แผนธุรกิจร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Healthylicious

ปวริศา จันทร์ป้อง

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Healthylicious ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงข้อบกพร่อง คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบสารนิพนธ์ฉบับนี้ ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ซึ่งผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ทุกท่านที่ถ่ายทอดความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆ คุณประโยชน์ของแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้จัดทำขอมอบให้บุคคลต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขอน้อมรับทุกประการ

ปวริศา จันทร์ป้อง

แผนธุรกิจ ร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Healthylicious

BUSINESS PLAN FOR HEALTHY FOOD DELIVERY HEALTHYLICIOUS

ปวริศา จันทร์ป้อง 5750114

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิน ระวิวงศ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Healthylicious นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ ซึ่งร้าน Healthylicious เป็นร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพที่ให้บริการแบบเดลิเวอรี่เท่านั้น เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการทานอาหารเพื่อสุขภาพแต่ไม่มีเวลาทำอาหารเพื่อนรับประทานเอง โดยจะมุ่งเน้นความเป็นไปได้ทางการตลาด การดำเนินการ การบริหารจัดการ การเงิน และผลตอบแทนจากการดำเนินงาน เป้าหมายหลักของการจัดทำแผนธุรกิจคือเพื่อใช้ในการจัดตั้งธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า ร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Healthylicious มีความเป็นไปได้และแนวโน้มของธุรกิจมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีความเป็นไปได้ทางด้านการเงินและผลตอบแทน สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เท่ากับ 4,755,097 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) เท่ากับ 175.58% และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 9 เดือน

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ,ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ,ร้านอาหารเดลิเวอรี่

35 หน้า

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		**ข**
บทคัดย่อ		**ค**
สารบัญ		**ง**
สารบัญตาราง		**ช**
สารบัญรูปภาพ		**ซ**
บทที่ 1	**ความเป็นมาของธุรกิจ**	**1**
	1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ	1
	1.2 ความน่าสนในของธุรกิจ	2
	1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์	3
	1.4 วิสัยทัศน์ (vision)	4
	1.5 พันธกิจ (Mission)	4
	1.6 กลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Model)	5
	1.7 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)	5
บทที่ 2	**การวิเคราะห์อุตสาหกรรม**	**6**
	2.1 ธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่	6
	2.2 สภาพตลาดอาหารเดลิเวอรี่	7
	2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมอาหารเดลิเวอรี่โดยใช้ Five Forces Models	7
	2.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	8
	2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค	9
	2.6 การวิเคราะห์คู่แข่ง	10
บทที่ 3	**แผนดำเนินการ**	**12**
	3.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	12
	3.2 สถานที่ตั้ง ผังต่างๆ	12
	3.3 โครงสร้างองค์กร	13

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	3.4 หน้าที่และความรับผิดชอบงานในแต่ละฝ่าย	14
	3.5 รูปแบบการให้บริการ	15
	3.6 กระบวนการการให้บริการ	15
บทที่ 4	**แผนการตลาด**	**18**
	4.1 การแบ่งส่วนการตลาด (Segmentation)	18
	4.2 การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target Group)	18
	4.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)	19
	4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)	19
	4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product Strategy)	19
	4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)	20
	4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	20
	4.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	21
บทที่ 5	**แผนการเงิน**	**23**
	5.1 แหล่งที่มาของเงินทุน	23
	5.2 นโยบายทางการเงิน	23
	5.3 สมมุติฐานทางการ	24
	5.3.1 การประมาณความสามารถในการผลิตสูงสุดต่อเดือน	24
	5.3.2 ประมาณการยอดขาย	24
	5.3.3 ประมาณการรายได้	25
	5.3.4 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้า	25
	5.3.5 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	26
	5.3.6 งบกำไรขาดทุน	28
	5.3.7 รายงานแสดงฐานะทางการเงิน	29
	5.3.8 งบกระแสเงินสด	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.4 วิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน (NPV, IRR, Payback Period)	31
5.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio)	31
บทที่ 6 แผนการบริหารความเสี่ยง	**33**
บรรณานุกรม	**35**
ประวัติผู้วิจัย	**36**

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
5.1	เงินลงทุนเริ่มต้นกิจการ (ปีที่ 0)	23
5.2	การจ่ายเงินปันผลของผู้บริหาร	24
5.3	การประมาณความสามารถในการผลิตสูงสุดต่อเดือนและต่อปี	24
5.4	การประมาณการยอดขายต่อปี	25
5.5	การประมาณรายได้ต่อปี	25
5.6	การประมาณต้นทุนไก่ย่างสมุนไพรน้ำจิ้มแจ่วบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด	25
5.7	การประมาณต้นทุนการผลิตปีที่ 1 – ปีที่ 5	26
5.8	ตารางแสดงเงินเดือนของพนักงานบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด	26
5.9	แสดงค่าโสหุ้ยที่ใช้ในการผลิตต่อปี	27
5.10	ค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อปี	27
5.11	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	27
5.12	งบกำไรขาดทุนบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด	28
5.13	งบแสดงฐานะทางการเงินบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด	29
5.14	งบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด	30
5.15	งบกระแสเงินสดสุทธิบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด	30
5.16	การวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน	31
5.17	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	31

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ		หน้า
1.1	มูลค่าตลาดอาหารเดลิเวอรี่ร้านขนาดเล็กและร้านขนาดใหญ่ที่เป็นเชนร้านอาหาร	1
1.2	ตัวอย่างเมนูอาหารไทย	3
1.3	ตัวอย่างเมนูอาหารนานาชาติและสลัด	4
3.1	การแบ่งสัดส่วนพื้นที่	12
3.2	โครงสร้างองค์กร	13
4.1	การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	19

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ

ร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Healthylicious

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2558

……..……..……

นางสาว ปวริศา จันทร์ป้อง

ผู้วิจัย

……..……

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์, Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

……..……..……

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง, Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

……..……..……

รองศาสตราจารย์อรรณพ ตันละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

……..……..……

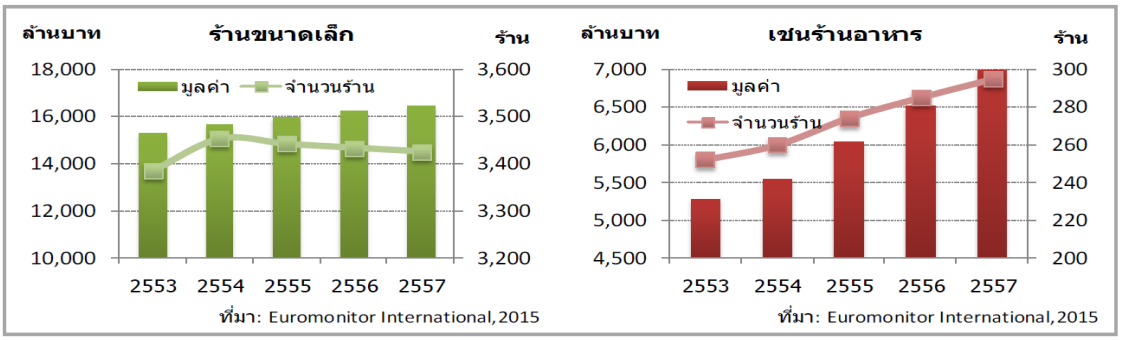
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิน ระวิวงศ์, Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

บทที่ 1
ความเป็นมาของธุรกิจ

1.1 ความสำคัญและโอกาสของธุรกิจ

จากกระแสรักสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจการดูแลสุขภาพมากขึ้น ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายควบคู่กับการทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพเพื่อป้องกันโรค หรือเพื่อลดน้ำหนัก แต่การดำเนินชีวิตที่รีบเร่ง แข่งกับเวลา ทำให้ผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาทำอาหารเองเลือกที่จะซื้ออาหารสำเร็จหรือรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ซึ่งอาจได้คุณค่าทางโภชนาการที่ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และข้อมูลจากสถาบันอาหารกระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า นับตั้งแต่ปี 2553 ตลาดอาหารและ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มีมูลค่ากว่า 9 หมื่นล้านบาท ปี 2557 อยู่ที่ 1 แสน 8 หมื่นล้านบาท และคาดว่าปี 2558 จะเติบโตร้อยละ 14 เป็น 2 แสนล้านบาท มีการประเมินว่าปี 2558 ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่มาแรงยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่มฟังก์ชันนอล มีมูลค่าสูงถึง 9 หมื่น 3 พันล้านบาท รองลงมา คือ อาหารที่มาจากธรรมชาติและดีต่อสุขภาพ วิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในการควบคุมน้ำหนัก และจากมูลค่าตลาดอาหารเดลิเวอรี่ 23.4 พันล้านและมีอัตราแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าสภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศจะอยู่ในสภาวะชะลอตัวก็ตาม ดังที่แสดงในรูปภาพ 1.1



รูปภาพ 1.1 มูลค่าตลาดอาหารเดลิเวอรี่ร้านขนาดเล็กและร้านขนาดใหญ่ที่เป็นเชนร้านอาหาร (ที่มา : Euromonitor International,2015)

จากมูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพและตลาดอาหารเดลิเวอรี่ที่มีแนวโน้มสูงขึ้น แต่ในปัจจุบันร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพแบบเดลิเวอรี่ให้บริการพื้นที่ใกล้เคียงเป็นหลัก ร้าน Healthylicious จึงเล็งเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจอาหารกล่องเพื่อสุขภาพที่มีบริการส่งถึงที่ครอบคลุมพื้นที่จัดส่งทั่วกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าหลักคือ พนักงานออฟฟิศ ที่ต้องการทานอาหารเพื่อสุขภาพแต่ไม่มีเวลาที่จะทำเอง เพราะกลุ่มลูกค้าพนักงานออฟฟิศมีเวลาพักทานข้าวมื้อเที่ยง 1 ชั่วโมง และส่วนใหญ่พักเที่ยงเวลาเดียวกันคือ 12.00 น. ตัวเลือกในการรับประทานอาหารมีน้อย จึงมักจะรับประทานมื้อเที่ยงร้านใกล้ที่ทำงาน ซึ่งร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีน้อยหรือไม่มีเลย

