แผนธุรกิจ Little Green Yard

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพจากผักที่ปลูกด้วยระบบ Aquaponics

สิระ สิริพิพัฒน์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ Little Green Yard ร้านอาหารเพื่อสุขภาพจากผักที่ปลูกด้วยระบบ Aquaponics

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2560

.....

กิตติชัย ราชมหา,

M.Acc.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมสารนิพนธ์

.....

นายสิระ สิริพิพัฒน์

ผู้วิจัย

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ,

Ed.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....

ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจ ร้าน Little Green Yard ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบคุณท่านอาจารย์กิตติชัย ราชมหา อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ความรู้ ข้อคิดเห็น และแนวทางทางที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนให้การสนับสนุนตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาแผนธุรกิจนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านรศ.ดร.อรรควุฒิ ทัศน์สองชั้น ผู้ทรงคุณวุฒิของภาควิชาพืชไร่นา คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ให้ความรู้และคำแนะนำที่มีประโยชน์เกี่ยวกับวิธีการปลูกผักด้วยระบบ Hydroponics และคุณธนัตศ์นันท์ ลีอำนวยโชค เจ้าของฟาร์ม K Organic Land ที่เสียสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้คำแนะนำและอบรมขั้นตอนการปลูกผักด้วยระบบ Aquaponics นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิประสาท สั่งสอน อบรม ให้ความรู้แก่ผู้วิจัย มาตั้งแต่ต้น รวมถึงกราบขอบคุณ บิดา มารดา และขอบคุณเพื่อนๆ ที่เป็นส่วนสำคัญให้การสนับสนุน เป็นกำลังใจสำคัญต่อผู้วิจัย และขอบคุณวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ที่เป็นแหล่งให้ความรู้และให้ความอนุเคราะห์ในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ และอำนวยความสะดวกต่อผู้วิจัยมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า แผนธุรกิจนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจและเป็นแนวทางต่อผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

สิระ สิริพิพัฒน์

แผนธุรกิจ Little Green Yard ร้านอาหารเพื่อสุขภาพจากผักที่ปลูกด้วยระบบ Aquaponics

BUSINESS PLAN LITTLE GREEN YARD CO. LTD. AQUAPONICS RESTAURANT

สิระ สิริพิพัฒน์ 5850220

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์:

บทคัดย่อ

ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard เกิดขึ้นจากผู้วิจัยมีความสนใจในด้านการเกษตร และมีความคิดที่อยากจะลองปลูกผักเพื่อไว้ทานเองในบ้าน เลยทำการค้นหาวิธีปลูกผักที่ใช้พื้นที่ไม่มากนัก จึงได้ไปศึกษาวิธีการปลูกผักด้วยระบบ Hydroponics แต่กลับพบว่าผักที่ได้จากการปลูกด้วยระบบนี้ แม้จะเป็นผักที่ปลอดภัยจากการปลูกเอง แต่ก็ไม่ใช่ผักปลอดสารเคมี เนื่องจากสารละลายธาตุอาหารหรือที่เรียกกันว่าปุ๋ยน้ำที่เป็นแหล่งอาหารของผักนั้นยังเป็นสารเคมี ผู้วิจัยจึงได้ค้นหาวิธีอื่น ทำให้ได้รู้จักวิธีการปลูกผักแบบผสมผสานที่เรียกว่า Aquaponics คือการเลี้ยงปลาได้กินผัก การปลูกผักได้กินปลา เมื่อผู้วิจัยได้ทราบแล้วว่าการปลูกผักแบบ Aquaponics นั้นเป็นอย่างไร จึงมีความคิดว่า ผักที่ปลูกนั้นสามารถต่อยอดทางธุรกิจได้แต่ถ้าจะขายในรูปแบบผักสดไปยังลูกค้า ก็เกรงว่าลูกค้าจะไม่ได้นำผักไปรับประทานในทันที ทำให้ผักขาดความสด หรือมีโอกาสที่ลูกค้าที่ซื้อไปจะนำไปปรุงแต่งอาหารด้วยเครื่องปรุงที่ไม่ดีต่อสุขภาพ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะเปิดร้านอาหารควบคู่ไปด้วย โดยใช้ผักจากแปลงผักที่ปลูกเองนำมาปรุงอาหารด้วยเครื่องปรุงรสที่เน้นด้านสุขภาพ เพื่อให้คงความสด สะอาดและปลอดภัยของผัก และมอบคุณค่าทางโภชนาการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า โดยจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัดเพื่อระดมทุนมีเงินลงทุนที่เกิดจากการรวมหุ้น 7,500,000 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 15,834,861.87 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน 87.36% โดยมีระยะเวลาคืนทุน 3.09 ปี

คำสำคัญ: ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ/ ร้านอาหารปลูกผัก/ Aquaponics/ เลี้ยงปลาปลูกผัก

85 หน้า

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		**ข**
บทคัดย่อ		**ค**
สารบัญ		**ง**
สารบัญตาราง		**ฌ**
สารบัญรูปภาพ		**ฎ**
บทที่ 1	**โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ**	**1**
	1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
	1.2 ปัญหาที่พบในปัจจุบัน กับโอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ	3
	1.2.1 ปัญหาที่พบในปัจจุบัน	3
	1.2.2 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ	3
	1.3 วิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ	8
	1.3.1 นโยบายและการเมือง	8
	1.3.2 เศรษฐกิจ	8
	1.3.3 สภาพสังคม	8
	1.3.4 เทคโนโลยี	9
	1.3.5 สิ่งแวดล้อม	9
	1.3.6 กฎหมาย	9
	1.4 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ	9
	1.4.1 แรงผลักที่ 1 การคุกคามของผู้แข่งขันรายใหม่	10
	1.4.2 แรงผลักที่ 2 ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม	11
	1.4.3 แรงผลักที่ 3 ภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน	11
	1.4.4 แรงผลักที่ 4 อำนาจต่อรองของผู้บริโภค	11

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
1.4.5 แรงผลักที่ 5 อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ	12
1.5 ความเป็นมาของบริษัท	13
1.6 วิสัยทัศน์ (Vision)	13
1.7 พันธกิจ (Mission)	13
1.8 วัตถุประสงค์ (Objective)	13
1.9 เป้าหมายของธุรกิจ (Goals)	14
1.9.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)	14
1.9.2 เป้าหมายระยะปานกลาง (ปีที่ 2 และ ปีที่ 3)	14
1.9.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และ ปีที่ 5 เป็นต้นไป)	14
1.10 การวิเคราะห์สถานการณ์ของบริษัทด้วย SWOT Analysis	15
1.10.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดแข็ง	15
1.10.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดอ่อน	15
1.10.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – โอกาส	16
1.10.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – อุปสรรค	16
1.11 Business Model Canvas	17
บทที่ 2 แผนการตลาด	**18**
2.1 การสำรวจและการวิจัยตลาด	18
2.1.1 วัตถุประสงค์ของการสำรวจตลาด	18
2.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด	18
2.1.3 ผลการสำรวจตลาด	19
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	29
2.3 การแบ่งส่วนตลาด ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด	29
2.3.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)	29
2.3.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)	30
2.3.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (4P's)	31
2.4.1 กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ (Product)	31
2.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	34
2.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	34
2.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	35
2.5 การประเมินยอดขาย (Forecast Sale)	36
2.5.1 การประเมินยอดขายในปีที่ 1	36
2.5.2 การประเมินการยอดขายในปีที่ 2	36
2.5.3 การประเมินการยอดขายในปีที่ 3 – ปีที่ 4	37
2.5.4 การประเมินยอดขายตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป	37
2.6 แผนการดำเนินงานทางการขาย	37
บทที่ 3 แผนการดำเนินงาน	**39**
3.1 สถานที่ตั้ง	39
3.2 แผนการก่อสร้างร้านและตกแต่งร้าน	40
3.3 แผนผังร้าน	41
3.4 การดำเนินงานและค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างและตกแต่ง	42
3.4.1 รายละเอียดการจัดตั้งบริษัทและก่อสร้างร้าน	42
3.4.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	43
3.5 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในร้าน	46
3.6 ขั้นตอนการปลูกผัก	46
3.6.1 ปลูกผักด้วยระบบ Aquaponics	46
3.6.2 หลักการทำงานของระบบ Aquaponics	47
3.7 ขั้นตอนการจัดซื้อวัตถุดิบ รับวัตถุดิบและชำระค่าวัตถุดิบ	49
3.8 ขั้นตอนการให้บริการ	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 แผนการบริหารและจัดการองค์กร	**53**
4.1 ข้อมูลทางธุรกิจ	53
4.2 ลักษณะการบริหารงาน	53
4.2.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร	54
4.3 แผนการบริหารงาน	54
4.4 วันและเวลาทำงาน	56
4.5 การวางแผนกำลังคนและโครงสร้างค่าตอบแทน	57
4.6 การสรรหาและการคัดเลือกพนักงาน	58
4.7 แผนพัฒนาบุคลากร	60
บทที่ 5 แผนการบริหารและจัดการองค์กร	**61**
5.1 เงินลงทุน	61
5.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	61
5.3 สมมติฐานทางการเงิน	62
5.4 การประมาณการรายได้	64
5.5 การประมาณการต้นทุน	65
5.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	66
5.7 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด	67
5.8 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	68
5.9 ประมาณการงบดุล	69
5.10 ผลการตอบแทนการลงทุน	70
5.11 การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ	71
บทที่ 6 การบริหารความเสี่ยง	**72**
6.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด	72
6.2 ความเสี่ยงด้านต้นทุนจากการเสื่อมสภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์	72
6.3 ความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาวัตถุดิบและต้นทุนการผลิตสินค้า	73

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.4 ความเสี่ยงในด้านการดำเนินงาน	73
บรรณานุกรม	**74**
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ชนิดของผักสลัดและคุณประโยชน์	76
ภาคผนวก ข ระบบ Aquaponics กับกระบวนการ Nitrification หรือวัฏจักรไนโตรเจน	77
ภาคผนวก ค แบบสอบถามศึกษาค้นคว้าอิสระ	79
ประวัติผู้วิจัย	**85**

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	แสดงสรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงผลัก 5 ประการ	12
1.2	แสดง Business Model Canvas	17
2.1	แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
2.2	แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการรับประทานนอกบ้านมากที่สุดวันไหน ช่วงเวลา และช่วงราคาที่จ่ายต่อมื้อต่อคนเท่าไหร่	23
2.3	แสดงปัจจัยใดที่ทำให้เข้ามาใช้บริการร้านอาหาร (เรียงลำดับความสำคัญ 1 - 6, โดยเลข 6 สำคัญที่สุด	24
2.4	แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของความสนใจรับประทานอาหารแนวสุขภาพเน้นการคัดวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพมาประกอบอาหาร พร้อมด้วยผักสลัดที่ สด กรอบ จากฟาร์มผักโดยตรงมาเสิร์ฟพร้อมเมนูอาหารในร้านหรือไม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
2.5	แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อประเมินการจัดตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard หลังจากได้รับข้อมูลแนวคิดของร้าน และดูภาพตัวอย่างเมนูอาหารของร้าน	26
2.6	แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งในตลาดร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	29
2.7	แสดงรายการเมนูอาหารของร้าน Little Green Yard	33
2.8	แสดงรายการน้ำผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพของร้าน Little Green Yard	34
2.9	แสดงประเมินยอดขายในปีที่ 1 ตั้งแต่เดือนที่ 1 – 12	36
3.1	แสดงค่าใช้จ่ายในการลงทุนของร้าน Little Green Yard	44
3.2	แสดงค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในของร้าน Little Green Yard	46
4.1	แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.2	แสดงช่วงเวลาการทำงานของพนักงาน	57
4.3	แสดงการว่าจ้างพนักงานในแต่ละปี	57
4.4	แสดงอัตราเงินเดือนของพนักงานในปีที่ 2	58
5.1	แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ	61
5.2	แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน	62
5.3	แสดงอัตราการเติบโตของรายได้	62
5.4	แสดงอัตราเติบโตของต้นทุนขาย	63
5.5	แสดงอัตราเติบโตของค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	63
5.6	แสดงนโยบายคิดค่าเสื่อมราคา	64
5.7	แสดงนโยบายการค้า	64
5.8	แสดงประมาณการรายได้	65
5.9	แสดงประมาณการต้นทุนขาย	65
5.10	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	67
5.11	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด	67
5.12	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน	68
5.13	แสดงประมาณการงบดุล	69
5.14	แสดงผลการตอบแทน	70
5.15	แสดงผลตอบแทนการลงทุนของร้าน Little Green Yard เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านราคาขาย ยอดขายและต้นทุนสินค้า	71

สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	แสดงการบรรยายวิธีการปลูกผักระบบ Hydroponics โดยรศ.ดร.อรรถวุฒิ ทัศน์สองชั้น	1
1.2	แสดงภาพสัดส่วนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในปี 2559	4
1.3	แสดงสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	5
1.4	แสดงทางเลือกที่หลากหลายของธุรกิจร้านอาหาร	6
1.5	แสดงหลักการทำงานของระบบ Aquaponics	7
1.6	แสดงโครงสร้างการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันโดยใช้หลักการของ Five Forces Model	10
2.1	แสดงผู้ตอบแบบสอบถาม รับประทานอาหารนอกบ้านโดยเฉลี่ยต่อเดือนกี่ครั้ง	21
2.2	แสดงผู้ตอบแบบสอบถามปกติมารับประทานอาหารครั้งละกี่คน	21
2.3	แสดงผู้ตอบแบบสอบถามปกติมารับประทานอาหารกับใคร	22
2.4	แสดงกราฟเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามออกมารับประทานอาหารนอกบ้าน	22
2.5	แสดงการส่งเสริมการขายแบบใดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
2.6	แสดงตัวอย่างเมนูของร้าน Little Green Yard	26
2.7	แสดงการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์	30
2.8	แสดงตราสัญลักษณ์ของร้าน Little Green Yard	31
2.9	แสดงภาพตัวอย่างรูปแบบร้านภายนอก	32
2.10	แสดงภาพตัวอย่างรูปแบบร้านภายในร้าน	32
3.1	แสดงแผนที่ร้าน Little Green Yard	39
3.2	แสดงการตกแต่งภายในร้าน	40

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
3.3	แสดงการตกแต่งภายนอกร้าน	41
3.4	แสดงแผนผังของร้าน	42
3.5	แสดงขั้นตอนหลักการทำงานระบบ Aquaponics ของร้าน Little Green Yard	48
3.6	แสดงขั้นตอนการจัดซื้อวัตถุดิบ รับวัตถุดิบและชำระค่าวัตถุดิบ	49
3.7	แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้าของร้าน Little Green Yard	52
4.1	แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กรของร้าน Little Green Yard	54

บทที่ 1
โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

ความเป็นมาของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard เกิดขึ้นจากผู้วิจัยมีความสนใจในด้านการเกษตร และมีความคิดที่อยากจะลองปลูกผักเพื่อไว้ทานเองในบ้าน แต่ด้วยความที่เนื้อที่บริเวณบ้านมีอยู่อย่างจำกัด เลยทำการค้นหาวิธีปลูกผักที่ใช้พื้นที่ไม่มากนัก จึงได้ไปศึกษาวิธีการปลูกผักด้วยระบบ Hydroponics กับท่านรศ.ดร.อรรถวุฒิ ทัศน์สองชั้น ท่านเคยเป็นรองศาสตราจารย์ ภาควิชาพืชไร่นา คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของภาควิชาฯ โดยได้เริ่มศึกษาตั้งแต่วัสดุปลูกที่สำคัญ ขั้นตอนการปลูกและวิธีการผสมสารละลายธาตุอาหาร

ภาพที่ 1.1 แสดงการบรรยายวิธีการปลูกผักระบบ Hydroponics โดยรศ.ดร.อรรถวุฒิ ทัศน์สองชั้น

จากการที่ได้ไปศึกษาวิธีการปลูกผักแบบระบบ Hydroponics กลับพบว่าผักที่ได้จากการปลูกด้วยระบบนี้ แม้จะเป็นผักที่ปลอดภัยจากการปลูกเอง แต่ก็ไม่ใช่ผักปลอดสารเคมี เนื่องจากสารละลายธาตุอาหารหรือที่เรียกกันว่าปุ๋ยน้ำที่เป็นแหล่งอาหารของผักนั้นยังเป็นสารเคมี แต่ไม่ใช่

สารพิษจึงมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นเนื่องจากผู้วิจัยยังเห็นว่าผักที่ปลูกด้วยระบบ Hydroponics ยังไม่ใช่ผักปลอดสาร 100% ผู้วิจัยจึงได้ค้นหาวิธีอื่น ทำให้ได้รู้จักวิธีการปลูกผักแบบผสมผสานที่เรียกว่า Aquaponics คือการเลี้ยงปลาได้กินผัก การปลูกผักได้กินปลา ซึ่งวิธีการปลูกผักแบบ Aquaponics จะเป็นการปลูกผักด้วยวิธีการเลียนแบบธรรมชาติ อย่างประโยคที่ได้ยินกันบ่อยๆ ว่า "ในน้ำมาปลาในนามีข้าว" คือการนำของเสียจากปลา อาทิเช่น ขี้ปลา เมือกปลาและเศษอาหารเป็นต้น มาเป็นอาหารให้แก่ผักนั่นเอง

<u>คำนิยาม</u>

1. Hydroponics ซึ่งเป็นคำภาษากรีกมาจากคำว่า hydroซึ่งแปลว่า "น้ำ" และponicsที่แปลว่า "การทำงาน" รวมกันเป็น hydroponicsแปลว่า "การทำงานของน้ำ"หรือก็คือ การปลูกผักไม่ใช้ดิน ใช้แต่น้ำนั่นเอง (ktikamporn 2012)

2. Aquaponics ซึ่งมาจากคำว่า Aquaculture ที่แปลว่า "การเลี้ยงสัตว์น้ำ" และ ponics ที่แปลว่า "การทำงาน" รวมกันเป็น Aquaponics ซึ่งก็คือ การเอาน้ำจากการเลี้ยงสัตว์น้ำ มาปลูกพืช โดยส่วนใหญ่แล้ว สัตว์น้ำคือปลา และพืชคือผักโดยทั่วไปแล้ว Aquaponics เหมาะสำหรับพืชกินใบ เพราะระบบมักมีไนเตรทสูงระบบประกอบด้วยสองส่วนหลักคือ บ่อปลากับ แปลงปลูกผักแบบไฮโดรโปนิกส์ (ktikamporn 2012)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เริ่มศึกษาหาข้อมูล และได้มีโอกาสไปเรียนรู้ระบบอย่างละเอียดกับคุณธนัตศ์นันท์ ลีอำนวยโชค เจ้าของฟาร์ม K Organic Land และผู้เป็นเจ้าของแบรนด์ตู้ขายผักสลัดแบบหยอดเหรียญ Farmer Fresh ซึ่งตอนนี้คุณธนัตศ์นันท์ก็ได้ผันตนเองมาเป็นเกษตรกรยุคใหม่ที่เดินตามหลักการแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9

ทั้งนี้เมื่อผู้วิจัยได้ทราบแล้วว่าการปลูกผักแบบ Aquaponics นั้นเป็นอย่างไรจึงมีความคิดว่า ผักที่ปลูกนั้นสามารถต่อยอดทางธุรกิจได้ แต่ถ้าจะขายในรูปแบบผักสดไปยังลูกค้า ก็เกรงว่าลูกค้าจะไม่ได้นำผักไปรับประทานในทันที ทำให้ผักขาดความสด หรือมีโอกาสที่ลูกค้าที่ซื้อไปจะนำไปปรุงแต่งอาหารด้วยเครื่องปรุงที่ไม่ดีต่อสุขภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะเปิดร้านอาหารควบคู่ไปด้วย โดยใช้ผักจากแปลงผักที่ปลูกเองนำมาปรุงอาหารด้วยเครื่องปรุงรสที่เน้นด้านสุขภาพ เพื่อให้คงความสด สะอาดและปลอดภัยของผัก และมอบคุณค่าทางโภชนาการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

1.2 ปัญหาที่พบในปัจจุบัน กับโอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

