไก่ ร้านอาหารตามสั่ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> d_row
ร้านอาหารที่เน้นการบริการ เช่น S&P, MK Suki, 13 เจริญ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> d_ser
สวนอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> d_gar
ภัตตาคาร หรือ ห้องอาหารในโรงแรม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> d_res

7. ปัจจัยใดที่ท่านคำนึงถึงในการเลือกร้านอาหาร

(เลือก 5 ข้อแล้วใส่หมายเลข 1-5 โดย 1 คือ ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด และ 5 คือ ปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุด)

- | | | | | |
|--------------------------------------|---|---|--|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ราคา | <input type="checkbox"/> รสชาติ | <input type="checkbox"/> ความสะอาด | <input type="checkbox"/> ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่างๆ | <input type="checkbox"/> fac1 |
| <input type="checkbox"/> การบริการ | <input type="checkbox"/> ชื่อเสียงของร้าน | <input type="checkbox"/> คุณค่าทางโภชนาการ เช่น คาวเชิว เซลล์ชวนชิม | | <input type="checkbox"/> fac2 |
| <input type="checkbox"/> สถานที่ตั้ง | <input type="checkbox"/> ที่จอดรถ | <input type="checkbox"/> บรรยากาศ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | <input type="checkbox"/> fac3 |

8. ท่านใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อมื้อในการรับประทานอาหารนอกบ้าน สำหรับอาหาร **มือกลางวัน** เป็นจำนวนเงินเท่าไร

- | | | | |
|--|--|--------------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 50 บาท | <input type="checkbox"/> 50-100 บาท | <input type="checkbox"/> 101-150 บาท | <input type="checkbox"/> l_exp |
| <input type="checkbox"/> 151-200 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 200 บาท | | |

9. ท่านใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อมื้อในการรับประทานอาหารนอกบ้าน สำหรับอาหาร **มือเย็น** เป็นจำนวนเงินเท่าไร

- | | | | |
|--|--|--------------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 50 บาท | <input type="checkbox"/> 50-100 บาท | <input type="checkbox"/> 101-150 บาท | <input type="checkbox"/> d_exp |
| <input type="checkbox"/> 151-200 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 200 บาท | | |

10. โดยส่วนใหญ่ใครเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกร้านอาหาร สำหรับอาหาร **มือกลางวัน**

- | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ตัดสินใจเอง | <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> พ่อ - แม่ | <input type="checkbox"/> l_deci |
| <input type="checkbox"/> ลูก | <input type="checkbox"/> ญาติ - พี่น้อง | <input type="checkbox"/> สามี - ภรรยา | |

11. โดยส่วนใหญ่ใครเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกร้านอาหาร สำหรับอาหาร **มือเย็น**

- | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ตัดสินใจเอง | <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> พ่อ - แม่ | <input type="checkbox"/> d_deci |
| <input type="checkbox"/> ลูก | <input type="checkbox"/> ญาติ - พี่น้อง | <input type="checkbox"/> สามี - ภรรยา | |

12. สำหรับร้านอาหารที่ท่านใช้บริการในปัจจุบัน ท่านมีความพึงพอใจในด้านต่างๆ อย่างไร

	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจ	ไม่ค่อยพอใจ	ไม่พอใจที่สุด
ราคา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
รสชาติ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความสะอาด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
คุณค่าทางโภชนาการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
การบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ที่จอดรถ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
สถานที่ตั้ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- sat_pri
- sat_del
- sat_cle
- sat_nut
- sat_ser
- sat_car
- sat_loc

13. ท่านไม่รับประทานเนื้อสัตว์ประเภทใดบ้าง

- เนื้อวัว เพราะ ไม่ชอบ ความเชื่อ โรคประจำตัว อื่นๆ.....
- เนื้อหมู เพราะ ไม่ชอบ ความเชื่อ โรคประจำตัว อื่นๆ.....
- เนื้อไก่ - เป็ด เพราะ ไม่ชอบ ความเชื่อ โรคประจำตัว อื่นๆ.....
- อาหารทะเล เพราะ ไม่ชอบ ความเชื่อ โรคประจำตัว อื่นๆ.....
- ไม่มี

- beef
- pork
- chic
- mari
- all

ส่วนที่ 2 การรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารในร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

14. ถ้าพูดถึง ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ท่านมีความรู้สึกอย่างไร

	เห็นด้วยอย่างยิ่ง					ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
รสชาติอร่อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
มีคุณค่าทางโภชนาการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน เช่น ผักปลอดสารพิษ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ไม่ใช้สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เช่น ผงชูรส บอแรกซ์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
การบริการดีเยี่ยม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ได้รับอาหารที่คุ้มค่ากับราคา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- per_del
- per_nut
- per_mat
- per_msg
- per_meat
- per_ser
- per_pri

15. ท่านเคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ หรือไม่

- เคย
- ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 17)

- used

16. สาเหตุใดที่ทำให้ท่านรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

(เลือก 3 ข้อแล้วใส่หมายเลข 1-3 โดย 1 คือ สาเหตุที่สำคัญมากที่สุด และ 3 คือ สาเหตุที่สำคัญน้อยที่สุด)

- เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง
- ยากลอง
- อื่นๆ โปรดระบุ.....
- ต้องการลดน้ำหนัก
- รับประทานตามคนใกล้ชิด
- ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ
- รับประทานอาหารมังสวิรัตินานแล้ว เป็นประจำ

- used 1
- used 2
- used 3

20. หากมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีคุณลักษณะครบตามข้อ 19 ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายต่อคนต่อมื้อควรเป็นเท่าไร สำหรับอาหาร มือกลางวัน	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 80 บาท	<input type="checkbox"/> 80 – 100 บาท	<input type="checkbox"/> 101 – 120 บาท	<input type="checkbox"/> l_pri
	<input type="checkbox"/> 121 – 140 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 140 บาท		
21. หากมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีคุณลักษณะครบตามข้อ 19 ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายต่อคนต่อมื้อควรเป็นเท่าไร สำหรับอาหาร มือเย็น	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 120 บาท	<input type="checkbox"/> 120 – 160 บาท	<input type="checkbox"/> 161 – 200 บาท	<input type="checkbox"/> d_pri
	<input type="checkbox"/> 201 – 240 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 240 บาท		
ส่วนที่ 4 ข้อมูลของผู้กรอกแบบสอบถาม				
22. เพศ	<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง		<input type="checkbox"/> sex
23. อายุ	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 21 ปี	<input type="checkbox"/> 21-30 ปี	<input type="checkbox"/> 31-40 ปี	<input type="checkbox"/> age
	<input type="checkbox"/> 51-60 ปี	<input type="checkbox"/> มากกว่า 60 ปี		
24. สถานภาพ	<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส	<input type="checkbox"/> หม้าย	<input type="checkbox"/> stat
25. จำนวนบุตร.....คน				<input type="checkbox"/> child
26. จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตัวท่าน).....คน				<input type="checkbox"/> fam
27. ระดับการศึกษาสูงสุด	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> edu
	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก			
28. ระดับรายได้ต่อเดือนของท่าน	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,001 บาท	<input type="checkbox"/> 10,001-25,000 บาท	<input type="checkbox"/> 25,001-40,000 บาท	<input type="checkbox"/> rev_per
	<input type="checkbox"/> 40,001-55,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 55,000 บาท		
29. ระดับรายได้ต่อเดือนของครอบครัว (รวมตัวท่าน)	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 25,001 บาท	<input type="checkbox"/> 25,001-50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 50,001-75,000 บาท	<input type="checkbox"/> rev_fam
	<input type="checkbox"/> 75,001-100,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 100,000 บาท		

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ก

ผลการวิจัย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงการแจกแจงความถี่ของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	92	28
หญิง	234	72
รวม	326	100

ตารางที่ 2 แสดงการแจกแจงความถี่ของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	12	4
21-30 ปี	200	61
31-40 ปี	74	23
41-50 ปี	27	8
51-60 ปี	11	3
มากกว่า 60 ปี	2	1
รวม	326	100

ตารางที่ 3 แสดงการแจกแจงความถี่ของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	244	75
สมรส	77	23
หม้าย	3	1
หย่า	2	1
รวม	326	100

ตารางที่ 4 แสดงการแจกแจงความถี่ของระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	14
ปริญญาตรี	218	67
ปริญญาโท	61	18
ปริญญาเอก	2	1
รวม	326	100

ตารางที่ 5 แสดงการแจกแจงความถี่ของรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,001 บาท	66	20
10,001-25,000 บาท	184	57
25,001-40,000 บาท	51	16
40,001-55,000 บาท	7	2
มากกว่า 55,000 บาท	15	5
รวม	326	100

