

แผนธุรกิจ “ข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพร”



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
แผนธุรกิจ “ข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพร”

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2558

นางสาวสุพรรณิการ์ คำลือ

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังค์,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลีลา รุ่งเรือง,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรณพ ต้นละมัย, Ph.D.
คณบดี
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้ประสบความสำเร็จลุล่วงเรียบร้อยอย่างสมบูรณ์ ได้ด้วยความช่วยเหลือของศาสตราจารย์วิน ะระวิวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษา รายงานการศึกษาอิสระนี้ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆ ในการศึกษาตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยดีตลอดมา จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัว ที่เป็นผู้ช่วยให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างสำคัญในเอกสารเล่มนี้ รวมทั้งเพื่อนๆ BM รุ่น 16A ทุกคน และขอขอบคุณผู้ตอบคำถามจากการสัมภาษณ์และพูดคุยอันเป็นประโยชน์ที่สามารถนำมาเป็นพื้นฐานและแนวทางในการเขียนแผนธุรกิจมา ณ ที่นี้

นางสาวสุพรรณนิการ์ คำลือ



ข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพร

HERB ROASTED CHICKEN WITH MARINATED BROWN RICE

สุพรรณนิการ์ คำลือ 5650216

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พลิศารุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D.

บทคัดย่อ

ในการจัดทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ ข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพร และน้ำซุปรักคูนเห็ดหอม โดยเป็นรายการอาหารที่เน้นเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสสุขภาพของผู้บริโภคยุคใหม่ ในการศึกษาจะมุ่งเน้นที่ความเป็นไปได้ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ การเงิน และผลตอบแทนจากการดำเนินงาน โดยเป้าหมายหลักของการจัดทำแผนธุรกิจคือ เพื่อใช้ในการจัดตั้งธุรกิจ ซึ่งในเบื้องต้นวางแผนที่จะเปิดร้านอาหารตามแหล่งชุมชน ที่มีกลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น

ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจ ร้านข้าวมันไก่ กุ้ง กุ้ง มีความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ คือ ความโดดเด่นในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง อีกทั้งยังมีความอร่อย ความปลอดภัยและมีคุณภาพ รวมถึงมีการวางแผนการจัดการในด้านต่างๆ ที่ดี ทำให้ได้เปรียบกิจการอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกัน โดยคาดการณ์วงเงินเริ่มต้นที่จะใช้ในการจัดตั้งร้านอาหารอยู่ที่มูลค่า 250,000 บาท ส่วนด้านผลตอบแทนของการลงทุนในครั้งนี้คาดว่าบริษัทจะมีระยะเวลาในการคืนทุน 2.48 เดือน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ : NPV เท่ากับ คือ 1,567,348.35 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 131.75%

คำสำคัญ : กระแสสุขภาพ/ การจัดตั้งธุรกิจ/ กลยุทธ์ทางการตลาด/ NPV/ IRR

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 ภาพรวมและความน่าสนใจทางธุรกิจ	1
1.1 ความสำคัญและโอกาส	1
1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการ	2
1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ	4
1.4 รูปแบบธุรกิจ	6
1.5 วิสัยทัศน์และพันธกิจ	6
1.6 เป้าหมายทางธุรกิจ	7
บทที่ 2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด	8
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	8
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Analysis / PEST Analysis)	10
2.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Forces model)	14
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitive Analysis)	17
2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจ (SWOT Analysis)	18
บทที่ 3 แผนการตลาด	19
3.1 การแบ่งส่วนการตลาด (Market Segmentation)	19
3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)	19
3.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)	20
3.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)	21

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4	แผนการดำเนินงานและการผลิต	23
	4.1 ทำเลที่ตั้ง	23
	4.2 แผนผังภายในร้านค้า	24
	4.3 กระบวนการผลิตและการดำเนินงาน	25
	4.4 การบริหารสินค้าคงคลัง	26
	4.5 การประมาณการต้นทุนการผลิต	30
บทที่ 5	การบริหารจัดการในองค์กร	34
	5.1 ลักษณะการบริหารงาน	34
	5.2 แผนผังโครงสร้างองค์กร	34
	5.3 แผนพัฒนาบุคลากร	35
	5.4 แนวทางการจัดการธุรกิจ	36
บทที่ 6	แผนการเงิน	37
	6.1 สมมติฐานทางการเงินและบัญชีและการเงิน	37
	6.2 ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดก่อนการดำเนินงาน	40
	6.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Total annual costs of products sold)	41
	6.4 วิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของการลงทุน	45
	บรรณานุกรม	53
	ประวัติผู้วิจัย	54

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ปริมาณสารอาหารหลักในอาหารจานเดียว	3
2.1 สรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Forces Analysis)	16
2.2 เปรียบเทียบลักษณะของกลุ่มคู่แข่งทางตรง	17
3.1 ตารางแสดงส่วนแบ่งตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์	19
4.1 เป้าหมายการผลิต	29
4.2 วัตถุดิบ	30
4.3 เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์หลักที่ใช้ในการผลิต	31
4.4 แรงงานทางตรง	31
4.5 พื้นที่ในการทำงาน / ผลิตสินค้า	31
4.6 ต้นทุนวัตถุดิบ (ต่อเดือน)	32
4.7 ค่าแรงงานในการผลิตสินค้าและการบริการ (ต่อเดือน)	33
4.8 ค่าใช้จ่ายในร้าน (ต่อเดือน)	33
6.1 งบประมาณสินทรัพย์ถาวรสุทธิ (Total fixed investment cost)	38
6.2 Depreciation Schedule	39
6.3 ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดก่อนการดำเนินงาน	40
6.4 ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Total annual costs of products sold)	41
6.5 เงินทุนการดำเนินงาน (Total networking capital requirement)	42
6.6 ตารางค่าใช้จ่ายการลงทุน (Total investment cost)	43
6.7 ตารางกระแสเงินสดสำหรับการวางแผนทางการเงิน (Cash-flow table for financial planning)	44
6.8 ตารางอัตราคิดลด (Discounted)	46
6.9 ตารางงบกำไร-ขาดทุนระหว่างดำเนินงาน (Net Income statement from operations)	47
6.10 ตารางงบดุลของโครงการ (Projected Balance Sheet)	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

6.11 Return on equity (ROE)	49
6.12 Return on investment (ROI)	49
6.13 Payback period (Conventional method)	51
6.14 Payback period (Discounted method)	51



สารบัญรูปภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 ตราสัญลักษณ์ร้านข้าวมันไก่ กู้ก กู้ก	5
1.2 รูปแบบจำลองการดำเนินธุรกิจ (Business Model)	6
2.1 ภาพการคาดการณ์มูลค่าตลาดธุรกิจบริการเกี่ยวกับอาหาร ปี 2556	8
2.2 ความถี่ในการใช้บริการอาหารริมทางใน 1 สัปดาห์	9
2.3 ร้านอาหารริมทางร้าน โปรด	10
2.4 ดัชนีการบริโภคภายในประเทศ	11
2.5 แผนภูมิ ร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่าย (ปี 2556)	11
2.6 โครงสร้างการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันใช้หลักการของ Five force Model	14
3.1 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ของร้านข้าวมันไก่ กู้ก กู้ก	20
3.2 Pricing Strategies: Philip Kotler	22
4.1 แผนที่ทำเลที่ตั้งร้านอาหาร	23
4.2 แผนผังภายในร้านอาหาร	24
4.3 แผนผัง กระบวนการผลิตและการดำเนินงาน	25
4.4 แผนผังกระบวนการผลิต	29
5.1 แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กร	34
6.1 ROE Chart	50
6.2 ROI Chart	50
6.3 Payback period (Conventional method) Chart	52
6.4 Payback period (Discounted method) Chart	52

บทที่ 1

ภาพรวมและความน่าสนใจของการทำธุรกิจ

1.1 ความสำคัญและโอกาส

ในปัจจุบันนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป เวลาได้กลายเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมเมืองที่มีแต่การแข่งขันและสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งคนในปัจจุบันเริ่มหันมาใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมต่างๆ และพฤติกรรมในการบริโภคของแต่ละวันต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับข้อจำกัดดังกล่าว

ธุรกิจอาหารเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากอาหารเป็น 1 ใน ปัจจัย 4 ที่สำคัญสำหรับมนุษย์ ซึ่งอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรส่งผลให้มีความต้องการการบริโภคที่มากขึ้น อีกทั้งความเร่งรีบในสังคมโดยเฉพาะเมืองใหญ่ ทำให้พฤติกรรมต่างๆ ของผู้คนได้เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจอาหารจานเดียวหรือจานด่วนตามอย่างตะวันตกเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ในขณะเดียวกันผู้คนที่เริ่มตระหนักถึงผลกระทบจากการรับประทานอาหารประเภทดังกล่าวมากขึ้น จึงเป็นโอกาสและช่องทางให้ธุรกิจร้านอาหารจานเดียวแบบไทย เช่น ร้านข้าวมันไก่ ได้มีโอกาสเติบโตในธุรกิจดังกล่าวได้มากขึ้น เนื่องจากรสชาติอาหารที่ถูกปาก คุณค่าทางโภชนาการที่สูง และราคาที่ย่อมเยากว่า

ร้านข้าวมัน ไก่กูกูกูจึงนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น โดยใช้วัตถุดิบที่มีประโยชน์และมีคุณค่าตามหลักโภชนาการ รสชาติอร่อย สะอาดถูกหลักอนามัย และโดดเด่นในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง “ข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพร” และ “น้ำซุปรักคูนเห็ดหอม” โดยการใช้น้ำข้าวกล้องแทนข้าวขาวสำหรับเป็นทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้า และใช้น้ำซุปรักคูนแทนไก่ต้มหรือไก่ทอดธรรมดา พร้อมน้ำซุปรักคูนเห็ดหอมที่มีประโยชน์มากมาย

ร้านข้าวมัน ไก่กูกูกูเปิดดำเนินงาน โดยอาศัยประสบการณ์จากธุรกิจร้านข้าวมัน ไก่เดิมที่เปิดขายมายาวนานเกือบ 30 ปี และสูตรการปรุงอาหารจากคนในครอบครัว ประกอบกับการนำวิทยาศาสตร์ทางด้านโภชนาการมาประยุกต์ใช้ เพื่อทำให้เกิดคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยมีแผนการดำเนินงานที่จะเปิดร้านที่มีขนาดเหมาะสม โดยกระจายสาขาตามชุมชนใหญ่ในกรุงเทพฯ และอาศัยบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการดำเนินงาน

1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการ

ถึงแม้ในธุรกิจอาหารจะมีผู้แข่งขันจำนวนมากและตลาดมีการแข่งขันสูง แต่พบว่า มีผู้บริโภครอีกจำนวนไม่น้อยที่พยายามเลือกอาหารที่ดีต่อสุขภาพมาบริโภคแทนอาหารทั่วไปที่มีอยู่ในท้องตลาด ประกอบกับกระแสสุขภาพเข้ามา ทำให้ผู้บริโภคตระหนักในเรื่องการรับประทานอาหารมากยิ่งขึ้น

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคมีแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคดังนี้

- การมุ่งเน้นเรื่องสุขภาพ

ปัญหาการเพิ่มขึ้นของผู้ป่วยโรคอ้วนและโรคอื่นๆ ที่เกิดจากการบริโภคอาหาร ทำให้ผู้ผลิตหันไปพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อาหารในลักษณะการเสริมเติมสารอาหารบางประเภท เช่น วิตามิน แคลเซียม และ ไฟเบอร์ หรือผลิตภัณฑ์ธรรมชาติอื่นๆ เข้าไปในอาหาร การประชาสัมพันธ์ถึงเรื่องคุณภาพและมาตรฐานรับรองต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ให้คุณค่าเฉพาะ (Functional Food Product) ผลิตภัณฑ์ที่เน้นความเป็นธรรมชาติ (Natural Ingredients) และอาหารปลอดสารปรุงแต่ง (Additive-free food)

- การมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

ปัญหาโรคระบาดที่เกิดกับพืชและสัตว์ ส่งผลให้ผู้บริโภคตระหนักต่อคุณภาพ ความปลอดภัย แหล่งที่มาของวัตถุดิบ และส่วนผสมที่นำมาใช้ผลิตอาหารสำเร็จรูปต่างๆ ทำให้ผู้ผลิตอาหารมีการลงทุนและคิดค้นผลิตภัณฑ์อาหารที่เน้นความเป็นธรรมชาติ ผ่านการปรุงแต่งน้อย และมาจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพและปลอดภัย รวมทั้งผู้บริโภคมีความต้องการในเรื่องการรับรองมาตรฐานและความปลอดภัยของอาหารจากองค์กรที่เกี่ยวข้องมากขึ้น

- การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรและวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน

สภาพการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุในโลก การขยายตัวของชุมชนเมือง ตลอดจนรูปแบบการดำเนินชีวิตในเมืองที่เร่งรีบ ส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันไปบริโภคอาหารกึ่งสำเร็จรูป (Instant Foods) อาหารพร้อมปรุง (Ready-to-cook) และอาหารพร้อมทาน (Ready-to-eat) ซึ่งหาซื้อได้จากร้านสะดวกซื้อต่างๆ มากขึ้น นอกจากนี้ ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่สะดวก รวดเร็วและหลากหลายช่องทาง ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของคนในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก ในด้านผู้ผลิต จะเห็นว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก ทั้งรูปแบบและขั้นตอนการผลิต รูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น โดยรูปแบบการผลิตจะเน้นในเรื่องความรวดเร็วในการบริโภค ความสะดวกสบายและพกพาของผลิตภัณฑ์อาหาร ในขณะที่การแข่งขันด้านราคาและความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์อาหารยังทวีความเข้มข้นมากขึ้นในตลาดอาหารปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องมัน ใก่อบสมุน ไพรและน้ำซุปลักคุ่นเห็ดหอม ก็ถือเป็นอีกทางเลือกของอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งอุดมไปด้วยคาร์โบไฮเดรต โปรตีน และแร่ธาตุต่างๆ ซึ่งในธุรกิจร้านข้าวมัน ใก่อบนั้นข้าวกล้องมัน ใก่อบในท้องตลาดแทบไม่มีเลยและทำให้การแข่งขันไม่สูงมากนัก โดยข้าวกล้องมัน ใก่อบสมุน ไพรจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคิดสูตรอาหารที่ทำให้แคลอรีในข้าวมัน ใก่อบไม่สูงมาก และน้ำซุปลักคุ่นเห็ดหอมที่มีประโยชน์เพื่อตอบ โจทย์อาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีข้อมูลปริมาณสารอาหารในอาหารจานเดียวจากกลุ่มวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1.1: ปริมาณสารอาหารหลักในอาหารจานเดียว

เลขที่	ชื่ออาหาร	นน./จาน กรัม	พลังงาน kcal	โปรตีน กรัม	ไขมัน กรัม	คาร์โบไฮเดรต กรัม
1	ก๋วยจั๊บน้ำข้น	553.0	368.0	21.6	10.4	46.9
2	กระเพาะปลาเส้นหมี	412.0	246.0	15.5	3.1	39.0
3	ขนมจีนน้ำเงี้ยว	480.0	308.0	18.9	5.6	45.6
4	ขนมจีนแกงเขียวหวาน	370.0	416.0	17.7	19.1	43.4
5	ขนมจีนน้ำยากะทิ	342.0	346.0	10.8	19.4	32.1
6	ข้าวคอกกะปิ+ผักแนม	325.0	565.0	20.5	19.5	76.7
7	ข้าวผัดหมู	315.0	581.0	22.7	25.2	65.8
8	ข้าวหมกไก่+อาจาด	348.0	551.0	24.2	21.1	66.1
9	ข้าวหมูแดง+น้ำราด	352.0	521.0	21.9	16.5	71.3
10	ข้าวหมูอบ	248.0	432.0	19.7	13.1	58.9
11	ข้าวมัน ใก่อบ	259.0	619.0	10.9	28.0	80.9
12	ผัดไทกุ้งสด(ไม่รวมผักสด)	281.0	486.0	20.9	19.9	55.7
13	สุกี้ ใก่อบ น้ำ	540.0	253.0	20.3	5.9	29.6
14	สุกี้รวมมิตร น้ำ	530.0	207.0	20.9	5.7	17.9
15	สุกี้รวมมิตรแห้ง	384.0	399.0	21.9	17.0	39.4
16	เส้นใหญ่ผัดซีอิ๊ว	320.0	633.0	16.0	26.8	81.9
17	เส้นใหญ่ราดหน้าหมู	450.0	506.0	16.5	21.8	60.9
18	เส้นใหญ่ราดหน้าหมูสับ	450.0	433.0	14.0	16.9	56.2
19	หมี่กรอบราดหน้าทะเล	399.0	457.0	14.3	21.8	50.8
20	หอยทอด	261.0	812.0	20.2	65.6	35.1