1.2.1 ปัญหาที่พบในปัจจุบัน

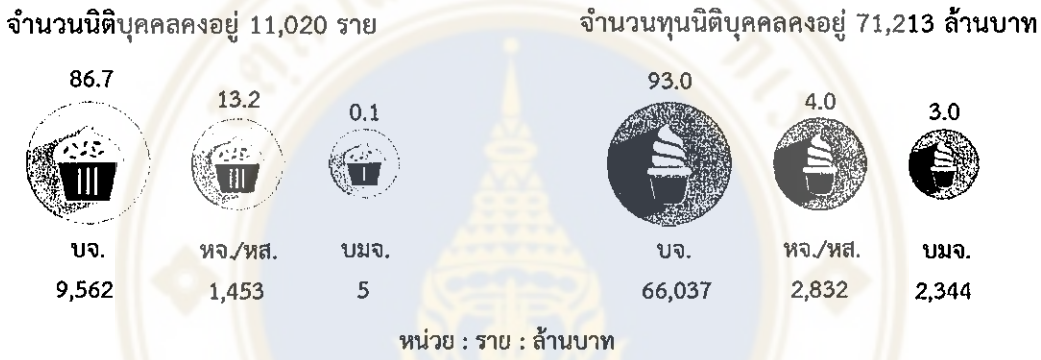
จากรายงาน "ความจริงอันเจ็บปวด ปัญหาสารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้างในผักและผลไม้ ปี 2559" ที่ไทยแพน (Thai-PAN) หรือเครือข่ายเตือนภัยสารเคมีกำจัดศัตรูพืชร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ทำการสุ่มเก็บตัวอย่างผักและผลไม้ที่ประชาชนนิยมบริโภค นำไปวิเคราะห์หาสารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้างแบบ Multi Residue Pesticide Screen (MRPS) ซึ่งสามารถวิเคราะห์หาสารพิษตกค้างได้กว่า 450 ชนิด ที่ห้องปฏิบัติการในประเทศอังกฤษที่ได้รับรอง ISO/IEC 17025:2005 พบว่า มีสารตกค้างเกินมาตรฐานนั้นสูงถึง 46.4% หรือเกือบครึ่งหนึ่งของตัวอย่างผักและผลไม้ที่ตรวจ โดยข้อมูลที่น่าตกใจไปกว่านั้นคือ การพบว่าผักและผลไม้ซึ่งได้รับตรา Q โดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ถูกพบสารเคมีตกค้างมากที่สุด โดยพบสูงถึง 57.1% ยิ่งไปกว่านั้น ผักและผลไม้อินทรีย์ที่ได้รับการรับรอง Organic Thailand ซึ่งไม่ควรจะตรวจพบสารเคมีตกค้างเลยกลับพบการตกค้างสูงเกินมาตรฐานถึง 25% ของจำนวนตัวอย่าง นอกจากนั้นจำนวนตัวอย่างของผักและผลไม้ซึ่งจำหน่ายในห้าง Modern Trade ที่ผู้บริโภคต้องจ่ายแพงกว่ากลับไม่ได้ปลอดภัยไปมากกว่าที่หาซื้อได้ตามตลาดสดทั่วไป เพราะมีจำนวนตัวอย่างการตกค้างเกินมาตรฐานถึง 46% ในขณะที่ตลาดสดมีสัดส่วนมากกว่าเล็กน้อยที่ 48% (Thai-PAN 2016)

จากข้อมูลเบื้องต้นทำให้เห็นแล้วว่า ไม่สามารถเชื่อมั่นได้เลยว่าผักที่ขายในตลาดสดทั่วไป หรือแม้แต่ผักที่ขายในห้าง Modern Trade ที่ได้รับตรา Q จากสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) หรือได้รับการรับรอง Organic จะปลอดภัยกับคนในครอบครัวถ้าหากซื้อมารับประทาน ดังนั้นจึงเห็นสมควรว่า ควรปลูกผักแบบปลอดสารเคมี หรือแบบเกษตรอินทรีย์ไว้ทานเองดีที่สุด

1.2.2 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

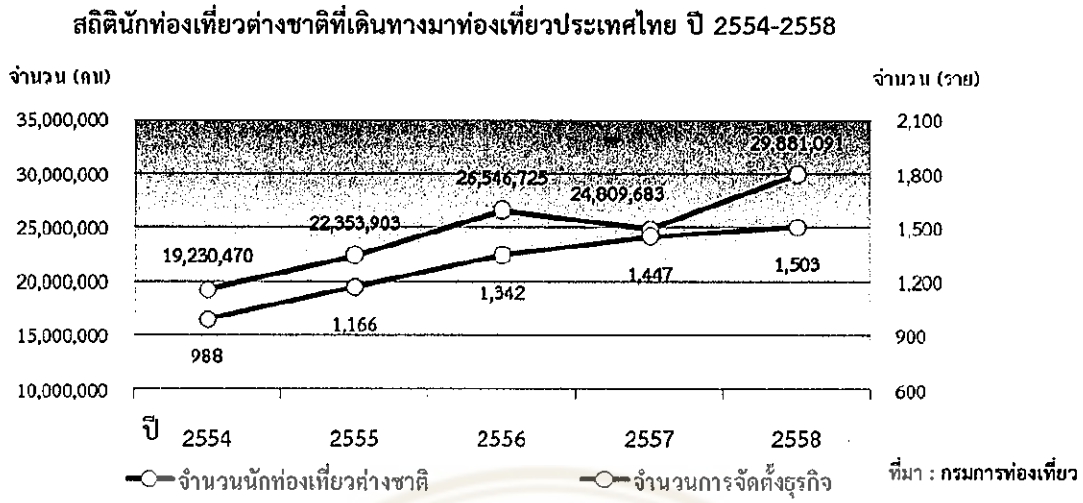
ธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงมีความสำคัญควบคู่ไปกับการดำรงชีพของมนุษย์ และอาหารยังเป็นปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการมีชีวิตอยู่ ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลง และต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ธุรกิจร้านอาหาร ในประเทศไทย จัดเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพสูงเนื่องจากอาหารไทยได้รับความนิยมจากทั่วโลกมากจนติดอันดับ 1 ใน 4 อาหารยอดนิยม (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2559)

ธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่มีความโดดเด่นเนื่องจากมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนการจดทะเบียนจัดตั้งแล้วถึง130 ราย เพิ่มขึ้นจากผ่านมา (ข้อมูลเมื่อเดือนมกราคมปี59) ซึ่งมีเพียงจำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 7 และเพิ่มขึ้นจากช่วงเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา (ข้อมูลเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ปี58) ซึ่งมีจำนวน 102 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 27จากข้อมูลนิติบุคคล ณ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ ปี2559 มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารอยู่จำนวน 11,020 ราย และมีเงินทุนจดทะเบียนจำนวน 71,213 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 9,562 ราย เงินทุนจดทะเบียน 66,037 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาเป็นห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน จำนวน 1,453 ราย เงินทุนจดทะเบียน 2,832 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.2 และบริษัทมหาชนจำกัด จำนวน 5 ราย เงินทุนจดทะเบียน 2,344 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.1 ตามลำดับ(กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2559)



ภาพที่ 1.2 แสดงภาพสัดส่วนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในปี 2559
ที่มา: กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2559)

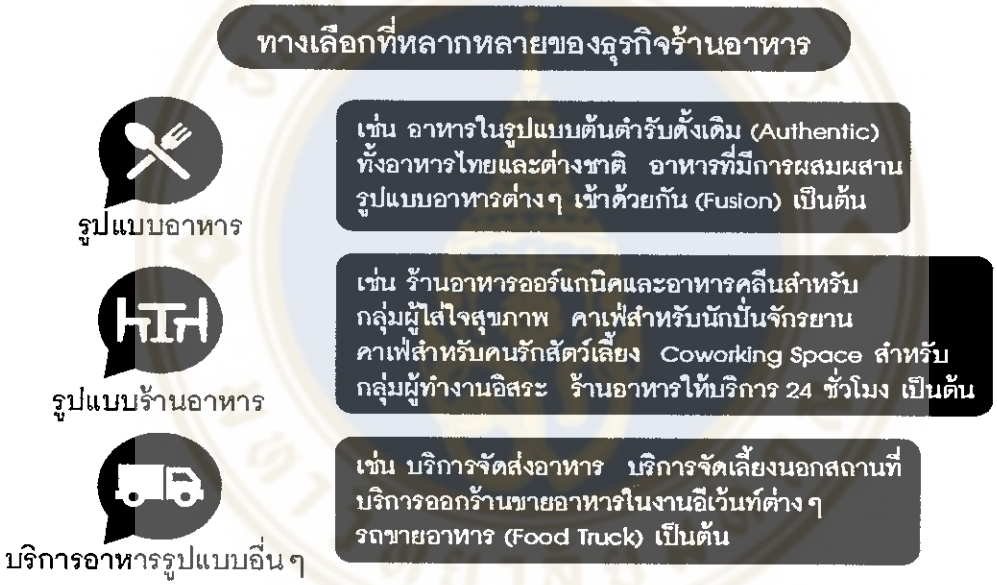
เมื่อพิจารณาสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2554 - 2558) เทียบกับสถิติการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจร้านอาหาร พบว่ามีอัตราการเจริญเติบ โตเป็น ไปในทิศทางเดียวกัน ถือว่าเป็นปัจจัยสนับสนุนให้มีการเจริญเติบโตของธุรกิจร้านอาหาร (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2559)



ภาพที่ 1.3 แสดงสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ที่มา: กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2559)

ในปัจจุบัน ธุรกิจร้านอาหาร ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ เนื่องจากวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคมเปลี่ยนแปลงไป ทำกิจกรรมและมีการรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ทำให้ธุรกิจร้านอาหาร และงานบริการจัดเลี้ยงของธุรกิจโรงแรม และเอกชนทั่วไปได้รับความนิยมอย่างสูง เนื่องจากคนมีความต้องการคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสะดวกสบาย มีบรรยากาศที่สวยงาม และได้รับการดูแลจากการให้บริการที่ดี จึงทำให้มีการแข่งขันกันสูงมากขึ้นทุกวัน และมีต้นทุนการดำเนินงานที่ซับซ้อน เป็นผลให้ผู้ประกอบการต้องบริหารและพัฒนาการจัดการธุรกิจร้านอาหาร ให้ดี ซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดและมีผลกำไรตั้งแต่กระบวนการสั่งซื้อวัตถุดิบ การวิเคราะห์ต้นทุนอาหาร การประมาณการยอดขาย การวางแผนจัดทำเมนู จัดการส่งเสริมการขายและเทคนิคการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เป็นหัวใจของธุรกิจ ที่ผู้รับผิดชอบทั้งเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการทั่วไปจะต้องศึกษา เพื่อสามารถวิเคราะห์ต้นทุนและผลกำไร ตลอดจนกระบวนการบริหารต่างๆ ด้วยการวางแผนบริหาร สั่งการ วิเคราะห์และติดตามผล เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งประกอบกับปัจจุบันคนไทยให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนเมืองและผู้มีการศึกษา จะมีความต้องการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพและแสวงหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของตนมากขึ้น ดังนั้นความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจึงมีแนวโน้มสูงขึ้น แต่เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลาและความเร่งรีบของสังคมเมืองในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถประกอบอาหารที่ตรงกับความต้องการของตนเองได้ในขณะที่คนใส่ใจในคุณภาพชีวิตมากขึ้น แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (Clean Food) จึงยังมีอยู่อย่างต่อเนื่องต่อไป (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2559)

ช่วงที่ผ่านมา สภาพการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารเป็นไปอย่างรุนแรงขึ้นจากการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการจำนวนมาก โดยธุรกิจร้านอาหารขนาดใหญ่อย่างเชนร้านอาหารได้นำเสนอร้านอาหารใหม่ๆสู่ตลาด และขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงยังมีผู้ประกอบการรายใหญ่ในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเช่น ผู้ผลิตเครื่องปรุง ผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป ผู้ผลิตเครื่องดื่ม เป็นต้น ใช้ความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ต่อยอดขยายการลงทุนมาสู่ธุรกิจร้านอาหารมากขึ้นสำหรับธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและเล็กก็มีพัฒนาการ โดยนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการประกอบธุรกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อตอบโจทย์แนวโน้มกลุ่มคนรักการกินที่ชอบหาร้านอาหารที่แปลกใหม่ ทันสมัย และมีเอกลักษณ์ของผู้คนในสังคม (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2559)



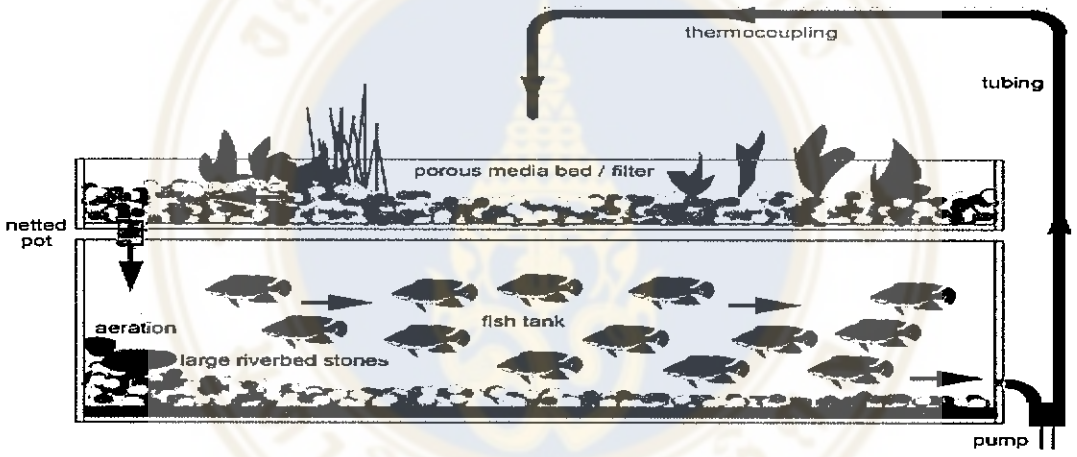
ภาพที่ 1.4 แสดงทางเลือกที่หลากหลายของธุรกิจร้านอาหาร
ที่มา: ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย (2559)

ด้วยเหตุนี้เอง ส่งผลให้มีรูปแบบอาหาร รูปแบบร้านอาหาร รวมถึงบริการอาหารรูปแบบอื่นๆ เป็นทางเลือกสำหรับคนไทยอย่างหลากหลาย ทั้งมื้ออาหารในชีวิตประจำวัน และในโอกาสพิเศษต่างๆ และส่งผลต่อเนื่องให้คนไทยทดลองใช้บริการร้านอาหารใหม่ๆ แทนการรับประทานอาหารจากร้านเดิมมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2559)

นับตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นมา เศรษฐกิจไทยขับเคลื่อนด้วยไทยแลนด์ 4.0 ที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนอุตสาหกรรม และปัจจุบันก็มีการนำแนวคิดเกษตรยุค

ใหม่ Smart farming เข้ามาผสมผสานกับธุรกิจหลากหลายรูปแบบ ธุรกิจร้านอาหารก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถนำแนวคิดและวิธีการเกษตรยุคใหม่ Smart farming เข้าผสมผสานเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และยังสามารถตอบโจทย์อาหารเพื่อสุขภาพ ที่ใช้วัตถุดิบหลักอย่างผักที่ปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการเพิ่มผลผลิต ส่งตรงคุณภาพผักที่สดสะอาดและปลอดสารเคมีสู่ผู้บริโภคโดยตรง (Farm to Table) ซึ่งเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตรยุคใหม่ที่จะนำเข้ามาผสมผสานในธุรกิจร้านอาหารคือ Aquaponics Vertical Farming

โดยหลักการทำงานของ Aquaponics คือการปลูกพืชโดยควบคู่กับการเลี้ยงปลา โดยการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างพืชกับตัวปลาเอง พืชจะใช้น้ำเสียจากปลามาเป็นสารอาหาร โดยน้ำเสียจะถูกดูดวนผ่านหินกรองลงมาที่รากของพืช และน้ำก็จะกลับมาสะอาดเหมือนเป็นการถ่ายน้ำใหม่ ปลาก็ได้ใช้ประโยชน์จากน้ำที่สะอาด ระบบนี้จะทำเป็นน้ำวนกลับไปกลับมาแทบไม่ต้องทิ้งน้ำเลย



ภาพที่ 1.5 แสดงหลักการทำงานของระบบ Aquaponics
ที่มา: www.aquaponicssystems.net (AquaponicsSystems 2012)

ด้วยระบบปลูกผักแบบ Aquaponics ผู้วิจัยจะนำไปผสมผสานกับ Vertical Farming หรือที่เรียกว่าการปลูกผักแนวตั้ง ซึ่งช่วยในการเพาะปลูกในกรณีที่พื้นที่มีอยู่อย่างจำกัด แต่ได้ผลผลิตที่มาก ซึ่งพื้นที่บนดินเราอาจมีอยู่อย่างจำกัดเพราะเจ้าของใครเจ้าของมัน แต่พื้นที่บนอากาศทุกคนมีสิทธิจับจองและสามารถใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับธุรกิจของเรา

1.3 วิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ

การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจโดยการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกด้านต่าง ๆ ด้วยการวิเคราะห์ PESTLE ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

1.3.1 นโยบายและการเมือง (Political)

รัฐบาลจะมุ่งส่งเสริมการพัฒนาคนเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 หรือการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนประเทศด้วยนวัตกรรม ปัญญา และเทคโนโลยี ยกระดับให้ประเทศไทยมีรายได้สูง โดยการสร้างคนไทย 4.0 ให้สอดรับกับโลกในศตวรรษที่ 21หัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 คือ คนไทย 4.0 ที่ต้องมีความรู้และทักษะอาชีพที่สูงขึ้น มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีอัตลักษณ์ความเป็นไทย และมีความสามารถรู้จักใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มาสร้างรายได้ สร้างอาชีพ สร้างเครือข่าย สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ นำไปสู่การผลิต แล้วทำงานน้อยลงแต่ได้ผลผลิตมากขึ้น ขณะเดียวกันก็จะต้องยกระดับคนส่วนใหญ่ที่ยังเป็นคนไทย 1.0 และ 2.0 คือ กลุ่มเกษตรกรรายย่อย กลุ่ม SMEs โอทอป แรงงานระดับต่ำ คนด้อยโอกาส คนพิการ คนจนในเมือง ให้เข้าถึงทรัพยากร ลดรายจ่ายเพิ่มรายได้ และมีโอกาสที่เป็นธรรมเปลี่ยนจากการทำเกษตรแบบเดิมๆ เป็น สมาร์ทฟาร์มเมอร์ เปลี่ยนจาก SMEs โอทอป เป็นสมาร์ทเอ็นเตอร์ไพรส์ หรือสตาร์ทอัพ เปลี่ยนภาคบริการทั่วไปให้เป็นบริการมูลค่าสูง และเปลี่ยนแรงงานระดับต่ำเป็นแรงงานที่มีทักษะสูงขึ้น (MGROnline 2560)

1.3.2 เศรษฐกิจ (Economic)

ช่วงปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจไทยมีเสียหลักไปบ้าง เนื่องจากภาคการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบค่อนข้างมากจากนโยบายปราบทัวร์ศูนย์เหรียญ ทำให้ยอดสะสมนักท่องเที่ยวต่างชาติขยายตัวเพียง 12.65% โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมอยู่ที่ 8.2 ล้านคน คาดว่าปี 2560 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยมากกว่า 35 ล้านคน เพิ่มขึ้น 6% สร้างรายได้ให้ประเทศเพิ่มขึ้นอีก 9% หรือคิดเป็นตัวเงินกว่า 1.82 ล้านล้านบาท (ไทยโพสต์ 2017)

1.3.3 สภาพสังคม (Social)

ปัจจุบันคนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพ เน้นออกกำลังกายและเน้นบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เลือกรับประทานผักและผลไม้ที่ปลูกด้วยการเกษตรแบบอินทรีย์ที่ปลอดสารเคมี และด้วยที่สังคมปัจจุบันเป็นสังคมเร่งรีบ คนวัยทำงานช่วงอายุ 23 – 45 ปี ทุ่มเทเวลาไปกับการทำงานจนไม่มีเวลาในการเตรียมทำอาหารทานเอง ต้องออกไปทานอาหารนอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ เพื่อเปลี่ยน

บรรยากาศและเพื่อหาอาหารที่ได้สารอาหารที่ครบถ้วนและสุขภาพที่ดี นอกจากนั้นแนวโน้มคนไทยในปัจจุบันที่มีนิสัยรักการกินชอบแสวงหาความแปลกใหม่ของบรรยากาศร้านที่แตกต่างจากร้านอื่นๆ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2559)

1.3.4 เทคโนโลยี (Technology)

สมัยนี้มีเทคโนโลยีและเครื่องจักรมากมายมาช่วยทุ่นแรงในการทำเกษตรกรรม ลดเวลา ลดแรงงานคน เพิ่มผลผลิตมากขึ้น นอกจากนั้นในปัจจุบันนี้ความสามารถของ Smartphone และ Application ต่างๆ ทำให้การควบคุมเครื่องจักรต่างๆมาอยู่ในมือของเราได้อย่างง่ายขึ้นและรวดเร็ว แม้ไม่ได้อยู่เฝ้าดูแลก็สามารถควบคุมเครื่องจักรต่างๆได้จากระยะไกลนอกจากนี้ปัจจุบันมีนวัตกรรมและเทคโนโลยีออกมาเพื่อนำเอาพลังอื่นมาทดแทนอย่างมากมาย

1.3.5 สิ่งแวดล้อม (Environment)