ข้อมูลที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล

ตารางที่ 6 แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิงเลือกทำอาหารรับประทานเอง (พิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกโดยให้น้ำหนักปัจจัยที่สำคัญที่สุดเท่ากับ 3 และปัจจัยที่สำคัญรองลงมาเท่ากับ 2 และ 1 ตามลำดับ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย		
	ชาย	หญิง	รวม
ที่บ้านมีคนทำอาหารให้รับประทาน	1.26	1.07	1.13
ผู้บริโภคไม่มั่นใจในความปลอดภัยของอาหารนอกบ้าน	1.02	1.16	1.12
รสชาติอาหารนอกบ้านไม่ถูกปาก	0.87	1.21	1.12

ตารางที่ 7 แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ผู้บริโภคช่วงอายุต่างกัน เลือกทำอาหารรับประทานเอง (พิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก โดยให้น้ำหนักปัจจัยที่สำคัญที่สุดเท่ากับ 3 และปัจจัยที่สำคัญรองลงมาเท่ากับ 2 และ 1 ตามลำดับ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย					
	< 21 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	51-60ปี	> 60 ปี
รสชาติอาหารนอกบ้านไม่ถูกปาก	0.92	1.20	0.97	1.07	0.91	1.50
ผู้บริโภคไม่มั่นใจในความปลอดภัยของอาหารนอกบ้าน	1.08	1.07	1.16	1.22	1.27	3.00
ที่บ้านมีคนทำอาหารให้รับประทาน	1.67	1.19	0.96	1.00	1.00	0

ตารางที่ 8 แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ผู้บริโภครายได้ต่างกัน เลือกทำอาหารรับประทานเอง (พิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก โดยให้น้ำหนักปัจจัยที่สำคัญที่สุดเท่ากับ 3 และปัจจัยที่สำคัญรองลงมาเท่ากับ 2 และ 1 ตามลำดับ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย				
	< 10,001 บาท	10,001 – 25,000 บาท	25,001 – 40,000 บาท	40,001 – 55,000 บาท	>55,000 บาท
รสชาติอาหารนอกบ้านไม่ถูกปาก	1.23	1.20	0.78	0.86	1.07
ผู้บริโภคไม่มั่นใจในความปลอดภัยของอาหารนอกบ้าน	1.00	1.17	1.16	0.57	1.27
ที่บ้านมีคนทำอาหารให้รับประทาน	1.18	1.05	1.22	1.14	1.27

ตารางที่ 9 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ผู้บริโภคเพศหญิงและเพศชายใช้พิจารณาเลือกร้านอาหาร (เลือกพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก โดยให้น้ำหนักปัจจัยที่สำคัญที่สุดเท่ากับ 3 และปัจจัยที่สำคัญรองลงมาเท่ากับ 2 และ 1 ตามลำดับ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย		
	ชาย	หญิง	รวม
รสชาติอาหาร	2.31	2.47	2.43
ความปลอดภัย	2.02	2.08	2.06
ชื่อเสียงของร้านอาหาร	2.11	2.00	2.03

ตารางที่ 10 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ผู้บริโภคอายุต่างกันใช้พิจารณาเลือกร้านอาหาร (พิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกโดยให้น้ำหนักปัจจัยที่สำคัญที่สุดเท่ากับ 3 และปัจจัยที่สำคัญรองลงมาเท่ากับ 2 และ 1 ตามลำดับ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย					
	< 21ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	> 60 ปี
รสชาติอาหาร	2.18	2.44	2.43	2.40	2.43	3.00
ความสะอาด	2.43	1.94	2.25	2.09	2.22	2.00
ชื่อเสียงของร้านอาหาร	1.00	2.09	2.17	1.00	2.00	0.00

ตารางที่ 11 แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ผู้บริโภครายได้ต่างกันใช้พิจารณาเลือกร้านอาหาร (พิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกโดยให้น้ำหนักปัจจัยที่สำคัญที่สุดเท่ากับ 3 และปัจจัยที่สำคัญรองลงมาเท่ากับ 2 และ 1 ตามลำดับ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย				
	< 10,001 บาท	10,001-25,000 บาท	25,001-40,000 บาท	40,001-55,000 บาท	> 55,000 บาท
รสชาติอาหาร	2.41	2.40	2.50	2.17	2.58
ความสะอาด	2.13	1.99	2.22	2.29	1.90
ชื่อเสียงของร้านอาหาร	1.50	2.17	1.88	2.00	2.50

ตารางที่ 12 แสดงการแจกแจงความถี่ของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหัว สำหรับการรับประทานอาหารมือกลางวันนอกบ้านของผู้บริโภค

ค่าใช้จ่ายต่อหัว	ความถี่ (ร้อยละ)
น้อยกว่า 50 บาท	37.1
50-100 บาท	48.5
101-150 บาท	7.7
151-200 บาท	2.4
มากกว่า 200 บาท	4.3
รวม	100

ตารางที่ 13 แสดงการแจกแจงความถี่ของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อหัว สำหรับการรับประทานอาหารมือ
เย็นนอกบ้านของผู้บริโภค

ค่าใช้จ่ายต่อหัว	ความถี่ (ร้อยละ)
น้อยกว่า 50 บาท	8.4
50-100 บาท	30.3
101-150 บาท	15.8
151-200 บาท	16.7
มากกว่า 200 บาท	28.8
รวม	100

ตารางที่ 14 แสดงการแจกแจงความถี่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยต่างๆ ของร้านอาหารที่
ใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน โดยคะแนน 5 คือพอใจมากที่สุด คะแนน 4 คือ พพอใจมาก คะแนน 3 คือพอใจ
คะแนน 2 คือไม่ค่อยพอใจ และคะแนน 1 คือ ไม่พอใจที่สุด

ปัจจัย	ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย
	พอใจมาก ที่สุด	พอใจมาก	พอใจ	ไม่ค่อยพอ ใจ	ไม่พอใจที่ สุด	
รสชาติอาหาร	12.4	29.1	50.8	7.7	0	3.46
ความสะอาด	11.7	21.3	54.3	12.3	0.3	3.32
ราคาอาหาร	8.1	20.2	66.5	5.0	0.3	3.31
สถานที่ตั้งร้าน	6.3	24.5	58.2	10.1	0.9	3.25
คุณค่าทางโภชนาการ	6.2	22.6	59.8	11.1	0.3	3.23
การบริการ	4.3	20.7	59.8	13.9	1.2	3.13
ที่จอดรถสะดวก	4.8	17.6	57.1	18.6	1.9	3.05

ตารางที่ 5 แสดงการแจกแจงความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน

จำนวนวันต่อสัปดาห์	ความถี่ (ร้อยละ)	
	มือกลางวัน	มือเย็น
0 วัน	1.2	8.3
1-2 วัน	8.3	43.9
3-4 วัน	7.1	21.5
5-6 วัน	53.4	14.1
ทุกวัน	30	12.2
รวม	100	100

ตารางที่ 16 แสดงการแจกแจงความถี่ของผู้บริโภคที่ไม่ทานเนื้อสัตว์ประเภทต่างๆ

ชนิดเนื้อสัตว์	ความถี่ (ร้อยละ)
เนื้อวัว	51.4
สัตว์ทะเล	6.4
เนื้อหมู	5.2
เนื้อไก่ / เป็ด	4.3
ทานทุกชนิด	43.6

ตารางที่ 17 แสดงการแจกแจงความถี่ของผู้บริโภคที่เคยและไม่เคยรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ

	ความถี่ (ร้อยละ)
เคยรับประทาน	82
ไม่เคยรับประทาน	18
รวม	100

ตารางที่ 18 แสดงการแจกแจงค่าเฉลี่ยของความรู้สึกของผู้บริโภคต่อร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยคะแนน 2 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง คะแนน 1 คือ เห็นด้วย คะแนน 0 คือ เฉยๆ คะแนน -1 คือ ไม่เห็นด้วย และคะแนน -2 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ลักษณะ	ค่าเฉลี่ย	
	ผู้บริโภคที่เคยรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ	ผู้บริโภคที่ไม่เคยรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ
รสชาติอร่อย	0.29	0.20
มีคุณค่าทางโภชนาการ	1.63	1.31
ใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน	1.50	1.16
ไม่ใช้สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย	1.49	1.13
มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบ	0.27	0.44
การบริการดีเยี่ยม	0.41	0.52
ได้รับอาหารที่คุ้มค่ากับราคา	0.71	0.63

ตารางที่ 19 แสดงการแจกแจงสาเหตุที่ผู้บริโภครับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

สาเหตุ	ร้อยละ
เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง	35
อยากลอง	30
ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ	12
ต้องการลดน้ำหนัก	11
รับประทานตามคนใกล้ชิด	8
รับประทานมังสวิวัต / อาหารเจเป็นประจำ	4

ตารางที่ 20 แสดงการแจกแจงอัตราร้อยละของผู้บริโภคที่สนใจเข้ามาใช้บริการร้านอาหารสุขภาพในรูปแบบเดียวกับร้าน “งานสาระ”

	ร้อยละ	
	ผู้บริโภคที่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	ผู้บริโภคที่ไม่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ
สนใจเข้าใช้บริการ	60	22
ไม่สนใจเข้าใช้บริการ	8	10