จากการวิจัยพบว่าเมื่ออาหารจานเดียวหลายเมนูที่ให้พลังงานสูงซึ่งเมื่อคิดปริมาณต่อจานพบว่า มีพลังงานเกินกว่า 600 กิโลแคลอรี หรือประมาณ 1 ใน 3 ของพลังงานที่ควรได้รับต่อวัน เช่น ข้าวมันไก่

ดังนั้นจึงได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญในเรื่องคุณภาพและประโยชน์ของสินค้า และได้พัฒนาข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพรขึ้นมา โดยจะใช้ข้าวกล้องและข้าวไรน์เบอร์รี่ ซึ่งจะมีประโยชน์มากกว่าข้าวขาวปกติและเพื่อให้ได้คุณภาพของสินค้าอย่างเต็มที่ รวมทั้งใช้ไก่อบสมุนไพรโดยเป็นเมนูที่ยังไม่มีใครทำมาก่อนในท้องตลาด อีกทั้งยังมีประโยชน์จากผักและเห็ดหอมในน้ำซุป

1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ

ประเภทธุรกิจอาหาร

กระทรวงพาณิชย์ แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 แบบ โดยจำแนกตามการออกแบบตกแต่งเป็นหลัก ได้แก่

- 1) ร้านอาหารระดับหรู (fine dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งอย่างประณีตสวยงาม ใช้วัสดุและอุปกรณ์ราคาแพง จัดอาหารอย่างหรู มีการบริการระดับ 5 ดาว
- 2) ร้านอาหารระดับกลาง (casual dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบพอเหมาะสมควร เน้นบรรยากาศแบบสบายๆ เป็นกันเอง ราคาอาหารระดับปานกลาง พนักงานบริการแบบเป็นกันเอง ไม่มีพิธีรีตอง
- 3) ร้านอาหารทั่วไป (fast dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบ เรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัดและสามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก
- 4) ร้านริมบาทวิถี (kiosk) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบง่ายๆ เน้นอาหารจานเดียว สามารถปรุงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีเจ้าของร้านเป็นพ่อครัวเอง

ร้านข้าวมันไก่กึ่งกึ่งจัดตั้งขึ้นในรูปร้านค้าปลีก ประเภทร้านจำหน่ายอาหารทั่วไป ขนาดย่อม ให้บริการจำหน่ายอาหารจานเดียว “ข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพร” และ “น้ำซุปผักเห็ดหอม” ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายคือ คนทำงาน นักศึกษา และคนในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งทางร้านข้าวมันไก่กึ่งกึ่งได้วางแผนในการเลือกทำเลในย่านชุมชนต่างๆ ที่มีศักยภาพในการเติบโต อาทิ ย่านดินแดง และอนุสาวรีย์ฯ เป็นต้น สำหรับผลิตภัณฑ์ของร้านข้าวมันไก่กึ่งกึ่งนั้น ทางร้านจะให้ความสำคัญในเรื่อง ประโยชน์และคุณค่า รวมทั้งรสชาติ แก่ลูกค้า กล่าวคือ การใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

ด้วยการปรุงอาหารโดยนำธัญพืชและสมุนไพรไทยเข้ามาเป็นส่วนประกอบ และมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ลูกค้าถึงคุณประโยชน์ของส่วนประกอบต่างๆ ในอาหาร อาทิ ทางเลือกใหม่ของลูกค้าด้วยเมนู การใช้ข้าวกล้องและข้าวไรน์เบอร์รี่มาใช้แทนข้าวมัน พร้อมให้ความรู้แก่ลูกค้าเรื่องสารอาหารที่มีประโยชน์มากมาย ที่จะได้รับ เช่น คาร์โบไฮเดรต แร่ธาตุและวิตามินต่างๆ เป็นต้น เนื่องจากเล็งเห็นว่า ข้าวกล้องไรน์เบอร์รี่มีคุณประโยชน์มาก อีกทั้งยังเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ต้องทานอาหารเสริมเพื่อทดแทนสารอาหาร แร่ธาตุต่างๆ และวิตามิน รวมทั้งการใช้ไก่อบสมุนไพรมาใช้แทนไก่ต้มหรือไก่ทอดธรรมดา ซึ่งจะมีประโยชน์จากสมุนไพรชนิดต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการประกอบอาหาร

และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ทางร้านจะทำการวิจัยตลาดเพื่อศึกษาถึงรสนิยมและความต้องการของลูกค้า โดยมีแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น เพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพอาหารให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า เช่น การนำธัญพืชมาเป็นส่วนประกอบเพิ่มเติม โดยคำนึงถึงการเพิ่มคุณค่าประโยชน์และมีรสชาติที่ดีเป็นหลัก โดยจะมีการพัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ พร้อมกับการทำแบบสอบถามความคิดเห็นจากลูกค้า และนำข้อมูลมาสรุปเพื่อหาแนวทางการวางแผนการตลาดของร้านต่อไป รวมถึงการวางแผนถึงการบริการจัดส่งอาหาร และการออกร้านตามงานต่างๆ ในอนาคต

ชื่อของร้านข้าวมันไก่ก๊วกก๊วก มาจากการที่ต้องการให้ชื่อร้านมีความโดดเด่น และทันสมัยรวมทั้งเน้นให้คนนึกถึงไก่ด้วยการเน้นคำที่สื่อถึงไก่ โดยมีการออกแบบตราสัญลักษณ์เป็นรูปไก่บนวงกลมสีแดง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของร้านข้าวมันไก่ก๊วกก๊วก



ตราสัญลักษณ์ร้านข้าวมันไก่ ก๊วก ก๊วก

ภาพที่ 1.1: ตราสัญลักษณ์ร้านข้าวมันไก่ ก๊วก ก๊วก

1.4 รูปแบบธุรกิจ (Business Model)

ร้านอาหารมีลักษณะการดำเนินธุรกิจเป็นการผลิตอาหารเพื่อจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภค โดยในกระบวนการผลิตนั้นจะทำการเลือกซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้เป็นส่วนประกอบจากร้านจัดจำหน่าย จากนั้นจะนำวัตถุดิบมาจัดเตรียมและปรุงอาหาร จนพร้อมต่อการจัดจำหน่าย โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้านอาหาร



ภาพที่ 1.2: รูปแบบจำลองการดำเนินธุรกิจ (Business Model)

1.5 วิสัยทัศน์และพันธกิจ (Vision & Mission)

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำในธุรกิจร้านข้าวมันไก่เพื่อสุขภาพที่มีรสชาติและการบริการที่ดีที่สุด

พันธกิจ (Mission)

1. รักษาคุณภาพสินค้าและให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานในทุกงาน
2. มุ่งคัดสรรวัตถุดิบที่สด สะอาด ถูกหลักอนามัย
3. พิถีพิถันการปรุงแต่งอาหารให้ครบถ้วนตามหลักโภชนาการ เพื่อส่งมอบให้กับผู้บริโภค

1.6 เป้าหมายทางธุรกิจ (Business Goal)

เป้าหมายการดำเนินงานระยะสั้น (1ปี)

1. สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภค ทั้งในด้านคุณภาพ และรสชาติของสินค้า
2. สามารถสร้างความเป็นมาตรฐานในตัวสินค้าทั้งอาหารและการบริการ
3. พัฒนาปรับปรุงการบริการที่ดีให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

เป้าหมายการดำเนินงานระยะยาว (5ปี)

1. เพิ่มยอดขายปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี
2. เพิ่มบริการจัดส่งสินค้าให้กับผู้บริโภค
3. พัฒนาขยายกิจการ โดยขยายเฟรนไชส์ จำนวน 5 สาขา ภายในระยะเวลา 5 ปี



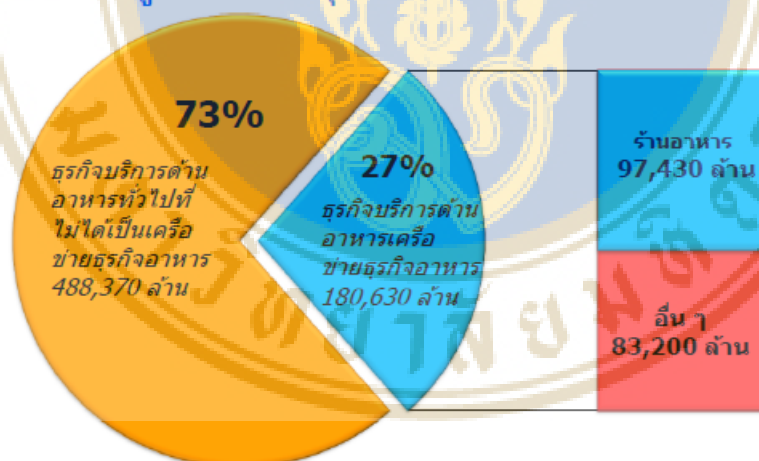
บทที่ 2

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

อุตสาหกรรมธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรในประเทศ ทำให้ธุรกิจทางด้านอาหารขยายตัวควบคู่ไปด้วย เนื่องจากอาหารถือเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่ผู้บริโภคมีความต้องการ โดยข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย วิเคราะห์มูลค่าตลาดธุรกิจบริการเกี่ยวกับอาหารในประเทศไทย ปี 2556 มีธุรกิจบริการด้านอาหารทั่วไปที่ไม่ได้เป็นเครือข่ายธุรกิจอาหาร ประมาณ 488,370 ล้านบาท หรือ 73% เมื่อเทียบกับ ธุรกิจบริการด้านอาหารเครือข่ายธุรกิจอาหาร ประมาณ 180,630 ล้านบาท หรือ 27%

คาดการณ์มูลค่าตลาดธุรกิจบริการเกี่ยวกับอาหาร ปี 2556



มูลค่ารวมประมาณ 669,000 ล้านบาท

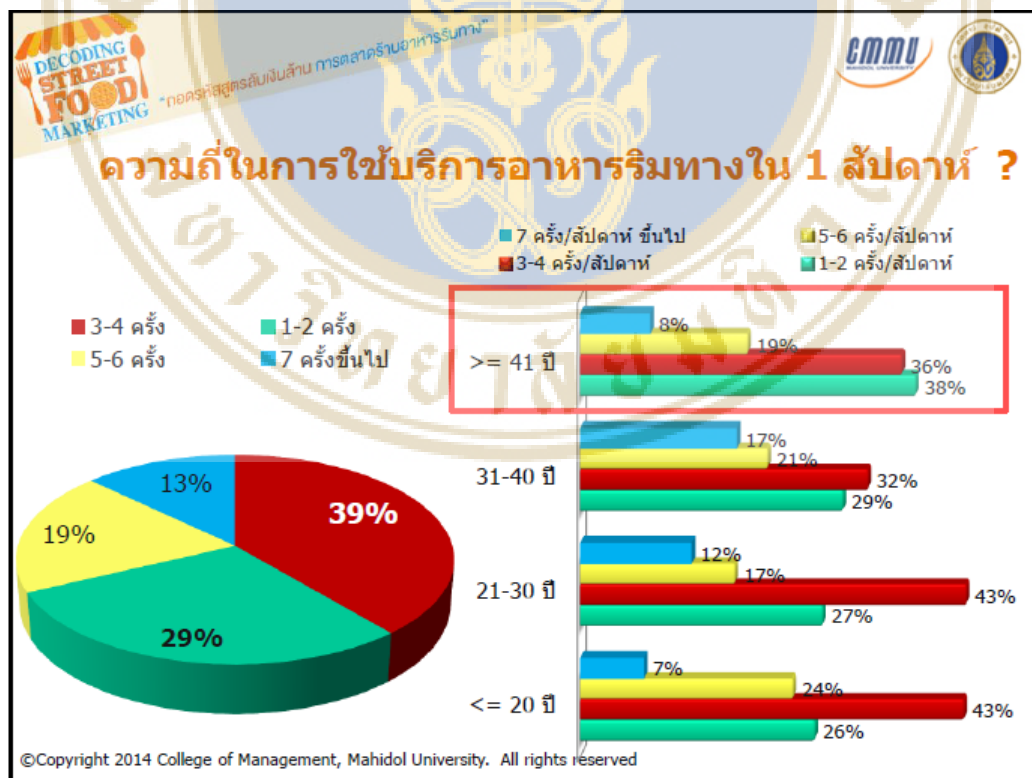
ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2556)

ภาพที่ 2.1: ภาพการคาดการณ์มูลค่าตลาดธุรกิจบริการเกี่ยวกับอาหาร ปี 2556

ที่มา: <https://www.kasikornresearch.com/th/K-EconAnalysis/Pages/Search.aspx>

จากข้อมูลข้างต้นจึงสังเกตเห็นโอกาสในการประกอบกิจการธุรกิจร้านอาหารข้ามวันไก่อ เนื่องจากเป็นเมนูอาหารที่ทานง่ายและมีสารอาหารครบ 5 หมู่ เหมาะกับวิถีชีวิตที่เร่งรีบของคนส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นธุรกิจที่สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนเมืองได้เป็นอย่างดี ที่มีข้อจำกัดในด้านเวลาและความสะดวกสบาย อีกทั้งคนรุ่นใหม่ยังนิยมอยู่อาศัย ตามคอนโดมิเนียมในย่านใจกลางเมืองหรือใกล้ที่ทำงานมากขึ้น ซึ่งอาจไม่มีสถานที่ที่สะดวกสำหรับทำอาหาร ดังนั้นโอกาสในการปรุงอาหารรับประทานเองที่บ้านจึงเป็นไปได้น้อยมาก อีกทั้งขนาดครอบครัวที่มีแนวโน้มเล็กลงด้วย โดยพบว่าปัจจุบันขนาดครอบครัวในเอเชียลดลงจาก 4.3 คนต่อครัวเรือน ในช่วงระหว่างปี 1995-2000 เหลือเพียง 3.8 คนต่อครัวเรือน ในช่วงระหว่างปี 2000-2010 และมีแนวโน้มเล็กลงเรื่อยๆ ในอนาคต

จากการวิจัยเชิงปริมาณของทีมนักศึกษาวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ในเรื่อง Decoding Street Food Marketing ดำรงโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Survey) จำนวน 948 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่าคนส่วนใหญ่นิยมทานอาหารตามร้านอาหารริมทาง 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยร้านอาหารริมทางร้านโปรดอันดับที่ 1 คือร้านข้ามวันไก่อตอนประจวบ (โกอ่าง) (นิชมิน ตันตาทโกศล และคณะ. 2557: ออนไลน์)



ภาพที่ 2.2: ความถี่ในการใช้บริการอาหารริมทางใน 1 สัปดาห์

ที่มา: http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/attachments/585_CMMU%202014%20Street%20Food+.pdf



ภาพที่ 2.3: ร้านอาหารริมทางร้านโปรด

ที่มา: http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/attachments/585_CMMU%202014%20Street%20Food+.pdf

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Analysis / PEST Analysis)

- ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political & Legal)

เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองที่คลี่คลายลง ส่งผลดีทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวในระดับหนึ่ง การบริโภคของประชากรเพิ่มขึ้น ซึ่งเมื่อเศรษฐกิจฟื้นตัว ธุรกิจประเภทสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคก็จะมียอดขายเพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้มีการรณรงค์ให้ร้านอาหารต่างๆ ใช้วัตถุดิบที่ปลอดภัยและการปรุงอาหารที่สะอาด ทำให้ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมอาหารเนื่องจากสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคในการบริโภคอาหารในร้านอาหารมากยิ่งขึ้น

- ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic)