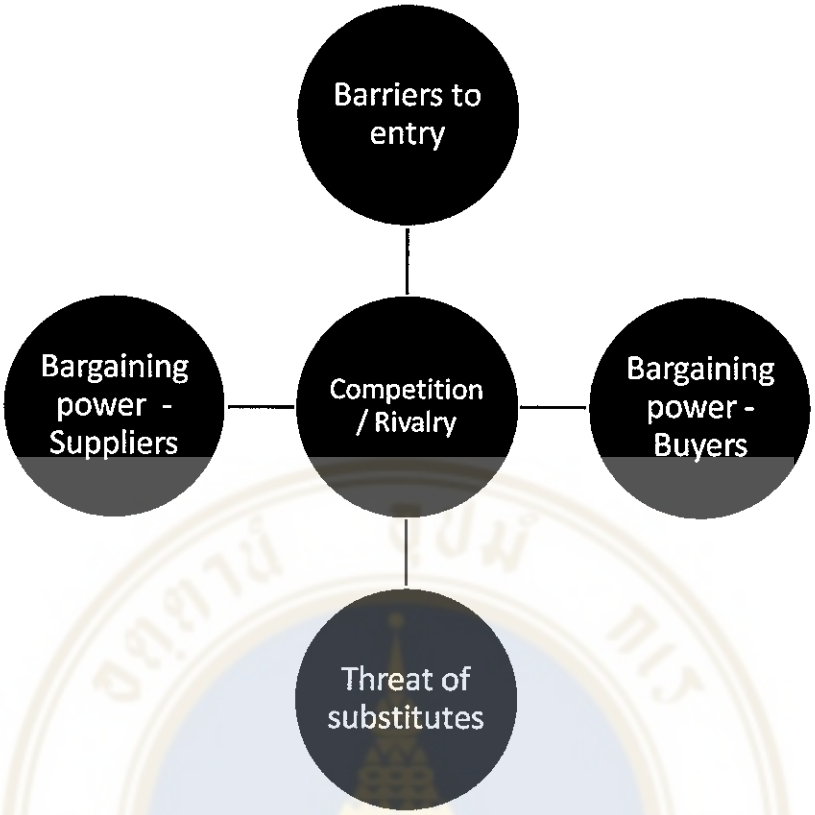
ประเทศไทยมีทรัพยากรที่มีคุณค่าอยู่มากมาย มีทรัพย์ในดินสินในน้ำ แต่ด้วยสภาพความเป็นอยู่ทางสังคม และพฤติกรรมของคนในปัจจุบันส่งผลให้เกิดมลพิษทางน้ำและทางอากาศที่ส่งผลต่อการทำการเกษตร นอกจากนั้นยังมีปัญหาโลกร้อนที่ทำให้สภาพอากาศแปรปรวนจนส่งผลต่อภาคการเกษตร แต่ก็มีหลายหน่วยงานประดิษฐ์เครื่องมือที่จะนำเอาสภาพอากาศที่แปรปรวนนี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจ

1.3.6 กฎหมาย (Legal)

ปัจจุบันกฎหมายที่ออกมาใหม่ส่งเสริมให้ภาคเอกชนเริ่มต้นทำธุรกิจได้ง่ายขึ้น จากกฎหมายเดิมที่กำหนดไว้ว่าการจัดตั้งบริษัทต้องมีบุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป แต่กฎหมายใหม่ได้ประกาศแล้วว่าบุคคลเพียงคนเดียวก็สามารถจัดตั้งบริษัทได้แล้ว นอกจากนี้ยังมีมาตรฐานมากมายที่ช่วยรับรองธุรกิจการเกษตรและธุรกิจร้านอาหาร อาทิเช่น มาตรฐานการเกษตร GAP มาตรฐานสุขลักษณะที่ดี GMP สำหรับร้านอาหาร เป็นต้น (KhaosodOnline 2560)

1.4 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ

ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขันว่าการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้มีโอกาสและความน่าสนใจต่อการลงทุนหรือไม่ ได้พิจารณาแรงกดดันในด้านต่างๆ 5 ประการ (Five Forces Analysis) เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1.6 แสดงโครงสร้างการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันโดยใช้หลักการของ Five Forces Model ที่มา: Porter (1980)

1.4.1 แรงผลักที่ 1: กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของคู่แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)

1.4.1.1 ธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบรายใหม่สามารถเริ่มธุรกิจได้ง่าย ใช้เงินทุนไม่สูงและสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลารวดเร็ว (+)

1.4.1.2 ธุรกิจร้านอาหารมีความท้าทาย ต้องใช้ความรู้ความสามารถในการบริหารงาน ทั้งบุคลากร ทั้งเรื่องของเวลา และงานบริการ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของธุรกิจในการสร้างรายได้ (-)

1.4.1.3 ปัจจุบันมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆที่เข้ามาช่วยในสร้างสรรค์ให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น (+)

1.4.1.4 Switching costs ต่ำ เนื่องจากมีลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปบริโภคร้านอื่นๆได้ง่ายทำให้เป็นโอกาสดีของผู้เล่นรายใหม่ (+)

สรุปได้ว่า กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของผู้เล่นรายใหม่ที่จะเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ต่ำ เนื่องจากไม่ต้องใช้เงินทุนที่สูงและสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาไม่นาน และแม้ธุรกิจร้านอาหาร

ต้องใช้ความรู้ความสามารถในการบริหารงานเพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง แต่ด้วยความที่ปัจจุบันมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆที่เข้ามาช่วยในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (+)

1.4.2 แรงผลักที่ 2 ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry)

1.4.2.1 ธุรกิจร้านอาหาร ปัจจุบันมีคู่แข่งจำนวนมากราย ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและภูมิภาคที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เนื่องจากวิถีชีวิตผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่ที่ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้นโดยมีของนิติบุคคลอยู่จำนวน 4,801 ราย คิดเป็นร้อยละ 44 ของร้านอาหารทั้งหมดทั่วประเทศ (กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2559) (-)

1.4.2.2 ร้านอาหารแนวเพื่อสุขภาพที่ปลูกผักเพื่อใช้ในการประกอบอาหารก็ดี หรือเพื่อตกแต่งร้านให้ดูมีความเป็นธรรมชาติมีมากขึ้นในปัจจุบัน และลูกค้ามี Brand Loyalty ค่อนข้างสูง แต่เท่าที่ทราบยังไม่มีร้านอาหารแนวเพื่อสุขภาพที่ปลูกผักแนวตั้ง (Vertical farming) ผสมผสานกับการปลูกผักในระบบ Aquaponics (+)

สรุปได้ว่า ธุรกิจร้านอาหาร ปัจจุบันแม้มีคู่แข่งจำนวนมากราย แต่แนวโน้มรักสุขภาพและเลือกบริโภคแต่อาหารที่ดีต่อร่างกายก็ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง และการที่ผู้วิจัยได้นำระบบ Aquaponics มาในใช้ปลูกเพื่อประกอบอาหารในร้าน ซึ่งยังไม่มีผู้ประกอบรายใดทำมาก่อน จึงเป็นโอกาสดี (+)

1.4.3 แรงผลักที่ 3 ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)

จากนิยามของคำว่า "อาหาร" ที่กว้างมาก สินค้าที่บริโภคได้ ให้พลังงาน ให้สารอาหารที่ร่างกายต้องการ สามารถทดแทนกันได้หมด (-)

1.4.4 แรงผลักที่ 4 อำนาจต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Customers)

1.4.4.1 ธุรกิจร้านอาหารแนวเพื่อสุขภาพมีเพิ่มขึ้นอย่างมาก คู่แข่งรายเดิมก็ปรับปรุงเมนูอาหารเพื่อตอบรับเทรนด์คนรักสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นในการเลือกร้านอาหาร (-)

1.4.4.2 ต้นทุนในการเปลี่ยนการใช้สินค้าและบริการ (Switching cost) ต่ำ ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปกินร้านอาหารร้านอื่นได้ง่าย (-)

สรุปได้ว่า อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อนั้นมีมาก เนื่องจากลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปใช้บริการร้านอื่นได้ง่าย (-)

1.4.5 แรงผลักที่ 5อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

1.4.5.1 ธุรกิจร้านอาหารที่ปลูกผักเองเพื่อใช้ในการประกอบอาหารเพื่อลดต้นทุนในการจัดซื้อวัตถุดิบประเภทผักลงได้ (+)

1.4.5.2 สำหรับวัตถุดิบประเภทผักที่ต้องจัดหาเพิ่ม ปัจจุบันก็มีกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มชาวบ้านที่ปลูกผักแบบเกษตรอินทรีย์มากมาย ทำให้สามารถต่อรองราคาได้ไม่ยาก (+)

1.4.5.3 ส่วนวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ ปัจจุบันก็มีผู้ประกอบการจำนวนมากที่นำเข้าเนื้อสัตว์จากต่างประเทศเข้ามาขายในประเทศ นอกจากนั้นธุรกิจร้านอาหารต้องใช้วัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ในการประกอบอาหารในปริมาณมากอยู่แล้ว ทำให้สามารถต่อรองราคาได้ (+)

สรุปได้ว่า ผู้ขายวัตถุดิบมีมากราย ทำให้สามารถหาซื้อได้ง่ายและผู้ประกอบมีอำนาจต่อรองสูง (+)

ตารางที่ 1.1 แสดงสรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงกดดัน 5 ประการ

แรงผลักจาก 5 ประการ	ผลกระทบต่อธุรกิจ
การคุกคามของผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrance)	(+)
ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry)	(+)
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)	(-)
อำนาจต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Customers)	(-)
อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)	(+)

หมายเหตุ (+) หมายถึง เป็นผลดีต่อธุรกิจของผู้วิจัย

(-) หมายถึง เป็นผลเสียต่อธุรกิจของผู้วิจัย

โดยภาพรวมจากการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงผลักทั้ง 5 แรง (Five Forces Analysis) พบว่าธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบส่วนใหญ่น่าลงทุน เนื่องจากเริ่ม

ธุรกิจได้ง่าย ด้วยเงินทุนที่ไม่สูงมากนัก และด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆในปัจจุบันนี้ที่จะเข้ามาช่วยในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งในด้านการปรุงรสชาติอาหารและการบริการ แม้ว่าผู้บริโภคจะมีทางเลือกมากในการเลือกร้านอาหารและสินค้าทดแทนเพื่อให้สารอาหารแก่ร่างกายที่จำเป็น แต่อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตที่ขาดไม่ได้ ดังนั้นธุรกิจร้านอาหารยังคงมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และมีผู้จัดส่งวัตถุดิบจำนวนมากที่สามารถคัดสรรวัตถุดิบที่ดีได้อย่างมากมาย

1.5 ความเป็นมาของบริษัท

มีการวางแผนที่จะจดทะเบียนจัดตั้งร้านอาหารในรูปแบบของบริษัทจำกัด ภายใต้ชื่อบริษัท ลิตเติ้ล กรีน ยาร์ด จำกัด โดยตั้งอยู่ เลขที่ 79/79 ซอยสวนผัก 42/1 แยก 2-1-2 แขวงฉิมพลี เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170โดยทางบริษัทเช่าพื้นที่ดังกล่าวในการจัดตั้งร้านอาหาร

1.6 วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งสรรค์สร้างและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนเมือง ด้วยอาหารที่ปรุงจากผักที่ปลูกแบบปลอดสารเคมีและเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับสังคม ให้เกิดความยั่งยืนและพอเพียง

1.7 พันธกิจ (Mission)

1.7.1 ปลูกผักเกษตรอินทรีย์ด้วยระบบ Aquaponics แบบ Vertical farming เพื่อใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.7.2 สรรค์สร้างเมนูอาหารเพื่อสุขภาพด้วยผักที่ปลูกแบบปลอดสารเคมีให้แก่ผู้บริโภค

1.7.3 ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านเกษตรยุคใหม่ สมาร์ทฟาร์มมิ่งสู่สังคมคนเมือง

1.8 วัตถุประสงค์

เพื่อให้สังคมเมืองมีพื้นที่สีเขียวและอากาศที่บริสุทธิ์เพิ่มมากขึ้น และเพื่อให้คนไทยได้รับประทานแต่สิ่งที่มีคุณภาพและประโยชน์ต่อร่างกาย ควบคู่ไปกับการเรียนรู้การเกษตรยุคใหม่อย่างยั่งยืน

1.9 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)

1.9.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

1.9.1.1 สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก โดยมุ่งเน้นการโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line และ Instagram เป็นต้น และจัดทำเว็บไซต์ของร้าน รวมถึงการทำโฆษณาผ่านรายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์

1.9.1.2 จัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น การกด Like&Share ผ่าน Facebook เป็นต้น นอกจากนั้นจัดโปรโมชั่นกินครบ 1,000 บาท แถมชุดตะกร้าผักปลอดสารพิษให้ฟรี

1.9.1.3 ยอดขายไม่ต่ำกว่าปีละ 20,000,000 บาท

1.9.2 เป้าหมายระยะปานกลาง (ปีที่ 2 และ ปีที่ 3)

1.9.2.1 สร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่ออกมาทุก 3 เดือน เพื่อกระตุ้นการรับรู้ของลูกค้าเก่า และเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ควบคู่ไปด้วย

1.9.2.2 วางแผนจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการเกษตรยุคใหม่ และเรียนรู้หลักเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9

1.9.2.3 ยอดขายโตขึ้นไม่ต่ำกว่า 15%

1.9.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และ ปีที่ 5 เป็นต้นไป)

1.9.3.1 สร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่ออกมาทุก 3 เดือน เพื่อกระตุ้นการรับรู้ของลูกค้าเก่า และเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ควบคู่ไปด้วย

1.9.3.2 เริ่มขยายพื้นที่ร้าน เพื่อสร้างเกษตรครบวงจรขึ้นในบริเวณร้าน โดยมุ่งเน้นความสุขลักษณะและหลักสุขอนามัย GMP ร้านอาหารเข้ามารับรองคุณภาพและบริการของร้าน

1.9.3.3 เปิดโซนการศึกษาเกษตรครบวงจรแบบโมเดลเกษตรคนเมืองขึ้น เพื่อให้คนที่สนใจเข้ามาศึกษาดูงานได้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ

1.9.3.4 ยอดขายโตขึ้นไม่ต่ำกว่า 10%

1.10 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

การประเมินสถานการณ์ของบริษัทฯ สำหรับการจัดตั้งธุรกิจร้านอาหาร ทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน รวมทั้งโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการตัดสินใจในการบริหารจัดการ ดังนี้

1.10.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดแข็ง

<u>ด้านการบริหารจัดการ</u>

- เจ้าของกิจการเป็นผู้ดูแลกิจการเอง จึงสามารถเข้าถึงลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- วัตถุดิบหลักอย่างผักที่ใช้ในการปรุงอาหารทั้งหมดมาจากที่ปลูกเองภายในร้าน จึงประหยัดต้นทุนในส่วนนี้ออกไปได้
- การรังสรรค์เมนูอาหาร ได้เชฟที่มีฝีมือดีมาช่วยในการพัฒนาสูตรอาหารให้มีความอร่อยและได้คุณภาพทางโภชนาการ

<u>ด้านการบริการและทำเลที่ตั้ง</u>

- บริเวณที่ปลูกผักสามารถเข้าเยี่ยมชม และมีการจัดมุมให้ถ่ายรูปเซลฟี่หรือเป็นกลุ่มก็ได้
- กิจกรรมที่จะจัดขึ้นในร้าน มีวิทยากรที่มีความรู้เรื่องการเกษตรที่รู้จักกันมานำเสนอได้
- ทำเลที่ตั้งร้านอยู่ แถวชานเมืองที่เงียบสงบ และมีบริเวณที่จอดรถหน้าร้าน

<u>ด้านการเงิน</u>

- พื้นที่บริเวณที่เช่าร้านเป็นของคนที่รู้จักกัน จึงได้ค่าเช่าที่ถูกกว่าที่อื่น

1.10.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดอ่อน

ด้านการบริหารจัดการ

- เจ้าของกิจการยังขาดประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านอาหาร

ด้านการตลาด

- เนื่องจากเป็นร้านอาหารเปิดใหม่ Brand Awareness จึงต่ำ ต้องใช้การตลาดเข้ามาช่วยในการโฆษณาตั้งแต่แรกเริ่ม

ด้านทำเลที่ตั้ง

- เนื่องจากไม่ใช่พื้นที่ของตนเอง จึงขาดอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินหากต้องการปรับปรุงพื้นที่ของร้าน และอาจถูกเจ้าของที่ดินเวนคืนได้ทุกเมื่อ

ด้านการเงิน

- ยังขาดเงินทุนในการสร้างตัวร้าน และเครื่องมือวัสดุในการประดิษฐ์แปลงปลูกผัก ต้องดำเนินการกู้เงินจากธนาคารเป็นส่วนใหญ่

1.10.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – โอกาส

สภาพสังคม

ปัจจุบันคนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพเน้นบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เลือกรับประทานผักและผลไม้ที่ปลูกด้วยการเกษตรแบบอินทรีย์ที่ปลอดสารเคมีนอกจากนั้นแนวโน้มคนไทยในปัจจุบันที่มีนิสัยรักการกินชอบแสวงหาความแปลกใหม่ของบรรยากาศร้านที่แตกต่างจากร้านอื่นๆ

เทคโนโลยี

สมัยนี้มีเทคโนโลยีและเครื่องจักรมากมายมาช่วยทุ่นแรงในการทำเกษตรกรรมลดเวลา ลดแรงงานคน เพิ่มผลผลิตมากขึ้น นอกจากนั้นในปัจจุบันนี้ความสามารถของ Smartphone และ Application ต่างๆ ทำให้การควบคุมเครื่องจักรต่างๆมาอยู่ในมือของเราได้อย่างง่ายขึ้นและรวดเร็ว แม้ไม่ได้อยู่เฝ้าดูแลก็สามารถควบคุมเครื่องจักรต่างๆได้จากระยะไกล นอกจากนี้ปัจจุบันมีนวัตกรรมและเทคโนโลยีออกมาเพื่อนำเอาพลังอื่นมาทดแทนอย่างมากมาย

ผู้จัดส่งวัตถุดิบ

มีผู้จัดส่งวัตถุดิบหลายหลากที่สามารถคัดสรรวัตถุดิบที่ดีได้อย่างมากมาย ทำให้มีอำนาจต่อรองราคาวัตถุดิบด้วย

1.10.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – อุปสรรค

<u>สินค้าทดแทน</u>

สินค้าที่บริโภคเป็นอาหาร หรือแทนอาหารได้มีให้เลือกอย่างมากมาย มีบางคนที่รักสุขภาพที่ไม่เลือกที่จะเข้าร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แต่กลับเลือกที่จะซื้ออาหารเสริมตามร้านขายยามารับประทานแทน

<u>ค่านิยม</u>

แม้ว่านิสัยการแสวงหาร้านอาหารแปลกใหม่จะมีข้อดี แต่ก็เป็นอุปสรรคได้เช่นกัน คือเมื่อมาลองแล้ว เบื่อ ไม่มีความแปลกใหม่แล้ว ก็จะย้ายไปร้านอื่นแทน

1.11 Business Model Canvas

ตารางที่ 1.2 แสดง Business Model Canvas

<table>
<tr>
<td rowspan="2"><u>Key Partners</u>
- Supplierเนื้อสัตว์
- Supplierวัสดุในร้าน
- Supplierวัตถุดิบอื่นๆ
- กระทรวงเกษตรฯ
- Food Innopolis</td>
<td><u>Key Activities</u>
- เลี้ยงปลาปลูกผัก
- ทำอาหาร
- เสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม</td>
<td rowspan="2"><u>Value propositions</u>
- อาหารที่ปรุงจากวัตถุดิบ Organic
- กิจกรรมที่ได้ความรู้
- ได้ความเพลิดเพลินผ่อนคลาย</td>
<td><u>Customer Relationships</u>
- Facebook
- Instagram
- Line@</td>
<td rowspan="2"><u>Customer Segment</u>
- คนเมืองที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ
-คนที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ</td>
</tr>
<tr>
<td><u>Key Resources</u>
- วัตถุดิบสด เช่น เนื้อสัตว์และผัก
- วัตถุดิบแห้ง
- พนักงานร้าน</td>
<td><u>Channels</u>
- หน้าร้าน
- ออกบูธ</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3"><u>Cost Structure</u>
- ค่าจัดหาวัตถุดิบ - ค่าจ้างพนักงาน- ค่าการตลาด
- ค่าเช่า - ค่าน้ำค่าไฟ</td>
<td colspan="2"><u>Revenue Streams</u>
- ปริมาณอาหารที่ขายได้
- ปริมาณเครื่องดื่มที่ขายได้</td>
</tr>
</table>

บทที่2
แผนการตลาด

2.1 การสำรวจและการวิจัยตลาด

ในการสำรวจและการวิจัยทางการตลาด ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน รวมทั้งการรับรู้และการยอมรับ สำหรับร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแนวสุขภาพ รวมถึงความคิดเห็น ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่มีผักที่ปลูกด้วยระบบ Aquaponics เป็นส่วนประกอบ

2.1.1 วัตถุประสงค์ของการสำรวจตลาด

2.1.1.1 เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการเลือกร้านอาหารและปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย

2.1.1.2 เพื่อนำไปใช้สนับสนุนการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard

2.1.1.3 เพื่อศึกษาการยอมรับของกลุ่มเป้าหมายต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอเพื่อประเมินความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจ และนำไปใช้ในการประมาณการรายได้

2.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด

2.1.2.1 <u>วิธีการ</u> งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย โดยหาข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มเป้าหมายโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

2.1.2.2 <u>กลุ่มเป้าหมาย</u> ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

2.1.2.3 <u>การเก็บข้อมูล</u> เครื่องมือที่จะนำ มาใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยการกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยต้องการแบบสอบถาม แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการเลือกร้านอาหารทานและปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อประเมินการจัดตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard

2.1.3 ผลการสำรวจตลาด

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 447 คนด้วยแบบสอบถาม สามารถสรุปผลการสำรวจตลาดได้ดังนี้

2.1.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และระดับการศึกษา สามารถอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ			
	ชาย	134	30
	หญิง	313	70
รวม		447	100
2. อายุ			
	ต่ำกว่า 18 ปี	4	0.9
	18 – 25 ปี	80	17.9
	26 – 35 ปี	240	53.7
	36 – 45 ปี	63	14.1
	46 – 60 ปี	24	5.3
	60 ปีขึ้นไป	36	8.1
รวม		447	100
3. ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	31	7
	ปริญญาตรี	280	62.6