ตารางที่ 21 แสดงการแจกแจงความถี่ของความเห็นของผู้บริโภคต่อรูปแบบร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี โดยคะแนน 2 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง คะแนน 1 คือ เห็นด้วย คะแนน 0 คือ เฉยๆ คะแนน -1 คือ ไม่เห็นด้วย และคะแนน -2 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ปัจจัย	ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	
เน้นความสะอาดในกระบวนการ ปรุงอาหาร	84.2	13.5	2.3	0	0	1.82
ไม่ใส่สารปรุงแต่งอาหารที่เป็น อันตรายต่อร่างกาย	80.8	15.8	3.0	0.4	0	1.77
ใช้ผักผลไม้ปลอดสารพิษในการ ประกอบอาหาร	77.8	19.9	1.9	0.4	0	1.75
การบริการอบอุ่นเป็นกันเอง	59.6	28.3	10.6	1.1	0.4	1.46
ตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน	59.4	26.7	12.8	0.8	0.4	1.44
มีเมนูจำหน่ายผักผลไม้ปลอดสารพิษ และอาหารทานเล่น	56.8	29.7	11.3	2.3	0	1.41
มีการให้ความรู้ด้านสุขภาพ	52.7	33.3	12.9	1.1	0	1.38
มีรายการอาหารสำหรับลูกค้าแต่ละ กลุ่ม	53.8	30.5	13.2	1.1	1.5	1.33
มีการระบุปริมาณสารอาหารหลักที่ จะได้รับในแต่ละจาน	39.9	38.4	18.6	3.0	0	1.15
มีการระบุปริมาณแคลอรีสำหรับ อาหารแต่ละจาน	41.1	35.1	19.6	3.8	0.4	1.13
มีบริการส่งถึงที่	45.2	27.8	21.7	4.6	0.8	1.12
บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3.4	5.3	21.1	21.5	48.7	-1.07
บริการน้ำอัดลม	4.9	10.2	26.5	23.5	34.8	-0.7

ภาคผนวก ง

ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis Critical Control Point System : HACCP)

ความสำคัญของระบบ HACCP

ปัจจุบันในวงการอุตสาหกรรมต่างๆ ได้ยอมรับว่าระบบบริหารงานคุณภาพเป็นระบบที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอด และเติบโตได้ในระยะยาว อุตสาหกรรมอาหารก็เช่นกัน ได้เริ่มให้ความสำคัญในการนำระบบบริหารคุณภาพมาใช้กันอย่างกว้างขวางมากขึ้น เนื่องจากแนวคิดในเรื่องของการจัดการคุณภาพได้เปลี่ยนไป โดยหันมาให้ความสำคัญกับการประกันคุณภาพที่มุ่งการป้องกัน เน้นให้มีการดำเนินงานที่ถูกต้อง ตั้งแต่เริ่มต้นและตลอดเวลาดลอดทั้งกระบวนการผลิตมากกว่าการให้ความสำคัญต่อการตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุดท้ายที่ผลิตได้

อย่างไรก็ตาม สำหรับอุตสาหกรรมอาหารนั้น นับว่ามีแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่นอกจากจะต้องมีการจัดการด้านคุณภาพแล้ว ยังต้องให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของอาหารที่ผลิตขึ้น เพื่อป้องกันมิให้เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคด้วย ดังจะเห็นได้จากการที่ประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศไทยได้มีการกำหนดกฎหมายอาหารเพื่อกำหนดเกณฑ์ความปลอดภัยของอาหารชนิดต่างๆ ที่ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามและต่อมาเมื่อนานาประเทศได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการที่จะต้องใช้มาตรการการป้องกันดูแลให้มีการผลิตอาหารที่ปลอดภัยในทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้น เรื่อยไปตลอดกระบวนการจนถึงผู้บริโภค ซึ่งเชื่อว่าจะช่วยทำให้มั่นใจในความปลอดภัยของอาหารได้ จึงได้มีหลายประเทศเริ่มกำหนดกฎหมายบังคับให้ผู้ประกอบการต้องนำเอาระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis Critical Control Point System : HACCP) มาใช้ในอุตสาหกรรมอาหารเพิ่มเติมจากการปฏิบัติตามข้อกำหนดสุขลักษณะอาหาร เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้แก่อาหารที่ผลิตขึ้น และในปี 2540 โครงการมาตรฐาน เอฟ เอ โอ / กับบลิว เอช โอ (Joint FAO / WHO Food Standards Programme) หรือที่เรียกย่อๆ ว่า Codex ก็ได้ประกาศใช้ ข้อเสนอแนะสำหรับการนำระบบการวิเคราะห์อันตราย และจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม (Guidelines for the Application of the Hazard Analysis Critical Control Point System) เป็นข้อกำหนดสากลอย่างเป็นทางการ โดยรวมไว้เป็นส่วนหนึ่งของหลักเกณฑ์ทั่วไปเกี่ยวกับสุขลักษณะอาหาร (Recommended International Code of Practice : General Principles of Food Hygiene)

ประโยชน์ของระบบ HACCP

- ◆ ให้ความปลอดภัยกับอาหาร โดยครอบคลุมทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อาหาร
- ◆ เน้นการป้องกัน แทนที่การตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุดท้าย
- ◆ สามารถใช้ควบคุมอันตรายจากจุลินทรีย์ สารเคมี สิ่งแปลกปลอมอย่างมีประสิทธิภาพ
- ◆ ลดการสูญเสียจากการผลิตสินค้าที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด
- ◆ สามารถใช้ร่วมกับระบบคุณภาพอื่น
- ◆ ระบบ HACCP เป็นมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศที่ยอมรับในระบบสากล

ความสำคัญของข้อกำหนดสุขลักษณะอาหาร

1. ลดการสูญเสีย

กล่าวคือช่วยลดการสูญเสียจากอาหารที่ไม่ปลอดภัย เนื่องจากการจัดการด้านสุขลักษณะอาหารของ Codex ได้อาศัยแนวคิดที่เรียกว่า “hurdle concept” ซึ่งเป็นการสร้างความปลอดภัยให้แก่อาหาร โดยพยายามสร้างสิ่งกีดขวางเพื่อป้องกันการปนเปื้อนหรือการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ให้มากที่สุด เพื่อควบคุมไม่ให้เชื้อจุลินทรีย์เติบโตเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

2. สนับสนุนการจัดการที่ดีตั้งแต่ต้น

วิธีที่ดีที่สุดก็คือ ป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาโดยมีการจัดการที่ดีตั้งแต่ต้นทุกครั้งตลอดกระบวนการดีกว่าการตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุดท้าย เพื่อตัดสินใจว่าจะยอมรับผลิตภัณฑ์นั้นได้หรือต้องคัดทิ้ง ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ในการประกันคุณภาพว่าผู้ปฏิบัติงานทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างคุณภาพ และเป็นผู้ตรวจสอบด้วย

3. ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการสุขลักษณะที่ดีจะทำให้ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์จากการสามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นด้านกำลังคน เงินทุน และเวลา เนื่องจากได้มีการนำหลักการของ HACCP มาใช้ทำให้สามารถมุ่งเน้นให้ความสำคัญในจุดที่วิกฤตต่อความปลอดภัยของอาหาร

รายละเอียดการควบคุมที่นำมาใช้เพื่อเตรียมการรองรับระบบ HACCP ในอนาคต

สถานที่ตั้งและห้องครัว

1. **สัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งและห้องครัว**
 - 1.1 **สถานที่ตั้งและที่ใกล้เคียงต้องอยู่ในที่ซึ่งจะไม่ทำให้เกิดการปนเปื้อนต่ออาหารได้ง่ายโดย**
 - 1.1.1 **สถานที่ตั้งและบริเวณโดยรอบภายในอาณาเขตร้านอาหาร ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้**
 - (1) ไม่ปล่อยให้มีการสะสมสิ่งของที่ไม่ใช้แล้ว
 - (2) ไม่ปล่อยให้มีการกองขยะหรือสิ่งปฏิกูลอันอาจเป็นแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์ แมลง และเชื้อโรคต่างๆ ได้
 - (3) ควรอยู่ห่างจากบริเวณที่มีฝุ่นควันมากผิดปกติหรือกลิ่นไม่พึงประสงค์
 - (4) ไม่เป็นที่สะสมวัตถุมีพิษ โดยมีการจัดเก็บควบคุมและป้องกันมิให้ปนเปื้อนอาหาร
 - (5) ไม่มีคอกปศุสัตว์หรือสถานเลี้ยงสัตว์ภายในอาณาเขตร้านอาหาร
 - (6) บริเวณที่ตั้งไม่มีน้ำขังแฉะและสกปรก
 - (7) มีท่อระบายน้ำเพื่อไหลลงทางระบายน้ำสาธารณะหรือการจัดการที่เหมาะสมตามมาตรฐานน้ำทิ้ง เพื่อไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ
 - 1.2. **ห้องครัวมีขนาดเหมาะสม มีการออกแบบและก่อสร้างในลักษณะที่ง่ายแก่การรักษาความสะอาดและสะดวกในการปฏิบัติงาน ตลอดจนป้องกันการเกิดการปนเปื้อนต่ออาหารโดย**
 - 1.2.1. แยกออกส่วนครัวออกเป็นสัดส่วน
 - 1.2.2. จัดให้มีพื้นที่เพียงพอที่จะติดตั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เพื่อสะดวกในการปฏิบัติงานและป้องกันการปนเปื้อนอันอาจเกิดขึ้นกับอาหารที่ผลิตขึ้น
 - 1.2.3. มีการจัดบริเวณการผลิตเป็นไปตามลำดับสายงานการผลิต
 - 1.2.4. แบ่งแยกพื้นที่ในการปรุงอาหารเป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันการปนเปื้อน
 - 1.2.5. พื้น ผนัง และเพดานของอาคารผลิต ต้องออกแบบและก่อสร้างด้วยวัสดุที่คงทนเรียบ ทำความสะอาดง่าย เพื่อป้องกันฝุ่น และซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา ไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อน
 - 1.2.6. พื้นสะอาด ไม่มีน้ำขัง คงทน เรียบทำความสะอาดง่าย มีความลาดเอียงเพียงพอในการระบายน้ำลงสู่ทางระบายน้ำ โดยให้มีเฉพาะพื้นที่ที่เป็นบริเวณของการผลิตเท่านั้นที่มีความชื้น / เปียกได้ แต่ต้องไม่มีน้ำขัง
 - 1.2.7. มีแสงสว่างเพียงพอ โดยเฉพาะจุดที่มีผลต่อการควบคุมอันตรายในอาหาร มีการระบายอากาศที่เหมาะสมและเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงาน
 - 1.2.8. มีการออกแบบและติดตั้งอุปกรณ์ที่สามารถป้องกันการปนเปื้อนจากสัตว์และแมลง

2. เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

- 2.1 เครื่องมือ และอุปกรณ์การผลิต ควรทำจากวัสดุที่คงทน ไม่มีปฏิกิริยากับอาหาร สามารถทำความสะอาดได้ง่ายและออกแบบ คิดตั้งให้เหมาะสมกับกระบวนการผลิต
- 2.2 อยู่ในสภาพที่ดี คือ สะดวกไม่สึกหรอ และสามารถทำงานได้เต็มตามศักยภาพ
- 2.3 เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สัมผัสกับอาหารหรือมีโอกาสสัมผัสกับอาหารต้องทำด้วยวัสดุผิวเรียบไม่เป็นสนิม ไม่เป็นพิษและทนต่อการกัดกร่อน
- 2.4 มีจำนวนเพียงพอ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการปนเปื้อนระหว่างปฏิบัติงาน หรือการเพิ่มจุลินทรีย์ในช่วงการรอการปฏิบัติในขั้นตอนต่อไป
- 2.5 มีการออกแบบติดตั้งเครื่องมือ และอุปกรณ์อย่างถูกต้องเหมาะสม และเป็นไปตามสายงานการผลิต โดยคำนึงถึงการป้องกันการปนเปื้อนที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งสามารถทำความสะอาดตัวเครื่องมือ และบริเวณที่ตั้งได้ง่ายและทั่วถึง
- 2.6 ภาชนะบรรจุและอุปกรณ์ที่ใช้ ถ้ามีรอยเชื่อมต่อต้องเรียบและไม่เป็นแหล่งสะสมของจุลินทรีย์ โดยใช้วิธีการตรวจสอบจากการสังเกตและใช้มือสัมผัส
- 2.7 พื้นผิวบริเวณปฏิบัติงานที่สัมผัสอาหารทำด้วยวัสดุผิวเรียบ ไม่เป็นสนิม ไม่เป็นพิษ ทนต่อการกัดกร่อน ทำความสะอาดได้ง่าย ไม่ทำปฏิกิริยากับอาหาร และควรสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร

3. การควบคุมกระบวนการผลิต

การดำเนินงานทุกขั้นตอนจะต้องมีการควบคุมตามหลักสุขาภิบาล ตั้งแต่การตรวจรับวัตถุดิบ ส่วนผสมต่างๆ ในการผลิตอาหาร การขนย้าย การจัดเตรียม การผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาอาหาร และการขนส่ง

- 3.1. วัตถุดิบส่วนผสมต่างๆ และภาชนะบรรจุ ต้องมีการคัดเลือก มีคุณภาพเหมาะสมสำหรับการผลิตอาหารเพื่อการบริโภค ต้องมีการล้างทำความสะอาดอย่างเหมาะสม เพื่อขจัดสิ่งสกปรกที่อาจติดหรือปนมา ต้องมีการเก็บรักษาวัตถุดิบให้อยู่ภายใต้สภาวะที่ป้องกันการปนเปื้อนได้ และมีการเสื่อมสลายน้อยที่สุด รวมทั้งการดูแลการหมุนเวียนสต็อกของวัตถุดิบและส่วนผสมอาหารที่มีประสิทธิภาพ
- 3.2. ภาชนะบรรจุอาหารและภาชนะที่ใช้ในการขนถ่ายวัตถุดิบและส่วนผสมในการผลิตอาหารตลอดจนเครื่องมือที่ใช้ควรได้รับการทำความสะอาดและดูแลให้อยู่ในสภาพที่จะทำให้เกิดการปนเปื้อนกับอาหารในระหว่างการผลิต

3.3. น้ำแข็งและไอน้ำที่สัมผัสกับอาหารในกระบวนการผลิต ต้องมีคุณภาพมาตรฐานเป็นไปตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องน้ำแข็งและน้ำบริโภค การนำน้ำแข็งและไอน้ำไปใช้ตั้งแต่มีการขนย้าย การเก็บรักษาและการนำไปใช้ในสภาพที่ถูกสุขลักษณะ

3.4. น้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นน้ำที่ต้องสัมผัสหรือเติมลงในอาหาร ต้องเป็นน้ำที่มีคุณภาพมาตรฐานเป็นไปตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องน้ำบริโภค ในการนำน้ำไปใช้ตั้งแต่การขนย้าย การเก็บรักษาและการนำไปใช้ในสภาพที่ถูกสุขลักษณะ

3.5. มีขั้นตอนและวิธีการในการควบคุมกระบวนการผลิตเป็นไปตามข้อกำหนดหรือตามความเหมาะสมของกระบวนการผลิตนั้นๆ อย่างเคร่งครัด

3.6. ผลិតภัณฑ์

- 3.6.1. มีการตรวจสอบวิเคราะห์คุณภาพของผลิตภัณฑ์
- 3.6.2. มีการคัดแยกหรือทำลายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม
- 3.6.3. มีการเก็บรักษาอย่างเหมาะสม
- 3.6.4. มีการขนส่งในลักษณะที่ป้องกันการปนเปื้อนและการเสื่อมสลาย

4. การสุขาภิบาล

จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรการเพื่อให้เกิดการดำเนินงานตามหลักสุขาภิบาลที่ดี

- 4.1. น้ำที่ใช้ภายในร้านอาหาร หมายถึง น้ำที่ไม่สัมผัสอาหารควรเป็นน้ำสะอาด
- 4.2. มีวิธีการกำจัดขยะที่เหมาะสม ภาชนะสำหรับใส่ขยะพร้อมฝาปิดและตั้งอยู่ในที่ที่เหมาะสมและเพียงพอ
- 4.3. จัดให้มีทางระบายน้ำและอุปกรณ์ดักเศษอาหารเพื่อป้องกันการอุดตัน
- 4.4. จัดให้มีห้องส้วมและอ่างล้างมือหน้าห้องส้วม ในจำนวนที่เพียงพอ สะอาด ใช้งานได้ และถูกต้องตามสุขลักษณะ ห้องส้วมแยกจากบริเวณผลิตหรือไม่เปิดสู่บริเวณผลิตโดยตรง มีสบู่หรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรค และอุปกรณ์ทำให้มือแห้ง และอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้
- 4.5. จัดให้มีอ่างล้างมือด้านหน้าบริเวณผลิตและตำแหน่งที่เหมาะสมด้วยจำนวนที่เพียงพอและอยู่ในสถานที่สะอาดใช้งานได้ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการล้างมือ เช่น สบู่หรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรค
- 4.6. มีมาตรการในการป้องกันและกำจัดมิให้สัตว์หรือแมลงเข้าไปในบริเวณผลิต เช่น การฉีดยาฆ่าแมลงตามระยะเวลาที่กำหนด

5. การบำรุงรักษาและการทำความสะอาด

ร้านอาหารต้องจัดให้มีวิธีการในการดูแลรักษาสภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปลอดภัย และไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนในอาหาร

- 5.1. อาคารอยู่ในสภาพที่สะอาด มีวิธีการหรือมาตรการดูแลและทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ
- 5.2. เครื่องมือ และอุปกรณ์มีการทำความสะอาดก่อนและหลังปฏิบัติงาน
- 5.3. เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สัมผัสกับอาหาร มีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ
- 5.4. มีการเก็บอุปกรณ์ที่ทำความสะอาดแล้วให้เป็นสัดส่วนและอยู่ในสภาพที่เหมาะสม รวมถึงไม่ปนเปื้อนจากจุลินทรีย์ ฝุ่นละออง และอื่นๆ
- 5.5. การล้างของส่งภาชนะและอุปกรณ์ที่ทำความสะอาดแล้วอยู่ในลักษณะที่ป้องกันการปนเปื้อนจากภายนอกได้
- 5.6. เครื่องมือ และอุปกรณ์มีการดูแลบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพสม่ำเสมอ
- 5.7. มีการเก็บน้ำยาทำความสะอาดหรือสารเคมีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขลักษณะและต้องมีป้ายแสดงชื่อแยกให้เป็นสัดส่วนและปลอดภัย

การควบคุมสัตว์พาหะนำเชื้อ

สัตว์พาหะนำเชื้อ เป็นสาเหตุใหญ่ที่เป็นอันตรายต่อความปลอดภัย และความเหมาะสมของอาหาร การเข้าอยู่อาศัยของสัตว์พาหะนำเชื้อสามารถพบในที่แหล่งเพาะพันธุ์ และมีอาหารต้องมีการปฏิบัติอย่างถูกสุขลักษณะ เพื่อหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่จะชักนำแมลงและสัตว์พาหะนำเชื้อเข้ามา การสุขาภิบาลที่ดี การตรวจสอบวัสดุที่นำเข้ามาใช้ และการตรวจเฝ้าระวังที่ดี สามารถลดการเข้าอยู่อาศัยของสัตว์พาหะนำเชื้อและด้วยวิธีนี้จะเป็นการจำกัดความจำเป็นในการใช้สอย ป้องกันกำจัดแมลงหรือสัตว์ต่างๆ ได้

1. การกำจัดแหล่งที่อยู่อาศัยหรืออาหารภายนอกอาคาร บริเวณถังขยะ พงหญ้ารก
2. ป้องกันไม่ให้เข้าในอาคาร
 - ดูแล ซ่อมแซมอาคารให้อยู่ในสภาพดี
 - ระวังช่องเปิดหรือรู เช่น ช่องว่างใต้หลังคา รั่วใกล้พื้น ท่อระบายน้ำ ทางเดินผ่านของท่อสายไฟ
 - ติดตั้งตาข่าย ม่านกันแมลง บริเวณหน้าต่าง ช่องระบายอากาศ ประตู
 - ระวังการเปิดประตู หน้าตาทิ้งไว้
3. กำจัดแหล่งที่อยู่อาศัย
 - ควบคุมดูแลไม่ให้มีแหล่งอาหารหรือน้ำสำหรับสัตว์พาหะ
 - เก็บอาหารในภาชนะปิดสนิท
 - เก็บอาหารให้ยกสูงจากพื้น และไม่ติดผนังเกินไป
 - กำจัดเศษอาหารในบริเวณผลิต ที่เก็บอาหาร จูกรับส่งสินค้าและวัตถุดิบ
 - ดูแลทำความสะอาด เพื่อควบคุมแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์พาหะ
 - ถังขยะภายในอาคารต้องปิดมิดชิด และอยู่ในที่ที่เหมาะสม
4. การสำรวจตรวจสอบร่องรอยสัตว์พาหะ
 - มีแผนตรวจสอบที่แน่นอน
 - ตรวจสอบร่องรอยจากการพบตัวหรือซาก หรือชิ้นส่วน มูล รอยเท้า ร่องรอยการกิน อาหาร หรือการกัดแทะ หรือการทำให้เสียหาย
 - อบรมพนักงานให้รู้จักร่องรอยของสัตว์พาหะ และวิธีรายงานการพบสัตว์พาหะ
5. การกำจัดสัตว์พาหะ
 - ไม่ใช่สารเคมี ได้แก่ กับดักหนู หลอดไฟ UV กำจัดแมลง ตาข่ายดักนก ฯลฯ
 - ใช้สารเคมี ได้แก่ เขี้ยวพิษกำจัดหนู แมลงสาบ ยาฉีดกำจัดแมลง ฯลฯ

การควบคุมการกำจัดของเสีย

1. การกำจัดเศษวัตถุดิบ เศษเหลือจากการผลิต และขยะมูลฝอย

เศษวัตถุดิบ และเศษเหลือจากการผลิต จะมีถังขยะพร้อมถุงพลาสติกดำซ้อนกันในมีฝาปิดมิดชิด สำหรับใส่เศษขยะมูลฝอยต่างๆ และเศษวัตถุดิบ ภายหลังเลิกงานพนักงานทำความสะอาดจะรวบรวมไปเก็บ ณ บริเวณที่ร้านจัดเตรียมไว้นอกบริเวณร้านเพื่อรอการจัดเก็บ

ถังขยะและบริเวณเก็บรวบรวมขยะเพื่อรอการขนส่งออกนอกร้าน ต้องทำความสะอาดทุกวัน โดยจัดทำตารางแสดงวิธีการทำความสะอาด อุปกรณ์ สารเคมีต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำความสะอาด และผู้รับผิดชอบ

2. ระบบบำบัดน้ำเสีย

2.1. ทางระบายน้ำเสีย

- จัดให้มีทางระบายน้ำที่มีขนาดและปริมาณเพียงพอกับปริมาณน้ำ และรูปทรงของทางระบายน้ำ ควรเรียบและโค้งมน มีความลาดเอียงเพียงพอ เพื่อให้น้ำไหลได้สะดวก
- จัดให้มีตะแกรงดักเศษวัสดุต่างๆ ที่ปะปนมากับน้ำทิ้ง และมีการกำจัดเก็บเศษต่างๆ ที่ติดตะแกรง ให้น้ำระบายได้สะดวกไม่อุดตัน
- จัดให้มีฝาปิดทางระบายน้ำแบบโปร่ง ถอดทำความสะอาดได้ง่าย มีการทำความสะอาดทางระบายน้ำและฝาปิดทุกวัน

2.2. ทางระบายน้ำภายนอกอาคารผลิต

- จัดให้มีท่อระบายน้ำภายนอกที่มีการดูแลจุดลอกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดปัญหาน้ำไม่ไหล เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ยุง แมลงต่างๆ รวมถึงปัญหาเรื่องกลิ่นจากน้ำที่เน่าเสีย

2.3. ระบบบำบัดน้ำเสีย

- จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียที่เหมาะสมปริมาณน้ำเพื่อลดปัญหามลภาวะแวดล้อม

2.4. อุปกรณ์ภาชนะที่ใช้ในการเก็บของเสีย

- มีการทำเครื่องหมายให้รู้อย่างชัดเจน และต้องมีการล้างทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

ภาคผนวก จ

รายชื่อผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ

รายชื่อร้านค้าพืชผักและผลไม้อนามัย

รายชื่อ	ผลผลิต
บริษัทผักดอกเตอร์จำกัด คร. กิติ วิฑูรย์ลักษณ์ 21/485 ถาวรนิเวศ 2 ถ.บางนา-ตราด พระโขนง กรุงเทพฯ 10260 โทร. 393103-5 โทรสาร. 3931391	ผัก
บริษัทเอ เอฟ แอนด์ วี จำกัด ดร. บุญเลื่อน บุญเรือง 83/111 ถ.งามวงศ์วาน แขวงทุ่งสองห้อง เขตดอนเมือง กรุงเทพฯ 10900 โทร.0-2580-5905	ผัก
บริษัทลำปางฟู้ดส์โปรดักส์จำกัด นายวรวิธน์ อัสครนธิ์ เลขที่ 7 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ โทร. 0-2260-1935-40 โทรสาร. 0-2260-9133	ผลไม้ (ส้มโชกุน)
สวนเพชรลานนา นายประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์ 205/44 ถ.อ้อมเมือง หมู่ 5 ต.ท่าศาลา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000 โทร. 0-5324-5591 โทร. 0-5394-5369	ผัก
บริษัท ซี พี เค แพลนเตชัน จำกัด นางเอมอร เทอดประวัตติ 2013 อาคารอิตัลไทย เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ โทร.0-2310-0297, 0-2319-5390	ผัก
นายธีรชาติ วิจิตชลชัย (งานวิชาการเกษตร ศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อน) ต.ลาดกระทิง อ.สนามชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา โทร.0-3855-1566	ผัก
มูลนิธิอุบลรัตน์ในพระบรมราชินูปถัมภ์ 167 หมู่ 8 ต.เชียงดาว อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ 50170	ผัก

รายชื่อ	ผลผลิต
บ.เสริมมิตรรุ่งเรือง จำกัด คุณประภัศร วิเชียรขจร 338/276 ถ.ลาดพร้าว 87 แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ โทร. 0-2932-0876-7 โทรสาร. 0-2932-0877	ไต้หวันเขียว วอเตอร์เครส มะนาว
ห้างหุ้นส่วนจำกัด แมรี่ฟู้ดส์ 57/22 ถ.สุขุมวิท 77 หมู่ 6 แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520 โทร. 0-2727-9348 โทรสาร. 0-2727-9349	ไควาแระ