1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ

จากกระแสรักสุขภาพ และการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ แข่งกับเวลา ความก้าวหน้าของระบบการสื่อสารโดยเฉพาะโลกออนไลน์ ปัญหาการจราจรติดขัดและอากาศร้อน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่ในปัจจุบันเติบโตขึ้น ร้าน Healthylicious จึงเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ให้บริการแบบเดลิเวอรี่เท่านั้น ซึ่งสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดยเน้นการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งดังนี้

-เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ให้บริการเดลิเวอรี่ครอบคลุมทั่วกรุงเทพมหานครโดยไม่มีขั้นต่ำในการสั่งซื้อ

-เลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพดี ได้แก่ ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอรี่ เนื้อสัตว์ปลอดสาร ผักออร์แกนิก

-เมนูหลากหลายทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ มีการปรับเปลี่ยนเมนูทุกเดือน เพื่อให้ลูกค้าไม่รู้สึกจำเจกับอาหารเพื่อสุขภาพ

-รสชาติอร่อย ปรุงรสโดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ไม่ใช้ผงชูรส

-คำนวณแคลอรี่อาหารให้กับลูกค้าทุกเมนูเพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่ต้องการทราบปริมาณแคลอรี่และต้องการลดน้ำหนัก

1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ร้าน Healthylicious เป็นร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพแบบเดลิเวอรี่สำหรับคนรักสุขภาพ โดยใช้วัตถุดิบคุณภาพดี ได้แก่ ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอรี่ เส้นสปาเกตตี้ข้าวกล้อง ผักออร์แกนิก เนื้อสัตว์ไขมันน้อยเช่น อกไก่ สันในไก่ สันในหมู เนื้อปลา เนื้อกุ้ง รายการอาหารหลากหลาย เพื่อให้ตรงความต้องการของลูกค้า โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ดังต่อไปนี้

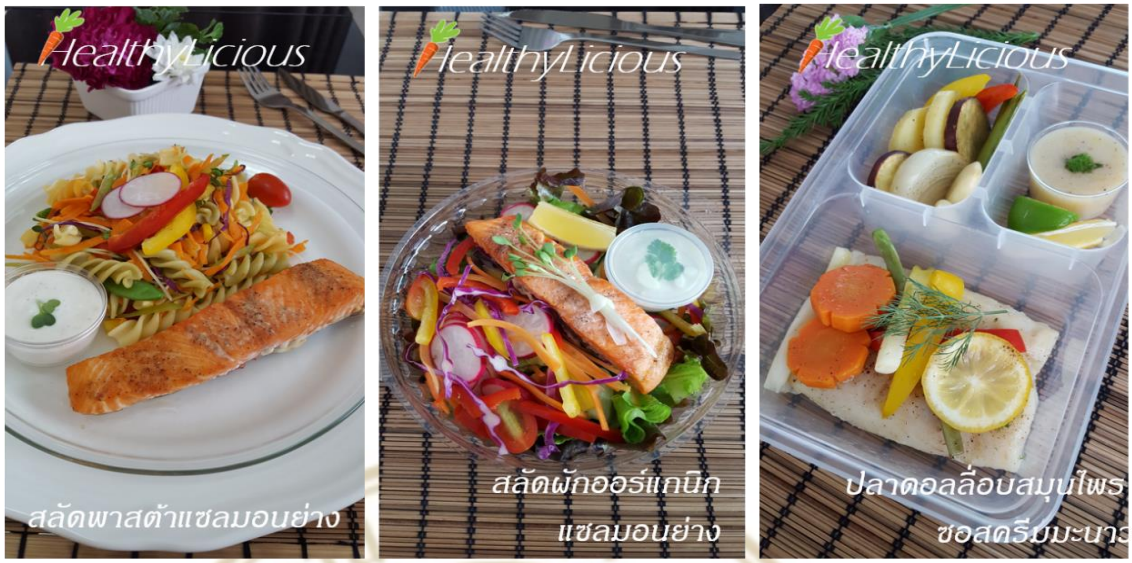
-อาหารไทยเพื่อสุขภาพ ตัวอย่างเมนูอาหารไทยเช่น สันในไก่ย่างสมุนไพรน้ำจิ้มแจ่ว , ลาบอกไก่, ยำอกไก่เห็ดสามอย่าง เป็นต้น บรรจุในกล่องอาหารที่สามารถเข้าไมโครเวฟได้ เสิร์ฟพร้อม ข้าวไรซ์เบอรี่ ผักนึ่งหรือผักสด ตัวอย่างอาหารไทยแสดงไว้ในรูปภาพ 1.2

รูปภาพ 1.2 ตัวอย่างเมนูอาหารไทย

-อาหารนานาชาติ แคลอรี่ต่ำ เมนูอาหารนานาชาติเช่น สเต็กสันนอกหมู บราวน์ซอส มันบด , สปาเก็ตตี้ผัดพริกแห้งปลาแซลมอนย่าง , ปลาดอลลี่อบสมุนไพรซอสครีมมะนาว เป็นต้น บรรจุในกล่องอาหารที่สามารถเข้าไมโครเวฟได้ เสิร์ฟพร้อม ผักนึ่ง ผลไม้สด

-ตัวอย่างอาหารนานาชาติแสดงไว้ในรูปภาพ 1.3สลัด ตัวอย่างเมนูเช่น สลัดผักสดออร์แกนิกส์ ปลาแซลมอนย่าง , สลัดพาสต้า แซลมอนย่าง ตัวอย่างสลัดแสดงไว้ในรูปภาพ 1.3

-โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้หลายช่องทางได้แก่ โทรศัพท์ เว็บไซต์ อีเมลล์ ไลน์ มีบริการจัดส่งทั่วกรุงเทพมหานคร โดยมอเตอร์ไซค์ หรือ แท็กซี่ ค่าจัดส่งคิดตามระยะทาง



รูปภาพ 1.3 ตัวอย่างเมนูอาหารนานาชาติและสลัด

1.4 วิสัยทัศน์ (Vision)

ร้าน Healthylicious เป็นร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพแบบพร้อมส่งที่คนรักสุขภาพต้องนึกถึงเป็นอันดับแรก

1.5 พันธกิจ (Mission)

1. ผลิตอาหารเพื่อสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน ใช้วัตถุดิบคุณภาพดี เมนูหลากหลาย รสชาติอร่อยตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่รักสุขภาพและต้องการลดน้ำหนัก
2. จัดส่งอาหารตรงตามสถานที่ วัน และเวลาที่นัดหมายกับลูกค้า
3. พัฒนาและปรับปรุงเมนูอาหารไปพร้อมกับความต้องการของลูกค้า

1.6 กลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Model)

ร้าน Healthylicious เลือกใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจากร้านอื่นๆโดยเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ให้บริการแบบเดลิเวอรี่ ซึ่งสามารถตอบโจทย์การใช้ชีวิตคนเมืองในปัจจุบัน เมนูมีทั้งอาหารไทย และ อาหารนานาชาติ ให้เลือกหลากหลาย ใช้วัตถุดิบมีคุณภาพ รสชาติอร่อย ครอบคลุม

พื้นที่จัดส่งทั่วกรุงเทพมหานคร ตรงเวลา และไม่มีขั้นต่ำในการสั่งซื้อ โดยที่กลุ่มเป้าหมายคือพนักงานออฟฟิศและกลุ่มคนรักสุขภาพ เลือกใช้สื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นหลัก เช่น Facebook , Instagram , www.healthylicious.com ลูกค้าสามารถรับทราบข้อมูล ข่าวสาร เมนู ราคา ข้อมูลด้านโภชนาการ ของทางร้านได้ผ่านช่องทางเหล่านี้ ช่วงเปิดร้านเน้นใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) โดยนำอาหารไปให้กลุ่มคนรักสุขภาพตามฟิตเนสต่างๆทั่วกรุงเทพได้ลองทานและรีวิวอาหารลงบนเว็บไซต์ Facebook , Instagram ของทางร้าน และนำไปสู่การบอกต่อคนสนิทและคนรู้จัก เพื่อมาสั่งอาหารเพื่อสุขภาพกับ Healthylicious ซึ่งวิธีนี้จะทำให้ลูกค้าไว้วางใจในสินค้ามากกว่าการโฆษณา โดยร้านเปิดให้บริการจัดส่งอาหารวันจันทร์-เสาร์ เริ่มจัดส่งตั้งแต่เวลา 10.00-17.00 น. โดยลูกค้าต้องสั่งอาหารล่วงหน้า 1 วัน

1.7 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)

- เป้าหมายระยะสั้น 1 ปี

สร้างสินค้าให้เป็นที่รู้จัก โดยสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) สร้างรายได้ 3 ล้านบาทตั้งแต่ปีแรก และมีอัตราการเติบโตของรายได้อย่างน้อยปีละ 20% อัตรากำไรสุทธิ 20% ของรายได้

- เป้าหมายระยะกลาง 2-3 ปี

เพิ่มเมนูเครื่องดื่ม ขนมและเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ พร้อมทั้งขยายเส้นทางการจัดส่งให้ครอบคลุมปริมณฑลได้แก่ สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี

- เป้าหมายระยะยาว 5 ปี

เพิ่มโอกาสทางการตลาดโดยรับจัดแคทเธอริ่งในงานต่างๆเช่น งานเลี้ยง งานสัมมนา งานทำบุญต่าง ๆ