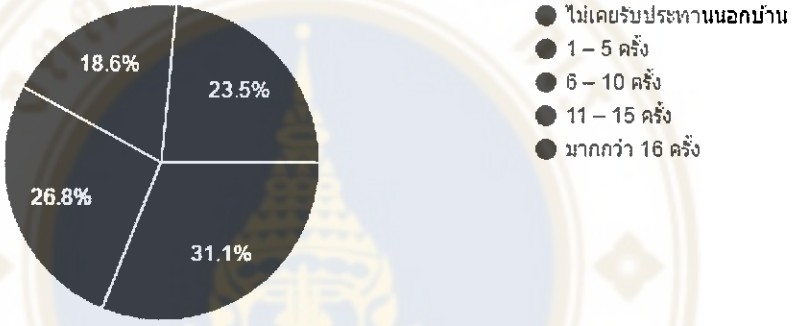
ตารางที่ 2.1 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	สูงกว่าปริญญาตรี	136	30.4
รวม		447	100
4. อาชีพ			
	นักเรียน, นิสิตนักศึกษา	25	5.6
	ธุรกิจส่วนตัว	64	14.3
	พนักงานบริษัทเอกชน	253	56.6
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	64	14.3
	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	33	7.4
	อื่นๆ	8	1.8
รวม		447	100
5. รายได้			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	29	6.5
	10,001-20,000 บาท	56	12.5
	20,001-30,000 บาท	130	29.2
	30,001-40,000 บาท	103	23
	40,001-50,000 บาท	44	9.8
	50,000 บาทขึ้นไป	85	19
รวม		447	100
6. สถานะภาพการสมรส			
	โสด	276	61.7
	สมรส	160	35.8
	หย่าร้าง/หม้าย	9	2
	แยกกันอยู่	2	0.5
รวม		447	100

จากตารางที่ 2.1 ผลสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบ ถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 26 ถึง 35 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 ถึง 30,000 บาท สถานะภาพ โสด

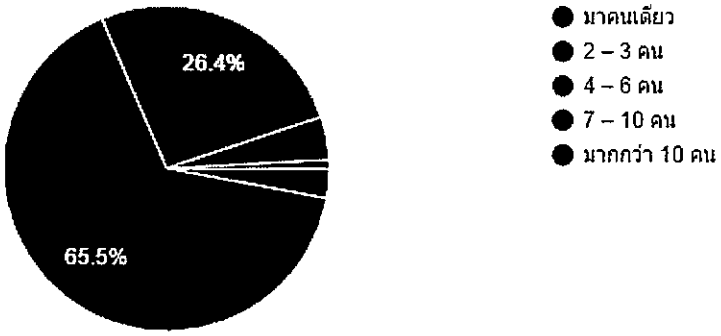
2.1.3.2 พฤติกรรมการเลือกร้านอาหารทานและปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกร้านอาหารทานและปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม มีดังนี้



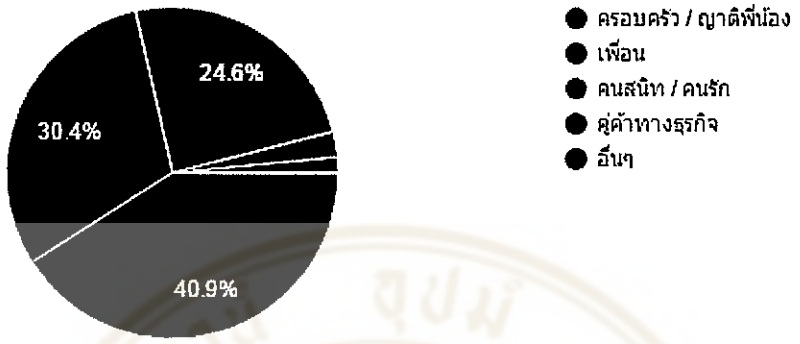
ภาพที่ 2.1 แสดงผู้ตอบแบบสอบถาม รับประทานอาหารนอกบ้านโดยเฉลี่ยต่อเดือนกี่ครั้ง

จากภาพที่ 2.1 สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 139 คน รับประทานอาหารนอกบ้าน โดยเฉลี่ยระหว่าง 1 ถึง 5 ครั้งต่อเดือน และรองลงมาจำนวน 120 คนรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยเฉลี่ยระหว่าง 6 ถึง 10 ครั้งต่อเดือน



ภาพที่ 2.2 แสดงผู้ตอบแบบสอบถามปกติมารับประทานอาหารครั้งละกี่คน

จากภาพที่ 2.2 สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 293 คน ปกติมารับประทานอาหารครั้งละ โดยเฉลี่ยระหว่าง 2 ถึง 3 คนต่อครั้ง และรองลงมาจำนวน 118 คน ปกติมารับประทานอาหารครั้งละโดยเฉลี่ยระหว่าง 4 ถึง 6 คนต่อครั้ง



ภาพที่ 2.3 แสดงผู้ตอบแบบสอบถามปกติมารับประทานอาหารกับใคร

จากภาพที่ 2.3 สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 183 คน ปกติมารับประทานอาหารกับครอบครัว และรองลงมาจำนวน 136 คน ปกติมารับประทานอาหารกับเพื่อน

ภาพที่ 2.4 แสดงกราฟเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามออกมารับประทานอาหารนอกบ้าน

จากภาพที่ 2.4 สรุปได้ว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ออกมารับประทานอาหารนอกบ้าน เพื่อการสังสรรค์และบันเทิง เหตุผลรองลงมาคือ เพราะไม่มีเวลาเตรียมอาหาร

ตารางที่ 2.2 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการรับประทานนอกบ้านมากที่สุดวันไหน ช่วงเวลา และช่วงราคาที่จ่ายต่อมื้อต่อคนเท่าไหร่

วันไหนรับประทานอาหารนอกบ้านมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์)	180	40.3
เสาร์ – อาทิตย์	168	37.6
วันหยุดนักขัตฤกษ์	25	5.6
ต้นเดือน – สิ้นเดือน	51	11.4
อื่นๆ	23	5.1
รวม	447	100
ช่วงเวลารับประทานอาหารนอกบ้านมากที่สุด		
ก่อน 10.00 น.	7	1.6
10.00 – 14.00 น.	106	23.7
14.00 – 18.00 น.	127	28.4
หลัง 18.00 น.	199	44.5
อื่นๆ	8	1.8
รวม	447	100
ช่วงราคาที่จ่ายต่อมื้อต่อคน		
น้อยกว่า 100 บาท	60	13.4
101 – 200 บาท	124	27.7
201 – 300 บาท	123	27.5
301 – 400 บาท	62	13.9
มากกว่า 400 บาท	78	17.5
รวม	447	100

จากตารางที่ 2.2 ผลสำรวจข้อมูลพฤติกรรมการรับประทานนอกบ้านมากที่สุดวันไหน ช่วงเวลา และช่วงราคาที่จ่ายต่อมื้อต่อคนเท่าไหร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่รับประทานอาหารนอกบ้านมากที่สุดในวันธรรมดา ตอนหลัง 18.00 น. และช่วงราคาที่จ่ายต่อมื้อต่อคนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 101 ถึง 300 บาท

ตารางที่ 2.3 แสดงปัจจัยใดที่ทำให้เข้ามาใช้บริการร้านอาหาร (เรียงลำดับความสำคัญ 1 - 6, โดยเลข 6 สำคัญที่สุด

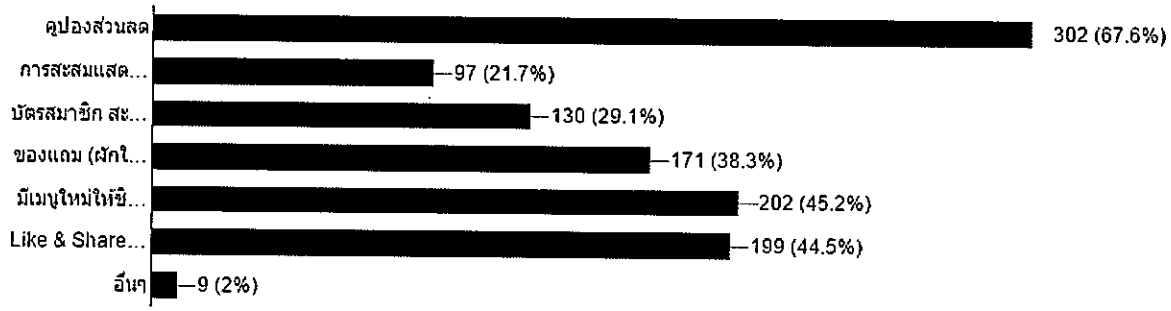
ปัจจัย	ลำดับความสำคัญ					
	6	5	4	3	2	1
ความหลากหลายของเมนูอาหาร	☐					
อาหารสด สะอาด รสชาติดี		☐				
มีบริการอาหารเพื่อสุขภาพ					☐	
สถานที่สวยงาม บรรยากาศดี			☐			
ราคาเหมาะสม				☐		
เดินทางสะดวก						☐

จากตารางที่ 2.3 ผลสำรวจปัจจัยใดที่ทำให้เข้ามาใช้บริการร้านอาหาร โดยเรียงลำดับความสำคัญ เลข 6 สำคัญที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ความหลากหลายของเมนูอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ที่ทำให้เข้ามาใช้บริการร้านอาหาร และปัจจัยรองลงมาคือ อาหารสด สะอาด รสชาติดี

ตารางที่ 2.4 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของความสนใจรับประทานอาหารแนวสุขภาพเน้นการคัดวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพมาประกอบอาหาร พร้อมด้วยผักสลัดที่ สด กรอบ จากฟาร์มผักโดยตรงมาเสิร์ฟพร้อมเมนูอาหารในร้านหรือไม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความสนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สนใจ	341	76.3
2. ไม่สนใจ	106	23.7
รวม	447	100

จากตารางที่ 2.4 ผลสำรวจของข้อมูลความสนใจรับประทานอาหารแนวสุขภาพเน้นการคัดวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพมาประกอบอาหาร พร้อมด้วยผักสลัดที่ สด กรอบ จากฟาร์มผักโดยตรงมาเสิร์ฟพร้อมเมนูอาหารในร้านหรือไม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 341 คนตอบว่า สนใจ โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่สนใจเพราะว่าเน้นสุขภาพ ชอบทานผัก ส่วนผู้ที่ตอบว่าไม่สนใจ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าชอบทานแบบบุฟเฟ่ต์ และเน้นทานเนื้อสัตว์มากกว่า

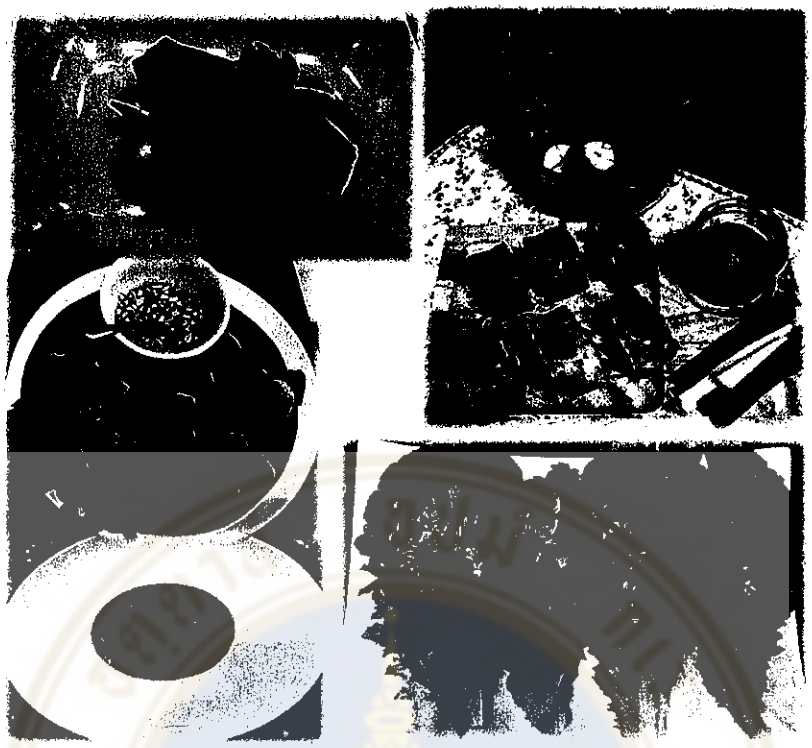


ภาพที่ 2.5 แสดงการส่งเสริมการขายแบบใดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากภาพที่ 2.5 สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า การส่งเสริมการขายแบบให้คูปองส่วน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารมากที่สุด และรองลงมาคือการที่ร้านอาหารมีเมนูออกมาให้ชิมฟรี

2.1.3.2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อประเมินการจัดตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard

"Little Green Yard" ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และฟาร์มผักสลัด Aquaponics ทางร้านทำฟาร์มผักสลัด Aquaponics และเปิดร้านอาหารในสไตล์อิตาเลี่ยนและไทยประยุกต์ พร้อมบรรยากาศการตกแต่งร้านโดยมีฟาร์มผักAquaponics และแปลงผักสวนครัวที่เป็นพาโนรามาวิวซึ่งสามารถมองเห็นได้จากทุกโต๊ะเป็นไฮไลท์ของร้าน ด้วยแนวความคิดในการทำอาหารแบบเน้นคุณภาพจริงๆ พร้อมคัดวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ ประกอบกับการนำผักสลัดที่สด กรอบ จากฟาร์มโดยตรงมาเสิร์ฟพร้อมเมนูอาหารในร้าน ที่ร้านใส่ใจกับการเลือกวัตถุดิบในการปรุงอาหารไม่ใช่แค่รสชาติของอาหาร แต่ใส่ใจตั้งแต่การเลือกสรรวัตถุดิบและการปรุง ปรุงอาหารทุกจานด้วยน้ำมันมะกอก ที่เป็นไขมันชนิดดี ลดความเสี่ยงของโรคหัวใจ ปลอดภัยจากสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น ผงนุ่ม และสารกันบูด ร้านจะใส่ใจในการดูแลตัวเองและเลือกรับประทานเฉพาะอาหารที่มีคุณภาพนอกจากนั้นยังมีกระเช้าผักสลัดเพื่อสุขภาพ ผักสลัดมิกซ์ พร้อมน้ำสลัดโฮมเมดไว้ให้ซื้อกลับบ้านหรือซื้อเป็นของฝาก



ภาพที่ 2.6 แสดงตัวอย่างเมนูของร้าน Little Green Yard

ตารางที่ 2.5 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อประเมินการจัดตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard หลังจากได้รับข้อมูลแนวคิดของร้าน และดูภาพตัวอย่างเมนูอาหารของร้าน

ความคิดเห็นต่อแนวคิดของร้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หลังจากได้รับข้อมูลแนวคิดของร้าน และดูภาพตัวอย่างเมนูอาหารของร้าน ชอบแนวคิดของร้านอาหารแบบนี้หรือไม่		
ชอบ	408	91.3
ไม่ชอบ	39	8.7
รวม	447	100
มีความสนใจเข้าใช้บริการร้านอาหารนี้หรือไม่		
ไม่สนใจ	12	2.7
สนใจเล็กน้อย	21	4.7
สนใจ	118	26.4
สนใจมาก	188	42.1

ตารางที่ 2.5 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อประเมินการจัดตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard หลังจากได้รับข้อมูลแนวคิดของร้าน และดูภาพตัวอย่างเมนูอาหารของร้าน (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อแนวคิดของร้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สนใจมากที่สุด	108	24.1
รวม	447	100
หลังจากได้ดูรายการอาหารและเมนู คิดว่าราคาที่เหมาะสมต่อหนึ่งครั้งสำหรับการทานอาหารในร้านควรเป็นเท่าใด		
100 – 199 บาท	140	31.3
200 – 299 บาท	209	46.8
300 – 499 บาท	82	18.3
500 บาทขึ้นไป	16	3.6
รวม	447	100
คิดว่าพร้อมที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นอีกกี่ % เพื่อรับประทานอาหาร ที่เสิร์ฟพร้อมผักปลอดสารพิษและปรุงด้วยเครื่องปรุงจากธรรมชาติ		
10%	264	59.1
15%	149	33.3
20%	30	6.7
25%	4	0.9
รวม	447	100
คิดว่าพร้อมที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นอีกกี่ % เพื่อรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ		
10%	249	55.7
15%	156	34.9
20%	39	8.7
25%	3	0.7
รวม	447	100
คิดว่าภายในร้านอาหารเพื่อสุขภาพควรมีสิ่งใด		

ตารางที่ 2.5 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อประเมินการจัดตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard หลังจากได้รับข้อมูลแนวคิดของร้าน และดูภาพตัวอย่างเมนูอาหารของร้าน (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อแนวคิดของร้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริการนวด / สปา	21	4.7
หนังสือ / สื่อต่างๆเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ	8	1.8
ที่พักผ่อน สวนสุขภาพ	73	16.3
คำแนะนำจากนักโภชนาการ	102	22.8
จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ	239	53.5
อื่นๆ	4	0.9
รวม	447	100
คิดว่าร้านควรตั้งอยู่ที่ใด		
ภายในห้างสรรพสินค้า	85	19
บริเวณสวนสุขภาพ / สถานที่ออกกำลังกาย	3	0.7
ชานเมือง / ใกล้แหล่งธรรมชาติ	105	23.5
ใกล้สถานีรถไฟฟ้า	74	16.6
ใจกลางเมือง / ย่านธุรกิจ	53	11.8
ใกล้บ้าน	22	4.9
ใกล้ที่ทำงาน	47	10.5
Community Mall	58	13
รวม	447	100

จากตารางที่ 2.5 หลังจากผู้ตอบแบบสอบถามได้ทราบข้อมูลแนวคิดของร้าน และได้ดูรูปตัวอย่างเมนูอาหารของร้านแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบแนวคิดของร้าน และสนใจมากที่มาใช้บริการร้าน โดยคิดว่าราคาอาหารเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 200 ถึง 299 บาท และยินดีจะจ่ายแพงขึ้นอีก 10% เพื่อรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และคิดว่าควรมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติในร้าน และร้านแนวนี้ควรอยู่ในทำเลที่ตั้งแถวชานเมืองและใกล้แหล่งธรรมชาติ

2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง

ตารางที่ 2.6 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งในตลาดร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ชื่อร้าน	สวนผักน้ำ	My Home	Veggie Mill	Farm Luck Dee	Home Fresh	Little Green Yard
โลโก้ร้าน	[redacted]	My Home	VEGGIE MILL	Luck Dee SALAD BAR STEAK RESTAURANT	HOME FRESH	LITTLE GREEN YARD
ราคาอาหารเฉลี่ยต่อคน	101–250 บาท	101–250 บาท	101–250 บาท	101–250 บาท	251–500 บาท	200–350 บาท
วันเวลาเปิด-ปิด	ศ. – อา. 11 - 14 น.	จ. – ส. 9 - 20 น.	จ-พฤ, ส-อา 11 - 20 น.	อ. – อา. 11 - 19 น.	ทุกวัน 10 - 21 น.	ทุกวัน 11 - 21 น.
มีที่จอดรถ	☐	☐	☐	☐	☐	☐
มี Wi-Fi ฟรี	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Customer Experience	วิวแปลงผักHydro	วิวแปลงผักHydro	วิวแปลงผักHydro	วิวแปลงผักHydro	วิวแปลงผักHydro	วิวแปลงผักนั่งดูปลา

2.3 การแบ่งส่วนตลาด ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด (STP Marketing)

2.3.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Segmentation)

ในการแบ่งส่วนทางการตลาดของร้าน Little Green Yard จะทำการตลาดโดยใช้เกณฑ์ในการแบ่งด้านประชากรศาสตร์ ภูมิภาค จิตวิทยา ดังนี้

2.3.1.1 ด้านประชากรศาสตร์ ทุกเพศทุกวัย ทุกเชื้อชาติ ศาสนา ทุกอาชีพ และทุกระดับการศึกษา มีระดับรายได้ปานกลางถึงสูง

2.3.1.2 ด้านภูมิภาค เขตกรุงเทพและปริมณฑล

2.3.1.3 ด้านจิตวิทยา ค่านิยมในเรื่องการใส่ใจด้านสุขภาพ

2.3.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target)

จากการทำสำรวจของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 447 คน สามารถแบ่งกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

2.3.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

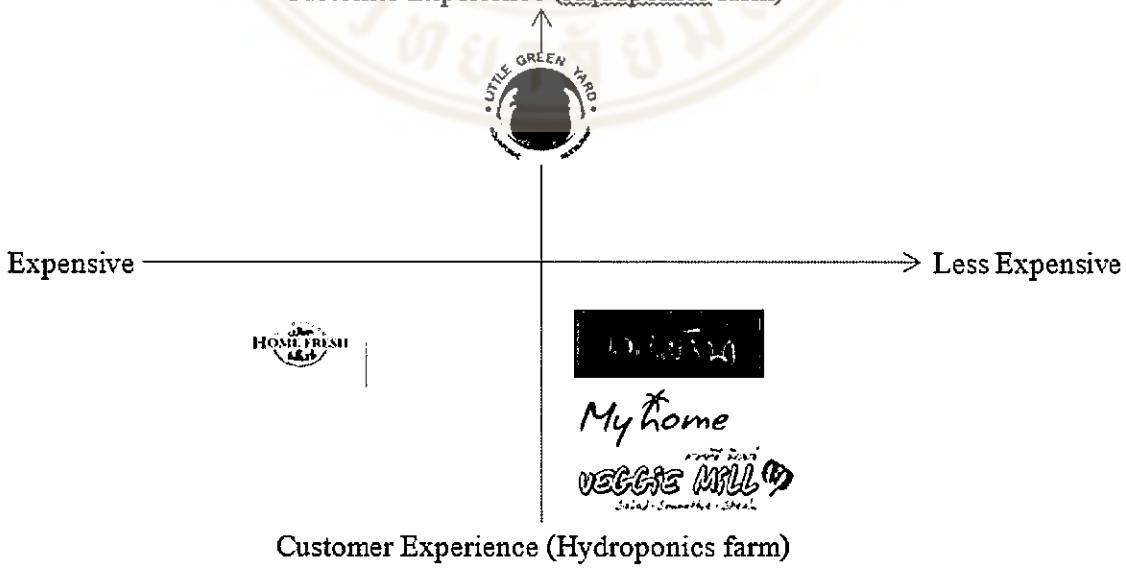
- ลูกค้าทั้งชายและหญิง ที่อายุระหว่าง 26 ถึง 35 ปี
- มาในลักษณะครอบครัว เพื่อสังสรรค์และบันเทิง
- รายได้ระหว่าง 20,000 ถึง 30,000 บาท
- รักสุขภาพ และชื่นชอบในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