รายชื่อร้านค้าผักที่ปลูกแบบไฮโดรโปนิคส์

	รายชื่อ
1	บริษัท พีชผักอนามัยจำกัด 4/20 พุทธมณฑลสาย 7 หมู่ 2 ต.ท่าตลาด อ.สามพราน จ.นครปฐม โทร. 0-3432-1249, 0-3431-1126 โทรสาร. 0-3431-1488
2	นายรุ่งโรจน์ กิตติทัศนาศรัย บริษัท ชงต้าอินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด 20/1 หมู่ 2 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.บางงาม อ.หนองไผ่ จ.เพชรบูรณ์ โทร. 0-2932-4787-90 โทรสาร. 0-2539-0671
3	นายสมเกียรติ เลิศศุภกุล 41/122-123 ซ.เอกชัย 76 ถ.เอกชัย แขวงบางบอน เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150 โทร. 0-2416-0358-60 โทรสาร. 0-2416-2935
4	บริษัท หนองแคพัฒนาไฮโดรฟาร์ม จำกัด 30/4 ถ.สายหนองปลากระดี ต.หนองไข่น้ำ อ.หนองแค จ.สระบุรี 18140 โทร. 0-2910-0600-1
5	นายประเสริฐ อนุกุลประเสริฐ 55/15 รามอินทรา กม.5 หมู่ 1 แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230 โทร. 0-2944-5010
6	นางสาวรัชนิบูรณ์ โปรเกียรติ (สวนครัวรสไทย) 39/6 ถ.นวลจันทร์ หมู่ 7 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230 โทร.0-2510-0976 ร้าน 0-2918-0850

ตัวอย่างใบเสนอราคาผักสดและผลไม้

บริษัท กู๊ดฟู้ดออฟเดอะนอร์ท จำกัด
GOODFOOD OF THE NORTH CO., LTD.

80 ถนนอโศก – ดินแดง แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กทม. 10320

โทร. 0-2536-6210-1 แฟกซ์ 0-2536-6189

เงื่อนไขการส่งสินค้า

บริษัท กู๊ดฟู้ดออฟเดอะนอร์ท จำกัด เป็นบริษัทฯ ที่ได้รับมอบหมายให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของมูลนิธิโครงการหลวงให้กลุ่มลูกค้าโรงแรมและภัตตาคาร บริษัทฯจึงขอกำหนดเงื่อนไขการจัดส่งสินค้าดังนี้

วันส่งสินค้า

วันศุกร์

วันจันทร์

วันพุธ

วันส่งสินค้า

วันจันทร์

วันพุธ

วันศุกร์

การชำระค่าส่งสินค้า ชำระค่าสินค้าในนามบริษัท กู๊ดฟู้ดออฟเดอะนอร์ท จำกัด เงื่อนไขการชำระเงิน 30 วัน

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นุชยา เนื่องศรี)

ผู้จัดการทั่วไป

ใบเสนอราคาผักสดและผลไม้ของมูลนิธิโครงการหลวงตั้งแต่ วันที่ 1-15 พ.ย. 44

โดย บริษัท ผู้ค้าฟู้ดออฟเดอะนอร์ท จำกัด

355/115-116 หมู่ 14 ต.ตุ้มคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12130 โทร.0-2536-6210-1 แฟกซ์ 0-2539-6189

No.	รายการ	ราคา	No.	รายการ	ราคา
1	สลัดแก้ว	56	41	โกโก้	-
2	ผักกาดหอมใบแดง	61	42	คะน้าฮ่องกง	-
3	ผักกาดหวาน	63	43	กะหล่ำปลม	-
4	ผักกาดหางหงษ์	36	44	ซูการ์สแนพพี	-
5	ผักกาดขาวปลี	33	45	เอ็นโด้	-
6	ผักกาดฮ่องเต้	53	46	ยอดถั่วลิสงเตา	-
7	กะหล่ำปลีแดง	36	47	ร็อกเก็ตสลัด	-
8	กะหล่ำปลี	19	48	คอร์นสลัด	-
9	กะหล่ำปลีหัวใจ	37	49	วอเตอร์เครส	-
10	เซเลอรี่	100	50	ซีโครี ซัลเกอร์ฮัท	-
11	แครอท	35	51	รูบาร์น	-
12	เบบี้แครอท	-	52	ดอกไม้เงิน	-
13	พาร์สเลย์	73	53	ดอกกุยช่าย	-
14	ปวยเล้ง	130	54	แรดิชชิโอ	-
15	เฟนเนล	68	55	โอดิสฟแดง	-
16	บิทูท	51	56	ฟิเลโอเซบิร็ก	-
17	ต้นหอมญี่ปุ่น	46		HERBS	
18	กระเทียมต้น	117	1	ทารากอน	90**
19	พริกหวานเขียว	70	2	สวีทเบซิล	90**
20	พริกหวานแดง	145	3	ออริกาโน	90
21	พริกหวานเหลือง	105	4	เลมอนแท้ม	95
22	มะเขือเทศลูกโต	42	5	มินท์	90**
23	มะเขือเทศเชอร์รี่	55	6	ซอเรล	90**
24	มะเขือม่วงก้านเขียว	22	7	อิตาเลียนพาสเลย์	90**
25	มะเขือม่วงก้านดำ	26	8	มาจอแรม	95
26	ฟักทองญี่ปุ่น	35	9	เซอร์วิล	150
27	ซูกินี	43	10	เลมอนบาล์ม	90
28	แตงกวาญี่ปุ่น	25	11	โรสแมรี่	150
29	คะน้าใบหยิก	64	12	เสจ	150**
30	ถั่วแขก	40	13	ไชน์	95
31	ถั่วเขียว	110	14	ซัมเมอร์ซาวอรี	90**
32	ยอดฟักขาโต	62	15	เบบี้	2**
33	มะระขาว	38	16	คิว	75**
34	ข้าวโพดหวาน 2 ลิ	35	17	ลาเวนเดอร์	125**
35	แรดิช	56			
36	เทอร์นิพ	32		Remark ** Not Stable	
37	ดอกกุยช่ายได้หัว	-		สินค้าที่ไม่ได้ระบุราคาเนื่องจากไม่แน่นอนทั้งราคาและ	
38	ลูกฟักแก้ว	21		ปริมาณ	
39	ตั้งกุย	-		Herb: Order in advance 3 Days.	
40	แตงกวาหอม	-			

ภาคผนวก จ

บทสัมภาษณ์

คุณมาลินี พิษณุษากร

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน

ร้านนีลส์ เทเวียร์น (NEIL'S TAVERN) ซอยร่วมฤดี www.neil.co.th

วันอาทิตย์ที่ 28 ตุลาคม 2544

➤ ลักษณะการบริการ

- บริการอาหารประเภทสเต็ก อาหารทะเลและเบเกอรี่ ทั้งรับประทานที่ร้านและนำกลับไป
บริการมานานกว่า 30 ปี

➤ ขนาดของร้าน

- 200 ที่นั่ง

➤ เวลาให้บริการ

- วันละ 2 รอบ ได้แก่ กลางวัน 11.30 – 14.00 น. และเย็น 17.30 – 22.30 น.

➤ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ย

- กลางวันประมาณ 70 ที่นั่ง กลางคืนประมาณ 150 ที่นั่ง

➤ ค่าใช้จ่ายต่อคนโดยเฉลี่ย

- มื้อกลางวันประมาณ 500 บาท มื้อเย็นประมาณ 1,000 บาท

➤ ประเภทของลูกค้า

- ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ แต่ปัจจุบันมีลูกค้าคนไทยเพิ่มขึ้น และเป็นลูกค้าเก่าประมาณ 50%

➤ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

- ลงโฆษณาอย่างสม่ำเสมอในหนังสือพิมพ์ Bangkok Post หนังสือพิมพ์ญี่ปุ่นนิตยสาร และ
แผ่นพับบริเวณสนามบินและโรงแรม แต่ทางร้านยกเว้น Promotion หรือส่วนลดทุกประเภท

➤ สัดส่วนของค่าใช้จ่ายต่างๆ ต่อยอดขาย

- ต้นทุนขายประมาณ 50% (วัตถุดิบนำเข้าประมาณ 65%) ค่าไฟฟ้าประมาณ 4% ค่าน้ำ
ประมาณ 1.5% ค่าลิขสิทธิ์เพลง 1,500 บาทต่อเดือน