การบริโภคภายในประเทศ

ในปี 2557 คาดว่าการบริโภคของครัวเรือนจะขยายตัวร้อยละ 2.7 เมื่อเทียบกับปีก่อน

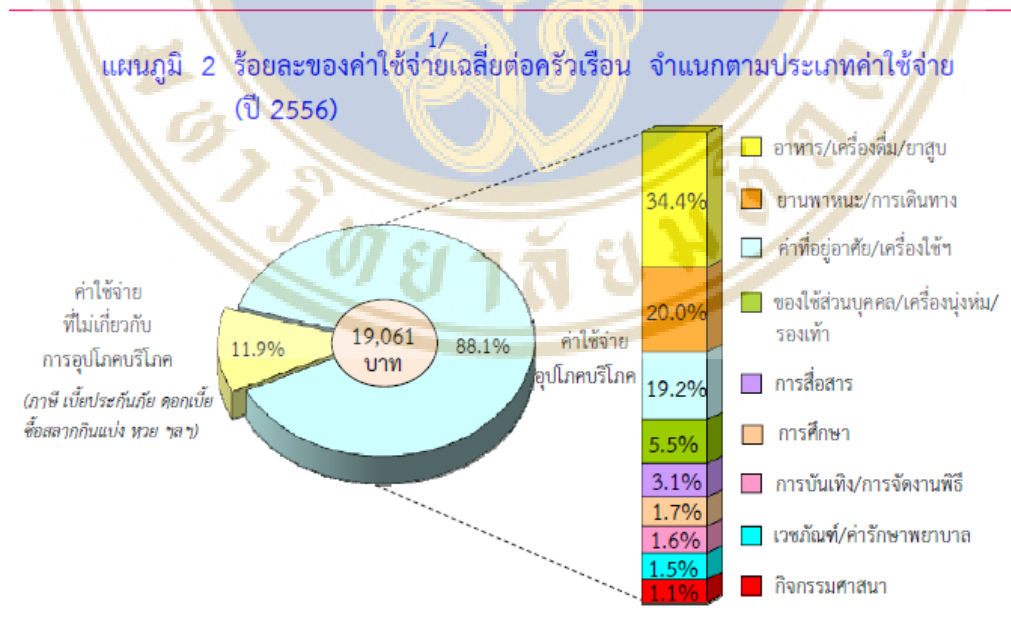
อย่างไรก็ตามผู้บริโภคจะมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความไม่แน่นอนในปัจจุบันทั้งทางเศรษฐกิจ ปัญหาหนี้สินครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นและภาวะค่าครองชีพที่คาดว่าจะสูงขึ้นซึ่งสินค้าอาหาร จะได้รับผลกระทบดังกล่าวด้วยเช่นกัน แม้จะเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตก็ตาม โดยผู้บริโภคจะระมัดระวังในการจับจ่าย และจะเลือกซื้อ โดยใช้ “ราคา” เป็นปัจจัยสำคัญ ในการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ในปัจจุบันผู้บริโภคคนไทยมีรายได้เฉลี่ย 25,403 บาท/เดือน และมีรายจ่ายเฉลี่ย 19,259 บาท/เดือน โดยมากกว่าร้อยละ 40 เป็นรายจ่ายเพื่อการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม

ดัชนีบ่งชี้ที่สำคัญ	ปี พ.ศ. 2555	ปี พ.ศ. 2556*	ปี พ.ศ. 2557*
GDP (ณ ราคาคงที่)	6.5	3.0	4.0-5.0
การบริโภคของครัวเรือน (ณ ราคาคงที่)	6.7	0.8	2.7
เงินเฟ้อ	3.0	2.4	2.1-3.1
อัตราการว่างงาน	0.7	0.7	0.7
หนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท)	168,517	188,774	n.a.

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) และสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556)
หมายเหตุ : *ประมาณการ

ภาพที่ 2.4: ดัชนีการบริโภคภายในประเทศ

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) และสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556)



ภาพที่ 2.5: แผนภูมิ ร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่าย (ปี 2556)

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/socioSum56-1.pdf>)

ค่าใช้จ่ายของครัวเรือน (ปี 2556) *

ครัวเรือนทั่วประเทศ ในปี 2556 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 19,061 บาท ค่าใช้จ่ายร้อยละ 34.4 เป็นค่าอาหารเครื่องดื่มและยาสูบ (ซึ่งในจำนวนนี้ เป็นค่าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 1.1) รองลงมาเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเดินทางและยานพาหนะร้อยละ 20.0 ค่าที่อยู่อาศัย และเครื่องใช้ภายในบ้านร้อยละ 19.2 ของใช้ส่วนบุคคล/เครื่องนุ่งห่ม/รองเท้า ร้อยละ 5.5 ใช้ในการสื่อสารร้อยละ 3.1 ใช้เพื่อการศึกษา การบันเทิง/การจัดงานพิธี และค่าเวชภัณฑ์/ ค่ารักษาพยาบาลใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 1.7 1.6 และ 1.5 กิจกรรมทางศาสนา มีเพียงร้อยละ 1.1 ในส่วนของค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค เช่น ค่าภาษี ของขวัญ เบี้ยประกันภัย ซื่อสลากกินแบ่ง/หวย สูงถึง ร้อยละ 11.9 (* ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่จำเป็นต้องใช้ในการยังชีพ โดยไม่รวมค่าใช้จ่ายประเภทสะสมทุน เช่น การซื้อบ้าน/ ที่ดิน เป็นต้น)

- ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture)

ปัจจุบันการเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้ผู้คนต้องเข้าสู่ระบบทุนนิยม คนส่วนมากต้องออกไปประกอบอาชีพนอกบ้าน เพื่อหารายได้มาใช้จ่ายในการดำรงชีวิต ทำให้คนในสังคมต้องพึ่งพิงอาหารนอกบ้าน จึงส่งผลให้พฤติกรรมของคนไทยส่วนใหญ่ที่อาศัยในจังหวัดกรุงเทพฯ มีแนวโน้มของการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ความเร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหารที่บ้าน ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความเครียด การแสวงหาความสุขสนุกสนานในครอบครัวหรือในกลุ่มเพื่อนฝูงส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารมีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ที่ดี และเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผลการสำรวจของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าต่อธุรกิจร้านอาหารกึ่งผับในประเทศไทยพบว่าการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

สำหรับแนวโน้มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในปี 2557 คาดว่าจะกลับมาเพิ่มขึ้น เหตุเพราะพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้านแทนการประกอบอาหารเองในบ้านของคนไทยเพิ่มสูงขึ้นทุกปี พร้อมทั้งความคาดหวังต่อคุณภาพของอาหารและบริการที่คาดว่าจะได้รับจากร้านอาหารที่สูงตามไปด้วย

โดยในสภาวะการณ์ที่ธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ทยอยเข้ามาในตลาด โดยเฉพาะในตลาดร้านอาหารรายย่อย อันเป็นผลมาจากการลงทุนไม่สูงมากนักและระยะเวลาในการคืนทุนค่อนข้างสั้น ทำให้ผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่ต้องมีการปรับกลยุทธ์เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด นอกจากต้องจับตาการปรับกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารมากขึ้น ทำให้รายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารลดลง นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารยังต้องเผชิญกับต้นทุนในการประกอบธุรกิจที่สูงขึ้น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านอาหารสด ซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องเร่งปรับตัว

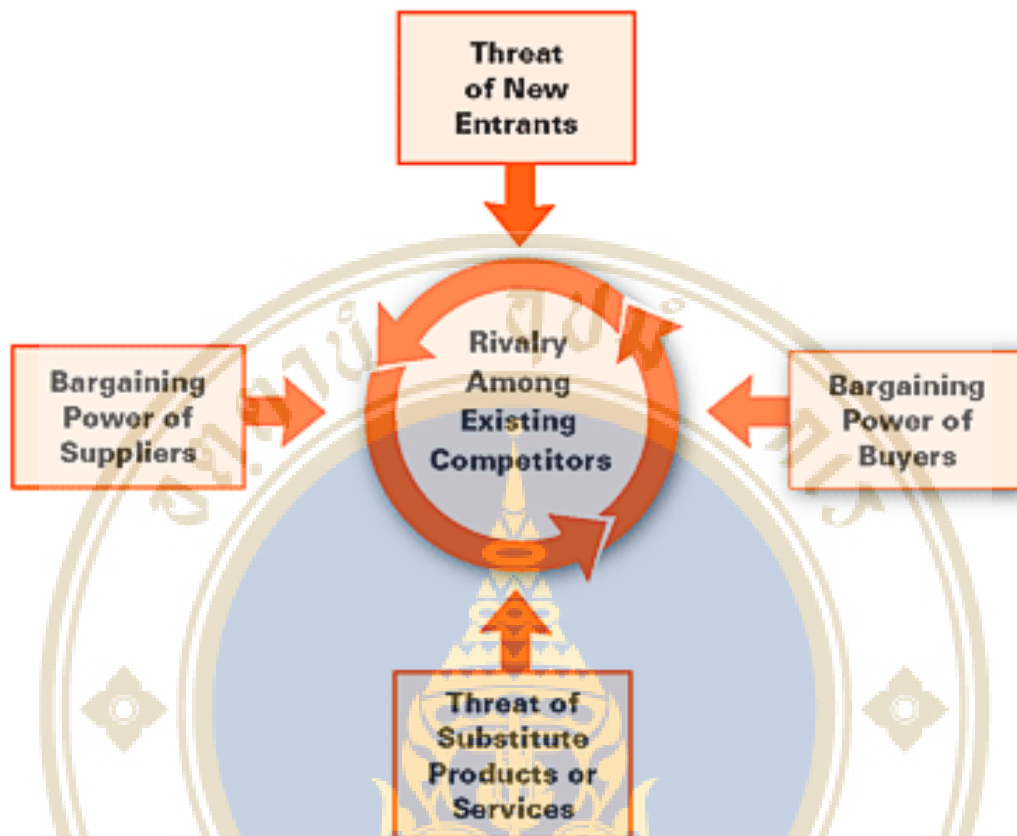
เพื่อประคองตัวให้อยู่รอดได้ภายใต้สถานการณ์ตลาดที่เปลี่ยนแปลง โดยบางส่วนอาจจะเน้นเรื่อง การปรับปรุงคุณภาพและความคุ้มค่าให้กับลูกค้า

ส่วนร้านอาหารรายย่อยซึ่งเป็นทางเลือกของลูกค้านอกจากจะเน้นเมนูประหยัดแล้วยัง ต้องรักษาความสะอาดและสุขอนามัยทั้งตัวร้าน พนักงานภายในร้าน ผู้ปรุงอาหาร และอุปกรณ์ต่างๆ รวมไปถึงเครื่องปรุงรส ทั้งนี้เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ซึ่งแต่เดิมนั้นการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค ก็คือ แบนด์เป็นที่รู้จักสินค้ามี คุณภาพ การตกแต่งร้านหรือบรรยากาศดี แต่ปัจจุบันการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการใน ธุรกิจร้านอาหารต้องคิดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเพื่อ ตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด และผู้ประกอบการร้านอาหารแต่ละรายต้องพยายามหันมา ให้ความสำคัญกับการรักษาสถานลูกค้าเพราะจากการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการต้องพยายามทำให้ลูกค้านึกถึงก่อนรายอื่นๆ หรือการเข้าไปอยู่เป็นทางเลือกลำดับ แรกของลูกค้า

- ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technology)

ปัจจุบันได้มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีทางด้านอาหาร (Food Science) และ เทคโนโลยีทางด้านเครื่องมือการผลิตต่างๆ ที่ช่วยวิเคราะห์และวิจัยให้วัตถุดิบต่างๆ มีคุณค่าทาง โภชนาการที่ดีที่สุด อีกทั้งยังสามารถเพิ่มความสามารรถและควบคุมมาตรฐานในการผลิตให้มี ประสิทธิภาพ และมีความเป็นมาตรฐานได้

2.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ-Five Forces model)



ภาพที่ 2.6: โครงสร้างการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันใช้หลักการของ Five force Model

ที่มา: The Five Competitive Forces That Shape Strategy by Michael E.Porter)

แรงกดดันที่ 1 : กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrance)

- การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่นั้นสามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่าย เนื่องจากมีการใช้เงินลงทุนในธุรกิจไม่สูงมาก อีกทั้งการผลิตไม่จำเป็นต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ หรือความชำนาญในการผลิตที่ซับซ้อน ซึ่งทำให้ง่ายต่อการที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้าสู่ตลาดนี้ได้ไม่ยากนัก และหากเกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจก็สามารถออกจากธุรกิจได้ง่ายเช่นกัน

- จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น พบว่ากำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่สำหรับธุรกิจนี้อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการรายใหม่ที่กำลังเข้าสู่ธุรกิจ แต่เป็นผลเสียกับผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาดอยู่แล้ว เพราะทำให้มีคู่แข่งในตลาดที่มากขึ้น มีตัวเลือกสำหรับผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้น

แรงกดดันที่ 2 : ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive rivalry within an industry)

- จากการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมของธุรกิจร้านข้าวมันไก่ นั้นจะมีการแข่งขันค่อนข้างสูงมากทั้งผู้ประกอบการรายเล็กและรายใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารตามห้างสรรพสินค้า ภัตตาคารต่างๆ และร้านค้าตามชุมชน อีกทั้งคู่แข่งหลายรายมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค เช่น ข้าวมันไก่ประตูน้ำ, ข้าวมันไก่โกะตี้ และข้าวมันไก่เจมส์ เป็นต้น

- จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น พบว่าความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสำหรับธุรกิจนี้อยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างความแตกต่างและโดดเด่นในรสชาติ ความอร่อย รวมทั้งช่องทางการขายและการประชาสัมพันธ์ จะสามารถสร้างความได้เปรียบในธุรกิจนี้มาก

แรงกดดันที่ 3 : ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)

- สินค้าทดแทนในตลาดนี้มีค่อนข้างหลากหลายมาก ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคมาก ทั้งอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน อาหารที่มีบริการจัดส่งถึงบ้าน รวมทั้งอาหารเพื่อสุขภาพต่างๆ ที่ตอบโจทย์ของวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน

- จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น พบว่าความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง เพราะผู้บริโภคสามารถปรับเปลี่ยนไปซื้อสินค้าทดแทนอื่นๆ ได้เนื่องจากสินค้ามีความหลากหลายมาก

แรงกดดันที่ 4 : อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of customers)

- ผู้บริโภคมีทางเลือกในการรับประทานอาหารมากมาย โดยสามารถปรับเปลี่ยนไปบริโภคสินค้าอื่นๆ ได้ง่าย ซึ่งมีตัวเลือกอยู่ในตลาดจำนวนมากไม่น้อยและสามารถหาซื้อได้ง่ายตามสถานที่ต่างๆ เช่น ตามชุมชนใกล้บ้าน และร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า อีกทั้งข้าวมันไก่ไม่ควรบริโภคในปริมาณมากเนื่องจากให้พลังงานสูง

- จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น พบว่าอำนาจต่อรองของผู้ซื้อสำหรับธุรกิจนี้อยู่ในระดับที่สูง ซึ่งเป็นผลเสียต่อธุรกิจ ทำให้มีความยากลำบากมากขึ้น ที่จะต้องสร้างความโดดเด่นในตัวผลิตภัณฑ์และตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำและลดการปรับเปลี่ยนไปบริโภคสินค้าทดแทนอื่นๆ

แรงกดดันที่ 5 : อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining power of Supplier)

● เนื่องจากวัตถุดิบในการประกอบอาหารสามารถหาซื้อได้ง่ายโดยเฉพาะตามตลาดสดทั่วไป ซึ่งราคาตามตลาดสดยังสามารถต่อรองราคาได้อีกเพราะมีผู้ขายวัตถุดิบหลายราย หรือห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น เทสโก้โลตัส และบิ๊กซีที่ราคาถูกและสามารถเลือกการชำระเงินโดยใช้เงินสดหรือบัตรเครดิต จึงถือได้ว่า supplier มีอำนาจในการต่อรองต่ำ

● จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น พบว่าอำนาจต่อรองกับ supplier ต่ำ เนื่องจากมีผู้ขายให้เลือกมาก จึงเป็นผลดีกับผู้ประกอบธุรกิจเพราะสามารถเลือกซื้อวัตถุดิบได้ง่าย โดยสามารถควบคุมราคาต้นทุนของวัตถุดิบได้มาก

ตารางที่ 2.1: สรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Forces Analysis)

สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ	ระดับ	รายละเอียด	ผลกระทบด้านบวก / ลบ ต่อองค์กร
กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ (Threat of New entrants)	ต่ำ	- ง่ายต่อการเข้าสู่ธุรกิจ เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่สูง ทำให้มีคู่แข่งมาก	ด้านลบต่อองค์กร
ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive rivalry within an industry)	สูง	- มีคู่แข่งทางธุรกิจจำนวนมาก ทั้งรายเล็กและรายใหญ่ อีกทั้งบางรายมีชื่อเสียงมายาวนาน	ด้านลบต่อองค์กร
ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)	สูง	- ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนมีมากและหลากหลาย ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกมาก	ด้านลบต่อองค์กร
อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of customers)	สูง	-อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมีค่อนข้างสูง เนื่องจากมีผู้ผลิตและผู้ขายหลายราย ให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อ	ด้านลบต่อองค์กร
อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining power of Supplier)	ต่ำ	- มีผู้ขายให้เลือกมากทั้งตลาดสดและ Supermarket ทำให้เรามีอำนาจการต่อรองสูง	ด้านบวกต่อองค์กร

2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitive Analysis)

ตารางที่ 2.2: เปรียบเทียบลักษณะของคู่แข่งทางตรง

ผู้ประกอบการ	จุดเด่น	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย
<p>1.ร้านข้าวมันไก่ตอนประตูน้ำ (โกอ่าง)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -เจ้าเก่าแก่ 40 ปี -เปิด 24 ชั่วโมง -รสชาติอร่อย -มีรายการอาหารอื่นเพิ่มเติม 	<p>40-100 บาท</p>	<p>-ร้านในอาคารพาณิชย์</p>
<p>2.ร้านข้าวมันไก่โก๊ะตี้</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -คุณโก๊ะตี้ (นักแสดง) เจ้าของกิจการ -มีสาขาเยอะ -น้ำจิ้มสูตรเฉพาะ 	<p>65-140 บาท</p>	<ul style="list-style-type: none"> -ร้านในอาคารพาณิชย์ -สาขาตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ
<p>3.ร้านข้าวมันไก่เจมส์</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -คุณเจมส์ (นักแสดง) เจ้าของกิจการ -สูตรไหลล่า 40 ปี -น้ำจิ้มรสเด็ด 	<p>40-80 บาท</p>	<ul style="list-style-type: none"> -ร้านในอาคารพาณิชย์ -เฟรนไชส์รถเงิน -รับจัดเลี้ยงนอกสถานที่

2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจ (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strength)

- 1) ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่หนาแน่น
- 2) อาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ทำให้คนยังมีความต้องการในการบริโภคอาหาร
- 3) ข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพรมีความโดดเด่นและแตกต่างจากร้านข้าวมันไก่ทั่วไป
- 4) เป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่ชอบทานอาหารเพื่อสุขภาพ
- 5) ข้าว, ไก่, น้ำจิ้ม และน้ำซุปรมีส่วนประกอบจากวัตถุดิบที่มีประโยชน์และรสชาติอร่อย

จุดอ่อน (Weakness)

- 1) ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่เปิดกิจการง่าย จึงมีการแข่งขันสูง
- 2) เป็นร้านอาหารขนาดย่อมจึงสามารถรองรับลูกค้าได้อย่างจำกัด
- 3) เมนูอาหารไม่หลากหลายเพราะมีเพียงข้าวมันไก่ธรรมดาและข้าวกล้องมันไก่

โอกาส (Opportunity)

- 1) เมื่อเศรษฐกิจดีขึ้น รายได้ประชาชนสูงขึ้น อำนาจการซื้อและความต้องการในการรับประทานอาหารมีมากขึ้น
- 2) ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารนอกบ้านมากขึ้น
- 3) กระแสรักสุขภาพทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพ

อุปสรรค (Treat)

- 1) ความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค
- 2) ความเสียหายอันเนื่องมาจากโรคระบาดที่เกิดขึ้น เช่น ไข้หวัดนก ทำให้การบริโภคอาหารจากไก่มีน้อยลง
- 3) ปัญหาของต้นทุนสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้น จากปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบัน

บทที่ 3

แผนการตลาด

3.1 การแบ่งส่วนการตลาด (Market Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)

แบ่งตามถิ่นที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ซึ่งเราจำแนกออกมาเป็นภูมิภาคต่างๆในประเทศไทย ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายส่วนใหญ่ของเรา จะเน้นที่ภาคกลาง ซึ่งเป็นเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นหลัก เนื่องจากภาคกลางมีจำนวนประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น ส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งศูนย์กลางทางการค้าและธุรกิจซึ่งมีบ้านเรือนอยู่เป็นจำนวนมาก

การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)

สามารถแบ่งออกเป็น อายุ เพศ อาชีพ และรายได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงส่วนแบ่งตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

อายุ (ปี)	15-20	21-30	31-40	มากกว่า 40
เพศ	ชายและหญิง	ชายและหญิง	ชายและหญิง	ชายและหญิง
อาชีพ	นักเรียนนักศึกษา	พนักงานบริษัททั้งรัฐและเอกชน	พนักงานบริษัททั้งรัฐและเอกชน	พนักงานบริษัททั้งรัฐและเอกชน
รายได้	15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	30,000-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท

ซึ่งจากตารางข้างต้น คือกลุ่มผู้บริโภคที่เราจะทำการศึกษาเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรองต่อไป

3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

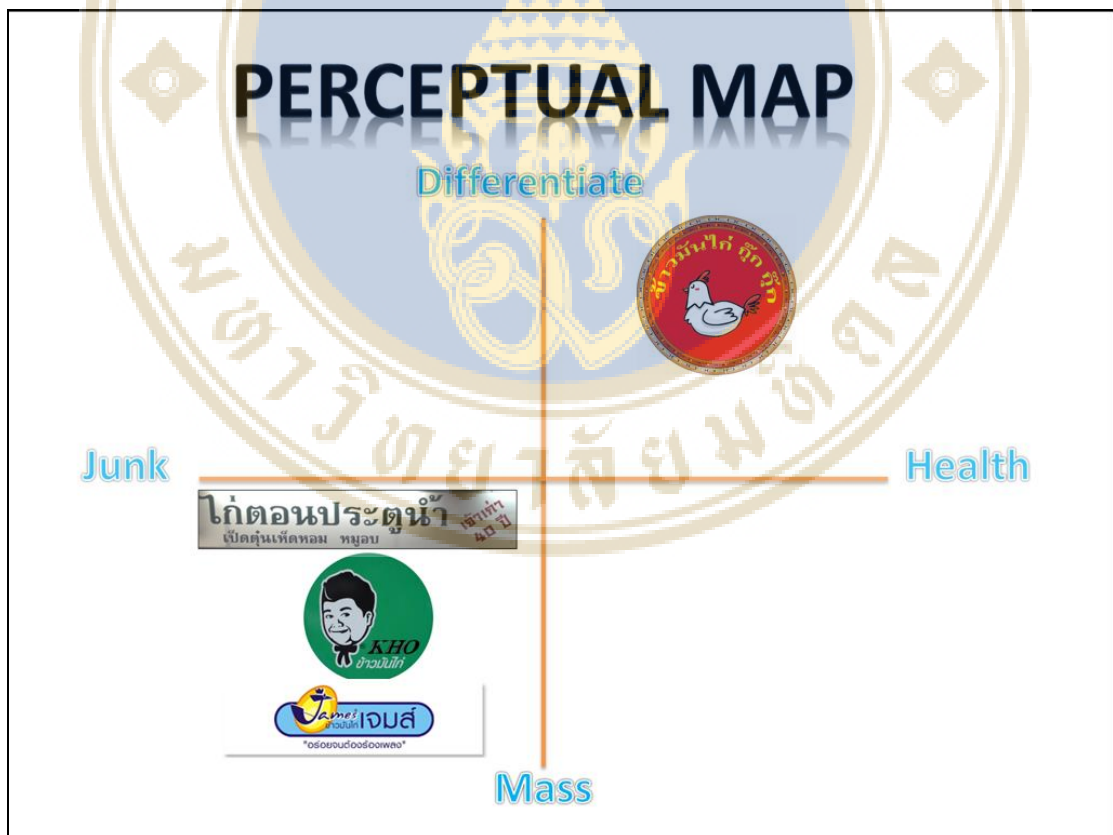
เมื่อเรากำหนดส่วนแบ่งการตลาดแล้ว ต่อไปจะเป็นในส่วนของการกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งเราจะแบ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรองดังต่อไปนี้

1. **กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก** คือกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเมือง เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจาก เป็นย่าน

ธุรกิจที่สำคัญ มีความหนาแน่นของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ค่อนข้างสูง กลุ่มคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ต้องการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่น ข้าวกล้องและธัญพืชต่างๆ พวกเขาจะให้ความสำคัญต่อสุขภาพ ดังนั้นจึงเป็นตัวเลือกที่พวกเขาจะเลือกบริโภค ซึ่งเป็นโอกาสที่ผลิตภัณฑ์ของเราจะตอบโจทย์พวกเขาได้ดี นอกจากนี้ การที่เราพิจารณากลุ่มเป้าหมายนี้เป็นหลัก เนื่องจากมีกำลังการซื้อที่ค่อนข้างสูง มีพฤติกรรมในชีวิตประจำวันเร่งรีบ เวลาการจับจ่ายใช้สอยตามสถานที่ต่างๆ ลดลง จึงนำมาสู่การบริโภคอาหารจานด่วนเพื่อสุขภาพ เช่น ข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพร

2. กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง คือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา อายุ 15-25 ปี ที่อาศัยอยู่ในเมือง เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบความรวดเร็ว เร่งรีบ และเริ่มมีแนวโน้มหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเช่นกัน อีกทั้งยังชอบลองสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เหมือนใคร

3.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)



ภาพที่ 3.1: การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ของร้านข้าวมันไก่ กู้ก กู้ก

ร้านข้าวมันไก่ กู้ก กู้ก เลือกวางตำแหน่งในรูปแบบร้านอาหารขนาดย่อม เป็นร้านอาหารที่จำหน่ายและบริการอาหารจานด่วนในระดับกลางถึงสูง โดยเน้นการส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้าและรูปแบบของอาหารที่ความแปลกใหม่ ซึ่งนำเอาธัญพืชเข้ามาใช้เป็นส่วนประกอบหลัก โดยทางร้านได้ให้ความสำคัญในการเลือกวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารเพื่อให้มีประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค รวมทั้งการให้บริการอาหารที่มีรสชาติอร่อย ถูกหลักอนามัย และมีคุณค่าครบตามหลักโภชนาการ

3.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นการวางแผนการตลาดด้วย 4 องค์ประกอบทางการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ากลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

- ผลิตภัณฑ์ (Product)

ข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพร และน้ำซุปรักคั้นเห็ดหอม ร้านข้าวมันไก่ กู้ก กู้ก สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ที่ปรับเปลี่ยนมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่สำหรับการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากมีข้าวกล้องและธัญพืช รวมทั้งสมุนไพรเป็นส่วนประกอบ ให้คุณค่าทางโภชนาการสูง มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ทางผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์จึงได้มองเห็นถึงโอกาสที่จะนำรายการอาหารนี้เข้าสู่ตลาด ซึ่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่เรามองว่าเราเหนือกว่าคู่แข่งนั้นก็คือ การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ให้มีความแตกต่างจากร้านข้าวมันไก่อื่นๆ ที่ทำให้ข้าวมันไก่เป็นอาหารที่มีประโยชน์เพื่อสุขภาพมากขึ้น ซึ่งเราเป็นรายแรกในตลาดที่พัฒนาสูตรอาหารนี้ขึ้นมา ซึ่งในทางการตลาดการที่ได้เป็นรายแรกหรือเป็นผู้นำตลาด (Market Leader) นั้นจะเป็นที่จดจำในใจผู้บริโภค เพราะเมื่อผู้บริโภคนึกถึงข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพรจะนึกถึงเราเป็นอันดับแรก

- ราคา (Price)

ราคาอาหารที่จำหน่าย คือ 45 – 80 บาท ซึ่งเป็นราคาในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ทางร้านจะใช้กลยุทธ์ การตั้งราคาแบบ High Value Strategy เนื่องจากต้องการกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ระดับกลางขึ้นไป ที่มีความต้องการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพอาหารที่ดี มีประโยชน์ และถูกหลักอนามัย

		Price		
		High	Medium	Low
Product or service quality	High	Premium	High value	Superb value
	Medium	Over charging	Average	Good value
	Low	Rip-off	False economy	Economy

ภาพที่ 3.2: Pricing Strategies: Philip Kotler

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เนื่องจากทำเลที่ตั้งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งของการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ทางร้านจึงมีแผนการจัดหาสถานที่ที่เป็นแหล่งชุมชนใกล้สถานที่ทำงาน สถานศึกษา และศูนย์กลางการค้าที่มีความต้องการบริโภคที่สูง

- การส่งเสริมการขาย (Promotion)

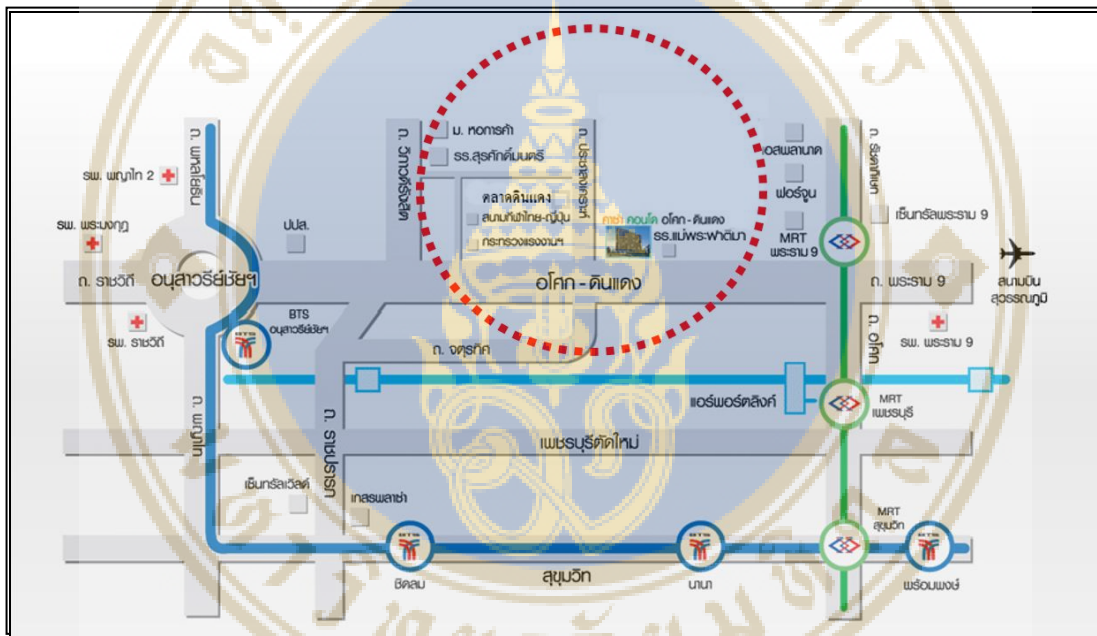
เนื่องจากราคาอาหารที่จำหน่ายมีราคาอยู่ในระดับปานกลาง อีกทั้งเป็นอาหารที่เน้นเรื่องโภชนาการเป็นหลัก ทางร้านจึงไม่มีนโยบายเน้นการทำรายการส่งเสริมการขายในลักษณะการลด แลก แจก แถม เพราะอาจทำให้ร้านเสียภาพลักษณ์การเป็นอาหารคุณภาพดี และทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ แต่ร้านจะใช้แผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นหลัก เพราะสามารถเข้ากับแนวความคิดของทางร้านได้เป็นอย่างดี