บทที่ 2
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

2.1 ธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่

ปัจจุบันร้านอาหารเดลิเวอรี่ในประเทศมีจำนวนประมาณ 3,720 ร้าน/สาขา โดยแบ่งเป็นร้านอาหารเดลิเวอรี่ขนาดเล็ก ร้อยละ 92 และร้านอาหารเดลิเวอรี่ขนาดใหญ่มีเพียงร้อยละ 8 ธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่ขนาดเล็กมีมูลค่าตลาด 16.4 พันล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 70 ของมูลค่าตลาดรวม มีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 1.8 ต่อปี ประเภทของอาหารเดลิเวอรี่ในประเทศไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1. **อาหารปิ่นโต** เป็นอาหารที่คนไทยรู้จักคุ้นเคยเป็นอย่างดีในอดีต และในปัจจุบันเริ่มกลับมาได้ความนิยมเพิ่มขึ้น ตามไลฟ์สไตล์ของคนในสังคมเมืองที่ต้องใช้ชีวิตเร่งรีบ ไม่มีเวลาทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน โดยผู้ประกอบการจะมีรายการอาหารให้ลูกค้าเลือกในแต่ละวัน ระดับราคาจะแตกต่างกันตามจำนวนและประเภทของอาหาร แต่จะมีการกำหนดจำนวนวันในการสั่งขั้นต่ำให้บริการ 3 มื้อ ทั้งเช้า กลางวัน และเย็น เพื่อรองรับกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย ข้อได้เปรียบของผู้ประกอบการกลุ่มนี้คือ มีความเสี่ยงต่ำ เนื่องจากมีการเก็บค่าใช้จ่ายล่วงหน้า

2. **อาหารตามสั่ง** เป็นการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจของตัวเอง ด้วยการให้บริการส่งอาหารในพื้นที่ใกล้เคียง โดยร้านอาหารนี้มักตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัยอย่างคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์ และอาคารสำนักงาน

3. **อาหารอื่นๆ** เมื่อธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการหลายรายจึง มองเห็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจร้านอาหาร ด้วยการเพิ่ม/ ขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านทางเดลิเวอรี่ เช่น อาหารทะเล อาหารกลุ่ม Clean food (อาหารที่ ผ่านกระบวนการแปรรูปและการปรุงแต่งน้อย เน้นความเป็นธรรมชาติของอาหาร) อาหารญี่ปุ่น เค้กและเบเกอรี่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมไปถึงวัตถุดิบในการประกอบอาหารด้วย อย่างผักปลอด สารพิษ เป็นต้น

2.2 สภาพตลาดอาหารเดลิเวอรี่

อาหารเดลิเวอรี่มีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากอาหารเดลิเวอรี่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคสังคมเมือง ที่ใช้ชีวิตแบบเร่งรีบจนไม่มีเวลาทำอาหารรับประทานเอง รวมทั้งการจราจรหนาแน่นทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางมาก และในปัจจุบันอาหารเดลิเวอรี่ก็มีให้เลือกเป็นจำนวนมาก มีช่องทางการสั่งซื้อหลายทางทั้งทางโทรศัพท์ ทางออนไลน์ สะดวกสบาย แต่ร้านอาหารเดลิเวอรี่ขนาดเล็กมีการเข้าออกธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เสียเปรียบร้านอาหารเดลิเวอรี่ขนาดใหญ่ด้านเงินทุนหมุนเวียน ทำให้มีข้อจำกัดในการทำการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่ได้เปรียบในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เฉพาะเจาะจง และความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับลูกค้ามากกว่า

2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมอาหารเดลิเวอรี่โดยใช้ Five Forces Models

- คู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)

ร้านอาหารเดลิเวอรี่นั้นคู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย อุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจต่ำ เนื่องจากต้นทุนในการทำธุรกิจต่ำ การผลิตสินค้าจำนวนมากไม่ทำให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) เหมือนธุรกิจอื่น เนื่องจากต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนผันแปรเช่น วัตถุดิบ

- คู่แข่งภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry within an Industry)

ร้านอาหารเดลิเวอรี่ปัจจุบันมีมูลค่าตลาดอยู่ในเกณฑ์สูง รวมทั้งมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก ทำให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด โดย ร้าน Healthylicious สร้างความแตกต่างโดยเป็นร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ ที่มีทั้งอาหารไทย และอาหารนานาชาติ คัดสรรเมนูที่ดีต่อสุขภาพและรสชาติอร่อย

- อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers)

ผู้ซื้อมีอำนาจต่อลองสูงเนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคอาหารหลากหลาย เช่น ร้านอาหารทั่วไป ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ร้านสะดวกซื้อ อาหารสำเร็จรูป ทำอาหารรับประทานเอง ต้นทุนในการเปลี่ยนตราสินค้า (Switching cost) ต่ำ

- อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองต่ำเนื่องปัจจุบันมีผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพเป็นจำนวนมาก

- ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

สินค้าทดแทนอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่อยู่ในระดับสูง เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการร้านอาหารทั่วไปซึ่งมีจำนวนมาก อาหารเดลิเวอรี่แบบอื่น เช่น พิซซ่า สุกี้ ไก่ทอด และอาหารพร้อมรับประทานที่วางจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อ

จากการการวิเคราะห์อุตสาหกรรมอาหารเดลิเวอรี่โดยใช้ Five Forces Models พบว่าปัจจัยต่างๆส่วนใหญ่เป็นผลลบกับอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ แต่ด้วยจุดขายโดยการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ร้าน Healthylicious จึงเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน

2.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis)

- การเมืองและกฎหมาย

สภาวะทางการเมืองและกฎหมายสามารถสร้างทั้งโอกาสและอุปสรรคให้กับธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่เพราะมีปัจจัยของภาครัฐเป็นตัวหนุนในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

- สภาวะเศรษฐกิจ

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2558 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.0-4.0 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐที่ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง การใช้จ่ายและการลงทุนของภาคเอกชนที่ปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ ในภาวะที่ความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจและแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดี การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะต่อเนื่องในช่วงที่เหลือของปี การผลิตภาคอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นและ ราคาน้ำมันยังอยู่ในระดับต่ำซึ่งเพิ่มอำนาจซื้อและเอื้ออำนวยต่อการดำเนินนโยบายการเงินผ่อนคลายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่

- ค่านิยมในสังคม

กระแสการรักสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจการออกกำลังกาย และเลือกทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย รวมทั้งการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ การจราจรติดขัด ใช้เวลาในการเดินทางนาน ทำให้ไม่มีเวลาทำอาหารที่ดีต่อสุขภาพรับประทานเอง ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่

- เทคโนโลยี

เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันมักหาข้อมูลในอินเตอร์เนท ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ทำให้ธุรกิจหลายๆอย่างเลือกใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ นำเสนอสินค้า เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภค หรือทำการซื้อขาย

จากการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกพบว่าปัจจัยต่างๆได้แก่ การเมืองและกฎหมาย สภาวะเศรษฐกิจ ค่านิยมในสังคมและเทคโนโลยี ส่งผลกระทบทางบวกกับอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพแบบเดลิเวอรี่

2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis)

- การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

จุดแข็ง

1. เป็นอาหารกล่องเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ พิถีพิถันในการคัดสรรวัตถุดิบ คัดเลือกเมนูอาหาร รสชาติดี
2. แต่ละเมนูมีสูตรการปรุงที่เป็นมาตรฐาน ทำให้รสชาติอร่อยเหมือนเดิมทุกครั้ง
3. ระบุจำนวนแคลอรี่ของอาหารแต่ละเมนู เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานได้ตรงความต้องการ
4. เป็นร้านที่ให้บริการเดลิเวอรี่ ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการทานอาหารเพื่อสุขภาพ รสชาติดี แต่ไม่มีเวลาทำอาหารรับประทานเองได้

จุดอ่อน

1. เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่เปิดใหม่ ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค
2. ร้านอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่เปิดใหม่ จำนวนลูกค้ายังไม่เยอะ ทำให้วัตถุดิบบางอย่างไม่สามารถซื้อในปริมาณมากได้ อาจทำให้ต้นทุนสูง
3. สถานที่ตั้งอยู่ไกลจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

โอกาส

1. อาหารเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต ธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่จึงมีโอกาสในการประสบความสำเร็จ
2. ผู้บริโภคหันมาสนใจดูแลสุขภาพมากขึ้น จึงให้ความสำคัญกับการเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ
3. การใช้ชีวิตเร่งรีบทำให้ผู้บริโภคไม่มีเวลาทำอาหารรับประทานเอง ธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่จึงเป็นธุรกิจที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า

อุปสรรค

1. ผู้บริโภคบางกลุ่มรู้สึกว่าอาหารเพื่อสุขภาพไม่อร่อย

2. มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ต้องพยายามสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งให้ได้

2.6 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitors Analysis)

ปัจจุบันร้านอาหารที่ให้บริการเดลิเวอรี่ที่อยู่ในกรุงเทพมหานครมีจำนวนมาก แต่ที่เป็นคู่แข่งทางตรงคือร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ให้บริการเดลิเวอรี่ประกอบไปด้วย

1. สิริกร เดลิเวอรี่

ธุรกิจอาหารปิ่นโต มีเมนูให้เลือกหลากหลายและมีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ ให้บริการจัดส่งทั้งช่วง เช้า กลางวัน และเย็น ย่านฝั่งธนบุรี ราคา 80-160 บาทโดยมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มครอบครัวและพนักงานบริษัท

2. My Home

เป็นร้านอาหารสุขภาพและฟาร์มผักสลัด บรรยากาศสบายๆหลากหลายมุมให้ เลือกนั่งพักผ่อน บริการอาหาร เครื่องดื่ม กาแฟสด ฟาร์มผักสลัด"ไฮโดรโปนิกส์"เพื่อสุขภาพ มีบริเวณกว้างขวาง มีสนามให้เด็กๆเล่น มุมพักผ่อนริมน้ำ มุมส่วนตัวในห้องปรับอากาศ" มีฟาร์มผักสลัดไฮโดรโปนิกส์อยู่ในบริเวณร้าน ลูกค้าสามารถเลือกชมและซื้อผักสลัดสดจากฟาร์มได้ด้วยตนเอง ราคา 60-185 บาท กลุ่มเป้าหมายคือครอบครัววัยรุ่น ที่หลงใหลในอาหารสุขภาพ ร้านอยู่เขตดอนเมือง มีบริการจัดส่งเฉพาะพื้นที่ใกล้เคียง คิดค่าส่งตามระยะทาง