- กำไรสุทธิโดยประมาณ
 - ประมาณ 20% ของยอดขาย
- การดำเนินงาน
 - จัดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ผู้บริหาร 7 ท่านทำหน้าที่แตกต่างกันดังนี้
 1. ออกแบบ Packaging สำหรับเบเกอรี่
 2. บัญชี และการเงิน
 3. หัวหน้าพ่อครัว ทำหน้าที่กำกับดูแลอาหารให้ถูกต้องตามที่กำหนดไว้
 4. หัวหน้าแม่ครัวและแม่บ้าน ทำหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับอาหาร ความสะอาด และเรื่องทั่วไป
 5. วิศวกร ทำหน้าที่คิดค้นสร้างสรรค์สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อาคารจอดรถ
 6. ช่างดูแลและบำรุงรักษาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ
 7. ด้านภาษา และเอกสารต่างประเทศ ในการติดต่อสั่งซื้อวัตถุดิบต่างๆ
- จำนวนพนักงานในแต่ละตำแหน่ง
 - แม่ครัว 38 คน หัวหน้าแม่ครัว 1-2 คน (ผู้บริหาร) โดยเฉลี่ยพนักงานในครัวได้เงินเดือนประมาณ 6,500 บาท
 - เด็กยกอาหาร 7 คน ทำหน้าที่ยกอาหารจากครัวมาที่โต๊ะพักอาหารและช่วยเหลือในหน้าที่อื่น
 - Doorman 5 คน ทำหน้าที่รับ-ส่งลูกค้า จัดหาที่จอดรถ ดูแลความสะอาดรอบนอก วันศุกร์ – เสาร์ จะอยู่ครบ 15 คน 1 อาทิตย์ หยุดได้ 1.5 วัน
 - พนักงานเสิร์ฟ 15 คน ทำหน้าที่รับรายการอาหาร (1 คน ต่อ 5 โต๊ะ) ต้องจัดโต๊ะและทำความสะอาดโต๊ะเก้าอี้ (เงินเดือนประมาณ 15,000 บาท) ทำงาน 4 วันต่อสัปดาห์ (หยุด 3 กลางวัน 3 กลางคืน) หยุดได้ 3 วันต่อเดือน
 - ผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟ 5 คน ทำหน้าที่จัดซอสน้ำจิ้ม จัดโต๊ะ เก็บโต๊ะ คอยช่วย พนักงานเสิร์ฟ (เงินเดือนประมาณ 7,500 บาท)
 - พนักงานเก็บเงิน 3 คน
 - บาร์เทนเดอร์ 4 คน
 - พนักงานบัญชี 3 คน
 - พนักงานรักษาความปลอดภัย 1 คน
 - พนักงานซักผ้า 4 คน
 - พนักงานดูแลด้านวัตถุดิบ 1 คน

- ค่าบริการ (Service Charge) จ่ายให้พนักงานทุกคนเท่ากัน ส่วนที่ไปได้เฉพาะ พนักงานเสิร์ฟ ผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟ และบาร์เทนเดอร์ในสัดส่วนที่แตกต่างกัน
- สวัสดิการพนักงาน ได้แก่ ประกันสังคม เงินช่วยเหลือแต่งงาน คลอดบุตร ที่พักราคาพนักงาน อาหารเที่ยงและเย็น พร้อมทั้งของว่างตอนเช้าและกลางคืน นอกจากนี้ยังมีเครื่องแบบสำหรับแม่ครัวปีละครั้ง พนักงานเสิร์ฟและผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟได้ 2 ปีต่อครั้ง (ครั้งละ 2 ชุด มีบริการซักครั้งละ 50 บาท)
- เวลาทำงาน
 - พนักงานเริ่มทำงานตั้งแต่เวลา 10.00 น. สำหรับมือเที่ยงและ 16.00 น. สำหรับมือเย็น
- ระบบการจัดการ
 - ติดตั้งซอฟต์แวร์ระบบ Micros สำหรับกิจการร้านอาหาร ราคาประมาณ 1 ล้านบาทโดยมีกระบวนการทำงานดังนี้
 - ใบสั่งอาหาร มี 3 ชุด
 1. ให้พนักงานเก็บเงินบันทึกข้อมูลส่งเข้าครัว (Kitchen printer) แม่ครัวจะจัดอาหารตาม Kitchen printer
 2. ให้ผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟจัดเครื่องมือแล้วนำไปไว้ที่ช่องรออาหาร
 3. เข้าครัว โดยจะนำไปเทียบกับที่พนักงานเก็บเงินส่งมาจาก Kitchen printer

ภาคผนวก ช.

คู่มือขั้นตอนการทำงานร่วมกับบริษัท รุมเซอร์วิส จำกัด

1. ขั้นตอนการสั่งอาหาร

- 1.1. เมื่อรุมเซอร์วิสได้รับคำสั่งอาหารจากลูกค้าแล้ว รุมเซอร์วิสจะติดต่อไปที่ร้านของท่านภายใน 5 นาที
- 1.2. เพื่อความถูกต้อง และชัดเจนของการสั่งอาหาร พนักงานของร้านจะต้องบันทึกลงในใบสั่งอาหารที่รุมเซอร์วิสได้จัดเตรียมให้ ดังนี้
 - พนักงานสั่งอาหารของรุมเซอร์วิส
 - เลขที่ใบสั่งซื้อ (ใบ P/O)
- 1.3. จำนวนของอาหารที่สั่ง พนักงานของรุมเซอร์วิสจะสั่งอาหารโดยโค้ด ซึ่งจะตรงกับรายการอาหารที่มีอยู่ พนักงานของร้านต้องทวนชื่ออาหารทุกครั้งเพื่อป้องกันความผิดพลาด
- 1.4. หากมีคำสั่งพิเศษ เช่น ไม่เผ็ด, ไม่ใส่ผัก ให้พนักงานของร้านเขียนเติมหลังรายการอาหารเท่านั้น
- 1.5. เมื่อสั่งอาหารครบทุกรายการแล้ว พนักงานของร้านจะต้องอ่านทบทวนรายการอาหารทั้งหมดอีกครั้ง พร้อมแจ้งชื่อพนักงานของร้านผู้รับออเดอร์ พร้อมลงวัน และเวลาลงในใบสั่งอาหาร
- 1.6. หลังจากนั้นทางร้านจะต้องจัดเตรียมอาหาร พร้อมน้ำจิ้มต่างๆ บรรจุลงในภาชนะที่ รุมเซอร์วิสจัดเตรียมไว้ให้ตามวิธีการบรรจุและขนาดของภาชนะตามที่ได้ตกลงกับรุมเซอร์วิส

หมายเหตุ

- กรณีอาหารที่ทางร้านได้ร่วมกับรุมเซอร์วิสหมด หรือคาดว่าจะหมด โปรดแจ้งกลับมายังรุมเซอร์วิสโดยด่วน ที่แผนกลูกค้าสัมพันธ์ โทร. 0-2619-1610-2
- กรุณาแจ้งเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อร้านของท่านได้ในกรณีฉุกเฉิน
- รุมเซอร์วิส เปิดรับออเดอร์ทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการ ตามเวลาดังนี้

อาทิตย์ – พุธ สบตี	10.00-22.00 น.
ศุกร์ – เสาร์	10.00-24.00 น.

2. การใช้ภาชนะใส่อาหาร

ภาชนะทุกชนิดของรุ่มเซอร์วิสถูกจัดเตรียมสำหรับอาหารชนิดต่างๆ (กรุณาดูรายละเอียดจาก “ขั้นตอนการบรรจุอาหารลงภาชนะของรุ่มเซอร์วิส”)

- ภาชนะเบอร์ 1-4 วัสดุทำจากกระดาษคราฟท์ใหม่ 100% เคลือบ PE (Polyethylene) ซึ่งเหมาะสำหรับอาหารหลักส่วนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทย่าง อบ และทอด ภาชนะนี้สามารถเข้าตู้ไมโครเวฟได้และเป็นวัสดุกันน้ำ
- ภาชนะเบอร์ 5-7 วัสดุทำจากพลาสติก PP (Polypropylene) ซึ่งเหมาะสำหรับอาหารประเภท ผัด, อบหม้อดิน และซูป
- ภาชนะเบอร์ 8 สำหรับปริมาณมาก ท่านสามารถบรรจุภาชนะเบอร์ 8 นี้ลงในภาชนะเบอร์ 5 ควรใช้สก็อตเทปหรือพลาสติกห่ออาหารปิดปากกล่องด้วย
- ภาชนะเบอร์ 9 สำหรับปริมาณปานกลาง ภาชนะเบอร์นี้สามารถบรรจุลงในภาชนะเบอร์ 6 ควรใช้ สก็อตเทปหรือพลาสติกห่ออาหารควบคู่ด้วย
- ภาชนะเบอร์ 10 สำหรับปริมาณน้อย เนื่องจากฝาของภาชนะเบอร์นี้ปิดแน่นมากจึงไม่จำเป็นต้องใช้วัสดุเพื่อป้องกันการหกใดๆ อีก
- อาหารหลัก ใช้ภาชนะเบอร์ 1-7 แล้วแต่ปริมาณและความเหมาะสมของอาหารแต่ละชนิด
- น้ำสลัด ซอสเกรวี่ และน้ำจิ้มอื่นๆ ใช้ภาชนะเบอร์ 8-10 แล้วแต่ปริมาณอาหาร
- ซูป ร้านอาหารจะต้องใช้ถุงพลาสติกและรัดหนังยางให้เรียบร้อยก่อนที่จะบรรจุลงในภาชนะของรุ่มเซอร์วิส หรือใช้พลาสติกยึดห่ออาหาร (wrap) ห่อปิดปากกล่องก่อนที่จะทำการปิดฝาเพื่อป้องกันอาหารหก