บทที่ 4

แผนการดำเนินงานและการผลิต

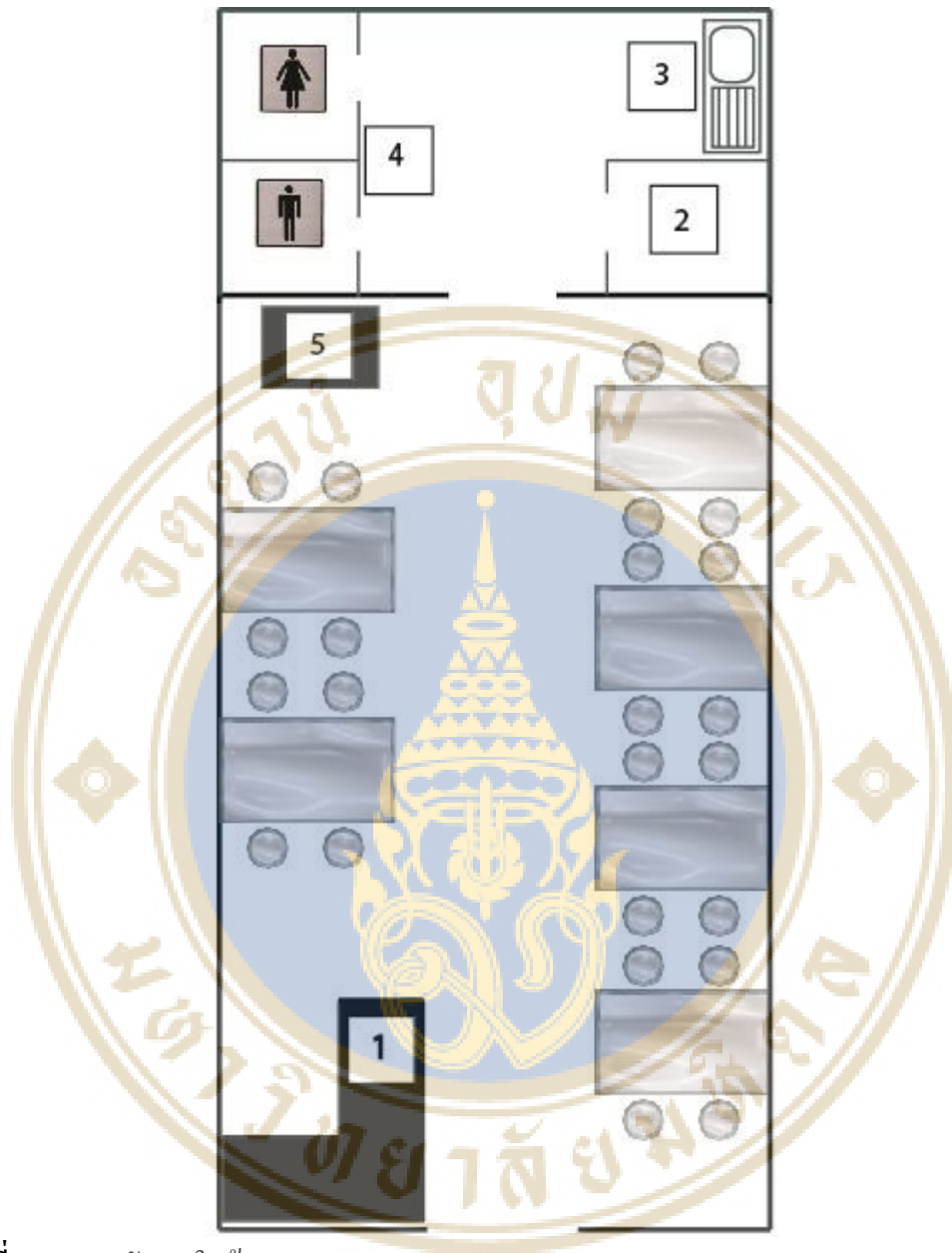
4.1 ทำเลที่ตั้ง

อาคารพาณิชย์ : ย่านดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ



ภาพที่ 4.1: แผนที่ทำเลที่ตั้งร้านอาหาร

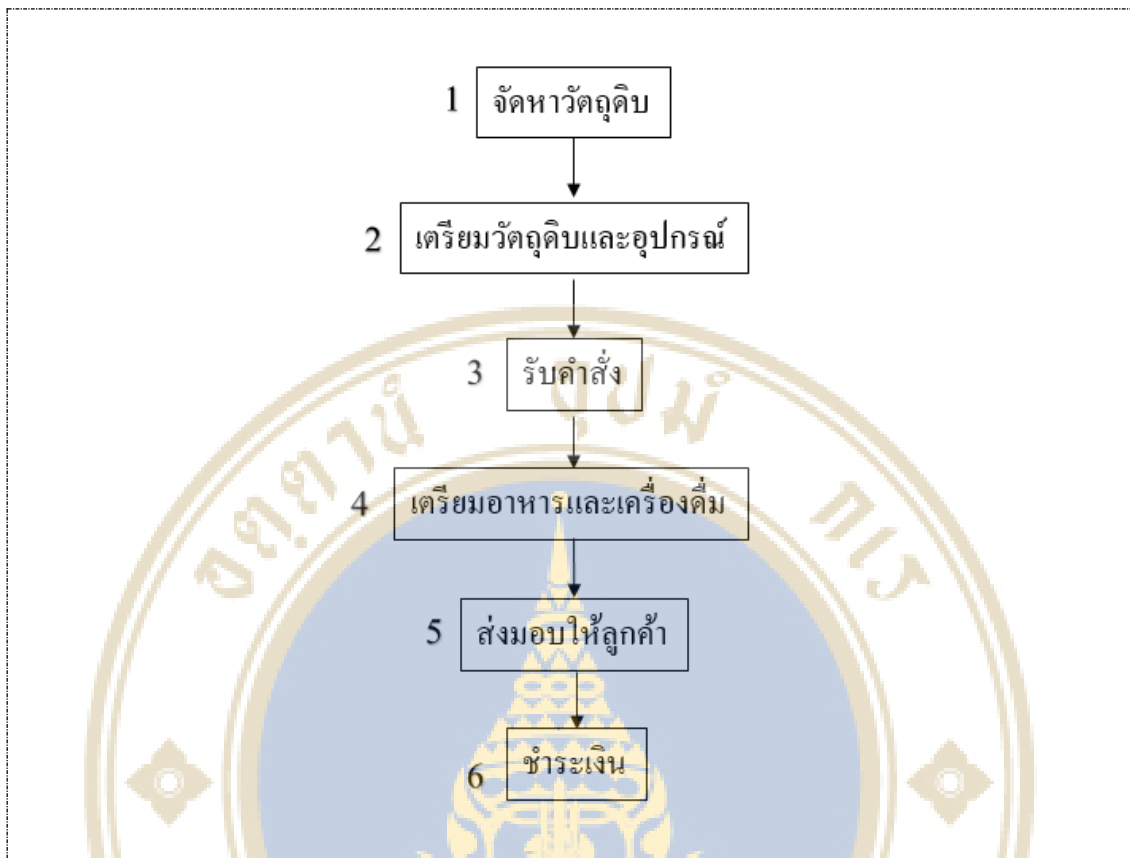
4.2 แผนผังภายในร้านค้า



ภาพที่ 4.2: แผนผังภายในร้านอาหาร

- | | |
|---------------------------------|----------------------|
| 1. พื้นที่จัดเตรียมและปรุงอาหาร | ประมาณ 4 ตารางเมตร |
| 2. พื้นที่โกดัง/ วัสดุคิบ | ประมาณ 3 ตารางเมตร |
| 3. พื้นที่ทำความสะอาดอุปกรณ์ | ประมาณ 3 ตารางเมตร |
| 4. พื้นที่ห้องน้ำ | ประมาณ 2.5 ตารางเมตร |
| 5. พื้นที่จัดเตรียมเครื่องดื่ม | ประมาณ 0.5 ตารางเมตร |

4.3 แผนผัง กระบวนการผลิตและการดำเนินงาน



ภาพที่ 4.3: แผนผัง กระบวนการผลิตและการดำเนินงาน

1. การจัดหาวัตถุดิบ

- 1.1 ประเมินจำนวนวัตถุดิบ
- 1.2 จัดหาและสั่งซื้อวัตถุดิบ
- 1.3 รับวัตถุดิบจาก Supplier เข้ากระบวนการเก็บรักษา

2. การเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์

- 2.1 จัดเตรียมวัตถุดิบเพื่อพร้อมประกอบอาหาร
- 2.2 จัดเตรียมปรุงวัตถุดิบบางส่วน เช่น น้ำจิ้ม
- 2.3 จัดเตรียมภาชนะและอุปกรณ์ปรุงอาหาร

3. การรับคำสั่งซื้อ

- 3.1 ต้อนรับลูกค้าและนำลูกค้าไปยังโต๊ะ
- 3.2 รับคำสั่งรายการอาหาร
- 3.3 ส่งคำสั่งไปยังส่วนเตรียมอาหารและเครื่องคั่ว

4. การเตรียมอาหารและเครื่องคั้ม

- 4.1 รับคำสั่งรายการอาหารและเครื่องคั้ม
- 4.2 ปรุงอาหารและเตรียมเครื่องคั้ม
- 4.3 เตรียมส่งมอบอาหารและเครื่องคั้มให้ลูกค้า

5. ส่งมอบให้ลูกค้า

- 5.1 ตรวจสอบความถูกต้องของรายการอาหาร
- 5.2 เสิร์ฟอาหารและเครื่องคั้มให้ลูกค้า

6. ชำระเงิน

- 6.1 ลูกค้าแจ้งชำระเงิน
- 6.2 ตรวจสอบความถูกต้องของรายการอาหาร
- 6.3 รับชำระเงิน

4.4 การบริหารสินค้าคงคลัง

กระบวนการจัดการวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงประกอบอาหาร แยกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. อาหารสด หมายถึง อาหารที่มีลักษณะเน่าเสียได้ง่าย ได้แก่ ผักผลไม้ เนื้อสัตว์ต่างๆ และไข่ ซึ่งอาหารสดเป็นศูนย์กลางสำคัญที่จะนำพาสิ่งสกปรกและเชื้อโรค จึงจำเป็นต้องมีการป้องกันและกำจัดสิ่งสกปรกและเชื้อโรครดดังกล่าว โดยควรมีการควบคุมตั้งแต่ การจัดซื้อ การล้างทำความสะอาด การเตรียม และเก็บอาหารสดก่อนปรุง

ขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับอาหารสด

การจัดซื้อ ต้องมีการกำหนดคุณลักษณะของอาหารเพื่อการควบคุมความสะอาดปลอดภัยของอาหาร สำหรับระยะเวลาในการซื้อวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ และผัก จะมีการจัดซื้อทุกวัน

ผักสด มักมีสิ่งปนเปื้อน ได้แก่ ดิน ปุ๋ย สารเคมีที่ใช้ทางการเกษตร ไข่ พยาธิ เชื้อโรค และการขนส่ง ดังนั้น วัตถุดิบควรมีคุณลักษณะดังนี้

- มีความสด สมบูรณ์ ตามลักษณะของผัก ชนิดนั้นๆ
- ไม่มีคราบของสารพิษตกค้างอยู่ที่ผิวใบ หรือส่วนอื่นๆ ที่สามารถสังเกตได้ เช่น เห็นเป็นคราบสีฟ้า หรืออาจมีการสู่มตรวจสารตกค้าง
- มีความสะอาดพอสมควร คือไม่มีเศษดิน หรือส่วนที่เน่าเสียของผักปนเปื้อน ผักที่

ปนเปื้อนมากควรมีการทำความสะดวกขั้นต้นก่อน คือ ควรมีการกำจัดเศษดิน ส่วนที่เน่าเสีย ส่วนที่ไม่ได้ใช้ทิ้งไปก่อน

เนื้อสัตว์ มักมีความไม่ปลอดภัยเนื่องจากมีเชื้อโรคปนเปื้อนจากแหล่งผลิตการขนส่ง การจำหน่ายได้มาก และยังเน่าเสียได้ง่าย ดังนั้นในการจัดซื้อเนื้อสัตว์ควรกำหนดคุณลักษณะดังนี้

- ต้องมีความสด ตามลักษณะของเนื้อสัตว์ประเภทนั้นๆ โดยสามารถตรวจสอบได้ตามลักษณะทางกายภาพที่สามารถสังเกตได้ เช่น กลิ่น สี ความแน่น ตามลักษณะที่สีของเนื้อสัตว์ชนิดนั้นๆ

- มีความสะอาด ปลอดภัยจากเชื้อโรคและตัวอ่อนของพยาธิ โดยคัดเลือกรับจากแหล่งจัดซื้อ การล้างอาหารสด

การล้างผัก ทำการคัดเลือก ตัดแต่ง ส่วนที่มีสิ่งปนเปื้อน ส่วนที่เน่าเสีย และส่วนที่ไม่นำมาใช้ออกทิ้งก่อนที่จะนำไปล้าง เพื่อลดเชื้อโรค สิ่งสกปรก และช่วยลดสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร การล้างเนื้อสัตว์สด ต้องล้างทำความสะอาดก่อนที่จะนำไปเตรียมปรุงอาหารหรือนำไปเก็บในตู้เย็นต่อไป

การเก็บอาหารสด

อาหารสดที่ล้างทำความสะอาดหรือตัดหั่นแล้ว บางส่วนที่ต้องเตรียมไว้ก่อนเพื่อใช้ทำอาหาร นำไปเก็บไว้ในตู้เย็นก่อน เพื่อช่วยลดหรือชะลอการเสื่อมคุณภาพของอาหารและควบคุมการเพิ่มจำนวนของเชื้อจุลินทรีย์ที่ยังมีตกค้างอยู่ในอาหาร โดยการเก็บอาหารในตู้เย็นให้ปฏิบัติดังนี้

- แยกเก็บตามประเภทของอาหารไม่ให้ปะปนกันเพื่อป้องกันการปนเปื้อนระหว่างอาหารแต่ละชนิด

- ใใส่ภาชนะบรรจุ หรือภาชนะห่อหุ้มที่ไม่รั่วซึม น้ำ และปกปิดได้มิดชิด เพื่อป้องกันการระเหยของน้ำ กลิ่นและการกระจายของเชื้อโรค และยังช่วยป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งต่างๆ ได้

- เก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสม เพื่อช่วยรักษาคุณภาพอาหารไว้ได้นานขึ้น และช่วยยับยั้งหรือชะลอการเจริญเติบโตของเชื้อโรคได้

- จัดวางอาหารให้เป็นระเบียบ และไม่มากเกินไป เพื่อให้อาหารได้รับความเย็นอย่างทั่วถึง

- ป้องกันสิ่งสกปรกจากภายนอกเข้าสู่ตู้เย็น โดยอาหารและภาชนะบรรจุที่ใส่อาหารต้องสะอาด

2. อาหารแห้ง หมายถึง อาหารที่มีปริมาณน้ำต่ำ ไม่เสียน้ำง่ายและบรรจุในภาชนะที่ปิดสนิทต่างๆ

ขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับอาหารแห้ง

การคัดเลือกอาหารแห้ง

- อาหารแห้งประเภทธัญพืช และพืชเมล็ดแห้ง เช่น ข้าวสาร หอม กระเทียม ฯลฯ มีอันตรายจากสารพิษของเชื้อรา ดังนั้นการคัดเลือกจะต้องคัดเลือกเมล็ดที่สมบูรณ์และไม่มีเชื้อรา สำหรับพืชที่เมล็ดเล็ก เช่น ข้าวสาร หรืออาหารที่บดแล้ว ถ้ามีเชื้อราจะต้องทิ้งทั้งหมดในภาชนะบรรจุนั้น

- อาหารที่บรรจุในภาชนะปิดสนิท เช่น ขวดวัตถุดิบปรุงต่างๆ (เต้าเจี้ยว, น้ำส้มสายชู, ซีอิ้วดำ ฯลฯ) ควรสังเกตภาชนะบรรจุ สะอาด ไม่ชำรุด มีฉลากที่บอกถึงรายละเอียดที่สำคัญ คือ วันผลิต, วันหมดอายุ, ส่วนประกอบที่สำคัญ, ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ผลิต และเมื่อเปิดภาชนะบรรจุออก วัตถุดิบภายในภาชนะบรรจุนั้น ต้องไม่มีลักษณะที่ผิดปกติ

การเก็บอาหารแห้ง ทำการควบคุมปริมาณคงเหลือโดยใช้การบันทึกการจัดเก็บและใช้งาน โดยมีการจัดเก็บ ดังนี้

- เก็บในห้องจัดเก็บอาหารแห้งโดยเฉพาะ โดยห้องที่เก็บมีการระบายอากาศที่ดี ไม่อับชื้น มีแสงสว่างพอสมควร ไม่ให้แสงแดดส่องมากเกินไป พื้นต้องแห้งไม่เปียกชื้น

- จัดเก็บให้เป็นระเบียบ วัตถุดิบทุกชนิดห้ามวางบนพื้น ต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร ยกเว้นวัตถุดิบที่บรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท วางสูงจากพื้นอย่างน้อย 30 เซนติเมตร

- ปกปิดมิดชิด ถ้าภาชนะหุ้มห่อแตกออก ก็ควรใส่ภาชนะปิดให้มิดชิดหรือใส่ถุงพลาสติกหุ้มอีกชั้นหนึ่ง