3. Healthy Tasty Delivery

เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีโปรแกรมให้เลือกหลากหลายกว่าร้านทั่วไป โดยมีนักโภชนาการคำนวณแคลอรี่และปริมาณของวัตถุดิบให้เหมาะสมกับชีวิตประจำ วันของผู้ทานทั้งน้ำหนักส่วนสูง และ กิจกรรมการทำงานของแต่ละคน ราคาของทุกโปรแกรมจะอยู่ที่ 2,300 บาทสำหรับ 5 วัน และในแต่ละวันทางร้านจะจัดรายการอาหารให้วันละ 3 มื้อที่มาพร้อมกับของว่างอย่างสลัดหรือผลไม้รวมวันละ 1 กล่อง และขนมแบบไม่มีส่วมผสมของแป้งสัปดาห์ละ 1 กล่อง โดยจะจัดส่งให้ในทุก ๆ เช้าเพื่อความสดใหม่ของอาหาร กับค่าจัดส่งทุกระยะทางที่ราคา 500 บาทต่อสัปดาห์

4. DJ Poom Menu

เป็นร้านอาหารที่ทุกเมนูคลีน ดีต่อสุขภาพ เหมาะกับคนที่คุมอาหารและลดน้ำหนัก โดยดีเจภูมิ มีหน้าร้านอยู่ที่สาขาพระราม 6 ราคาอาหารเฉลี่ย 100 บาท มีบริการจัดส่งทั่วกรุงเทพมหานคร คิดค่าจัดส่งตามระยะทาง

5. ร้านข้าวหอมปิ่นโต

เป็นร้านอาหารคลีนฟู้ดในรูปแบบอาหารปิ่นโตเดลิเวอรี่ ปรุงน้อย ใช้ความหวาน เค็ม จากวัตถุดิบธรรมชาติ เช่น ความเค็มจากเกลือ ความหวานจากผัก ผลไม้ และจะใช้วัตถุดิบสดๆ ที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ ทั้งสิ้น ราคาอาหาร จัดเป็นเซต 1 สัปดาห์ 2,000 บาท ได้อาหาร 3 เมนูต่อวัน ค่าจัดส่งคิดตามระยะทาง

6. ร้าน TipTop คลีนฟู้ด delivery

ร้านอาหารคลีนฟู้ดที่ไม่มีหน้าร้าน ปรุงด้วยวัตถุดิบสด สะอาด ไร้สารเคมี-ผงชูรส-ซุปก้อน โซเดี่ยมต่ำ ไขมันน้อย น้ำตาล Half Calorie พร้อมข้าวไรส์เบอรี่และผักต้มสุกหลากหลายชนิด ราคาอาหารเฉลี่ย 100 บาท คิดค่าจัดส่งตามระยะทาง

จากการวิเคราะห์คู่แข่งพบว่าทุกร้านเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพเหมือนกัน ดังนั้นต้องคัดสรรเมนูเพื่อสุขภาพที่มีความแต่งต่างจากเมนูร้านอื่นๆ และทุกร้านให้บริการแบบเดลิเวอรี่ โดยคิดค่าจัดส่งตามระยะทางจริง ดังนั้นจึงควรมีจุดกระจายสินค้าหลายที่เพื่อทำให้ค่าจัดส่งมีราคาต่ำกว่าร้านอื่นๆซึ่งจะทำให้ลูกค้าเลือกที่จะสั่งอาหารกับทางร้านมากขึ้น

บทที่ 3
แผนการดำเนินงาน

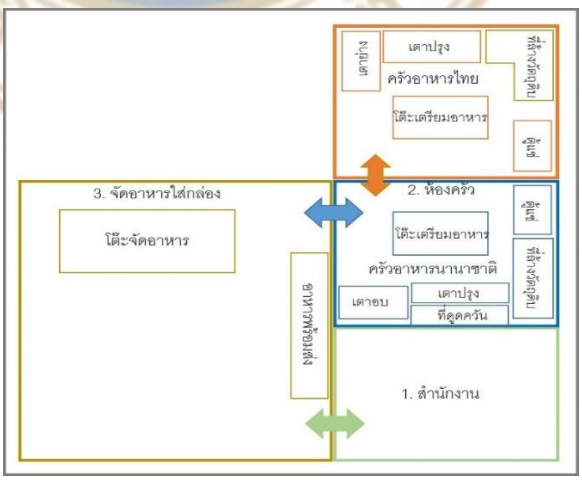
3.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

ร้าน Healthylicious จะดำเนินการขอจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท โดยมีรายนามคณะกรรมการบริษัทดังนี้

1. นางสมบูรณ์ จันทร์ป้อง
2. น.ส. ปวริศา จันทร์ป้อง
3. น.ส. วิภาวดี เพชรดี

3.2 สถานที่ตั้ง (Location)

ร้าน Healthylicious เป็นร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพแบบเดลิเวอรี่ โดยไม่มีหน้าร้าน ตั้งอยู่ที่ 101/153 ถ.วัดศรีวารีน้อย ต.ศีรษะจระเข้น้อย อ.บางเสาธง จ.สมุทรปราการ เป็นบ้านเดี่ยว 2 ชั้น พื้นที่ 50 ตารางวา ใช้ชั้น 1 เป็นสำนักงานและที่จัดเตรียมปรุงอาหาร โดยมีการแบ่งพื้นที่ดังแสดงในรูปภาพ 3.1



รูปภาพ 3.1 การแบ่งสัดส่วนพื้นที่

ส่วนที่ 1 สำนักงาน

บริเวณนี้เป็นห้องสำนักงานที่ใช้สำหรับรับออเดอร์ลูกค้า จัดเตรียมข้อมูลสถานที่จัดส่ง ยืนยันการชำระเงิน อัพเดทเมนูอาหารประจำสัปดาห์ขึ้นเว็บไซต์ร้าน

ส่วนที่ 2 ห้องครัว

บริเวณนี้ใช้สำหรับจัดเตรียมและปรุงอาหาร โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ครัวอาหารไทย และครัวอาหารนานาชาติ

ครัวไทย เป็นครัวที่อยู่ด้านนอก อากาศถ่ายเทสะดวก ซึ่งประกอบไปด้วยโต๊ะเตรียมอาหาร เตาปรุงอาหาร เตาย่าง เครื่องปรุงอาหาร และอุปกรณ์เครื่องครัว

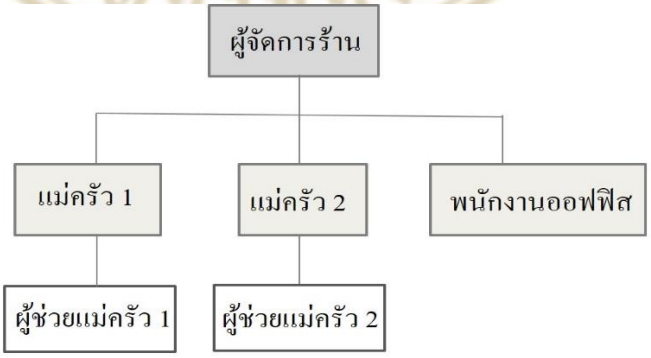
ครัวอาหารนานาชาติ เป็นครัวที่อยู่ด้านใน ซึ่งประกอบไปด้วยโต๊ะเตรียมอาหาร ตู้แช่อาหาร เตาปรุงอาหาร เตาอบ ตู้ดูดควัน เครื่องปรุงและอุปกรณ์เครื่องครัว

ส่วนที่ 3 จัดอาหารใส่กล่อง

บริเวณนี้ใช้สำหรับจัดเตรียมอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วใส่กล่อง ติดสายคาดกล่องอาหาร จัดใส่ถุงตามรายการการสั่งซื้อที่ได้รับ และเตรียมจัดส่งอาหาร

3.3 โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของร้าน Healthylicious ประกอบด้วย ผู้จัดการร้าน จำนวน 1 ตำแหน่ง แม่ครัว จำนวน 2 ตำแหน่ง พนักงานออฟฟิส จำนวน 1 ตำแหน่ง และ ผู้ช่วยแม่ครัว จำนวน 2 ตำแหน่ง ดังที่แสดงในรูปภาพ 3.2



รูปภาพ 3.2 โครงสร้างองค์กร

3.4 หน้าที่และความรับผิดชอบงานในแต่ละฝ่าย

3.4.1 ผู้จัดการร้าน

คุณสมบัติ

1. เพศหญิง อายุ 30-45 ปี
2. การศึกษาระดับปริญญาตรี
3. ประสบการณ์บริหารร้านอาหาร 3-5 ปี
4. บุคลิกภาพและอัธยาศัยดี

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. วางแผนการตลาด
2. ประสานงาน สื่อสารข้อมูล นโยบาย คำสั่ง ไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา
3. รายงานยอดขาย ปัญหาที่พบและการแก้ไข และข้อมูลต่างๆต่อผู้บริหาร
4. รายงานสรุปค่าใช้จ่าย และรายงานอื่นๆตามที่กำหนด

3.4.2 แม่ครัว

คุณสมบัติ

1. มีประสบการณ์ด้านการปรุงอาหารไม่ต่ำกว่า 5 ปี
2. มีสุขอนามัยที่ดี รักความสะอาด

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. ปรุงอาหารให้ถูกต้องตามหลักสุขอนามัย
2. ตรวจเช็ค และแจ้งปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการแก่ผู้จัดการร้าน
3. ทำความสะอาดเตาปรุงอาหาร และอุปกรณ์ในครัว