2.3.2.1 กลุ่มเป้าหมายรอง

- ลูกค้าทั่วไปที่ไม่มีเวลาทำอาหาร
- มากับเพื่อนเป็นกลุ่ม 4 ถึง 6 คน เพื่อสังสรรค์หรือพูดคุยธุรกิจ
- รักสุขภาพ และชื่นชอบในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

2.3.1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Positioning)

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้วางไว้ว่า แนวคิดของร้านมีความเป็น Differentiate ที่สร้าง Customer Experience ให้แก่ลูกค้า และราคาอาหารเฉลี่ยต่อคนจะไม่ถูกหรือแพงจนเกินไป



ภาพที่ 2.7 แสดงการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

2.4 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)

2.4.1 กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ

2.4.1.1 Brand ตราสัญลักษณ์ของร้าน

เนื่องจากสิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้เป็นสิ่งแรกคือการมองเห็น ฉะนั้นตราสัญลักษณ์ของร้านจึงต้องออกแบบเพื่อสื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจแนวคิดของร้านได้ทันทีตั้งแต่แรกเห็น จึงได้ออกแบบไว้ดังนี้

ภาพที่ 2.8 แสดงตราสัญลักษณ์ของร้าน Little Green Yard

จากภาพที่ 2.8 ผู้ทำวิจัยได้ออกแบบตราสัญลักษณ์ เพื่อให้สื่อถึงแนวคิดของร้าน ที่ว่าปลูกผักด้วย Aquaponics ภายในร้าน โดยจะสื่อให้ลูกค้าได้เห็นว่าร้าน Little Green Yard นั้นมีบรรยากาศของความเป็นธรรมชาติ มีปลาให้ชม และมีผักปลูกด้วยระบบที่เลียนแบบธรรมชาติที่มั่นใจว่าปลอดสารเคมี 100%

2.4.1.2 รูปแบบร้าน

ร้านจะได้รับการออกแบบมาเพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้สัมผัสถึงความเป็นธรรมชาติ โดยรอบตัวร้านจะเป็นกระจกทั้งหมดที่ให้ลูกค้าสามารถมองเห็นวิวได้ 3 มุม แล้วแต่จะเลือกนั่งคือ 1. มุมแปลงผัก Aquaponics 2. มุมสวนผัก และ 3. มุมตู้ปลาที่มองเห็นแปลงผักได้เช่นกัน และยังจัดมุมอื่นๆภายในและภายนอกร้านสำหรับลูกค้าที่ชอบการถ่ายภาพ เพื่อลูกค้าจะได้แชร์รูป และเป็นการโฆษณาร้านไปด้วย

ภาพที่ 2.9 แสดงภาพตัวอย่างรูปแบบร้านภายนอก

ภาพที่ 2.10 แสดงภาพตัวอย่างรูปแบบร้านภายในร้าน

2.4.1.3 ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม

จากแนวคิดร้านที่จะปลูกผักเพื่อนำมาประกอบอาหารเอง ฉะนั้นอาหารที่จะนำเสนอให้ลูกค้า จะเป็นในลักษณะอาหารอิตาเลี่ยนไทยประยุกต์ โดยอาหารแทบทุกจานจะเสิร์ฟพร้อมผักสลัดที่สดและสะอาด ปลอดสารเคมี และมีบริการเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพอย่างน้ำผลไม้ปั่น ที่มุ่งเน้นคุณประโยชน์จากผลไม้แต่ละชนิด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน และมีเครื่องดื่มร้อนและเย็นอื่นๆให้บริการด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 2.7 แสดงรายการเมนูอาหารของร้าน Little Green Yard

Appetizer	Soup	Salad	Main dishes	Spaghetti
ไข่ชะอมม้วนโรลน้ำพริกกะปิ	ซุปผักรวมลิตเติ้ลกรีน	สลัดผักลิตเติ้ลกรีน	สเต็กปลาแซลมอน	สปาเก็ตตี้ครีมซอสเพสโต้
ยำทูน่าเสิร์ฟบนผักคอส	ซุปผักโขม	ซีซ่าสลัด	สเต็กปลานิล	สปาเก็ตตี้ขี้เมาทะเล
เต้าหู้ปลาทอดเสิร์ฟพร้อมผัก	ซุปข้นกุ้ง	สลัดอกไก่และเห็ดออรินจิย่าง	สเต็กพอร์คชอพ	สปาเก็ตตี้ปลานิลกรอบผัดฉ่า
ไก่ทอดเกลือเสิร์ฟพร้อมผักสลัด	ซุปหอยลาย	สลัดแซลมอนรมควัน	สเต็กไก่ย่างพริกไทยดำ/ไก่กรอบ/ไก่สไปซี่	สปาเก็ตตี้ไส้กรอกผัดพริกแห้ง
ขนมปังกระเทียมหอยลาย	ซุปหัวหอม	สลัดปลาทอด	ข้าวผัดปลานิลทอดกรอบ	สปาเก็ตตี้ซอสคาโบนาร่า
ปลาหมึกตั๋วพริกเกลือ	ซุปต้มยำ	สลัดปูนิ่ม	ข้าวไก่ย่างเทอริยากิ	สปาเก็ตตี้ซอสแดง
หอยแมลงภู่อบชีส	ซุปเห็ดข้น	สลัดซีฟู้ด	ข้าวหมูย่างน้ำจิ้มแจ่ว	สปาเก็ตตี้แฮมและเห็ดครีมขาว

ตารางที่ 2.8 แสดงรายการน้ำผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพของร้าน Little Green Yard

รายการน้ำผลไม้ปั่น	คุณประโยชน์
แครอท+น้ำผึ้ง+มะนาว	ลดริ้วรอย แก้สิวฝ้า
แตงโม+มะเขือเทศ+แครอท	บำรุงผิวพรรณสดใส
สับปะรด+มะเขือเทศ+ฝรั่ง	ผิวสวยเนียน
สับปะรด+ใบโหระพา	ช่วยย่อยอาหาร
แครอท+ส้ม+สตอร์เบอร์รี่	ป้องกันมะเร็ง
แครอท+แอปเปิ้ล	ขับสารพิษ
กระเจี๊ยบ+มะนาว	ลดความดัน
แอปเปิ้ล+ส้ม+แครอท	บำรุงครรภ์

2.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา

กำหนดราคาที่ให้มีความรู้สึกที่คุ้มค่ามากขึ้น โดยการจัด Set ชุดอาหาร เพื่อตอบโจทย์ผู้ที่ต้องการรับประทานหลายๆอย่าง แต่อย่างละไม่มาก เพราะจะรับประทานไม่หมด ราคากำหนดให้รู้สึกเหมือนทานจานเดี่ยว ราคาเฉลี่ยระหว่าง 300 - 400 บาท แต่สามารถทานได้ในคราวเดียว และเป็นชุดอาหาร และอาจรวมไปถึง Set อาหารที่เหมาะกับช่วงเวลา เช่น Set อาหารกลางวัน เนื่องจากจากผลสำรวจพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการหลัง 18.00 น. แต่หากมีการจัด Set ชุดอาหารกลางวันขึ้น อาจช่วยให้ดึงความต้องการของลูกค้าที่มีช่วงเวลาพักกลางวันไม่มาก และได้รับประทานอาหารหลายๆอย่างด้วยการสั่งแค่ครั้งเดียว

2.4.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้าน เนื่องจากผู้ทำวิจัยอยากให้ลูกค้าได้มาสัมผัสความเป็นธรรมชาติที่ร้าน และได้รับประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมกลับไป แต่แผนอนาคตหากเพิ่มพื้นที่ปลูกผักได้มากขึ้น เพิ่มผลผลิตของผักได้มากขึ้น จะดำเนินแผนเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผักไปยังลูกค้าที่เป็น B2B

ช่องทางการจัดจำหน่ายรองคือ การออกบู้ทแนะนำร้านและสินค้าภายในร้าน เช่นการออกบู้ทร่วมกับเขตที่ทางร้านทำอยู่แล้ว และการออกบู้ทสินค้าตามห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ ระดับกลางถึงพรีเมี่ยม งานเทศกาลต่างๆ งานอีเว้นท์เกี่ยวกับสุขภาพ ตามฟิตเนส โดยมีการนำอาหารและสินค้าภายในร้านออกไปจัดแสดง พร้อมทั้งจำหน่ายนอกสถานที่ และเชิญชวนให้มาทานที่ร้าน

2.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและขาย

การส่งเสริมการตลาดและขายของร้าน Little Green Yard จะแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

2.4.4.1 กิจกรรมส่งเสริมการตลาด กระตุ้นการรับรู้การเปิดใหม่ของร้านด้วยกลยุทธ์ดังนี้

- ในช่วงก่อนเปิดทางร้านจะทำป้ายโฆษณา และบอกทางมาร้าน ในบริเวณรอบร้านภายในรัศมี 5 กิโลเมตร

- จัดทำ Social Media เพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน ได้แก่ สร้าง Fanpage ใน Facebook, Instagam และ Line โดยจะมีการโพสต์เมนูอาหาร หรือโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน

- จัดให้มีกิจกรรมเชิญชวนลูกค้า ให้เข้ามีส่วนร่วมในการออกแบบเมนูอาหาร ผ่านทาง Fanpage ของ Facebook ถ้าเมนูของใครได้รับการกด Like&Share มากที่สุด ก็จะได้รับ Gift voucher ส่วนลดค่าอาหารที่ร้าน 1,000 บาทไปทันที กิจกรรมนี้ทางร้านจะได้ผลประโยชน์ในเรื่องของไอเดียการเพิ่มเมนูใหม่เข้ามาในร้าน

2.4.4.2 กิจกรรมส่งเสริมการขาย จัดขึ้นเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ มีกลยุทธ์ดังนี้

- ทางร้านจะออกแบบเมนูใหม่ทุก 3 เดือน และจะให้ชิมฟรีเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้าน เพื่อดูผลการตอบรับจากลูกค้าว่าชื่นชอบ และมีการสอบถามเพื่อซื้อซ้ำจากพนักงานร้านหรือไม่

- จัดทำคูปองส่วนลด 100 บาท สำหรับลูกค้าที่สั่งอาหารครบ 1,000 บาทต่อ 1 ใบเสร็จ โดยสามารถนำกลับมาใช้ได้ในครั้งถัดไป แต่คูปองจะมีระยะเวลาเพียงแค่ 3 เดือน

- ใบเสร็จค่าอาหารสามารถนำมาเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพอื่นๆของทางร้านได้ 5% ใบเสร็จที่ใช้เป็นส่วนลดแล้วจะประทับตราโลโก้ของร้านเพื่อป้องกันการนำกลับมาใช้ซ้ำ

2.5 การประเมินยอดขาย

2.5.1 การประเมินยอดขายในปีที่ 1

ในปีที่ 1 ทางร้าน Little Green Yard ได้ประเมินยอดขายทั้งค่าอาหาร ค่าเครื่องดื่มและค่าสินค้าเพื่อสุขภาพอื่นๆรวมกันอยู่ที่ 26,160,000 บาท

ตารางที่ 2.9 แสดงประเมินยอดขายในปีที่ 1 ตั้งแต่เดือนที่ 1 – 12

เดือนที่	ยอดขายรวมทั้ง 3 ประเภท (บาท)
1	2,180,000
2	2,180,000
3	2,180,000
4	2,180,000
5	2,180,000
6	2,180,000
7	2,180,000
8	2,180,000
9	2,180,000
10	2,180,000
11	2,180,000
12	2,180,000
รวม	26,160,000

2.5.2 ประเมินยอดขายในปีที่ 2

ในปีที่ 2 ทางร้าน คาดการณ์ว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้น 20% จากยอดขายในปีที่ 1 เนื่องจากลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น ดังนั้นร้านจะมียอดขายในปีที่ 2 อยู่ที่ 31,392,000 บาทต่อปี

2.5.3 ประเมินยอดขายในปีที่ 3 และปีที่ 4

การประเมินยอดขายในปีที่ 3 และปีที่ 4 คาดการณ์ว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้น 10% จากยอดขายในปีที่ 2 เนื่องจากมีลูกค้ารายใหม่เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น ดังนั้นร้านจะมียอดขายในปีที่ 3 และปีที่ 4 อยู่ที่ 34,531,200 บาทและ 37,984,320 บาทตามลำดับ

2.5.4 ประเมินยอดขายตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป

ตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป ทางร้านคาดการณ์ว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นในอัตราคงที่ 6% ต่อปี เนื่องจากมีลูกค้ารายใหม่เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น ในปีที่ 5 ร้านจะมียอดขายอยู่ที่ 40,263,480 บาท

2.6 แผนการดำเนินงานทางการขาย

ทางร้าน Little Green Yard มีการดำเนินการทางการตลาดและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาดในปีที่ 1 - ปีที่ 5 ดังนี้

1. ทางร้านจะทำป้ายโฆษณา และบอกทางมาร้าน ในบริเวณรอบร้านภายในรัศมี 5 กิโลเมตร และขยายวงกว้างออกไปปีละ 5 กิโลเมตร โดยค่าใช้จ่ายในการทำป้ายโฆษณาในปีที่ 1 อยู่ที่ 10,000 บาท และปีที่ 2 – 3 คาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นปีละ 20% และปีที่ 4 คาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มขึ้น 15% และปีที่ 5 เป็นต้นไปคาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นปีละ 10%

2. จัดทำ Social Media เพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน ได้แก่ สร้าง Fanpage ใน Facebook, Instagam และ Line โดยจะมีการโพสต์เมนูอาหาร หรือโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน และจัดให้มีกิจกรรมเชิญชวนลูกค้า ให้เข้ามีส่วนร่วมในการออกแบบเมนูอาหาร ผ่านทาง Fanpage ของ Facebook ถ้าเมนูของใครได้รับการกด Like & Share มากที่สุด ก็จะได้รับ Gift voucher ส่วนลดค่าอาหารที่ร้าน 1,000 บาทโดยค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสื่อออนไลน์ในปีที่ 1 อยู่ที่ 30,000 บาท และปีที่ 2 – 3 คาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นปีละ 20% และปีที่ 4 คาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มขึ้น 15% และปีที่ 5 เป็นต้นไปคาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นปีละ 10%

3. ทางร้านจะออกแบบเมนูใหม่ทุก 3 เดือน และจะให้ชิมฟรีเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้าน นอกจากนั้นจัดทำคูปองส่วนลด 100 บาท สำหรับลูกค้าที่สั่งอาหารครบ 1,000 บาทต่อ 1 ใบเสร็จ โดยสามารถนำกลับมาใช้ได้ในครั้งถัดไป แถมใบเสร็จค่าอาหารยังสามารถนำมาเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพอื่นๆของทางร้านได้ 5% โดยค่าใช้จ่ายค่ากิจกรรมส่งเสริมการ

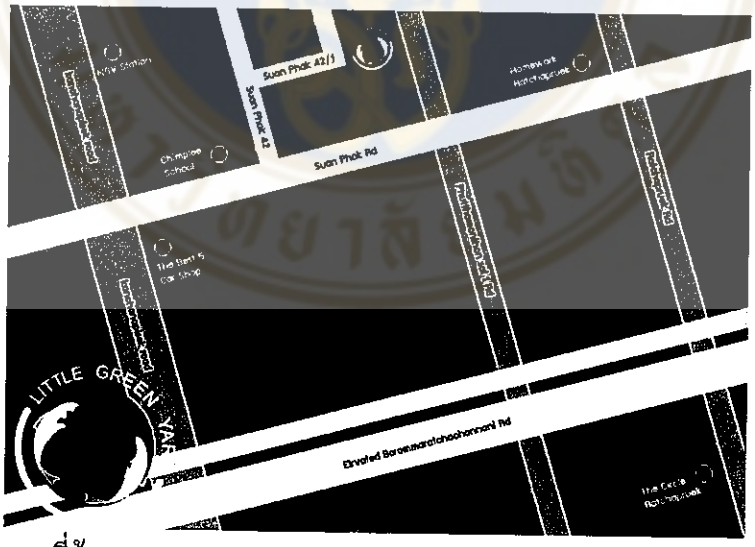
ขายที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ในปีที่ 1 อยู่ที่ 80,000 บาท และปีที่ 2 – 3 คาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นปีละ 20% และปีที่ 4 คาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มขึ้น 15% และปีที่ 5 เป็นต้นไป คาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นปีละ 10%

บทที่ 3
แผนดำเนินงาน

ร้าน Little Green Yard เป็นร้านที่จัดตั้งขึ้นบนพื้นที่ดินเช่าที่ว่างเปล่ายังไม่มีสิ่งปลูกสร้างใดๆทั้งสิ้น ดังนั้นจึงต้องมีการก่อสร้างร้านและตกแต่งใหม่ทั้งหมด โดยมีร้าน Little Green Yard มีแผนดำเนินงานดังนี้

3.1 สถานที่ตั้ง

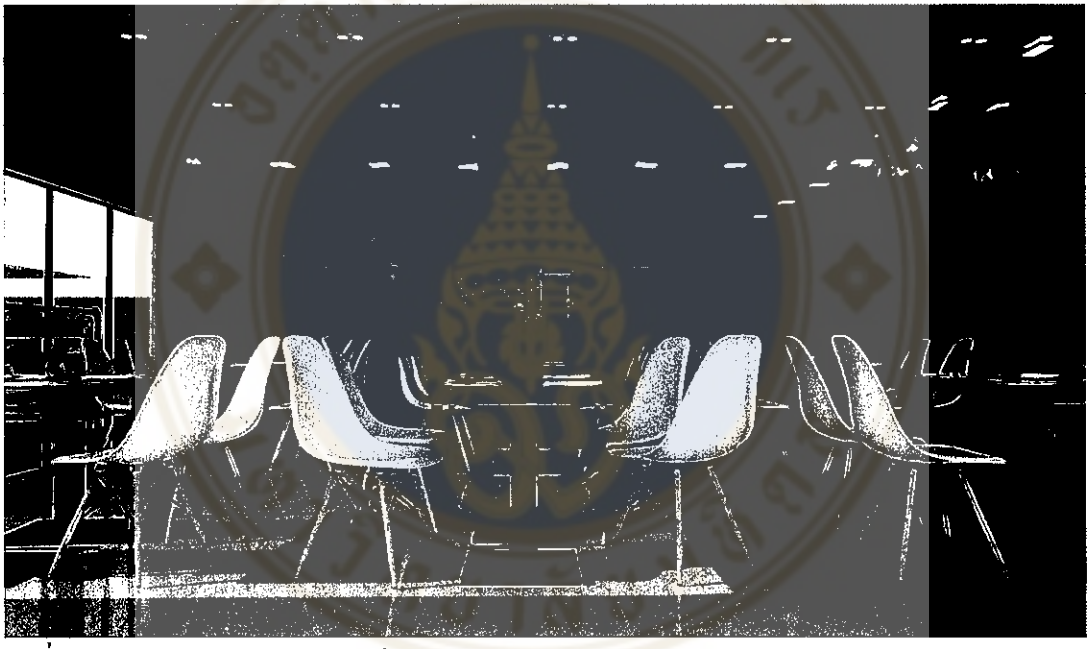
จากการสำรวจผลจากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่ตั้งร้านควรอยู่ชานเมือง ผู้วิจัยจึงสรรหาสถานที่ และได้ที่เหมาะสมสำหรับสถานที่ตั้งของร้านคือ อยู่ในซอยสวนผัก 42/1 ซึ่งห่างจากถนนใหญ่เข้าไปในซอยเพียง 100 เมตรเท่านั้น บริเวณหน้าร้านมีบริการที่จอดรถ และสามารถจอดรถภายในซอยได้