- วัตถุดิบที่ซื้อก่อนให้เบิกใช้ก่อน วัตถุดิบที่ซื้อใหม่ให้จัดไว้ด้านใน วัตถุดิบที่ซื้อมาก่อนจัดไว้ด้านนอก ในการนำไปใช้ทุกครั้งควรตรวจสอบดูฉลากและลักษณะของอาหาร

เมื่อมีการเบิกวัตถุดิบไปใช้ให้ตัดยอดออกจากบันทึกการจัดเก็บและใช้งานทุกครั้ง และเมื่อปริมาณคงเหลือต่ำกว่าหรือใกล้กับปริมาณคงเหลือขั้นต่ำที่กำหนด ให้ทำการสั่งซื้อมาเพิ่ม โดยทำการสั่งซื้อ เดือนละ 2 ครั้ง (1 สัปดาห์เว้นสัปดาห์)

แผนการผลิต

ตั้งเป้าหมายการผลิตดังนี้

- ประมาณการยอดขายที่ประมาณ 200 งาน หรือประมาณ 10,000 บาทต่อวันในปีแรก
- ยอดการขาย ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึง 5 จะเพิ่มขึ้นทุกปี ปีละ 3% เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการ

ตลาด

ตารางที่ 4.1: เป้าหมายการผลิต

ปีที่	จำนวนงาน/ปี	ราคา/งาน	ยอดขาย/ปี	ยอดขายสะสม
1	72,000	45	3,240,000	3,240,000
2	75,000	45	3,375,000	6,615,000
3	70,000	50	3,500,000	10,115,000
4	72,000	50	3,600,000	13,715,000
5	70,000	55	3,850,000	17,565,000

กระบวนการผลิต



ภาพที่ 4.4: แผนผังกระบวนการผลิต

1. นำวัตถุดิบข้าวกล้องและไก่ มาเตรียมเพื่อปรุงอาหาร
2. ต้มน้ำซุปรกตุ๋นเห็ดหอม, หุงข้าวมัน และนำส่วนผสมมาคลุกกับไก่ที่เตรียมไว้
3. นำไก่ไปอบประมาณ 60 นาที
4. นำข้าวมันที่หุงเสร็จแล้วและไก่อบใส่จาน
5. เสิร์ฟข้าวกล้องมันไก่อบสมุนไพรพร้อมน้ำซุปรกตุ๋นเห็ดหอมให้กับลูกค้า

4.5 การประมาณการต้นทุนการผลิต

ตารางที่ 4.2: วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้	แหล่งวัตถุดิบ	ราคาต่อหน่วย
1.ข้าวกล้องสีนิล	ห้างสรรพสินค้า	99 บาท ต่อ กก.
2.ไก่สด	ตลาด	130 บาท ต่อ กก.
3.เกลือ	ห้างสรรพสินค้า	15 บาท
4.น้ำมัน	ห้างสรรพสินค้า	105 บาท ต่อลิตร
5.น้ำตาลทราย	ห้างสรรพสินค้า	23.50 บาทต่อกก.
6.กระเทียม	ตลาด	140 บาทต่อกก.
7.หอมแดงหัวใหญ่	ตลาด	58 บาทต่อกก.
8.ตะไคร้	ตลาด	15 บาทต่อแพค
9.ข่า	ตลาด	90 บาทต่อกก.
10.พริกขี้หนูสด	ตลาด	110 บาทต่อกก.
11.ใบมะกรูด	ตลาด	10 บาทต่อแพค
12.ขิง	ตลาด	135 บาทต่อกก.
13.ผักชี	ตลาด	50 บาทต่อแพคใหญ่
14.พริกไทย	ตลาด	79 บาทต่อซองใหญ่
15.ซีอิ้วขาว	ห้างสรรพสินค้า	30 บาทต่อขวด
16.เต้าเจี้ยว	ร้านค้า	28 บาทต่อขวด
17.ซีอิ้วดำหวาน	ร้านค้า	25 บาทต่อขวด
18.น้ำส้มสายชู	ร้านค้า	20 บาทต่อขวด
19.พริกเขียว	ตลาด	29 บาทต่อกก.
20.เห็ดหอม	ตลาด	199 บาทต่อ300ก.

ตารางที่ 4.3: เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์หลักที่ใช้ในการผลิต

เครื่องจักร / อุปกรณ์	สภาพเครื่องจักร	ความเป็นเจ้าของ		ค่าใช้จ่าย
		เจ้าของ	เช่า	
1. เตาแก๊สอบไก่	ใหม่	เจ้าของ		2,200 บาท
2. เตาแก๊สต้มน้ำซุปล	ใหม่	เจ้าของ		2,200 บาท
3. หม้อหุงข้าว	ใหม่	เจ้าของ		1,090 บาท
4. เขียงและมีด	ใหม่	เจ้าของ		1,000 บาท
5. ตู้แช่เย็น	ใหม่	เจ้าของ		20,000 บาท
6. โต๊ะไม้ 7 ตัว	ใหม่	เจ้าของ		14,000 บาท
2. เก้าอี้ไม้ 30 ตัว	ใหม่	เจ้าของ		10,500 บาท
3. งาน 100 ใบ	ใหม่	เจ้าของ		4,900 บาท
4. ถ้วย 100 ใบ	ใหม่	เจ้าของ		2,900 บาท
5. ซ้อนซ้อม 100 ชุด	ใหม่	เจ้าของ		3,000 บาท
7. แก้วน้ำ 100 ใบ	ใหม่	เจ้าของ		600 บาท

ตารางที่ 4.4: แรงงานทางตรง

ตำแหน่ง	จำนวนคนที่ต้องการ	ค่าใช้จ่าย/ปี
1. พนักงานผลิตอาหาร	2 คน	168,000 บาท
2. พนักงานเสิร์ฟ	2 คน	168,000 บาท

ตารางที่ 4.5: พื้นที่ในการทำงาน / ผลิตสินค้า

พื้นที่ในการผลิต	ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	ค่าใช้จ่ายในการซื้อ / เช่า
1. ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ 1 ชั้น	50 ตร.ม.	9,000 บาทต่อเดือน

การคำนวณต้นทุนสินค้า และการตั้งราคา

ตารางที่ 4.6: ต้นทุนวัตถุดิบ (ต่อเดือน)

ลำดับ	รายการวัตถุดิบ	จำนวนที่ใช้	ราคาต่อหน่วย	รวมเงิน
1	ข้าวกล้องสีนิล	600กก.	99 บาท ต่อ กก.	59,400
2	ไก่สด	300กก.	130 บาท ต่อ กก.	39,000
3	เกลือ	10	15 บาท	150
4	น้ำมัน	15	105 บาท ต่อลิตร	1,575
5	น้ำตาลทราย	20	23.50 บาทต่อกก.	470
6	กระเทียม	5	140 บาทต่อกก.	700
7	หอมแดงหัวใหญ่	5	58 บาทต่อกก.	290
8	ตะไคร้	30	15 บาทต่อแพค	450
9	ข่า	3	90 บาทต่อกก.	270
10	พริกขี้หนูสด	10	110 บาทต่อกก.	1,100
11	ใบมะกรูด	10	10 บาทต่อแพค	100
12	จิง	10	135 บาทต่อกก.	1,350
13	ผักชี	15	50 บาทต่อแพคใหญ่	750
14	พริกไทย	5	79 บาทต่อซองใหญ่	395
15	ซีอิ๊วขาว	15	30 บาทต่อขวด	450
16	เต้าเจี้ยว	30	28 บาทต่อขวด	840
17	ซีอิ๊วดำหวาน	10	25 บาทต่อขวด	250
18	น้ำส้มสายชู	20	20 บาทต่อขวด	400
19	ผักเขียว	40	29 บาทต่อกก.	1,160
20	เห็ดหอม	5	199 บาทต่อ300ก.	995
รวมต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด				110,095
ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย =		$\frac{\text{ต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด (บาท)}}{\text{ปริมาณการผลิตทั้งหมด (หน่วย)}}$		$110,095/6,000$ $= 18.35 \text{ บาท}$

ตารางที่ 4.7: ค่าแรงงานในการผลิตสินค้าและบริการ (ต่อเดือน)

รายการ	จำนวน	อัตราค่าจ้าง	รวมเงิน
1.พนักงานผลิตอาหาร	2	7,000 บาท	14,000 บาท
2.พนักงานเสิร์ฟ	2	7,000 บาท	14,000 บาท
รวมค่าแรงงานทั้งสิ้น			28,000 บาท
ต้นทุนแรงงานต่อหน่วย = $\frac{\text{ต้นทุนค่าแรงงานทั้งหมด (บาท)}}{\text{ปริมาณการผลิตทั้งหมด (หน่วย)}}$			28,000 / 6,000 = 4.67 บาท

ตารางที่ 4.8: ค่าใช้จ่ายในร้าน (ต่อเดือน)

รายการ	รวมเงิน	
1. ค่าสาธารณูปโภค	3,000	
2. ค่าขนส่งวัตถุดิบ	500	
3. ค่าซ่อมแซม และบำรุงรักษาเครื่องจักร	300	
4. ค่าเช่าอาคาร	9,000	
5. ค่าแก๊สหุงต้ม	500	
6. ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องจักร	100	
7. ค่าสวัสดิการพนักงาน	2,500	
8. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	50,000	
รวมค่าใช้จ่ายในร้านทั้งสิ้น		65,900
ต้นทุนค่าใช้จ่ายในร้านอาหารต่อหน่วย = $\frac{\text{ต้นทุนค่าใช้จ่ายในร้านทั้งหมด (บาท)}}{\text{ปริมาณการผลิตทั้งหมด (หน่วย)}}$		30,900/6,000 = 10.98 บาท

สรุปต้นทุนสินค้าทั้งหมด ต่อหน่วย

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนสินค้าต่อหน่วย} &= \text{วัตถุดิบ} + \text{ค่าแรงงานทางตรง} + \text{ค่าใช้จ่ายในร้าน} \\ &= 18.35 + 4.67 + 10.98 \text{ บาท ต่อหน่วย} \\ &= 34 \text{ บาท ต่อหน่วย} \end{aligned}$$

สรุปต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าแต่ละชนิด

ต้นทุนสินค้าต่อหน่วย เท่ากับ 34 บาท

ราคาขายต่อหน่วย เท่ากับ 45 บาท

ดังนั้นต้นทุนสินค้าต่อหน่วย คิดเป็น 75% ของยอดขาย

บทที่ 5 การบริหารจัดการในองค์กร

5.1 ลักษณะการบริหารงาน

เนื่องจากร้านข้าวมันไก่ กู้ก กู้ก เป็นธุรกิจขนาดย่อม จึงมีการบริหารจัดการแบบ Flat Organization เพื่อที่จะสามารถบริหารจัดการได้อย่างทั่วถึงและสามารถควบคุมคุณภาพได้ในทุกกระบวนการทั้งในด้านการผลิต ด้านการบริหารจัดการ ด้านกำลังแรงงาน และเพื่อการสื่อสารภายในบริษัทที่มีประสิทธิภาพ โดยให้อำนาจการตัดสินใจทั้งหมดจะอยู่ที่ ผู้จัดการร้าน ภายใต้การบริหารงานด้วยนโยบายเดียวกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5.2 แผนผังโครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 5.1: แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กร

ผู้บริหาร

นางสาวสุพรรณิการ์ คำลือ

ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ, ผู้บริหาร, ผู้จัดการร้าน และแคชเชียร์

หน้าที่ กำหนดกลยุทธ์องค์กร รับผิดชอบด้านบริหารการเงิน การบัญชี รวมทั้งด้าน

บริหารการผลิต และบริหารงานบุคลากร

5.3 แผนพัฒนาบุคลากร

บริษัทมีแผนพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร ในด้านต่างๆดังนี้

ฝึกอบรมพนักงานด้านกระบวนการผลิต (Production)

วัตถุประสงค์ในการฝึกอบรม

เพื่อการพัฒนาบุคลากรให้สามารถใช้ศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มที่ โดยการมีส่วนร่วมในการปรับปรุงงานและปรับปรุงคุณภาพของอาหาร อันจะทำให้คุณภาพชีวิตของพนักงานทุกคนดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ประโยชน์ของการฝึกอบรมการผลิต

อบรมขั้นตอนการผลิต

เพื่อให้ได้คุณภาพทุกขั้นตอนในกระบวนการผลิตอาหารที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้หากเกิดปัญหาในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งในการผลิตจะทำให้สามารถแก้ไขได้ทันทีอย่างตรงจุด และทันท่วงที เป็นการป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการผลิต ทำให้ต้นทุนทางการผลิตต่ำลง ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของบริษัท ยิ่งไปกว่านั้นทางด้านคุณภาพชีวิตของพนักงานเองก็จะดีขึ้นเนื่องจากการยกระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นทักษะความชำนาญในการผลิต ความปลอดภัยระหว่างทำงานในการผลิต อันจะนำไปสู่ความภักดีต่อบริษัท ลดอัตราการลาออกของพนักงาน เป็นการลดต้นทุนทางการจัดสรรบุคลากรของทางบริษัท

5.4 แนวทางการจัดการธุรกิจ

การกำหนดกลยุทธ์

- กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

กลยุทธ์การดำเนินงานระดับองค์กร จะมุ่งเน้นการรักษาแนวคิดในการให้บริการร้านอาหารที่ดีที่สุดในทุกๆ ด้าน เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว อีกทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอย่างยั่งยืน

- กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

เน้นการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ (Differentiation) เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสบริโภคอาหารที่คุ้นเคย แต่มีการนำเสนอที่ต่างออกไป ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อมั่นในด้านคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับจากอาหาร สุขอนามัยที่จะได้รับการดำเนินการ จนสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากกว่าความคาดหวังที่มีอยู่

- กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional level Strategy)

เพื่อให้สามารถบรรลุกลยุทธ์ระดับองค์กรและระดับธุรกิจได้ จึงเลือกใช้กลยุทธ์คุณภาพที่เหนือกว่า (Superior Quality) โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารและการบริการ ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบ การทำความสะอาด การปรุงอาหาร และการบริการ ซึ่งพยายามสร้างให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

บทที่ 6

แผนการเงิน

6.1 สมมติฐานทางการบัญชีและการเงิน (ประมาณการทางการเงินของกิจการในอนาคต 3-5 ปี)

1. โครงการจะมียอดลงทุนในปีแรก 250,000 บาท ได้มาจากแหล่งเงินทุนภายใน (Internal Source of Funds) ซึ่งเป็นส่วนของเงินทุนส่วนตัวทั้งหมด โดยเงินทุนส่วนนี้จะใช้ในการลงทุนระยะยาวของกิจการ เช่น ตกแต่งร้าน และค่าอุปกรณ์ต่างๆ เช่น อุปกรณ์ในการปรุงอาหาร ภาชนะใส่อาหาร และอีกส่วนหนึ่งใช้เพื่อเป็นเงินหมุนเวียนภายในกิจการ
2. ประมาณการยอดขายที่ 10,000 บาท ต่อวัน หรือ 3,240,000 บาท ต่อปี โดยมียอดขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นปีละ 3%
3. กระบวนการผลิตทำการผลิตและจำหน่ายทุกวัน โดยมีวันหยุดสัปดาห์ละ 1 วัน รวมทำการผลิตเป็น 26 ครั้งต่อเดือน
4. ซื้อวัตถุดิบในการผลิตสินค้า โดยซื้อวัตถุดิบของสดทุกวันและวัตถุดิบอื่นๆ เดือนละ 2 ครั้ง โดยซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด 100%
5. สินค้าคงคลัง มีการเก็บสินค้าคงเหลือไว้ 25% ของปริมาณทั้งหมด (วัตถุดิบทั่วไปที่ไม่ใช่ของสด)
6. ขายสินค้าเป็นเงินสดทั้งหมด 100%
7. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ประกอบไปด้วย
 - ค่าใช้จ่ายในการบริหารกิจการ อัตราเงินเดือนเริ่มต้นเดือนละ 20,000 บาท
 - ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้าและประปา) เดือนละ 3,000 บาทต่อเดือน
 - ค่าเช่าพื้นที่ร้านขนาด 50 ตร.ม. เดือนละ 9,000 บาท รวมทั้งสิ้น 108,000 บาทต่อปี
 - ค่าขนส่งวัตถุดิบ เดือนละ 500 บาท รวมทั้งสิ้น 6,000 บาทต่อปี
8. ค่าซ่อมแซม บำรุงรักษา วัสดุอุปกรณ์ คิดเป็น 7% ของมูลค่าที่ซื้อมา
9. ค่าเสื่อม อุปกรณ์เครื่องจักรในการผลิต คิดเป็น 24,470 บาท ต่อปี
10. ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) ประมาณ 2 ปี 3 เดือน
11. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (ที่ 30%) NPV = 1,567,348.35 บาท
12. อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) = 131.75%