3.4.3 ผู้ช่วยแม่ครัว

คุณสมบัติ

1. มีประสบการณ์ด้านการปรุงอาหารไม่ต่ำกว่า 1 ปี
2. มีสุขอนามัยที่ดี รักความสะอาด

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. ช่วยแม่ครัวเตรียมวัตถุดิบในการทำอาหาร
2. ตักอาหารและแพคใส่กล่องเพื่อเตรียมส่งให้ลูกค้า

3. ทำความสะอาดอุปกรณ์ครัวและห้องครัว

3.4.4 พนักงานออฟฟิศ

คุณสมบัติ

1. เพศหญิง อายุ 25-40 ปี
2. การศึกษาระดับปริญญาตรี
3. มีทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี
4. อัธยาศัยดี รักงานบริการ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. รับออเดอร์ ยืนยันออเดอร์ และ ยืนยันการชำระเงินกับลูกค้าทางโทรศัพท์ อีเมลล์ เฟสบุ๊ค และไลน์
2. ให้ข้อมูลเมนูอาหาร ราคาอาหาร และโปรโมชั่นกับลูกค้า
3. อัพเดทเมนูอาหาร รูปอาหาร ตามที่ได้รับมอบหมาย และตอบความคิดเห็นลูกค้าในเฟสบุ๊ค และ ไลน์
4. สรุปยอดการสั่งซื้ออาหาร จำนวนเมนู จำนวนอาหาร หลักฐานการชำระเงินประจำวันให้กับผู้จัดการ

3.5 รูปแบบการให้บริการ

ร้าน Healthylicious เป็นร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพแบบเดลิเวอรี่ ดังนั้นรูปแบบการให้บริการของทางร้าน จะเป็นแบบเดลิเวอรี่อาหารเพื่อสุขภาพเท่านั้น โดยทางร้านจะมีพนักงานดูแลการให้ข้อมูลเมนูอาหาร ราคา โปรโมชั่น และตอบคำถามลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์และทางออนไลน์ รับรายการอาหารที่สั่ง แจ้งยอดชำระเงินและคำนวณค่าจัดส่งตามระยะทางให้กับลูกค้า ยืนยันการสั่งซื้อหลังจากได้รับหลักฐานการชำระเงินจากลูกค้า พร้อมนัดหมายสถานที่ วัน และเวลาที่จัดส่ง

3.6 กระบวนการการให้บริการ (Service Process)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจการใช้บริการอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่คือคุณภาพอาหารรสชาติที่ดีและส่งอาหารตรงเวลา ดังนั้นร้าน Healthylicious จึงให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกพนักงาน คัดเลือกวัตถุดิบ คัดเลือกเมนู การปรุงอาหาร การดำเนินการตั้งแต่รับออเดอร์ จนถึงส่ง

มอบอาหารถึงมือลูกค้ากระบวนการการให้บริการของร้าน Healthylicious ประกอบไปด้วย 4 กระบวนการหลัก คือ การให้ข้อมูลเมนูอาหารและราคา การรับและยืนยันออเดอร์ การปรุงอาหาร การจัดส่งอาหาร โดยรายละเอียดของแต่ละกระบวนการให้บริการเป็นดังนี้

ส่วนที่ 1 กระบวนการให้ข้อมูลเมนูอาหารและราคา

ในส่วนที่ 1 ประกอบด้วยการให้บริการข้อมูลลูกค้าเกี่ยวกับเมนูอาหาร ราคา โปรโมชั่นประจำเดือน โดยกระบวนการในส่วนที่จะเริ่มต้นด้วยการที่ลูกค้าโทรศัพท์เข้ามาที่ร้าน พนักงานรับสายด้วยน้ำเสียงไพเราะ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้ถึงความเต็มใจที่จะให้บริการเป็นอย่างดี ให้ข้อมูลตรงตามความต้องการของลูกค้า แนะนำเมนูอาหาร แจ้งโปรโมชั่นประจำเดือนและส่วนลดต่างๆ โดยรายละเอียดในแต่ละกระบวนการเป็นดังนี้

การกระบวนการให้ข้อมูลเมนูอาหารและราคา

กรณี 1 ลูกค้าติดต่อมาทางโทรศัพท์

1. พนักงานรับโทรศัพท์และกล่าว “ ร้าน Healthylicious สวัสดีค่ะ”

2. พนักงานให้ข้อมูลเมนูอาหารตามที่ลูกค้าต้องการ พร้อมแจ้งราคาแต่ละเมนู แจ้งโปรโมชั่น ส่วนลด เงื่อนไขการสั่งซื้อ ให้ลูกค้าได้รับทราบ หากลูกค้าต้องการรายละเอียดเมนูอาหาร ราคา โปรโมชั่น ทางอีเมลล์ให้ขอชื่ออีเมลล์และส่งรายละเอียดให้ลูกค้า

กรณี 2 ลูกค้าติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์ (Facebook , Line , Instagram)

พนักงานพิมพ์ทักทายลูกค้า “ ร้าน Healthylicious สวัสดีค่ะ” และพิมพ์ตอบคำถามที่ลูกค้าสงสัยและลงท้ายด้วยคำว่า “ค่ะ” ทุกครั้ง หากลูกค้าต้องการรายละเอียดเมนูอาหาร ราคา โปรโมชั่น เงื่อนไขการสั่งซื้อ ให้ขอชื่ออีเมลล์และส่งรายละเอียดให้ลูกค้า

ส่วนที่ 2 การรับและยืนยันออเดอร์

ในส่วนที่ 2 ประกอบด้วยการรับออเดอร์ การคำนวณค่าจัดส่ง แจ้งยอดชำระเงิน ช่องทางการชำระเงิน นัดหมายวัน เวลา สถานที่จัดส่งอาหาร และยืนยันการชำระเงิน

หลังจากที่ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลเมนูอาหาร ราคา โปรโมชั่นและเงื่อนไขในการสั่งซื้อแล้ว และต้องการสั่งซื้ออาหาร ลูกค้าก็จะสั่งอาหารกับพนักงานซึ่งลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้ทั้งทางโทรศัพท์และอีเมลล์ โดยการแจ้งเมนู จำนวนกล่อง แจ้งสถานที่ วัน และเวลา สำหรับจัดส่งอาหาร เมื่อพนักงานได้รับการสั่งซื้อ ทวนรายการที่ลูกค้าสั่งเพื่อยืนยันความถูกต้อง แจ้งยอดเงินรวมค่าจัดส่ง ช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้าได้ทราบ และออกใบสั่งซื้อให้กับลูกค้าโดยส่งทางอีเมลล์ เมื่อลูกค้าโอนเงินชำระค่าอาหารแล้วสามารถส่งหลักฐานให้พนักงานได้ทางอีเมลล์ พนักงานจะส่งอีเมลล์ยืนยันการสั่งซื้อและใบเสร็จรับเงิน หลังจากนั้นพนักงานจะพิมพ์สรุปรายการสั่งซื้อจากลูกค้าทั้งหมด และปริมาณ

วัตถุดิบที่ต้องใช้ให้กับแม่ครัว เพื่อซื้อวัตถุดิบและปรุงอาหารตามวันที่ได้มีการนัดหมายจัดส่งอาหารกับลูกค้าไว้

ส่วนที่ 3 การปรุงอาหาร

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วยการจัดเตรียมวัตถุดิบและปรุงอาหาร โดยส่วนนี้แม่ครัวจะเป็นผู้จัดเตรียมวัตถุดิบและปรุงอาหารตามที่ได้รับรายการสั่งซื้อของลูกค้าทั้งหมด พร้อมทั้งจัดอาหารใส่กล่อง จัดใส่ถุงเพื่อรอการจัดส่งให้กับลูกค้า

ส่วนที่ 4 การจัดส่งอาหาร

ส่วนที่ 4 ประกอบด้วยการจัดส่งอาหาร โดยพนักงานจัดส่งอาหารจะได้รับใบรายชื่อลูกค้าและสถานที่จัดส่งอาหาร ตรวจสอบรายละเอียดอาหารก่อนที่จะออกส่ง การจัดส่งอาหารจะเริ่มตั้งแต่ 10.00 น.โดยส่งอาหารให้ลูกค้าที่ใกล้ที่สุดก่อน โทรแจ้งลูกค้าก่อนไปถึงสถานที่ส่ง 1 ชั่วโมง เมื่อพบลูกค้ากล่าว “สวัสดีครับ” ตรวจสอบรายการอาหารให้ถูกต้องและส่งมอบให้กับลูกค้า ลูกค้าเซ็นต์รับอาหาร และกล่าวคำขอบคุณ

บทที่ 4
แผนการตลาด

4.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

4.1.1 แบ่งตามลักษณะภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) โดยแบ่งเป็น

- ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- ประชากรที่อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด

4.1.2 แบ่งตามลักษณะเกณฑ์ของประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) โดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์แบ่งกลุ่มเนื่อง จาก รายได้น่าจะเป็นตัวแปรสำคัญในการเลือกทานอาหารของคนกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ดังนี้

- ประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน
- ประชากรที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน
- ประชากรที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป

4.1.3 แบ่งตามพฤติกรรมของผู้บริโภค (Behavioral Segmentation) สามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ดังนี้