หมายเหตุ

- กรุณาตรวจดูความสะอาดของภาชนะก่อนบรรจุ
- เพื่อคงคุณภาพและรสชาติของอาหาร ทางร้านควรแยกซอสและน้ำซูปที่สามารถแยกได้เสมอ
- ทางร้านจะต้องติดสติ๊กเกอร์โลโก้ร้านที่ทางรุ่มเซอร์วิสจัดเตรียมให้ลงบนภาชนะทุกใบในตำแหน่งที่กำหนดให้สำหรับร้านอาหาร พร้อมทั้งเขียนโค้ดอาหารสองหลักลงบนสติ๊กเกอร์เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบ

3. การบรรจุอาหารลงในภาชนะ

- 3.1. สำหรับการเลือกใช้ภาชนะบรรจุอาหารที่ถูกต้อง กรุณาดูรายละเอียดจากหน้า “การใช้ภาชนะใส่อาหาร”
- 3.2. เมื่อทางร้านจัดเตรียมและบรรจุอาหารเสร็จแล้ว กรุณาตรวจเช็คจำนวนและความถูกต้องของอาหารตามใบ P/O แล้วจึงวางบนถาดพลาสติกที่รุมเซอร์วิสได้จัดเตรียมไว้ให้
- 3.3. กรุณาติดสติ๊กเกอร์ชื่อร้านลงในตำแหน่งที่กำหนด พร้อมเขียนโค้ดอาหารลงบนสติ๊กเกอร์
- 3.4. พนักงานส่งอาหารของรุมเซอร์วิสจะเข้ารับอาหารที่ร้านภายใน 30 นาที หลังจากที่ร้านได้รับออเดอร์จากบริษัท
- 3.5. พนักงานส่งอาหารจะมอบใบ P/O ซึ่งพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ให้กับพนักงานเก็บเงินของร้านเพื่อให้ร้านรวบรวมไว้เป็นหลักฐานในการเก็บเงินกับรุมเซอร์วิสต่อไป

หมายเหตุ

- รุมเซอร์วิสจะจัดส่งภาชนะใส่อาหารให้กับร้านอาหารของท่านเป็นประจำ
- ในกรณีภาชนะหมดฉุกเฉิน กรุณาแจ้งที่สายด่วนภัยพิบัติเบอร์ 0-2619-1610-2
- รุมเซอร์วิสจะส่งภาชนะเพิ่มเติมให้ท่านได้ภายใน 24 ชั่วโมง (แต่ไม่น้อยกว่า 12 ชั่วโมง)
- ภาชนะดังกล่าวทั้งหมดถือว่าเป็นทรัพย์สินของรุมเซอร์วิส ทางบริษัทจะมีการตรวจสอบเช็คสต็อกเป็นบางครั้ง
- ภาชนะใส่อาหารของรุมเซอร์วิส ได้จัดเตรียมไว้เพื่อใช้กับออเดอร์จากรุมเซอร์วิสเท่านั้นถ้าทางร้านของท่านต้องการสั่งภาชนะชนิดใดสามารถติดต่อกับพนักงานพัฒนาธุรกิจซึ่งดูแลร้านของท่าน

4. ขั้นตอนการชำระเงิน

4.1. ระยะเวลาในการเตรียมเคลียร์บัญชีของรุมเซอร์วิส

ขอให้ท่านกรณารวบรวมใบ P/O และสรุปยอดการสั่งซื้อทุกอย่างออเดอร์ในทุกวัน เพื่อยืนยันความถูกต้องของเงินกับทางบริษัทฯ ในวันที่ 1-2 ของเดือนถัดไป หรือตามที่ตกลงไว้

4.2. การชำระเงิน

หลังจากที่ท่านได้ยืนยันว่า ยอดเงินในใบสรุปยอดการสั่งซื้อของรุมเซอร์วิสถูกต้อง และตรงกับยอดเงินรวมของสำเนาใบ P/O ที่ทางร้านได้รวบรวมไว้ รุมเซอร์วิสจะทำการออกเช็คในวัน

นั่นทันที ร้านของท่านสามารถเลือกที่จะมารับเช็คด้วยตนเองที่บริษัทรุมเซอร์วิส หรือให้รุมเซอร์วิสจัดส่งเช็คไปที่ร้าน ซึ่งกรณีนี้จะใช้เวลาในการจัดส่งประมาณ 2-3 วัน

4.3. โบนัสรับเงิน

ร้านอาหารของท่านจะต้องออกใบเสร็จให้กับรุมเซอร์วิส สำหรับร้านอาหารที่อยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่มจะต้องออกใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบให้กับรุมเซอร์วิสภายหลังจากที่เช็คได้รับการเคลียร์เรียบร้อยแล้ว

หมายเหตุ

- รุมเซอร์วิสจะรับผิดชอบการชำระเงินให้กับทุกออเดอร์ตามใบ P/O ของบริษัทที่พิมพ์จากคอมพิวเตอร์เท่านั้น
- เช็คทุกใบจากรุมเซอร์วิสจะเป็นเช็คจืดพร้อม (Account Payee) เท่านั้น และจะระบุชื่อในนามบุคคลหรือบริษัทตามที่ทางร้านได้ส่งมาในเอกสารที่แนบมาในฉบับนี้เท่านั้น
- เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาและความยุ่งยาก กรุณาตรวจสอบยอดเงินในแต่ละงวดด้วยความรอบคอบและแม่นยำ รุมเซอร์วิสจะถือว่าการเคลียร์ยอดค้างชำระในแต่ละงวดจะเสร็จสิ้นลงเมื่อเช็คเคลียร์เรียบร้อยแล้ว (ไม่มีการคิดย้อนหลัง)

บริษัท รุมเซอร์วิส จำกัด
408/36 อาคารพหลโยธินเพลส ชั้น 9
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท
กรุงเทพฯ 10400

บรรณานุกรม

1. คุณทลี เวชสาร. การวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2540
2. คณะทำงานจัดทำข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย กินพอดี สู้ภัยไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, 2542
3. คณะทำงานจัดทำข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย. ข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, 2536
4. โครงการพัฒนาตำรา กองทุนสนับสนุนกิจกรรม มูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา อาหารเพื่อสุขภาพ พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์, 2544
5. ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. การจัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์, 2543
6. ฉันทลักษณ์ ณ ป้อมเพชร สถิติเพื่องานบริหาร พิมพ์ครั้งที่ 2 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2539
7. บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด “ชีวิต : ปฏิบัติแนวคิดรักชีวิต...รักสุขภาพ” กระแสทรรศน์ 4 (กรกฎาคม 2541) : 1.
8. บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด “ชี้ช่องธุรกิจ...ชุบชีวิตคนตกงาน” กระแสทรรศน์ 3 (พฤศจิกายน 2540) : 2-4
9. บริษัท ศูนย์วิจัย ไทยพาณิชย์ จำกัด สรุปภาวะธุรกิจปี 2543 และแนวโน้มปี 2544-2545.
10. ปัญญภัทร ชาระวานิช. “อาหารนอกบ้านกับคนกรุง : ส่งธุรกิจร้านอาหารรุ่ง...พุ่ง 12,000 ล้าน” มองเศรษฐกิจ 263 (มกราคม 2540) : 1-3
11. ฝ่ายวิเคราะห์อาหารและโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ตารางแสดงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารไทย พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก, 2535
12. พาณิพันธุ์ ฉัตรอำไพวงศ์, สุธิดา รัตนวานิชย์พันธ์ และ มาลี ทวีวุฒิมร รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้าน กรณีศึกษาอาหารพื้นบ้านไทยภาคกลาง. พิมพ์ครั้งที่ 2. บริษัท พี. เพรส จำกัด 2544.
13. พิชิต ภัทรวิมลพร ชีระพล รัตนาลังการ และ กอบศักดิ์ ภูตระกูล. “Flexible Inflation Targeting สำหรับประเทศไทย (ฉบับสาธารณชน)” บทความจากการสัมมนาทางวิชาการ (2542) : 18.
14. วีรุติ มาณะศิริานนท์. วิธีการจัดทำแผนการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด 2544

15. ศรีสมพรรณ ไชยเมือง. เคล็ดลับวิธีทำร้านอาหารเปิดแล้วรวย พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท ยู โรปาเพรส จำกัด.
16. สำนักงานคณะกรรมการสาธารณสุขมูลฐาน. น้ำสมุนไพรเพื่อสุขภาพ พิมพ์ครั้งที่ 1. โรงพิมพ์สงเคราะห์องค์การทหารผ่านศึก, 2541
17. สุมาลี จิระมิตร. การบริหารการเงิน (เล่ม 1). พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542
18. อุดลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
19. อภินันท์ จันตะนี. วิธีวิจัยทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิ.เจ.พรินติ้ง, 2538.
20. George E. Belch and Michael A. Belch. Advertising and Promotion. 5th ed., The McGraw – Hill, 2001
21. Philip Kotler. Marketing Management. 9th ed. Prentice Hall Inc., 1997.