ตารางที่ 6.1: งบประมาณสินทรัพย์ถาวรสุทธิ (Total fixed investment costs)

ค่าใช้จ่ายในการลงทุนสินทรัพย์ถาวรรวม (Total fixed Investment Cost)						
รายการการลงทุน	ยอดรวมระหว่าง		ยอดรวมระหว่าง ดำเนินการ	ระหว่างดำเนินการ		
	ก่อสร้าง	ก่อสร้าง		ระหว่างก่อสร้าง	ระหว่างดำเนินการ	ระหว่างดำเนินการ
2. ก่อสร้างโรงงาน						
2.1 ราคาวัสดุก่อสร้าง	55,000.00	55,000.00		2558	2559	2560
2.2 ค่าแรงในการก่อสร้าง	15,000.00	15,000.00				2561
						2562
						2563
3. เครื่องจักร และอุปกรณ์หลัก						
3.1 ตู้แช่เย็น	20,000.00	20,000.00				
3.2 เต้าแก๊ส	4,400.00	4,400.00				
3.3 หม้อหุงข้าว	1,090.00	1,090.00				
3.4 อุปกรณ์เบ็ดเตล็ด (เขียง, มีด, ช้อน, ส้อม, แก้ว, ถ้วย, จาน)	12,400.00	12,400.00				
4. ค่าเครื่องจักร และอุปกรณ์ประกอบ						
4.1 โต๊ะและเก้าอี้	24,500.00	24,500.00				
6. ค่าเผื่อเหลือเผื่อขาด						
รวมค่าใช้จ่ายในการลงทุน	132,390.00	132,390.00				

ตารางที่ 6.2: Depreciation schedule

	Year	Table X-1/1	2559	2560	2561	2562	2563	Salvage value
คำก่อสร้างโรงงาน	ตารางที่ 6.1	70,000.00	9,800.00	9,800.00	9,800.00	9,800.00	9,800.00	21,000.00
เครื่องจักรและอุปกรณ์หลัก	ตารางที่ 6.1	37,890.00	6,820.20	6,820.20	6,820.20	6,820.20	6,820.20	3,789.00
อุปกรณ์เสริม	ตารางที่ 6.1	24,500.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	2,450.00
ค่าใช้ข้ายรวมก่อนการผลิต (2558)	ตารางที่ 6.3	17,200.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	ตารางที่ 6.5	727,826.52	-	-	-	-	-	727,826.52
รวม		877,416.52	24,470.20	24,470.20	24,470.20	24,470.20	24,470.20	755,065.52

มูลค่าซาก 30%

มูลค่าซาก 10%

มูลค่าซาก 10%

6.2 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ตารางที่ 6.3: ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดก่อนการดำเนินงาน

Total Pre-Production Expenditures						
รายการการลงทุน	ยอดรวมระหว่างก่อสร้าง		ยอดรวมระหว่างดำเนินการ		ระหว่างดำเนินการ	
	ก่อสร้าง	ก่อสร้าง	ดำเนินการ	ดำเนินการ	ระหว่างดำเนินการ	ระหว่างดำเนินการ
1. ค่าจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ	2,000.00	2,000.00	-	-	2,559	2,561
2. ค่าติดตั้งอาคารประกอบอาคารพาณิชย์	1,200.00	1,200.00	-	-	2,560	2,562
3. ต้นทุน, ค่าธรรมเนียมข้อมูลบริษัท	2,000.00	2,000.00	-	-	-	-
4. การบริหารจัดการโครงการ	12,000.00	12,000.00	-	-	-	-
5. การวางผัง, การทดสอบผลิตภัณฑ์	-	-	-	-	-	-
6. ค่าใช้จ่ายในการลงทุนอื่นๆ	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	17,200.00	17,200.00	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดก่อนการดำเนินงาน	17,200.00	17,200.00	-	-	-	-
หุ้นต่างประเทศ (%)	-	-	-	-	-	-

6.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต

ตารางที่ 6.4: ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Total Annual costs of products sold)

ต้นทุนการผลิตขายประจำปีรวม					
รายการการลงทุน	ระหว่างดำเนินการ				
	2559	2560	2561	2562	2563
อัตราการใช้กำลังการผลิต (จำนวนงาน)	72,000.00	74,000.00	76,000.00	78,000.00	80,000.00
1. ต้นทุนการผลิตต่องาน	1,321,200.00	1,357,900.00	1,394,600.00	1,431,300.00	1,468,000.00
2. วัสดุที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการแปรรูปให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป					
3. ซ่อมแซม, ป่ารุงรักษา, วัสดุในการซ่อม คิดเป็น 7% ของมูลค่าที่ซื้อ					
3.1 เครื่องจักรและอุปกรณ์หลัก	7%	2,652.30	2,652.30	2,652.30	2,652.30
3.2 อุปกรณ์ประกอบ (เช่น คอมพิวเตอร์, เครื่องพิมพ์และโต๊ะสำนักงาน)	7%	1,715.00	1,715.00	1,715.00	1,715.00
4. ค่าลิขสิทธิ์					
5. ค่าจ้างพนักงาน คิดจากการทำงานต่อมูลค่าต่อ 1 งานคิดเป็น	4.67 บาท	336,240.00	345,580.00	354,920.00	364,260.00
6. Labour overheads (taxes etc.)					
7. ค่าใช้จ่ายในการผลิต/สูญเสียการผลิต					
7.1 เงินเดือน, ค่าตอบแทน อัตราค่าจ้าง 7,000 บาท ต่อเดือน มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 4 คน)		336,000.00	336,000.00	336,000.00	336,000.00
7.2 ต้นทุนทางสังคม					
7.3 วัสดุ และการบริการ					
7.4 สวัสดิการพนักงาน (ค่าที่พักอาศัยและปัจจัย 4)		30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
7.5 ค่าแก๊สสูงต้ม		6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
ค่าใช้จ่ายในการผลิต		2,033,807.30	2,079,847.30	2,125,887.30	2,171,927.30
8. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร					
8.1 เงินเดือนระดับบริหาร (เจ้าของกิจการ) จ่ายเดือนละ 20,000 บาท		240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00
8.2 ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้าและประปา เดือนละ 3,000 บาท)		36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
8.3 ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าขนาด 50 ตรม. อัตราเดือนละ 9,000 บาท		108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00
8.4 ค่าขนส่งวัสดุ		6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
ค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน		2,423,807.30	2,469,847.30	2,515,887.30	2,561,927.30
9. ค่าเสื่อม		24,470.20	24,470.20	24,470.20	24,470.20
10. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
10.1 ค่าทำบัญชีประจำปี					
10.2 ค่างานเขียนพนักงาน					
10.3 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด					
10. ต้นทุนที่เกิดจากการจัดหาเงิน					
10.1 ดอกเบี้ย					
ต้นทุนการผลิตรวม		2,460,277.50	2,506,317.50	2,552,357.50	2,598,397.50
11. ต้นทุนทางการตลาดโดยตรง					
11.1 เงินเดือน, อื่นๆ					
11.2 ค่าเช่า					
11.3 ค่าใช้จ่ายทางตรงอื่นๆ					
12. Marketing overhead costs					
12.1 เงินเดือน, อื่นๆ					
12.2 ค่าเช่า					
12.3 ค่าใช้จ่ายทางตรงอื่นๆ					
ต้นทุนขาย		2,460,277.50	2,506,317.50	2,552,357.50	2,598,397.50
ต้นทุนขายต่องาน		34.17	33.87	33.58	33.31
					33.06

ตารางที่ 6.5: เงินทุนการดำเนินงาน (Total networking capital requirement)

เงินทุนในการดำเนินงาน							
รายการการลงทุน	From schedule	Coefficient of turnover	ระหว่างดำเนินงาน				
			2559	2560	2561	2562	2563
อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)			72,000.00	74,000.00	76,000.00	78,000.00	80,000.00
1. สินค้าคงเหลือในคลัง	ตารางที่ 6.4	8	165,150.00	169,737.50	174,325.00	178,912.50	183,500.00
2. ลูกหนี้การค้า	ตารางที่ 6.4	12	202,983.94	206,820.61	210,657.28	214,493.94	218,330.61
3. เงินสดในมือ	ตารางที่ 6.4	8	302,975.91	308,730.91	314,485.91	320,240.91	325,995.91
สินทรัพย์หมุนเวียนสุทธิ			671,109.85	685,289.02	699,468.19	713,647.35	727,826.52
4. หนี้สินหมุนเวียน เจ้าหนี้การค้า	ตารางที่ 6.4	12					
ต้นทุนในการดำเนินงานสุทธิ			671,109.85	685,289.02	699,468.19	713,647.35	727,826.52
การเปลี่ยนแปลงในต้นทุนการดำเนินงาน			671,109.85	14,179.17	14,179.17	14,179.17	14,179.17

Note:

CTO = 360/MCD

MCD ของสินค้าคงเหลือคลัง คือ 45 วัน

CTO ของ สินค้าคงเหลือในคลัง คือ 8

Inventory = มูลค่าสินค้าทั้งปี/CTO

MCD ของ ลูกหนี้การค้า คือ 30 วัน

CTO ของ ลูกหนี้การค้า คือ 12

Account Receivable = (COPS - Depreciation - Interest)/CTO = (Operating Cost + Marketing Cost)/CTO

MCD ของ เงินสดในมือ คือ 45 วัน

CTO ของ เงินสดในมือ คือ 8

Cash in hand = (Operating Cost - Noncash expense)/CTO

MCD ของ เจ้าหนี้การค้า คือ 30 วัน

CTO ของ เจ้าหนี้การค้า คือ 12

Account Payable = Factory Cost/CTO

ตารางที่ 6.6: ตารางค่าใช้จ่ายการลงทุน (Total Investment costs)

Total investment costs										
รายการการลงทุน	From schedule	ยอดรวมระหว่างก่อสร้าง		ยอดรวมระหว่างดำเนินการ		ระหว่างก่อสร้าง		ระหว่างดำเนินการ		
		ก่อสร้าง	ก่อสร้าง	ดำเนินการ	ดำเนินการ	2558	2559	2560	2561	
1. รวมค่าใช้จ่ายในการลงทุนสินทรัพย์ถาวร	ตารางที่ 6.1	132,390.00	-	-	-	132,390.00	-	-	-	-
2. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดก่อนการผลิต	ตารางที่ 6.3	17,200.00	-	-	-	17,200.00	-	-	-	-
2.1 ดอกเบี้ยสุทธิ	ตารางที่ 6.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 ดอกเบี้ยจ่ายสะสม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. เงินทุนหมุนเวียนรวมสุทธิ (เพิ่ม)	ตารางที่ 6.5	-	727,826.52	-	-	-	671,109.85	14,179.17	14,179.17	14,179.17
รวมค่าใช้จ่ายในการลงทุน		149,590.00	727,826.52	149,590.00	671,109.85	14,179.17	14,179.17	14,179.17	14,179.17	14,179.17
หุ้นต่างประเทศ (%)										

ตารางที่ 6.7: ตารางกระแสเงินสดสำหรับกิจการวางแผนทางการเงิน (Cash-flow table for financial planning)

รายการการลงทุน	ระหว่างก่อสร้าง					ระหว่างดำเนินงาน					มูลค่าซาก
	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564				
กระแสเงินสดสุทธิรวม (Total Cash Inflow)	180,000.00	2,880,000.00	3,330,000.00	3,800,000.00	4,290,000.00	4,800,000.00	755,065.52				
1. เงินทุนรับ (Inflow funds)	180,000.00										
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม (Total Equity)											
เงินกู้ระยะยาวรวม (Total long-term loans)											
เงินกู้ระยะสั้นรวม (Total short-term finance)											
2. Inflow operation		2,880,000.00	3,330,000.00	3,800,000.00	4,290,000.00	4,800,000.00	-				
รายได้จากการขาย (Sales Revenue)											
ดอกเบี้ยจากตราสารหนี้ (Interest on securities)											
3. Other income							755,065.52				
กระแสเงินสดที่จ่ายออกไปรวม (Total cash outflow)	149,590.00	3,190,861.65	2,660,762.97	2,791,594.97	2,926,426.97	3,065,258.97	-				
4. การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ถาวร (Increase in Fixed Assets)	132,390.00										
เงินลงทุนถาวร (Fixed Investments)	132,390.00										
ค่าใช้จ่ายรวมการผลิต (Pre-production expenditures)	17,200.00										
5. การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์หมุนเวียน (Increase in current assets)		671,109.85	14,179.17	14,179.17	14,179.17	14,179.17	-				
6. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		2,423,807.30	2,469,847.30	2,515,887.30	2,561,927.30	2,607,967.30	-				
7. ค่าใช้จ่ายการตลาด (Marketing costs)											
8. ภาษีนิติบุคคลที่จ่าย (Corporate tax paid)		83,944.50	164,736.50	249,528.50	338,320.50	431,112.50	-				
9. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ		12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	-				
เงินผลส่วนเกิน (Surplus (Deficit))	30,410.00	(310,861.65)	669,237.03	1,008,405.03	1,363,573.03	1,734,741.03	755,065.52				
ดุลเงินสดสะสม (Cumulative cash balance)	30,410.00	(280,451.65)	388,785.38	1,397,190.41	2,760,763.45	4,495,504.48	5,250,570.00				

6.4 วิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของการลงทุน

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period – Conventional Method)

ระยะเวลาการคืนทุนของธุรกิจ คือ 2.48 เดือน

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value: NPV)

คือ ค่าที่แสดงให้เห็นถึงผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดตลอดอายุของโครงการกับเงินลงทุนเริ่มแรก ณ อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือ ต้นทุนโครงการ ถ้า NPV มีค่าเป็นบวก กิจการก็ควรที่จะขอรับการลงทุนในโครงการนั้น แต่ถ้า NPV มีค่าติดลบ กิจการก็ควรจะปฏิเสธการลงทุน

ซึ่งคำนวณได้จาก

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ = มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ – มูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย

หรือคิดได้จากโปรแกรม Excel ผลที่ได้ คือ 1,567,348.35 บาท (โดยให้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ = 30%)

ดังนั้น มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (NPV) ที่ได้จากโครงการนี้มีค่าเป็นบวก จึงสมควรยอมรับการลงทุนในโครงการนี้

3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

คือ อัตราผลตอบแทนของโครงการลงทุน ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิมีค่าเท่ากับเงินลงทุน หรืออีกนัยหนึ่งคือ อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุนที่ NPV มีค่าเท่ากับ 0 การคำนวณจากโปรแกรม Excel ผลที่ได้ คือ 131.75%

ตารางที่ 6.8: ตารางอัตราคิดลด (Discounted)

Discounted Cash Flow - Total Capital Invested							
รายการการลงทุน	From schedule	ระหว่างก่อสร้าง	ระหว่างดำเนินงาน			มูลค่าซาก	
			2559	2560	2561		2562
กระแสเงินสดรับสุทธิรวม		-	3,330,000.00	3,800,000.00	4,290,000.00	4,800,000.00	755,065.52
1. เงินสดรับในงวดดำเนินงาน							
รายได้จากการขาย	ตารางที่ 6.9		2,880,000.00	3,330,000.00	3,800,000.00	4,290,000.00	4,800,000.00
2. รายได้อื่น ๆ	ตารางที่ 6.9						
กระแสเงินสดที่จ่ายออกไปรวม		149,590.00	2,660,762.97	2,791,594.97	2,926,426.97	3,065,258.97	-
3. สินทรัพย์ถาวรที่เพิ่มขึ้น							
การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	ตารางที่ 6.1	132,390.00	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	ตารางที่ 6.3	17,200.00	-	-	-	-	-
4. เงินทุนหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้น	ตารางที่ 6.5	-	14,179.17	14,179.17	14,179.17	14,179.17	-
5. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	ตารางที่ 6.4	-	2,423,807.30	2,469,847.30	2,515,887.30	2,561,927.30	-
6. ต้นทุนทางการตลาด	ตารางที่ 6.4	-	-	-	-	-	-
7. ภาษีเงินได้นิติบุคคล	ตารางที่ 6.9	83,944.50	164,736.50	249,528.50	338,320.50	431,112.50	-
8. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	ตารางที่ 6.4	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	-
กระแสเงินสดรับสุทธิ		(149,590.00)	669,237.03	1,008,405.03	1,363,573.03	1,734,741.03	755,065.52
เงินสดรับสุทธิ		(149,590.00)	208,785.38	1,217,190.41	2,580,763.45	4,315,504.48	5,070,570.00
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (ที่ 30%)		(149,590.00)	395,998.24	458,991.82	477,424.82	467,216.20	156,431.61
มูลค่าปัจจุบันสุทธิรวม		(149,590.00)	(388,714.35)	7,263.90	943,700.54	1,410,916.74	1,567,348.35
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (ที่ 30%)		1,567,348.35					
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)							
NPV at 30%							
							131.75%