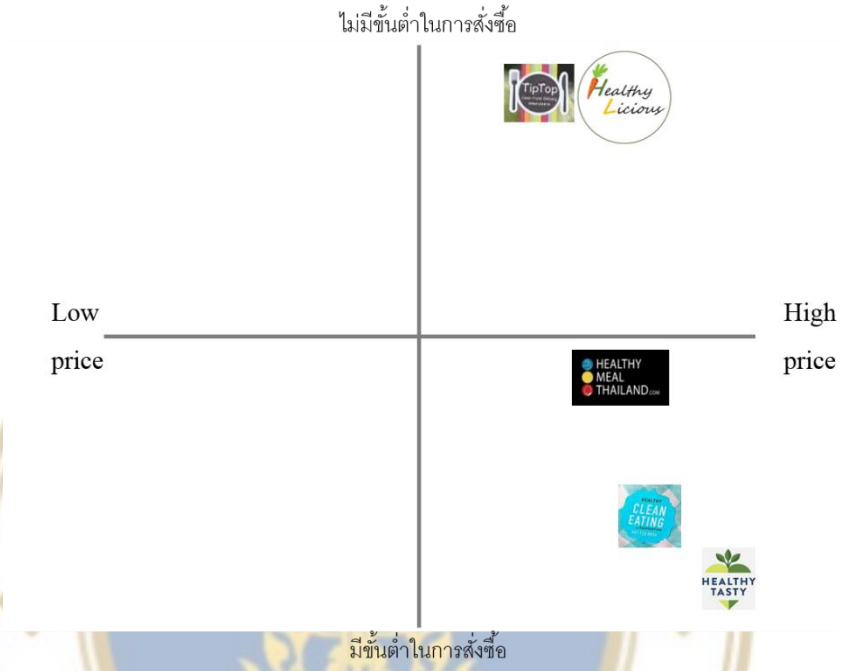
- ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ (Health-Conscious)
- ผู้บริโภคที่ไม่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ (Non-Health-Conscious)

4.2 การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)

กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไปและเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ

4.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

ร้าน Healthylicious เลือกวางตำแหน่งตัวเองในรูปแบบร้านอาหารเดลิเวอรี่เพื่อสุขภาพที่มีคุณภาพ ให้ความสำคัญในการคัดสรรวัตถุดิบ วิธีการปรุงอาหาร รสชาติดี ในราคาที่สมเหตุสมผล และไม่มีขั้นต่ำในการสั่งซื้อ ดังแสดงในรูปภาพ 4.1



รูปภาพ 4.1 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด

4.4.1 กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ (Product and Service Strategy)

ร้าน Healthylicious เลือกใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Product Differentiate) ให้กับสินค้าและบริการของร้านดังต่อไปนี้

- รายการอาหารหลากหลาย เพื่อให้ตรงความต้องการของลูกค้า โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ดังต่อไปนี้

- อาหารไทยเพื่อสุขภาพ ตัวอย่างเมนูอาหารไทยเช่น ไข่ยัดไส้อกไก่สับเห็ดหอม , สันในไก่ย่างสมุนไพรน้ำจิ้มแจ่ว , ปลาแซลมอนย่างซอสเขียวหวาน , ยำสันในหมูเห็ดรวม , น้ำพริกกุ้งสดไข่ม้วน เป็นต้น บรรจุในกล่องอาหารที่สามารถเข้าไมโครเวฟได้ เสิร์ฟพร้อม ข้าวไรซ์เบอรี่ ผักนึ่งหรือผักสด และ ผลไม้สด

- อาหารนานาชาติ แคลอรี่ต่ำ เมนูอาหารนานาชาติเช่น สเต็กสันนอกหมู บราวน์ซอส มันบด , สปาเก็ตตี้ผัดพริกแห้งปลาแซลมอนย่าง , อกไก่อบซอสเกรวี่เห็ด มันบด เป็นต้น บรรจุในกล่องอาหารที่สามารถเข้าไมโครเวฟได้ เสิร์ฟพร้อม ผักนึ่ง ผลไม้สด

- สลัด ตัวอย่างเมนูเช่น สลัดผักสดออร์แกนิกส์ ปลาแซลมอนย่าง , สลัดพาสต้า แซลมอนย่าง , สลัดผักรวมย่าง ปลาแซลมอนย่าง โดยเมนูอาหารเปลี่ยนไปทุกเดือน ลูกค้าสามารถเลือกสั่งเมนูอาหารที่ชอบได้โดยไม่มีขั้นต่ำในการสั่งซื้อ

- ร้าน Healthylicious เป็นร้านอาหารกล่องเดลิเวอรี่เพื่อสุขภาพ จึงคัดสรรวัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ เลือกใช้เนื้อสัตว์ส่วนที่ไขมันน้อย ปลอดภัย ไม่ใช้สารเร่ง มาประกอบอาหาร ใช้ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอรี่ แทนข้าวขาว ผักสดปลอดสารพิษ ไม่ใส่ผงชูรส และอาหารรสชาติดี เพื่อที่ลูกค้าจะได้มีความสุขกับการทานอาหารเพื่อสุขภาพ

4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ร้าน Healthylicious จะใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาโดยคำนึงถึงองค์ประกอบหลัก 3 ประการ คือ ราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่าย ราคาสินค้าคู่แข่ง และต้นทุนของบริษัท โดยคำนึงถึง Value สินค้าที่ลูกค้ามองเห็นและยอมจ่ายเท่าไหร่และต้องไม่ต่ำกว่าราคาต้นทุนและราคาของคู่แข่ง โดยราคาขายจะใกล้เคียงกับคู่แข่ง แต่คุณภาพดีกว่า มีลักษณะเด่นที่เมนูอาหารหลากหลายกว่า และคำนวณแคลอรี่อาหารให้ทุกกล่อง ไม่มีขั้นต่ำในการสั่งซื้อ โดยร้านตัดสินใจตั้งราคาอาหารดังนี้

- เมนูไก่ ตัวอย่างเมนูเช่น สันในไก่ย่างสมุนไพร , น้ำตกอกไก่ , ไข่ยัดไส้อกไก่สับ , ราดหน้าเส้นหมี่ข้าวกล้องสันในไก่ ราคา 100 บาทต่อกล่อง

- เมนูหมู ตัวอย่างเมนูเช่น ยำสันในหมูเห็ดสามอย่าง , กระเพาสันในหมู , หมูตุ๋นเห็ดหอม , พล่าหมูย่างมะเขืออ่อน ราคา 100 บาทต่อกล่อง

- เมนูแซลมอน ตัวอย่างเมนูเช่น แซลมอนย่างซอสเขียวหวาน ,สปาเก็ตตี้ผัดพริกแห้งแซลมอนย่าง , สลัดผักสดแซลมอนย่าง ราคา 160 บาทต่อกล่อง

4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place Strategy)

- เว็บไซต์ www.healthylicious.com เป็นช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อกับทางร้านได้ สามารถดูเมนูอาหาร ราคา เมนูพิเศษประจำเดือน โปรโมชั่น วิธีการสั่งซื้อ การสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์และการชำระเงิน ซึ่งเหมาะสำหรับลูกค้าในปัจจุบัน สะดวกสบาย และประหยัดค่าใช้จ่าย

- Facebook Fan page “Healthylicious” เป็นช่องทางที่ลูกค้าจะได้รับทราบกิจกรรมและโปรโมชั่นและเมนูพิเศษประจำเดือน ที่มีการโพสต์ข้อมูลเป็นประจำ รวมทั้งลูกค้าสามารถแชทถามรายละเอียดอื่นๆได้

- Healthylicious เป็นร้านอาหารกล่องเพื่อสุขภาพแบบเดลิเวอรี่ โดยบริการจัดส่งอาหารตามที่ลูกค้าต้องการ ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการจัดส่งทั่วกรุงเทพมหานคร 50 เขต และปริมณฑล โดยค่าจัดส่งอาหารคิดตามระยะทางจริงโดยเริ่มต้นที่ 50 บาท โดยร้านเปิดให้บริการส่งอาหารวันจันทร์-เสาร์ ตั้งแต่เวลา 10.00-17.00 น. ปิดให้บริการส่งอาหารทุกวันอาทิตย์

4.4.4 กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

ร้าน Healthylicious เลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) เพื่อต้องการให้การสื่อสารสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและสร้างความเข้าในสินค้าและการบริการของ Healthylicious โดยครอบคลุมระยะเวลา 2 ปี หลังจากนั้นจะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้เหมาะกับสถานการณ์ในขณะนั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาด

- โฆษณา (Advertising)

1.จัดทำเว็บไซต์ของร้านตั้งแต่ก่อนเปิดร้าน 1 เดือน เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ทราบถึงข้อมูลของทางร้าน เมนูอาหาร ราคา โปรโมชั่น ส่วนลดต่างๆ เวลาเปิดทำการ วิธีการสั่งซื้อและชำระเงิน ซึ่งลูกค้าสามารถสั่งซื้ออาหารผ่านทางหน้าเว็บไซต์ได้โดยตรง

2.จัดทำ Facebook Fanpage และ Instagram เพื่ออัพเดทข้อมูลของทางร้านให้ลูกค้าได้ทราบ เช่น เมนูอาหาร รูปอาหาร ข้อมูลอาหารโปรโมชั่น และลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลกับพนักงานได้

3.ลงโฆษณาทาง Facebook และ Google ตั้งแต่ก่อนเปิดร้าน 1 เดือนเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รู้จักก่อนที่ร้านจะเปิด

- โปรโมชั่น (Promotion)

1.ทำโปรโมชั่นพิเศษสำหรับช่วงเปิดร้านใหม่ ส่วนลด 20% เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้า เกิดการตัดสินใจซื้อ และทดลองสั่งอาหาร โดยมีระยะเวลา 1 เดือน

2.ฟรีค่าจัดส่งสำหรับลูกค้าที่สั่งอาหารมูลค่า 2,000 บาทขึ้นไป

- การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

แผ่นพับ ซึ่งประกอบด้วย เมนูและรูปอาหาร ราคา วันและเวลาเปิดทำการ วิธีการสั่งซื้อและชำระเงิน ซึ่งจะนำไปแจกฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือแผนกต้อนรับตามออฟฟิศต่างๆในกรุงเทพที่มีบริษัท

เป็นจำนวนมาก เช่น สุขุมวิท พหลโยธิน สีลม สาทร พระราม 4 เป็นต้น หรือแนบไปกับอาหารที่ลูกค้าสั่งซื้อ

- การตลาดแบบปากต่อปาก (Word of mouth)