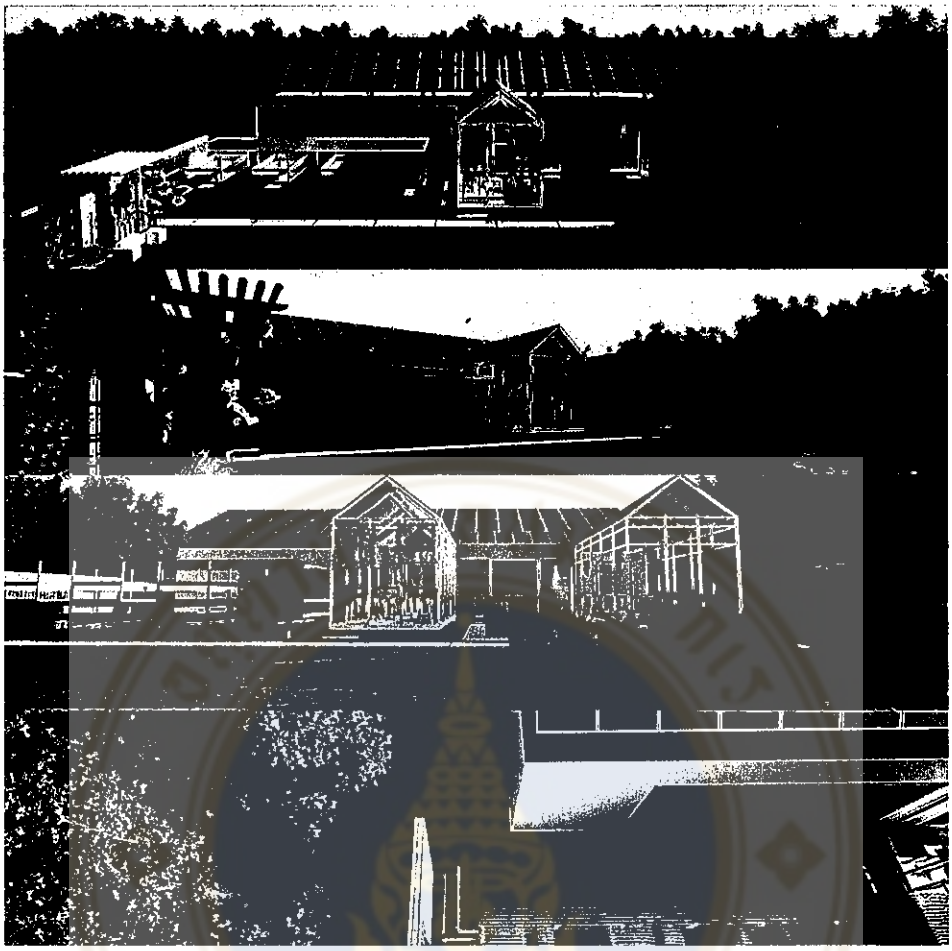
ภาพที่ 3.1 แสดงแผนที่ร้าน Little Green Yard

3.2 แผนการก่อสร้างร้านและตกแต่งร้าน

จากแนวคิดของผู้วิจัยที่อยากจะสร้างร้านอาหารแนวเพื่อสุขภาพ ที่จะปลูกผักภายในร้านเพื่อมาเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ไม่เพียงเท่านั้น จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ได้ข้อมูลมาว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่นชอบแนวคิดของร้านที่จะปลูกผักปลอดสารเองและนำประกอบอาหารให้แก่ลูกค้า ผู้วิจัยจึงออกแบบและตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศของความเป็นธรรมชาติ และรู้สึกสดชื่น โดยจะตกแต่งร้านด้วยโทนสีขาวและน้ำตาลเพื่อให้ตัดกับแปลงผักมีเขียวและรอบข้างตัวร้านจะเป็นกระจกทั้งหมดเพื่อให้ลูกค้าสามารถมองเห็นแปลงผัก และภายในร้านจะจัดแสดงตู้ปลาขนาดใหญ่ ซึ่งตู้ปลานี้จะเป็นส่วนหนึ่งของระบบ Aquaponics ด้วย ดังภาพที่ได้ออกแบบไว้ดังนี้



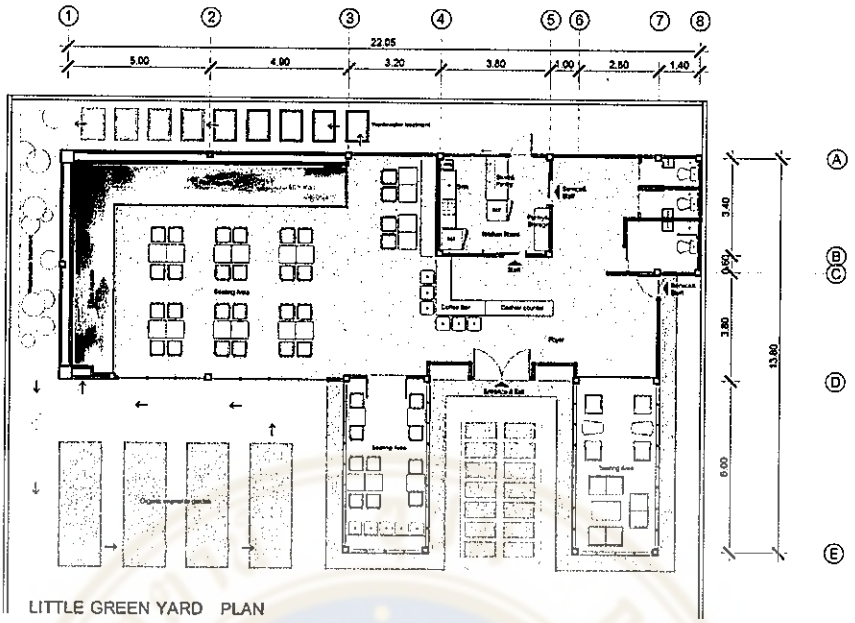
ภาพที่ 3.2 แสดงการตกแต่งภายในร้าน



ภาพที่ 3.3 แสดงการตกแต่งภายนอกร้าน

3.3 แผนผังร้าน

การจัดผังร้านจะเน้นให้ลูกค้าสัมผัสถึงความเป็นธรรมชาติตั้งแต่ทางเข้า โดยลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านจะได้เดินผ่านทั้งแปลงผักที่ปลูกด้วยระบบ Aquaponics และที่ปลูกด้วยดิน เมื่อเข้าในร้านลูกค้าสามารถเลือกได้ว่าจะนั่งชมวิวมุมใดของร้านตามความต้องการของลูกค้าเอง



ภาพที่ 3.4 แสดงแผนผังของร้าน

3.4 การดำเนินงานและค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างและตกแต่ง

เนื่องจากร้านต้องก่อสร้างใหม่ขึ้นจากพื้นที่ที่ว่างเปล่า ดังนั้นการดำเนินงานในปีที่ 1 จึงเป็นการดำเนินการก่อสร้างร้าน โดยจะใช้เวลาในการก่อสร้างตัวอาคารร้าน รวมทั้งติดตั้งและตกแต่งภายในและตกแต่งสวนภายนอกทั้งสิ้น 8 เดือนและใช้เวลาอีก 4 เดือนเพื่อติดตั้งแปลงผักปลูกผักระบบ Aquaponics ให้มีความเสถียร

3.4.1 รายละเอียดขั้นตอนการจัดตั้งบริษัทและก่อสร้างร้าน

3.4.1.1 รูปแบบของร้านมาจากแนวคิดของผู้วิจัย โดยจะจ้าง บริษัท บิซ เดค เทค แอนด์ คอน จำกัด สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 23/9 หมู่ 4 ถ.ศาลายา-บางเลน ต.คลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170 เป็นผู้ประเมินราคาและดำเนินการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างอาคารร้าน และสิ่งปลูกสร้างภายนอกอื่นๆ

3.4.1.2 การสร้างตู้ปลา Built-in ภายในร้านจะจ้างบริษัท อะควาติก้า จำกัด สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 399/7 ซอยเสริมสุข (พงศ์เพชรนิเวศน์ แยก 6-3) ถนนประชาชื่น แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 มาทำงานและเป็นที่ปรึกษาร่วมกับบริษัท บิซ เดค เทค แอนด์ คอน จำกัด ในกระบวนการก่อสร้างอาคารร้าน

3.4.1.2 ดำเนินการจัดซื้อเฟอร์นิเจอร์ในส่วนที่ไม่ใช่ Built-in และอุปกรณ์ตกแต่งร้าน รวมถึงอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในครัวที่จำเป็น และอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในร้าน ตัวอย่างเช่น เครื่องชงกาแฟ เครื่องปั่นน้ำผลไม้ และเครื่อง POS สำหรับแคชเชียร์ เป็นต้น

3.4.1.3 ดำเนินการจัดซื้อและติดตั้งระบบ Solar cell โดยบริษัท อมรศูนย์รวมอะไหล่อีเล็คโทรนิคส์ จำกัด ที่มีประสบการณ์ในด้านการจำหน่ายและติดตั้งระบบ Solar cell มานานกว่า 28 ปี

3.4.1.4 ดำเนินการจัดซื้อและติดตั้งระบบ Aquaponics ด้วยทีมงาน Aquaponics Thailand ที่นำทีมโดยมิสเตอร์โรเบิร์ต ผู้นำระบบ Aquaponics จากประเทศอเมริกาเข้ามาอบรมให้ความรู้และจำหน่ายอุปกรณ์การเพาะปลูกในประเทศไทย

3.4.1.5 ดำเนินการจดทะเบียนบริษัท โดยจะใช้บริการ บริษัท สำนักงานจิราภาการบัญชี จำกัด สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 2/519 ซอยพหลโยธิน 40 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 เป็นผู้ดำเนินการจดทะเบียนบริษัทให้

3.4.1.6 จัดหาบุคลากร และพนักงานร้านตามตำแหน่งต่างๆของร้าน ตัวอย่างเช่น พ่อครัว ผู้ช่วยพ่อครัว พนักงานเสิร์ฟ พนักงานชงกาแฟและเครื่องดื่ม แม่บ้านทำความสะอาด และคนงานดูแลสวนกับแปลงปลูกผัก

3.4.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

3.4.2.1 ค่าเช่าที่ดินสำหรับก่อสร้างร้าน

ค่าเช่าที่ดินของร้าน Little Green Yard จะจ่ายค่าเช่าเดือนละ 4,000 บาท และตามสัญญาเช่าที่ดินผู้เช่าระบุว่าจะปรับค่าเช่าขึ้น 50% หลังจากเช่าผ่านไปแล้ว 5 ปี

3.4.2.2 ค่าใช้จ่ายลงทุนในการก่อสร้างร้าน

การดำเนินงานในปีแรกของร้าน Little Green Yard จะเป็นเรื่องของการก่อสร้างร้านและติดตั้งระบบ Solar cell และระบบ Aquaponics โดยค่าใช้จ่ายในการลงทุนมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.1 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการลงทุนของร้าน Little Green Yard

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคารวม
	<u>อาคารร้านและเฟอร์นิเจอร์ Built-in</u>			
1	ฐานรากและเสาเข็ม	1	1,137,500.00	1,137,500.00
2	เสา-คาน	1	2,408,750.00	2,408,750.00
3	งานผนังก่อ-ฉาบบล็อกซีเมนต์	1	384,600.00	384,600.00
4	ผนังกระจก	1	83,875.00	83,875.00
5	หลังคากระเบื้อง ซีแพค(ลอนคู่)	1	400,000.00	400,000.00
6	กระเบื้องพื้น	1	100,000.00	100,000.00
7	เฟอร์นิเจอร์ Built-in	1	193,000.00	193,000.00
8	สุขภัณฑ์ในห้องน้ำ	1	27,520.00	27,520.00
9	บานประตู	1	134,500.00	134,500.00
10	กระจกตู้ปลา + ค่าติดตั้ง	1	141,600.00	141,600.00
11	ฐานตู้ปลา + งานระบบท่อ	1	229,680.00	229,680.00
	รวมค่าก่อสร้างอาคารและเฟอร์นิเจอร์ Built-in			**5,241,025.00**
	<u>สิ่งปลูกสร้างภายนอกอาคารร้าน</u>			
1	ชุด Solar cell 20 แผงพร้อมค่าติดตั้ง	1	287,000.00	287,000.00
2	ชุดอุปกรณ์พร้อมติดตั้งระบบ Aquaponics	1	1,000,000.00	1,000,000.00
3	อุปกรณ์แต่งสวนภายนอก	1	250,000.00	250,000.00
	รวมสิ่งปลูกสร้างภายนอกอาคารร้าน			**1,537,000.00**
	<u>เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่ง</u>			
1	เก้าอี้	30	900.00	27,000.00
2	สตูลบาร์	6	700.00	4,200.00
3	โต๊ะเหลี่ยม	21	1,250.00	26,250.00
4	โต๊ะกลาง	1	1,500.00	1,500.00
5	โต๊ะฟรีฟอร์ม	2	900.00	1,800.00
6	โซฟาเดี่ยว	4	2,000.00	8,000.00

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการลงทุนของร้าน Little Green Yard (ต่อ)

7	โซฟานั่งคู่	3	4,500.00	13,500.00
	รวมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่ง			**82,250.00**
	อุปกรณ์ร้าน			
1	เครื่องชงกาแฟ	1	65,000.00	65,000.00
2	เครื่องปั่นน้ำผลไม้	2	1,890.00	3,780.00
3	เครื่อง POS touch screen	1	9,800.00	9,800.00
4	จานสเต็ก	150	105.00	15,750.00
5	จานอาหารว่าง	100	60.00	6,000.00
6	จานสปาเก็ตตี้	150	120.00	18,000.00
7	ชามใส่สลัด	80	105.00	8,400.00
8	ถ้วยซุป	100	100.00	10,000.00
9	แก้วน้ำ/แก้วกาแฟร้อน/แก้วกาแฟเย็น	1	8,000.00	8,000.00
10	ช้อน/ส้อม/มีด	1	5,500.00	5,500.00
	รวมอุปกรณ์ร้าน			**150,230.00**
	อุปกรณ์ครัว			
1	เตาอบไฟฟ้า	1	13,000.00	13,000.00
2	เตาไมโครเวฟ	1	22,990.00	22,990.00
3	เตาแก๊ส	1	3,500.00	3,500.00
4	เครื่องล้างแก้วล้างจาน	1	19,900.00	19,900.00
5	ตู้เย็น	1	32,990.00	32,990.00
6	ตู้น้ำแข็ง	1	19,700.00	19,700.00
7	ตู้แช่แข็ง	1	40,300.00	40,300.00
8	เครื่องครัว เช่น กระทะ หม้อ ตะหลิว ทัพพี	1	11,970.00	11,970.00
9	อุปกรณ์เบ็ดเตล็ด	1	2,500.00	2,500.00
	รวมอุปกรณ์ครัว			**166,850.00**
	รวมเงินลงทุนทั้งหมด			**7,177,355.00**

3.5 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในร้าน

การดำเนินงานในปีแรกของร้าน Little Green Yard จะมีเพียงค่าจดทะเบียนบริษัท จำนวน 30,000 บาทเท่านั้น ในปีถัดมาถึงจะเกิดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารดังตารางที่ 3.2 ดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในของร้าน Little Green Yard

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2
ค่าน้ำ	-	60,000.00
ค่าไฟฟ้า	-	120,000.00
ค่าโทรศัพท์	-	18,000.00
ค่าเช่าที่ดิน	-	48,000.00
ค่าบำรุงรักษา	-	60,000.00
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท	30,000.00	-
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	-	90,000.00
ค่าจ้างทำบัญชี	-	48,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	-	36,000.00
รวม	30,000.00	480,000.00

3.6 ขั้นตอนการปลูกผัก

3.6.1 ปลูกผักด้วยระบบ Aquaponics

หลังจากร้าน Little Green Yard สร้างเสร็จเรียบร้อย ก็จะเริ่มดำเนินการปลูกผักด้วยระบบ Aquaponics ดังมีขั้นตอนต่อไปนี้

3.6.1.1 จัดซื้อปลานิลจำนวน 500 ตัวมาลงในตู้ปลา Built-in ที่สร้างเสร็จแล้วภายในร้าน

3.6.1.2 จัดซื้อวัสดุปลูกที่เรียกว่าถ้วยปลูกสีเขียว มาเพื่อใช้เพาะต้นกล้า โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 10 – 15 วัน ระหว่างนี้จะเปิดระบบให้น้ำเกิดการหมุนวนเปลี่ยนถ่าย เพื่อล้างของเสียออกจากตู้ปลาอยู่ตลอด

3.6.1.3 เมื่อผ่านไปประมาณ 10 – 15 วัน นำต้นกล้าที่โตจนเห็นใบเริ่มงอกออกมา 3 – 4 ใบแล้วนั้น ย้ายไปปลูกลงในกระบะปลูก ซึ่งจะใช้เวลาอีกประมาณ 25 -30 วันก็สามารถเก็บผักมาใช้ได้

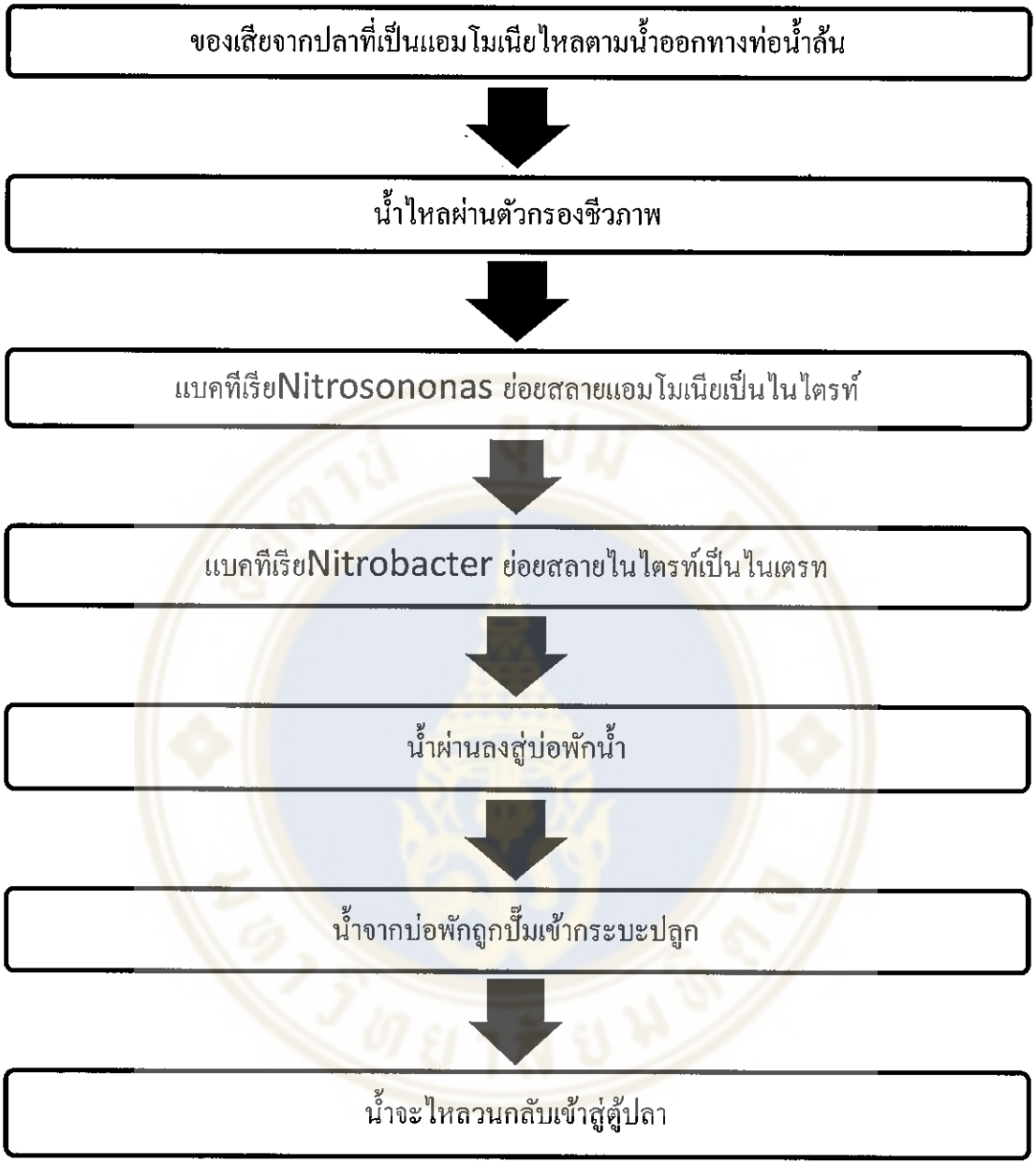
3.6.1.4 ในช่วงระหว่างที่รอผักในกระบะโตพอเก็บ จะดำเนินการเตรียมเพาะต้นกล้าสำหรับรอบใหม่รอไว้เลย แล้วเมื่อผักกระบะไหนโตจนสามารถเก็บได้ ก็จะต้นกล้าที่โตแล้วไปลงปลูกต่อทันที

3.5.1.5 คนงานดำเนินการตรวจเช็ควัดค่าแอมโมเนีย และไนไตรท์ที่อยู่น้ำว่ามีปริมาณสูงเกินหรือไม่ หากพบว่ามีปริมาณสูงมากเกินไป ต้องทำการถ่ายเทน้ำจากบ่อพักน้ำออก และเติมน้ำธรรมดาเข้าไปแทน