ตารางที่ 6.9: ตารางงบกำไร-ขาดทุนระหว่างดำเนินงาน (Net Income statement from operations)

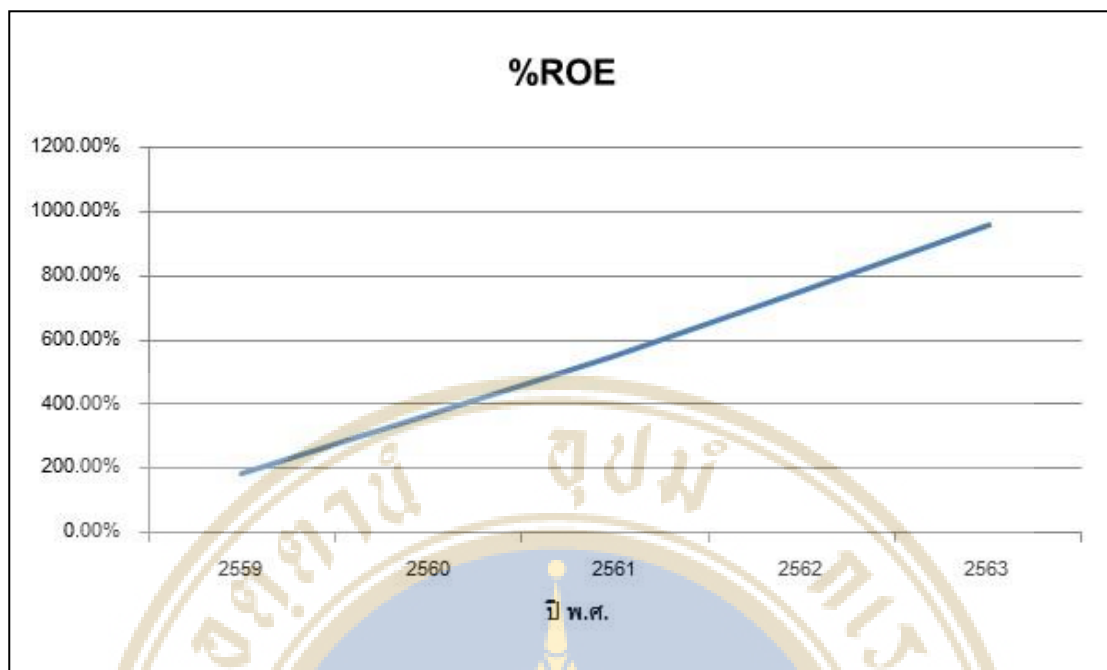
Net Income Statement					
รายการการลงทุน	ระหว่างดำเนินการ				
	2559	2560	2561	2562	2563
อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	72,000.00	74,000.00	76,000.00	78,000.00	80,000.00
1. รายได้สุทธิ รายได้จากการขาย	2,880,000.00	3,330,000.00	3,800,000.00	4,290,000.00	4,800,000.00
รายได้รวม	2,880,000.00	3,330,000.00	3,800,000.00	4,290,000.00	4,800,000.00
2. หัก ต้นทุนขายรวม	2,460,277.50	2,506,317.50	2,552,357.50	2,598,397.50	2,644,437.50
รายได้ในการดำเนินงาน	419,722.50	823,682.50	1,247,642.50	1,691,602.50	2,155,562.50
4. หัก ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีและเงินอุดหนุน	419,722.50	823,682.50	1,247,642.50	1,691,602.50	2,155,562.50
5. หัก ค่าเงินอุดหนุน	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	419,722.50	823,682.50	1,247,642.50	1,691,602.50	2,155,562.50
6. กำไรเงินได้บุคคล (20%)	83,944.50	164,736.50	249,528.50	338,320.50	431,112.50
กำไรสุทธิ	335,778.00	658,946.00	998,114.00	1,353,282.00	1,724,450.00
7. เงินปันผลจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรสะสม	335,778.00	658,946.00	998,114.00	1,353,282.00	1,724,450.00
อัตราส่วนร้อยละ					
กำไรก่อนหักภาษี / ยอดขาย	14.57%	24.74%	32.83%	39.43%	44.91%
กำไรหลังหักภาษี / ยอดขาย	11.66%	19.79%	26.27%	31.55%	35.93%

ตารางที่ 6.11: Return on equity (ROE)

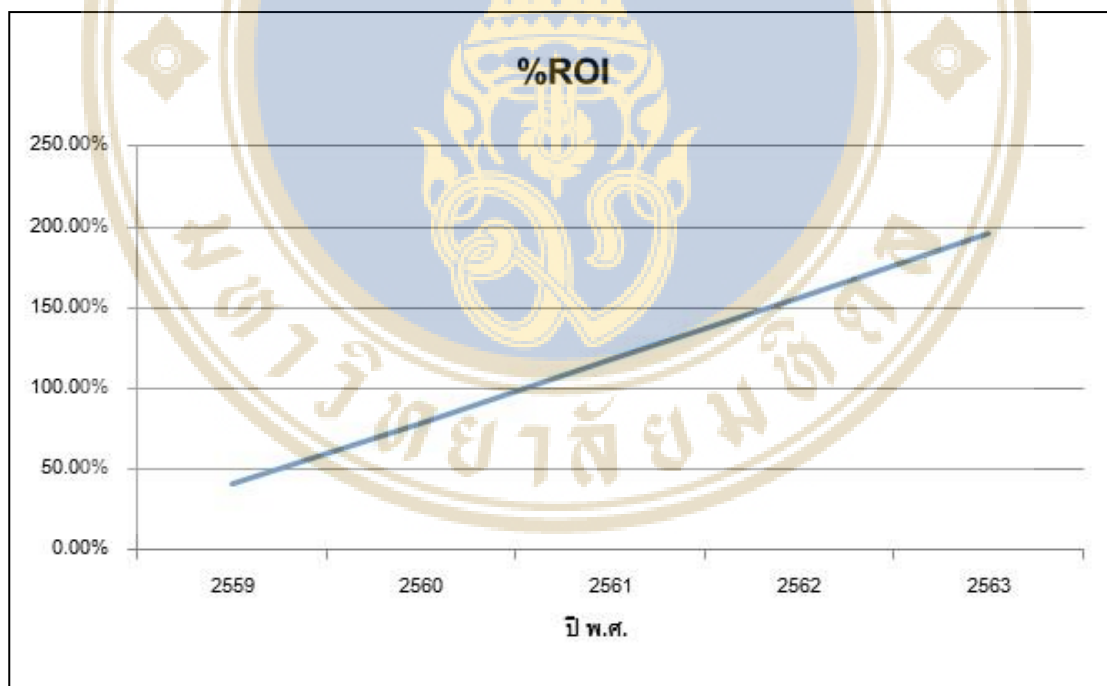
	2558	2559	2560	2561	2562	2563
กำไรสุทธิ		335,778.00	658,946.00	998,114.00	1,353,282.00	1,724,450.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น		180,000.00	180,000.00	180,000.00	180,000.00	180,000.00
%ROE		186.54%	366.08%	554.51%	751.82%	958.03%

ตารางที่ 6.12: Return on investment (ROI)

	2558	2559	2560	2561	2562	2563
กำไรสุทธิ		335,778.00	658,946.00	998,114.00	1,353,282.00	1,724,450.00
ดอกเบี้ยจ่าย		-	-	-	-	-
เงินทุนสะสม		820,699.85	834,879.02	849,058.19	863,237.35	877,416.52
%ROI		40.91%	78.93%	117.56%	156.77%	196.54%



ภาพที่ 6.1: ROE Chart



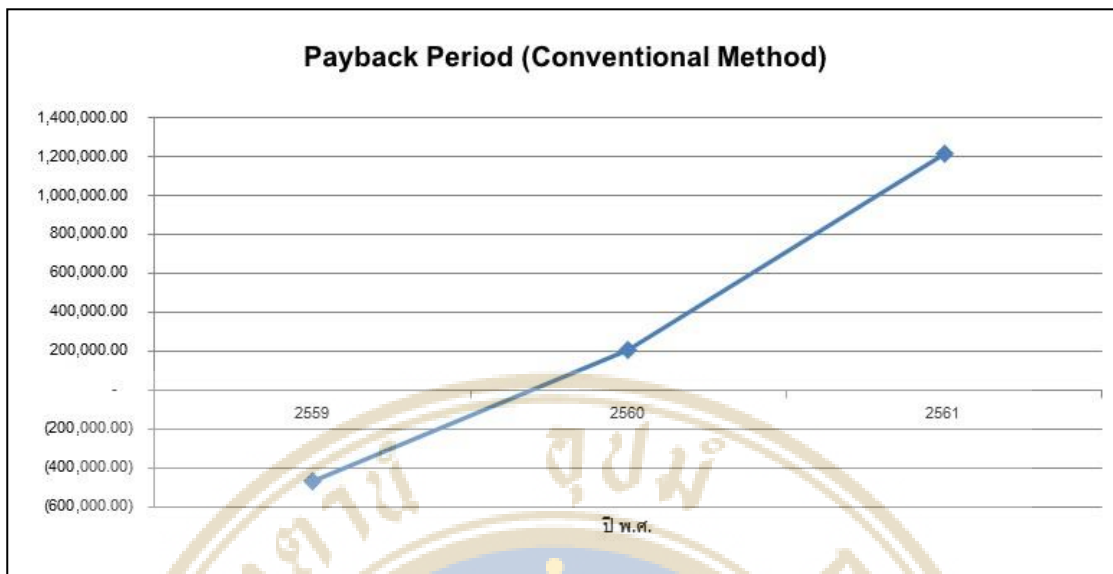
ภาพที่ 6.2: ROI Chart

ตารางที่ 6.13: Payback period (Conventional method)

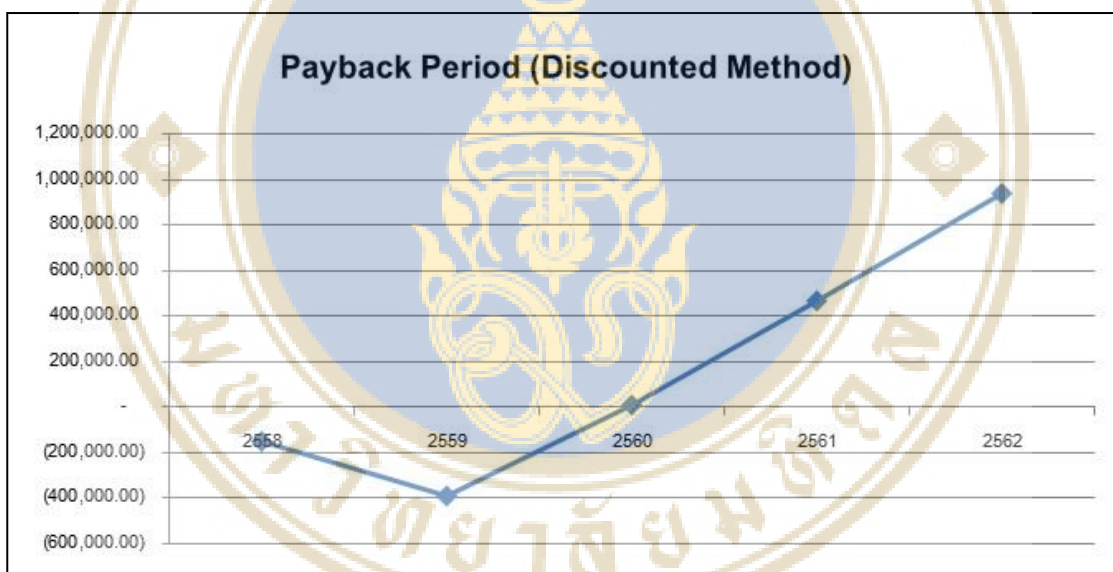
	2558	2559	2560	2561	2562	2563
Year						
กำไรสุทธิ						
ค่าเสื่อม		335,778.00	658,946.00	998,114.00	1,353,282.00	1,724,450.00
ดอกเบี้ย		24,470.20	24,470.20	24,470.20	24,470.20	24,470.20
		360,248.20	683,416.20	1,022,584.20	1,377,752.20	1,748,920.20
ผลรวมกำไรเบื้องต้น						
ผลรวมกำไรเบื้องต้นสะสม			1,043,664.40	2,066,248.60	3,444,000.80	5,192,921.00
เงินทุนรวม		820,699.85	14,179.17	14,179.17	14,179.17	14,179.17
		820,699.85	834,879.02	849,058.19	863,237.35	877,416.52
Payback Period (Conventional Method)		(460,451.65)	208,785.38	1,217,190.41	2,580,763.45	4,315,504.48
		Payback Period (นับจากปีที่เริ่มการผลิต) คือ 2 ปี				
						2.48454 เดือน

ตารางที่ 6.14: Payback period (Discounted method)

	2558	2559	2560	2561	2562	2563
Year						
มูลค่าปัจจุบัน (30%)		(239,124.35)	395,998.24	458,991.82	477,424.82	467,216.20
มูลค่าปัจจุบันสะสม		(149,590.00)				
		(149,590.00)	7,283.90	466,275.72	943,700.54	1,410,916.74
Payback Period (นับจากปีที่เริ่มการผลิต) คือ		3 ปี				
		-11.71976896 เดือน				



ภาพที่ 6.3: Payback period (Conventional method) Chart



ภาพที่ 6.4: Payback period (Discounted method) Chart

บรรณานุกรม

- กลุ่มวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. *ปริมาณสารอาหารในอาหารจานเดียวที่จำหน่ายในกระทรวงสาธารณสุข*, (2551), 8-9. เข้าถึงได้จาก [ฐานข้อมูลสำนักโภชนาการ](#)
- นิชมน ตัณฑโกศล และคณะ. (2557). *Decoding Street Food Marketing*, สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม, 2558, จาก http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/attachments/585_CMMU%202014%20Street%20Food+.pdf
- เทสโก้ โลตัส ออนไลน์. (2558). *ราคารายการสินค้า-วัตถุดิบต่างๆ*, สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม, 2558, จาก http://shoponline.tescolotus.com/thTH/?utm_source=CorporateWebsite&utm_medium=Link&utm_campaign=Corporate
- ไทยเฟรนไชส์เซ็นเตอร์. (2557). *ข้าวมันไก่เจมส์*, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มกราคม, 2558, จาก <http://www.thaifranchisecenter.com/directory/detail.php?fcID=f0000000028>
- ธีรารัตน์ จิตติสุขและคณะ. (2546). *ข้าวกล้องมันไก่และก๋วยเตี๋ยวไก่ต้นมะระ*. วิทยานิพนธ์การศึกษาระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย. (2556). *การคาดการณ์มูลค่าตลาดธุรกิจบริการเกี่ยวกับอาหาร ปี 2556*, สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม, 2558, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/K-EconAnalyses/Pages/Search.aspx>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสำนักงานสถิติแห่งชาติ. *ดัชนีการบริโภคภายในประเทศ*, (2556), เข้าถึงได้จาก [ฐานข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ](#)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *แผนภูมิ ร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่าย (ปี 2556)*, สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม, 2558, จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/socioSum56-1.pdf>
- อีดีทีไกด์. (2557). *โก๊ะข้าวมันไก่ (ข้าวมันไก่โก๊ะตี้) อาร์ซีเอ*, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มกราคม, 2558, จาก http://eat.edtguide.com/333601_kho-chicken-rice1
- อีดีทีไกด์. (2557). *ข้าวมันไก่ตอนประตูน้ำ*, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มกราคม, 2558, จาก http://eat.edtguide.com/64244_khaomankai-ton-pratunam