นำอาหารของร้าน Healthylicious ให้กลุ่มรักสุขภาพตามฟิตเนสต่างๆในกรุงเทพและกลุ่มเพื่อนที่รักสุขภาพได้ลองรับประทานอาหาร และรีวิวคุณภาพและรสชาติของอาหาร ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและทำให้กลุ่มลูกค้าเกิดไว้ใจในคุณภาพและรสชาติของอาหารและนำไปสู่การบอกต่อคนสนิทและคนรู้จักต่อไป

- เป้าหมายทางการตลาด

- เป้าหมาย 1 ปี

1. สร้างยอดขาย 3 ล้านบาทตั้งแต่ปีแรก
2. ทำกำไรให้ได้ 20 % ตั้งแต่ปีแรก

- เป้าหมาย 3 ปี

1. มีกำไรเติบโตอย่างต่อเนื่อง 25% ต่อปี
2. มียอดสั่งซื้อ 200 กล่องต่อวันขึ้นไป

บทที่ 5
แผนการเงิน

5.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

การลงทุนเริ่มต้น บริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส กำจัด ต้องใช้เงินลงทุนเบื้องต้น 600,000 บาท ในปีที่ 1 ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในส่วนสิ่งปลูกสร้าง ตกแต่ง เครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องครัว โดยแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนแสดงในตาราง 5.1

ตาราง 5.1 เงินลงทุนเริ่มต้นกิจการ (ปีที่ 0)

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ค่าปรับปรุงที่ดิน	-	-	-
สิ่งปลูกสร้างและตกแต่ง	200,000	200,000	-
เครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องครัว	106,450	106,450	-
ยานพาหนะ	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	75,000	75,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	15,000	15,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	156,000	156,000	-
รวม (บาท)	**552,450**	**552,450**	**-**

5.2 นโยบายทางการเงิน

- มีการสำรองเงินทุนหมุนเวียน 3 เดือนล่วงหน้า

- แหล่งที่มาของเงินทุน หุ้นสามัญ 100 % มูลค่า 600,000 บาท โดยปันผลจากกำไรสุทธิ ปีละ 1 ครั้ง นโยบายการจ่ายเงินปันผลของผู้บริหาร 5 ปี แสดงในตาราง 5.2

ตาราง 5.2 การจ่ายเงินปันผลของผู้บริหาร

ปี	1	2	3	4	5
เปอร์เซนต์	30%	30%	50%	60%	70%

5.3 สมมุติฐานทางการเงิน

5.3.1 การประมาณความสามารถในการผลิตสูงสุดต่อเดือน

ความสามารถในการผลิตสูงสุดต่อวัน ในแต่ละวันมีอาหาร 3 เมนู และมีเวลาทำอาหาร 6 ชั่วโมงก่อนเริ่มจัดส่งอาหารให้ลูกค้า แม่ครัวและผู้ช่วยแม่ครัวรวม 4 คน สามารถทำอาหารได้ 50 กล่องต่อชั่วโมง สามารถผลิตอาหารได้สูงสุดต่อวันจำนวน 300 กล่องต่อวัน ใน 1 เดือนเปิดร้าน 26 วัน คิดเป็นความสามารถในการผลิตสูงสุดต่อเดือนเท่ากับ 7,800 กล่องต่อเดือน แสดงในตาราง 5.3

ตาราง 5.3 การประมาณความสามารถในการผลิตสูงสุดต่อเดือนและต่อปี

จำนวนเมนูที่ทำต่อวัน	3 เมนูต่อวัน
จำนวนแม่ครัวและผู้ช่วยที่ทำหน้าที่ทำอาหาร	4 คน
จำนวนเวลาในการทำอาหารก่อนจัดส่งให้กับลูกค้า	6 ชั่วโมง
ความสามารถในการทำอาหารต่อชั่วโมง	50 กล่องต่อชั่วโมง
จำนวนวันที่เปิดร้านใน 1 เดือน	26 วัน
ความสามารถในการทำอาหารสูงสุดต่อเดือน	7,800 กล่องต่อเดือน
ความสามารถในการทำอาหารสูงสุดต่อปี	93,600 กล่องต่อปี

5.3.2 ประมาณการยอดขาย

การประมาณการยอดขาย ประมาณโดยการนำความสามารถในการผลิตสูงสุด 93,600 กล่องต่อปีคูณกับจำนวนร้อยละที่คาดว่าจะขายได้ต่อปี แสดงในตาราง 5.4

ตาราง 5.4 การประมาณการยอดขายต่อปี

คิดเป็นร้อยละของความสามารถในการผลิตสูงสุด	40%	50%	60%	70%	80%
ความสามารถในการผลิตสูงสุด 93,600 กล่องต่อปี	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวม (กล่องต่อปี)	37,440	46,800	56,160	65,520	74,880

5.3.3 ประมาณการรายได้

การประมาณรายได้ ประมาณได้จากการนำยอดขายที่ประมาณได้ในแต่ละปีมาคูณกับราคาขายต่อกล่อง ซึ่งทุกเมนูราคากล่องละ 100 บาท แสดงในตาราง 5.5

ตาราง 5.5 การประมาณรายได้ต่อปี

	ปีที่ 1	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**	**ปีที่ 4**	**ปีที่ 5**
ยอดขาย (กล่องต่อปี)	37,440	46,800	56,160	65,520	74,880
รายได้ต่อปี (บาท)	3,744,000	4,680,000	5,616,000	6,552,000	7,488,000

5.3.4 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้า

การประมาณต้นทุนการขายของ Healthylicious คิดเป็นไม่เกินร้อยละ 40 ของรายได้ และได้จัดทำสูตรอาหารแต่ละเมนูเพื่อแจกแจงวัตถุดิบที่ใช้เพื่อเป็นมาตรฐานการในการผลิต และสามารถคำนวณต้นทุนการขายได้ดังเช่นตัวอย่างที่แสดงในตาราง 5.6

ตาราง 5.6 การประมาณต้นทุนไก่ย่างสมุนไพรน้ำจิ้มแจ่วบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด

รายการ	**วัตถุดิบ**	**จำนวน**	**ราคาต้นทุน(บาท)**
1	ข้าวกล้องหอมมะลิ	80 กรัม	4
2	สันในไก่	80 กรัม	16
3	ตะไคร้	3 กรัม	0.50
4	รากผักชี	5 กรัม	0.40
5	พริกไทยแห้ง	0.2 กรัม	0.24
6	ซีอิ๊วขาว	10 มล.	0.61

ตาราง 5.6 การประมาณต้นทุนไก่ย่างสมุนไพรน้ำจิ้มแจ่วบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด (ต่อ)

7	น้ำปลา	10 มล.	0.68
8	พริกป่น	5 กรัม	1
9	มะนาว	10 มล.	2
10	ผักสด	50 กรัม	2
11	กล่องอาหาร 3 ช่อง	1 กล่อง	10
12	ถ้วยน้ำจิ้ม	1 ถ้วย	1
13	ช้อน-ส้อม	1 คู่	1.50
รวม			**39.93**

ดังนั้นจึงสามารถประมาณต้นทุนการผลิตร้อยละ 40 จากยอดขายที่ประมาณไว้ตามรายละเอียดที่แสดงในตาราง 5.7

ตาราง 5.7 การประมาณต้นทุนการผลิตปีที่ 1 – ปีที่ 5

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการผลิต	1,497,600	1,872,000	2,246,400	2,620,800	2,995,200

5.3.5 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขายแบ่งออกเป็น

- เงินเดือนของพนักงานแต่ละตำแหน่งมีรายละเอียดดังที่แสดงในตาราง 5.8

ตาราง 5.8 ตารางแสดงเงินเดือนของพนักงานบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด

เงินเดือน (บาท/เดือน)	**ตำแหน่ง**	**จำนวนคน**
20,000	ผู้จัดการร้าน	1
12,000	พนักงานออฟฟิศ	1
15,000	แม่ครัว	2
10,000	ผู้ช่วยแม่ครัว	2
ค่าแรงต่อปี (บาท)		**984,000**

- ค่าโสหุ้ยที่ใช้ในการผลิตมีรายละเอียดดังที่แสดงในตาราง 5.9

ตาราง 5.9 แสดงค่าโสหุ้ยที่ใช้ในการผลิตต่อปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าไฟฟ้า+น้ำ	30,000	40,000	50,000	60,000	70,000
ค่าแก๊สประกอบอาหาร	19,000	20,900	22,990	25,300	27,850
ค่าขนส่งวัตถุดิบ	56,160	56,160	56,160	56,160	56,160
รวม (บาท)	105,160	117,060	129,150	141,460	154,010

- ค่าใช้จ่ายทางการตลาดมีรายละเอียดดังที่แสดงในตาราง 5.10

ตาราง 5.10 ค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Facebook Advertisement	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750
Promotion	100,000	80,000	80,000	80,000	80,000
แผ่นพับเมนูอาหาร	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวม (บาท)	126,750	106,750	106,750	106,750	106,750

- ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารมีรายละเอียดดังที่แสดงในตาราง 5.11

ตาราง 5.11 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าบ้าน	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าไฟ-ค่าน้ำ	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400
ค่าโทรศัพท์	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
ค่าอินเตอร์เนท	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
ค่าทำบัญชี	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
รวม(บาท)	160,400	160,400	160,400	160,400	160,400

5.3.6 งบกำไรขาดทุน

- งบกำไรขาดทุนมีรายละเอียดดังที่แสดงในตาราง 5.12

ตาราง 5.12 งบกำไรขาดทุนบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด

				หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,744,000	4,680,000	5,616,000	6,552,000	7,488,000
ต้นทุนขาย					
- วัตถุดิบ	1,497,600	1,872,000	2,246,400	2,620,800	2,995,200
- แรงงานในการผลิต	984,000	984,000	984,000	984,000	984,000
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	41,290	41,290	41,290	41,290	41,290
- ค่าโสหุ้ยในการผลิต	105,160	117,060	129,150	141,460	154,010
รวมต้นทุนขาย	2,628,050	3,014,350	3,400,840	3,787,550	4,174,500
กำไรขั้นต้น	1,115,950	1,665,650	2,215,160	2,764,450	3,313,500
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	-	-	-	-	-
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	126,750	106,750	106,750	106,750	106,750
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	160,400	160,400	160,400	160,400	160,400
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	305,150	285,150	285,150	285,150	285,150
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	810,800	1,380,500	1,930,010	2,479,300	3,028,350
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	810,800	1,380,500	1,930,010	2,479,300	3,028,350
ภาษีเงินได้	121,620	276,100	386,002	495,860	605,670
กำไรสุทธิ	689,180	1,104,400	1,544,008	1,983,440	2,422,680

5.3.7 งบแสดงฐานะทางการเงิน

- งบแสดงฐานะทางการเงินมีรายละเอียดดังที่แสดงในตาราง 5.13

ตาราง 5.13 งบแสดงฐานะทางการเงินบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด

				หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	779,670	1,912,160	3,484,258	5,495,788	7,946,558
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	-	-	-	-	-
- สต็อกวัตถุดิบ	124,800	156,000	187,200	218,400	249,600
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	904,470	2,068,160	3,671,458	5,714,188	8,196,158
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
- สิ่งปลูกสร้าง	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
- เครื่องจักรอุปกรณ์	106,450	106,450	106,450	106,450	106,450
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	396,450	396,450	396,450	396,450	396,450
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	59,290	118,580	177,870	237,160	296,450
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	337,160	277,870	218,580	159,290	100,000
รวมสินทรัพย์	1,241,630	2,346,030	3,890,038	5,873,478	8,296,158
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ					
- เงินลงทุน	552,450	552,450	552,450	552,450	552,450
- กำไรสะสม	689,180	1,793,580	3,337,588	5,321,028	7,743,708
รวมส่วนของเจ้าของ	1,241,630	2,346,030	3,890,038	5,873,478	8,296,158
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	1,241,630	2,346,030	3,890,038	5,873,478	8,296,158

5.3.8 งบกระแสเงินสด

- งบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน และ งบกระแสเงินสด มีรายละเอียดดังที่แสดงในตาราง 5.14 และ ตาราง 5.15

ตาราง 5.14 งบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด

				หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	552,450	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- ยอดขาย	3,744,000	4,680,000	5,616,000	6,552,000	7,488,000
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	4,296,450	4,680,000	5,616,000	6,552,000	7,488,000
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	396,450	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	2,586,760	2,973,060	3,359,550	3,746,260	4,133,210
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ -ไม่รวมค่าเสื่อม	287,150	267,150	267,150	267,150	267,150
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	121,620	276,100	386,002	495,860	605,670
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	124,800	31,200	31,200	31,200	31,200
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	3,516,780	3,547,510	4,043,902	4,540,470	5,037,230
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	779,670	1,912,160	3,484,258	5,495,788
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	779,670	1,132,490	1,572,098	2,011,530	2,450,770
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	779,670	1,912,160	3,484,258	5,495,788	7,946,558

ตาราง 5.15 งบกระแสเงินสดสุทธิบริษัท เฮลท์ตี้ลิเชียส จำกัด

				หน่วย :	บาท
กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	689,180	1,104,400	1,544,008	1,983,440	2,422,680
- ค่าเสื่อมราคา	59,290	59,290	59,290	59,290	59,290
กระแสเงินสดสุทธิ	748,470	1,163,690	1,603,298	2,042,730	2,481,970

5.4 วิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน (NPV, IRR, Payback Period)

จากประเมินมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) 4,755,097 บาท มีค่าเป็นบวกโครงการนี้ควรลงทุน และ อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) 175.58% และระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้อยู่ที่ 9 เดือน

**ต้นทุนทางการเงิน 10%

ตาราง 5.16 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน

มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV)	**4,755,097**
BC Ratio	**9.61**
อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)	**175.58%**
ระยะเวลาคืนทุน	**9 เดือน**

5.5 วิเคราะห์ อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio)

เมื่อพิจารณาจากตารางแสดงค่าอัตราส่วนทางการเงิน จะเห็นว่าอัตรากำไรต่อยอดขายมีอัตราส่วนเพิ่มขึ้นทุกปี เกิดจากบริษัทเป็นที่รู้จัก และมีการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องส่งผลให้อัตราส่วนกำไรต่อยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตาราง 5.17 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. วัดสภาพคล่องทางการเงิน					
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน
2. วัดความสามารถในการทำกำไร					
- อัตรากำไรขั้นต้น	29.81%	35.59%	39.44%	42.19%	44.25%
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	21.66%	29.50%	34.37%	37.84%	40.44%
- อัตรากำไรสุทธิ	18.41%	23.60%	27.49%	30.27%	32.35%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม	55.51%	47.08%	39.69%	33.77%	29.20%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของเจ้าของ	55.51%	47.08%	39.69%	33.77%	29.20%

ตาราง 5.17 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (ต่อ)

3. วัดประสิทธิภาพการจัดการเงินทุนหมุนเวียน					
- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	3.02	1.99	1.44	1.12	0.90
- ระยะเวลาในการจัดเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-	-	-
- ระยะเวลาในการชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า (วัน)	-	-	-	-	-
- ระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงคลัง (วัน)	17.33	18.89	20.09	21.05	21.82
4. วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง					
- อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	-	-	-	-	-
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	-	-	-	-	-
- อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน	ไม่มีหนี้สิน

บทที่ 6
แผนการบริหารความเสี่ยง

ธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่อาหาร นอกจากรสชาติอาหารจะเป็นส่วนสำคัญแล้ว การบริการจัดส่งอาหารก็เป็นส่วนที่สำคัญของธุรกิจนี้ ต้องแข่งขันกับเวลาเพื่อบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และคู่แข่งก็มีเป็นจำนวนมาก และคู่แข่งสามารถเข้าออกจากอุตสาหกรรมได้ง่าย ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด อาหารเพื่อสุขภาพเป็นเรื่องของความชอบและรสนิยมส่วนตัวเราจึงคาดการณ์ได้ยาก ดังนั้นอาจเกิดเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ เราจึงต้องมีแผนเพื่อรองรับเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นดังนี้

1. พนักงานส่งอาหารล่าช้าไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้

สาเหตุ

1. อาจเพราะพนักงานจัดส่งไม่ชำนาญเส้นทางในการจัดส่ง
2. การจราจรติดขัดกว่าที่คาดการณ์ไว้

การเตรียมพร้อมในการบริหารความเสี่ยง

1. ก่อนการจัดส่งอาหารจึงต้องให้พนักงานจัดส่งทบทวนเส้นทาง และเลือกเส้นทางที่เร็วที่สุด
2. เผื่อเวลาในการจัดส่งอาหารถ้าต้องส่งในช่วงเวลาที่การจราจรหนาแน่น

2. ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย

สาเหตุ

1. อาจเพราะร้านยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า ยังประชาสัมพันธ์ไม่มากพอ
2. โปรโมชั่นไม่น่าสนใจ
3. เมนูอาหารไม่ตรงความต้องการของลูกค้า
4. คู่แข่งมีเป็นจำนวนมาก

การเตรียมพร้อมในการบริหารความเสี่ยง

1. ต้องมีการประชุมเพื่อประเมินผลการดำเนินงานทุกเดือนตั้งแต่เดือนแรก เพื่อจะได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดในส่วนการประชาสัมพันธ์หรือโปรโมชั่นให้เหมาะสม
2. เก็บสถิติการสั่งอาหารของลูกค้าว่าเมนูไหนลูกค้าสั่งเยอะ เมนูไหนที่ไม่มีการสั่งซื้อเลยก็ทำการปรับเปลี่ยนเมนูใหม่ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

3. หาข้อมูลและศึกษาคู่แข่งอยู่เสมอและสร้างความแตกต่างสินค้าของเราจากคู่แข่งเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

3. ราคาของต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นว่าที่คาดการณ์

สาเหตุ

1. ราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้ราคาต้นทุนวัตถุดิบบางชนิดเพิ่มสูงขึ้น
2. หรือขาดแคลนวัตถุดิบบางฤดูกาล

การเตรียมพร้อมในการบริหารความเสี่ยง

1. ดำเนินการหาวัตถุดิบทดแทนที่มีต้นทุนต่ำกว่า แต่ไม่ทำให้รสชาติและคุณภาพอาหารเปลี่ยนไป
2. ปรับเปลี่ยนเมนูให้สอดคล้องกับวัตถุดิบที่มีปริมาณมากในฤดูกาลนั้นๆ

4. ขาดสภาพคล่องทางการเงิน

สาเหตุ

1. รายได้ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้
2. งบประมาณไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน

การเตรียมพร้อมในการบริหารความเสี่ยง

1. ขอเครดิตในการสั่งซื้อวัตถุดิบกับทางผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ
2. จัดหาแหล่งเงินทุนระยะสั้นที่มีต้นทุนต่ำ

บรรณานุกรม

สุนิษฐา เศรษฐีธร. (2558) ธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่ในประเทศไทย. ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐผลสำรวจของ Euromonitor International มูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่ม. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2558 จาก http://www.thairath.co.th/clip/19961

การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร ทั่วราชอาณาจักร ไตรมาสที่ 3: กรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2558 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กรมสรรพากร เรื่องอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล 2558. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2558 จาก http://www.rd.go.th/publish/5938.0.html

ราคาสินค้าเกษตร ตลาดสี่มุมเมือง สืบค้นเมื่อธันวาคม 2558 จาก http://www.taladsimummuang.com/dmma/Portals/PriceList.aspx?id=01

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์อนามัยเบทาโกร สืบค้นเมื่อธันวาคม 2558 จาก http://www.betagro.com/groupcategory_th.php?s_id=1

ข้อมูลเครื่องครัวและเครื่องใช้ไฟฟ้าแมคโคร สืบค้นเมื่อธันวาคม 2558 จาก https://www.makroclick.com/th/main