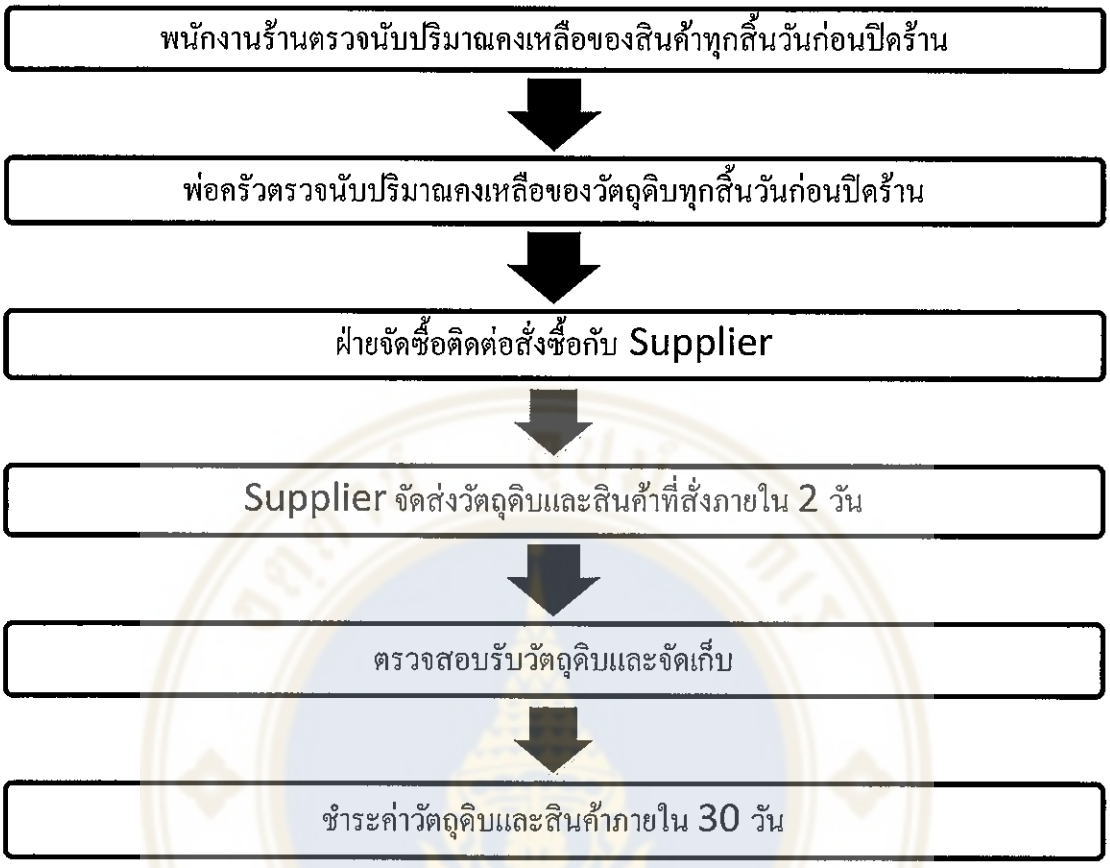
3.6.2 หลักการทำงานของระบบ Aquaponics

Aquaponics มาจากคำว่า Aquaculture แปลง่ายๆว่าการเลี้ยงสัตว์น้ำ กับคำว่า Hydroponics หมายถึง การปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน ฉะนั้น Aquaponics หมายถึง การเอาน้ำจากการเลี้ยงสัตว์น้ำ มาปลูกพืชโดยส่วนใหญ่แล้ว สัตว์น้ำคือปลา และพืชคือผักโดยทั่วไปแล้ว Aquaponics เหมาะสำหรับ พืชกินใบ เพราะระบบมักมีไนเตรทสูง ระบบประกอบด้วยสองส่วนหลักคือ บ่อปลากับแปลงปลูกผักแบบไฮโดรโปนิกส์ หลักการทำงานคือ เวลาเราเลี้ยงปลา จะมีของเสียจากปลา (เมื่อเลี้ยงไปนาน ๆ ต้องเปลี่ยนน้ำ) ดังนั้นเราก็จะเอาน้ำเลี้ยงปลามาวนรดผัก พืชผักจะดูดของเสียเป็นปุ๋ย เป็นการช่วยบำบัดน้ำเสียให้ปลา ปลาก็จะปล่อยของเสีย รวมทั้งของเสียที่ตกค้างในระบบ จะถูกย่อยสลาย แล้วกลายเป็นสารอาหารสำหรับพืช ในระบบการเลี้ยงปลาปกติ เมื่อน้ำเสียก็ต้องถ่ายน้ำเปลี่ยนน้ำใหม่ ในระบบการปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ เมื่อปลูกพืชไปนาน ๆ สารอาหารก็จะเปลี่ยนแปลง สารบางตัวลดลงมาก บางตัวลดลงน้อย บางตัวเพิ่ม ทำให้ต้องเปลี่ยนสารละลายอาหารพืช สิ่งเหล่านี้จะต้องทิ้งไป ทำให้เป็นภาระกับธรรมชาติจะต้องบำบัดของเสียเหล่านี้ และทำให้เปลืองน้ำ ระบบ Aquaponics แก้ปัญหาตรงนี้โดยเลียนแบบธรรมชาติ เอาของเสียจากระบบหนึ่งไปเป็นของดีอีกระบบหนึ่ง ระบบหมุนเวียนน้ำตลอด ทำให้พืชได้รับสารอาหารเต็มที่ตลอดเวลา ปลาได้รับการบำบัดจากพืชตลอดเวลาด้วยเช่นกัน

ภาพที่ 3.5 แสดงขั้นตอนหลักการทำงานระบบ Aquaponics ของร้าน Little Green Yard



3.7 ขั้นตอนการจัดซื้อวัตถุดิบ รับวัตถุดิบและชำระค่าวัตถุดิบ



ภาพที่ 3.6 แสดงขั้นตอนการจัดซื้อวัตถุดิบ รับวัตถุดิบและชำระค่าวัตถุดิบ

3.7.1 วัตถุดิบสด แบ่งประเภทการสั่งซื้อกับแต่ละ Supplier ดังนี้

- เนื้อไก่และไข่ไก่ จะดำเนินการสั่งซื้อกับ บริษัท ซันฟู้ด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 1/97-98 ถนนพหลโยธิน ซอย 40 แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ผู้เพาะเลี้ยงไก่ด้วยอาหารสมุนไพร ปลอดจากฮอร์โมนและยาปฏิวีชนะ โรงงานได้รับมาตรฐาน GMP, HACCP, ISO 9001 และ ISO 14001

- เนื้อหมู จะดำเนินการสั่งซื้อกับ บริษัท ดี พอร์ค จำกัด จากพี่น้องฟาร์ม ผู้เพาะเลี้ยงหมูที่ปลอดยาปฏิวีชนะ 100% ตลอดขั้นตอนการเลี้ยง ใช้อาหารสมุนไพรและโปรไบโอติคทดแทน ทำให้เนื้อหมูนุ่มและอร่อย โรงงานได้รับมาตรฐาน GMP และ HACCP

- เนื้อปลา จะดำเนินการสั่งซื้อกับ บริษัท ฟู้ดโปรเจ็ค(สยาม) จำกัด สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 2210/39-40 ถ.นราธิวาสราชนครินทร์ ช่องนนทรี ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายอาหารทะเลแช่แข็งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

- ผักสด นอกจากจะใช้ผักที่ปลูกเองด้วยระบบ Aquaponics มาใช้ในการประกอบอาหารแล้ว ทางร้านได้ดำเนินการสั่งซื้อกับ บริษัท เค ออร์แกนิค แลนด์ จำกัด ผู้ดำเนินการปลูกผักแบบเกษตรอินทรีย์บนดินและปลูกผักด้วยระบบ Aquaponics เช่นกัน

- ผลไม้เพื่อปั่นน้ำสุขภาพ จะดำเนินการสั่งซื้อกับ บริษัท สยามฟูด เซอร์วิส จำกัด (สำนักงานใหญ่) สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 2439 ถนนรถไฟเก่าสายปากน้ำ ตำบลพระโขนง อำเภอคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพพรีเมี่ยม

3.7.2 วัตถุดิบแห้งทั้งหมด จะดำเนินการสั่งซื้อกับ บริษัท ฟู้ดวิลล์ จำกัด สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 1-2 ก, 350/1-2 หมู่ที่ 13 ตำบลคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12130 ผู้จัดจำหน่ายอาหารสด อาหารแห้งและ วัตถุดิบทุกประเภทที่ใช้ในการประกอบอาหาร จำหน่ายสินค้าตามมาตรฐานของสินค้าที่ตรงตามความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าในราคาที่ยุติธรรม และบริการจัดส่งตรงเวลา

3.8 ขั้นตอนการให้บริการ

ทางร้านมีการให้บริการ โดยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การต้อนรับลูกค้า

- พนักงานกล่าวต้อนรับลูกค้าด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมพูดว่า "สวัสดีครับ/ค่ะ ยินดีต้อนรับครับ/ค่ะ"

- พนักงานสอบถามลูกค้าว่ามากี่คน และสอบถามว่าสนใจจะนั่งมุมใดของร้าน โดยบอกรายละเอียดว่า นั่งมุมใดจะได้เห็นวิวใด จากนั้นพาลูกค้าไปยังโต๊ะที่ว่างตามที่ลูกค้าต้องการ

- กรณีมุมที่นั่งที่ลูกค้าต้องการไม่มีโต๊ะว่าง สอบถามต่อว่าเป็นโต๊ะอื่นได้หรือไม่ หรือสนใจจะรอคิวซักครู่

2. การรับรายการอาหาร

- พนักงานนำเมนูอาหารมาให้ลูกค้า และแนะนำเมนูขึ้นชื่อของทางร้านให้แก่ลูกค้า จากนั้นรอลูกค้าสั่งอาหารและเครื่องดื่ม จดบันทึกรายการอาหาร

- ส่งรายการอาหารให้กับฝ่ายครัว

- กรณีวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหารที่ลูกค้าสั่งหมด ต้องรีบแจ้งให้ลูกค้าทราบทันที พร้อมยื่นเมนูให้ และสอบถามว่า “รับเป็นอาหารเมนูอื่นแทนไหมครับ/ค่ะ”

3. การประกอบอาหาร

- ผู้ช่วยพ่อครัวรับรายการอาหารมา จะทำการแบ่งแยกประเภทเมนูเรียงคิวตาม Station ต่างๆ

- แจ้งรายการอาหารที่ทำเสร็จแล้ว

- กรณีวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหารที่ลูกค้าสั่งหมด ต้องรีบแจ้งให้พนักงานทราบทันที เพื่อให้ไปแจ้งแก่ลูกค้าต่อไป

4. การเสิร์ฟอาหาร

- พนักงานเสิร์ฟอาหารที่ทำเสร็จแล้ว และบันทึกรายการอาหารที่เสิร์ฟแล้ว

- กรณีลูกค้ามีการแจ้งยกเลิกอาหารที่สั่ง พนักงานต้องทำการตรวจสอบกับฝ่ายครัว ว่าอยู่กระบวนการทำอยู่หรือเปล่า หากลงมือทำไปแล้ว แจ้งให้ลูกค้าทราบว่า “กำลังทำไม่สามารถยกเลิกได้ครับ/ค่ะ”

5. การเก็บเงินและการเก็บโต๊ะหลังลูกค้าใช้บริการ

- เมื่อลูกค้าเรียกเก็บเงิน พนักงานทำการตรวจสอบหมายเลขโต๊ะและรายการอาหารที่สั่งว่าได้บันทึกการเสิร์ฟหรือยกเลิกครบถ้วนแล้วหรือไม่

- ออกสลิปรายการเรียกเก็บเงินให้แก่ลูกค้า

- กรณีลูกค้าจ่ายเป็นเงินสด ตรวจสอบจำนวนเงินให้ครบถ้วนและถูกต้อง และหากมีเงินทอนต้องทอนให้ครบตามจำนวน

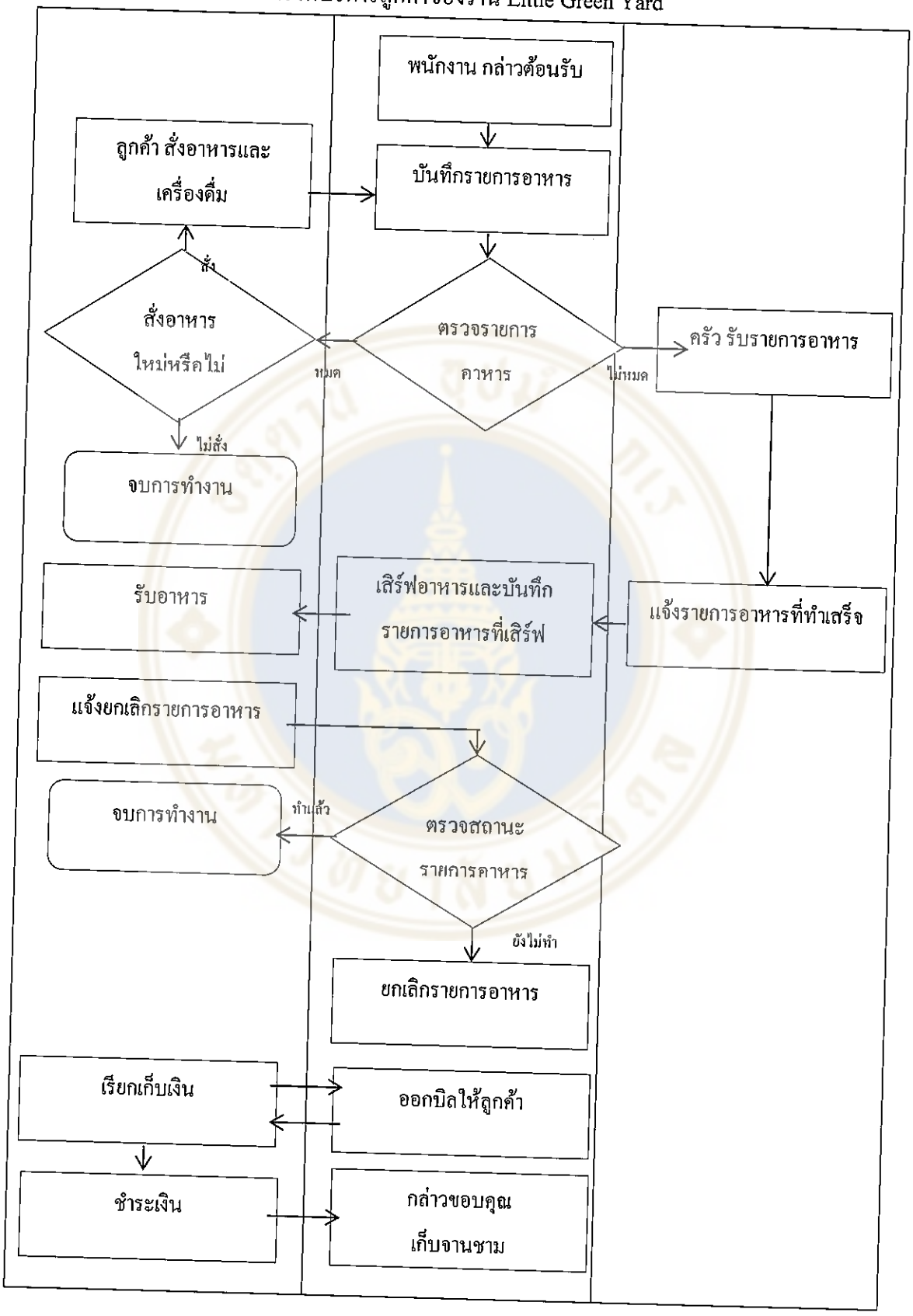
- กรณีลูกค้าจ่ายเป็นบัตรเดบิตหรือบัตรเครดิต ตรวจสอบลายเซ็นว่าถูกต้องตรงกับลายเซ็นบนบัตร

- กล่าวขอบคุณลูกค้าที่มาใช้บริการ

- พนักงานเก็บจานชามและทำความสะอาดโต๊ะทันทีหลังลูกค้าใช้บริการ

- นำจานชามไปวางที่พักจานในครัวเพื่อรอทำความสะอาดต่อไป

ภาพที่ 3.7 แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้าของร้าน Little Green Yard



บทที่ 4
แผนการบริหารและจัดการองค์กร

4.1 ข้อมูลทางธุรกิจ

ร้าน Little Green Yard จะมีการจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท ลิตเติ้ล กรีน ยาร์ด จำกัด มีทุนจดทะเบียน 7,500,000 บาท โดยบริษัทมีผู้ร่วมทุนทั้งหมด 5 คน แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของผู้ถือหุ้น 75,000 หุ้นราคาหุ้นละ 100 บาทรวมเป็นเงินลงทุน 7,500,000ล้านบาท และสัดส่วนการถือหุ้นดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

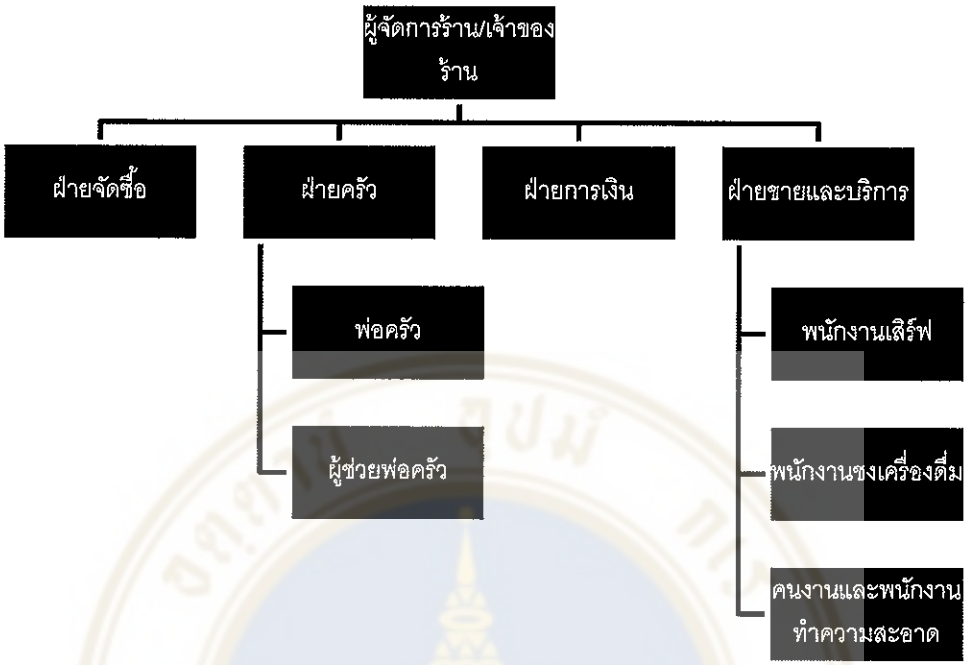
ตารางที่ 4.1 แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าการลงทุน(บาท)
1	นายสิริ สิริพิพัฒน์	25,000	2,500,000
2	นายพัฒนา สิริพิพัฒน์	25,000	2,500,000
3	นางสุวัฒนา สิริพิพัฒน์	15,000	1,500,000
4	นายสิระ สิริพิพัฒน์	5,000	500,000
5	นางสาวศิริพร เทียนไชย	5,000	500,000
รวมทั้งสิ้น		**75,000**	**7,500,000**

4.2 ลักษณะการบริหารงาน

ลักษณะการบริหารงานของร้าน Little Green Yard นั้นเพื่อให้สามารถดูแลบุคลากรได้อย่างทั่วถึง จึงมีโครงสร้างองค์กรแบบ Flat Organization โดยผู้วิจัยจะเป็นเจ้าของร้านเอง และผู้กำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ตลอดจนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการต่าง ๆ โดยจะมีการประชุมก่อนปิดร้านทุกวันเพื่อรับฟังความคิดเห็นและปัญหาจากพนักงานทุกฝ่าย และเปิดรับคำติชมจากลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุง และปรับใช้ในการจัดการร้านให้ดีมากขึ้น โดยผู้วิจัยจะเป็นเจ้าของร้านและทำหน้าที่เป็นฝ่ายจัดซื้อเอง และจ้างบุคคลภายนอกมาช่วยบริหารงานในส่วนอื่นๆ

4.2.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 4.1 แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กรของร้าน Little Green Yard

4.3 แผนการบริหารงาน

1. ผู้จัดการร้าน/เจ้าของร้าน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- กำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของร้านในระยะยาว
- บริหารจัดการร้านให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้ และสามารถแก้ไขปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ทันถ้วนถี่
- เป็นผู้มีอำนาจในการอนุมัติสั่งซื้อ และตัดสินใจในขั้นสุดท้ายเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
- คอยสนับสนุนและช่วยพนักงานร้านในทุกๆส่วน
- กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนพนักงานแต่ละตำแหน่งให้เหมาะสม

2. ฝ่ายจัดซื้อ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ติดต่อ Supplier เพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อประกอบอาหาร และอุปกรณ์ร้านและครัวที่สำคัญอื่นๆ
- เจรจากับ Supplier เพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาที่เหมาะสมตามโครงสร้างของต้นทุน
- ตรวจรับวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ที่สั่งซื้อ ว่าเป็นไปตามที่สั่งซื้อหรือไม่ ทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ

3. ฝ่ายครัว – พ่อครัว

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- จัดเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ในการทำอาหารแต่ละวัน
- ปรุงอาหารให้เป็นไปตามสูตรของร้าน
- ควบคุมการทำงานในครัวทั้งหมดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย
- ร่วมกับฝ่ายจัดซื้อในการตรวจรับวัตถุดิบในการประกอบอาหาร เพื่อดูว่าเป็นไปตามที่สั่งซื้อและมีคุณภาพหรือไม่

4. ฝ่ายครัว – ผู้ช่วยพ่อครัว

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ช่วยพ่อครัวในการจัดเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ในการทำอาหารแต่ละวัน
- ดูแลความเรียบร้อยและความสะอาดของอุปกรณ์ภายในครัวให้ถูกหลักอนามัย
- สำรวจปริมาณคงเหลือของวัตถุดิบและรายงานต่อพ่อครัวให้ทราบ

5. ฝ่ายการเงิน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ดูแลและควบคุมเงินสดย่อยที่ใช้จ่ายในการสั่งซื้อวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ต่างๆในร้าน
- บริหารจัดการค่าใช้จ่ายของร้าน
- เก็บและควบคุมเอกสารทางการเงินที่สำคัญทั้งหมด
- ตรวจนับเงินสดประจำวันทั้งก่อนปิดและเปิดร้าน
- จัดทำแผนสรุปยอดรายรับและรายจ่ายประจำวันให้กับเจ้าของร้าน
- ประสานงานกับบริษัทผู้ให้บริการรับทำบัญชี เพื่อส่งเอกสารทางการเงินให้บริษัทฯรับทำบัญชีต่อไป

6. พนักงานเสิร์ฟ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ต้อนรับและให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพ และดูแลลูกค้าตลอดเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการ

- จัดเตรียมอาหาร และเครื่องดื่มที่ทำเสร็จจากฝ่ายครัวเสิร์ฟให้แก่ลูกค้าอย่างถูกต้อง
- รับชำระเงินจากลูกค้า รับโทรศัพท์ ตรวจเช็ครายการสั่งซื้อของลูกค้าให้ถูกต้องครบถ้วน
- จัดทำรายงานการขายและการรับชำระเงิน ส่งให้แก่ฝ่ายการเงินต่อไป
- เก็บจานชามและทำความสะอาดโต๊ะหลังการใช้บริการของลูกค้า
- เสนอความคิดเห็นและปัญหาที่พบในร้านหรือจากลูกค้าในการประชุมปิดร้านในแต่ละวัน

7. คนสวน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ดูแลระบบ Aquaponics
- ดูแลแปลงปลูกผักและสวนภายนอกร้าน
- เก็บผักต้นที่โตพอสำหรับเก็บเกี่ยวมาไว้ในตู้แช่

8. พนักงานทำความสะอาด

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ดูแลทำความสะอาดห้องน้ำที่ลูกค้าใช้บริการ
- ดูแลเก็บขยะภายในและนอกร้าน
- ดูแลทำความสะอาดหลังจากปิดร้าน

4.4 วันและเวลาทำงาน

ร้าน Little Green Yard เปิดทุกวันจันทร์ – อาทิตย์ เวลา 11.00 น. ถึง 21.00 น. รวมเวลาทำการ 10 ชั่วโมง โดยจากผลสำรวจทำให้ทราบว่า จะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการทั้งเที่ยง บ่ายและเย็น พนักงานจึงต้องทำงานเต็มเวลากันทุกคน แต่จะให้สลับเวียนกันไปพักเที่ยงในช่วงเวลา 14.00 น. ถึง 16.00 น. ซึ่งคาดการณ์ว่าจะเป็นช่วงที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อยที่สุดของแต่ละวัน โดยจะแบ่งเวลาการทำงานของพนักงานในแต่ละวันได้ตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงช่วงเวลาการทำงานของพนักงาน

ตำแหน่งเวลา	ผู้จัดการร้าน ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายการเงิน	พ่อครัว	ผู้ช่วยพ่อครัว	พนักงานเสิร์ฟ	พนักงานชงเครื่องดื่ม	คนสวน	พนักงานทำความสะอาด
9.00-10.00								
10.00-11.00								
11.00-12.00								
12.00-13.00								
13.00.-14.00								
14.00-15.00								
15.00-16.00								
16.00-17.00								
17.00-18.00								
18.00-19.00								
19.00-20.00								
20.00-21.00								

4.5 การวางแผนกำลังคนและโครงสร้างค่าตอบแทน

บริษัทฯ มีการวางแผนจะจ้างพนักงานทั้งหมดจำนวน 9 ตำแหน่งในตอนเปิดกิจการร้าน Little Green Yard โดยเป็นการจ้างงานบุคคลภายนอก 6 ตำแหน่งคือ ตำแหน่งพ่อครัว ผู้ช่วยพ่อครัว พนักงานเสิร์ฟ พนักงานชงเครื่องดื่ม พนักงานทำความสะอาดและคนสวน ซึ่งอีก 3 ตำแหน่งที่เหลือคือ ผู้จัดการร้านและฝ่ายจัดซื้อ จะเป็นหน้าที่ของผู้วิจัยที่เป็นเจ้าของร้านเอง และฝ่ายการเงินจะให้ 1 ในส่วนผู้ร่วมลงทุนเป็นผู้ทำหน้าที่ดูแลด้านการเงินให้ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้วางแผนกำลังคนและการจ้างงานดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงการว่าจ้างพนักงานในแต่ละปี

ตำแหน่ง	อัตรากำลังคน				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผู้จัดการร้าน/ฝ่ายจัดซื้อ	-	1	1	1	1
ฝ่ายการเงิน	-	1	1	1	1
พ่อครัว	-	3	3	3	3
ผู้ช่วยพ่อครัว	-	2	2	2	2

ตารางที่ 4.3 แสดงการว่าจ้างพนักงานในแต่ละปี (ต่อ)

พนักงานเสิร์ฟ	-	5	5	5	5
พนักงานชงเครื่องดื่ม	-	2	2	2	2
พนักงานทำความสะอาด	-	1	1	1	1
คนสวน	-	1	1	1	1
รวม	-	14	14	14	14

จากตารางที่ 4.3 จะเห็นว่าบริษัทฯ จะเริ่มจ้างพนักงานตั้งแต่ปีที่ 2 เนื่องจากว่าในปีที่ 1 เป็นช่วงของการก่อสร้างร้าน ดังนั้นอัตราเงินเดือนของพนักงานที่จะแสดงในตารางที่ 4.4 จึงเป็นอัตราเงินเดือนจะเกิดขึ้นในปีที่ 2 ที่เป็นปีที่เริ่มเปิดกิจการ

ตารางที่ 4.4 แสดงอัตราเงินเดือนของพนักงานในปีที่ 2

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวนคน	เงินเดือน	จำนวนเงินรวม
1	ผู้จัดการร้าน/จัดซื้อ	1	50,000	50,000
2	ฝ่ายการเงิน	1	30,000	30,000
3	พ่อครัว	3	18,000	54,000
4	ผู้ช่วยพ่อครัว	2	12,000	24,000
5	พนักงานเสิร์ฟ	5	10,000	50,000
6	พนักงานชงเครื่องดื่ม	2	12,000	24,000
7	พนักงานทำความสะอาด	1	9,000	9,000
8	คนสวน	1	9,000	9,000
	รวม			250,000

4.6 การสรรหาและการคัดเลือกพนักงาน

ทางร้านได้กำหนดคุณสมบัติของพนักงานร้านให้สอดคล้องกับหน้าที่ที่ได้รับในแต่ละวัน โดยใช้ช่องทางการรับสมัครที่หลากหลายเช่น การติดประกาศ การสรรหาผ่านการแนะนำของคนรู้จัก การประกาศผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งทางร้านจะทำการตรวจสอบประวัติโดยการสัมภาษณ์เพื่อทดสอบทัศนคติ บุคลิกภาพ ใจรักในงานบริการ โดยได้มีการกำหนดคุณสมบัติของแต่ละตำแหน่งไว้ดังนี้

1. พ่อครัว
- เพศชาย/หญิง ไม่จำกัดอายุ
- จบการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้องกับอาหาร
- มีประสบการณ์ในตำแหน่งพ่อครัว หรือผู้ช่วยฯมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี
- มีความจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์
- มีทักษะในการใช้อุปกรณ์ครัวได้อย่างคล่องแคล้ว
- มีใจรักงานบริการ เปิดกว้างรับฟังความคิดผู้อื่น บุคลิกดี รักความสะอาด

2. ผู้ช่วยพ่อครัว
- เพศชาย/หญิง อายุไม่เกิน 40 ปี
- จบการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
- มีทักษะในการใช้อุปกรณ์ครัวได้เป็นอย่างดี
- มีใจรักงานบริการ เปิดกว้างรับฟังความคิดผู้อื่น บุคลิกดี รักความสะอาด
- หากมีประสบการณ์ในการทำอาหาร จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

3. พนักงานเสิร์ฟ
- เพศชาย/หญิง อายุไม่เกิน 30 ปี
- จบการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
- มีใจรักงานบริการ ซื่อสัตย์ บุคลิกดี คล่องแคล้ว มนุษยสัมพันธ์ดี
- สามารถใช้งาน Social Media ต่างๆได้
- หากมีประสบการณ์ในร้านอาหาร จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

4. พนักงานชงเครื่องดื่ม
- เพศชาย/หญิง อายุไม่เกิน 30 ปี
- จบการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
- มีใจรักงานบริการ ซื่อสัตย์ บุคลิกดี คล่องแคล้ว มนุษยสัมพันธ์ดี
- สามารถใช้งาน Social Media ต่างๆได้
- หากมีประสบการณ์ในร้านขายเครื่องดื่ม จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

5. พนักงานทำความสะอาด
- เพศหญิง อายุไม่เกิน 45 ปี
- มีใจรักงานบริการ ซื่อสัตย์ บุคลิกดี คล่องแคล้ว มนุษยสัมพันธ์ดี

6. คนสวน
- เพศชาย อายุไม่เกิน 45 ปี

- มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการปลูกพืชและผัก
- ซื่อสัตย์ ขยัน คล่องแคล่ว มนุษยสัมพันธ์ดี

4.7 แผนพัฒนาบุคลากร

ทางร้านจะมีการฝึกอบรมแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และมาตรฐานเดียวกัน สามารถให้บริการได้ในรูปแบบเดียวกัน โดยจะได้รับความรู้และการฝึกฝนที่หลากหลาย เช่น นโยบายการบริหารงานของร้าน มาตรฐานการให้บริการ มารยาทในการให้บริการ ความรู้เกี่ยวกับประเภทของอาหาร การเตรียมอาหารและวิธีการเสิร์ฟที่ถูกต้อง และให้ข้อมูลความรู้ความเข้าใจในด้านสุขอนามัย เพื่อนำไปปฏิบัติใช้เวลาทำงาน

2. การฝึกอบรมให้ความรู้พนักงานในด้านการทำเกษตรแบบผสมผสาน และการเชิญวิทยากรผู้ให้ความรู้ในเรื่องหลักการเศรษฐกิจพอเพียง หรือหากมีการอบรมภายนอกที่ผู้บริหารเห็นว่า เมื่อไปอบรมมาแล้วสามารถนำกลับมาประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงให้บริการของร้านมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ ทางร้านก็จะพิจารณาส่งพนักงานที่มีตำแหน่งที่เกี่ยวข้องไปฝึกอบรมเพิ่มเติมในเรื่องนั้นๆได้

บทที่ 5
แผนการเงิน

5.1 เงินลงทุน

เงินลงทุนสำหรับร้าน Little Green Yardประกอบด้วย เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานและเงินทุนหมุนเวียน โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ

หน่วย:บาท

รายการ	มูลค่า
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
1.1 สิ่งปลูกสร้าง : อาคาร	5,241,025
1.2 สิ่งปลูกสร้าง : ภายนอกอาคาร	1,537,000
1.3 เครื่องตกแต่งร้านอาหาร	82,250
1.4 อุปกรณ์ร้านอาหาร	150,230
1.5 อุปกรณ์ครัว	166,850
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ	
2.1 การจดทะเบียนบริษัท	30,000
3. เงินทุนหมุนเวียน	292,645
รวมมูลค่าการลงทุน	7,500,000

5.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจของร้าน Little Green Yard จะใช้เงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของกิจการ 100% โดยไม่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินแต่อย่างใด ซึ่งบริษัทมีผู้ร่วมลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 5 คน และมีจำนวนเงินลงทุนเป็นเงินทั้งสิ้น 7,500,000 บาท โดยมีรายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น จำนวนหุ้นและมูลค่าการลงทุน ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วน(%)	เงินลงทุน(บาท)
1	นายสิริ สิริพิพัฒน์	25,000	33.33	2,500,000
2	นายพัฒนา สิริพิพัฒน์	25,000	33.33	2,500,000
3	นางสุวัฒนา สิริพิพัฒน์	15,000	20	1,500,000
4	นายสิระ สิริพิพัฒน์	5,000	6.67	500,000
5	นางสาวศิริพร เทียนไชย	5,000	6.67	500,000
รวม		75,000	100	7,500,000

5.3 สมมุติฐานทางการเงิน

เนื่องจากในปีที่ 1 เป็นช่วงของการก่อสร้างร้านและติดตั้งระบบปลูกผัก Aquaponics ให้เกิดความเสถียร ดังนั้นประมาณการรายได้ และประมาณการต้นทุนในการดำเนินงานจึงเริ่มต้นที่ปีที่ 2 เป็นต้นไป และอัตราการเติบโตของรายได้ และต้นทุนในการดำเนินงานจะเริ่มตั้งแต่ปีที่ 3 เป็นต้นไปโดยจะมีรายละเอียดดังที่จะแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.3 แสดงอัตราการเติบโตของรายได้

รายการ	เวลา (ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าอาหาร	-	48,000	20%	10%	10%
	-	350	0%	0%	0%
ค่าเครื่องดื่ม	-	72,000	20%	10%	10%
	-	100	0%	0%	0%
ค่าสินค้าเพื่อสุขภาพอื่นๆ	-	18,000	20%	10%	10%
	-	120	0%	0%	0%

ตารางที่ 5.4 แสดงอัตราเติบโตของต้นทุนขาย

รายการ	ต้นทุน	เวลา (ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าอาหาร	วัตถุดิบ	-	105	2%	2%	2%
	ค่าแรงงานทางตรง	-	70	0%	0%	0%
	โสหุ้ยการผลิต	-	35	1.5%	1.5%	1.5%
ค่าเครื่องดื่ม	วัตถุดิบ	-	20	2%	2%	2%
	ค่าแรงงานทางตรง	-	15	0%	0%	0%
	โสหุ้ยการผลิต	-	5	1.5%	1.5%	1.5%
ค่าสินค้าเพื่อสุขภาพอื่นๆ	วัตถุดิบ	-	12	2%	2%	2%
	ค่าแรงงานทางตรง	-	12	0%	0%	0%
	โสหุ้ยการผลิต	-	12	1.5%	1.5%	1.5%

ตารางที่ 5.5 แสดงอัตราเติบโตของค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

รายการ	เวลา (ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน	-	3,000,000	20%	0%	0%
ค่าน้ำ	-	60,000	2%	2%	2%
ค่าไฟฟ้า	-	120,000	2%	2%	2%
ค่าโทรศัพท์	-	18,000	2%	2%	2%
ค่าเช่าที่ดิน	-	48,000	0%	0%	0%
ค่าบำรุงรักษา	-	60,000	5%	5%	5%
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท	30,000	-	0%	0%	0%
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	-	120,000	20%	20%	15%
ค่าจ้างทำบัญชี	-	48,000	0%	0%	0%
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	-	36,000	2%	2%	2%

ตารางที่ 5.6 แสดงนโยบายคิดค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน	หน่วย	วิธีการคิดค่าเสื่อม
สิ่งปลูกสร้าง : อาคาร	20	ปี	Straight Line Method
สิ่งปลูกสร้าง : ภายนอกอาคาร	20	ปี	Straight Line Method
เครื่องตกแต่งร้านอาหาร	5	ปี	Straight Line Method
อุปกรณ์ร้านอาหาร	5	ปี	Straight Line Method
อุปกรณ์ครัว	5	ปี	Straight Line Method

ตารางที่ 5.7 แสดงนโยบายการค้า

รายการ	จำนวน	จำนวน
สต๊อกวัตถุดิบ	7	วัน
งานระหว่างผลิต	7	วัน
สต๊อกสินค้าสำเร็จรูป	3	วัน
ลูกหนี้การค้า	2	วัน
- สัดส่วนการขายเชื่อ	50%	ของยอดขาย
เจ้าหนี้การค้า	30	วัน
- สัดส่วนการซื้อเชื่อ	20%	ของต้นทุน

นอกจากนี้ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 20 ต่อปี และมีนโยบายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นร้อยละ 20 ต่อปี โดยจะเริ่มปันผลตั้งแต่ปีที่ 2 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มเปิดกิจการ และจำนวนวันที่ใช้ใน 1 ปีเท่ากับ 360 วัน

5.4 ประมาณการรายได้

รายได้ของร้าน Little Green Yard จะแบ่งรายได้ออกเป็น 3 ประเภท คือ 1. รายได้จากค่าอาหาร 2. รายได้จากค่าเครื่องดื่ม และ 3. รายได้จากค่าสินค้าเพื่อสุขภาพอื่นๆ โดยจะมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.8 ดังนี้

ตารางที่ 5.8 แสดงประมาณการรายได้

รายการ	หน่วย	เวลา (ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าอาหาร	จำนวนที่จะสั่ง	-	48,000	57,600	63,360	69,696
	ราคาเฉลี่ย/คน	-	350	350	350	350
รายได้ 1		-	16,800,000	20,160,000	22,176,000	24,393,600
ค่าเครื่องดื่ม	จำนวนที่จะสั่ง	-	72,000	86,400	95,040	104,544
	ราคาเฉลี่ย/คน	-	100	100	100	100
รายได้ 2		-	7,200,000	8,640,000	9,504,000	10,454,400
ค่าสินค้าอื่นๆ	จำนวนที่จะสั่ง	-	18,000	21,600	23,760	26,136
	ราคาเฉลี่ย/คน	-	120	120	120	120
รายได้ 3		-	2,160,000	2,592,000	2,851,200	3,136,320
รวมรายได้ 1+2+3		**-**	**26,160,000**	**31,392,000**	**34,531,200**	**37,984,320**

5.5 ประมาณการต้นทุนขาย

ต้นทุนขายของร้าน Little Green Yard จะแบ่ง 3 ประเภทตามรายได้ คือ 1. ต้นทุนขายอาหารคิดเป็นร้อยละ 60 ของราคาขายเฉลี่ยต่อคน 2. ต้นทุนขายเครื่องดื่มคิดเป็นร้อยละ 40 ของราคาขายเฉลี่ยต่อคนและ 3. ต้นทุนขายสินค้าเพื่อสุขภาพอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 30 ของราคาขายเฉลี่ยต่อคน และต้นทุนแต่ละประเภทแบ่งเป็นต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงานทางตรงและโสหุ้ยการผลิต ดังที่จะแสดงในตารางที่ 5.9 ดังนี้

ตารางที่ 5.9 แสดงประมาณการต้นทุนขาย

รายการ	ต้นทุน	เวลา (ปี)				
		ปีที่ 1	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**	**ปีที่ 4**	**ปีที่ 5**
ต้นทุนขายอาหาร (60% ของราคาขาย)	จำนวนลูกค้าที่ซื้อ	-	48,000	57,600	63,360	69,696
	วัตถุดิบ (30%)	-	105	107	109	111
	ค่าแรงงานทางตรง (20%)	-	70	71	73	74

ตารางที่ 5.9 แสดงประมาณการต้นทุนขาย (ต่อ)

รายการ	ต้นทุน	เวลา (ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	โสหุ้ยการผลิต (10%)	-	35	36	36	37
ต้นทุน 1		-	10,080,000	12,337,920	13,843,146	15,532,010
ต้นทุนขายเครื่องดื่ม (40% ของราคาขาย)	จำนวนลูกค้าที่ซื้อ	-	72,000	86,400	95,040	104,544
	วัตถุดิบ (20%)	-	20	20	21	21
	ค่าแรงงานทางตรง (15%)	-	15	15	16	16
	โสหุ้ยการผลิต (5%)	-	5	5	5	5
ต้นทุน 2		-	2,880,000	3,525,120	3,955,185	4,437,717
ต้นทุนขายสินค้าอื่นๆ (30%ของราคาขาย)	จำนวนลูกค้าที่ซื้อ	-	18,000	21,600	23,760	26,136
	วัตถุดิบ (10%)	-	12	12	12	13
	ค่าแรงงานทางตรง (10%)	-	12	12	12	13
	โสหุ้ยการผลิต (10%)	-	12	12	12	13
ต้นทุน 3		-	648,000	793,152	889,917	998,486
ต้นทุน 1+2+3		**-**	**13,608,000**	**16,656,192**	**18,688,247**	**20,968,214**

5.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 5.10 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	เวลา (ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน	-	3,000,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000
ค่าน้ำ	-	60,000	61,200	62,424	63,672
ค่าไฟฟ้า	-	120,000	122,400	124,848	127,345
ค่าโทรศัพท์	-	18,000	18,360	18,727	19,102
ค่าเช่าที่ดิน	-	48,000	48,000	48,000	48,000
ค่าบำรุงรักษา	-	60,000	63,000	66,150	69,458
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท	30,000	-	-	-	-
ค่าจ้างทำบัญชี	-	48,000	48,000	48,000	48,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	-	36,000	36,720	37,454	38,203
รวม	**30,000**	**3,390,000**	**3,997,680**	**4,005,603**	**4,013,780**

5.7 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ตารางที่ 5.11 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ค่ากิจกรรมส่งเสริมการขาย	-	80,000	96,000	115,200	132,480
2. ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสื่อออนไลน์	-	30,000	36000	43,200	49,680
3. ค่าใช้จ่ายในการทำป้ายโฆษณา	-	10,000	12,000	14,400	16,560
รวม		**120,000**	**144,000**	**172,800**	**198,720**

5.8 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 5.12 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย					
- ค่าอาหาร	-	16,800,000	20,160,000	22,176,000	24,393,600
- ค่าเครื่องดื่ม	-	7,200,000	8,640,000	9,504,000	10,454,400
- ค่าสินค้าอื่นๆ	-	2,160,000	2,592,000	2,851,200	3,136,320
รวมรายได้จากการขาย	-	26,160,000	31,392,000	34,531,200	37,984,320
ต้นทุนขาย					
- ค่าอาหาร	-	10,080,000	12,337,920	13,843,146	15,532,010
- ค่าเครื่องดื่ม	-	2,880,000	3,525,120	3,955,185	4,437,717
- ค่าสินค้าอื่นๆ	-	648,000	793,152	889,917	998,486
รวมต้นทุนขาย	-	13,608,000	16,656,192	18,688,247	20,968,214
กำไรขั้นต้น	-	12,552,000	14,735,808	15,842,953	17,016,106
- ค่าใช้จ่ายในการขายและ	30,000	3,390,000	3,997,680	4,005,603	4,013,780
บริหาร	-	120,000	144,000	172,800	198,720
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	-	418,767	418,767	418,767	418,767
- ค่าเสื่อมราคา					
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย	30,000	3,928,767	4,560,447	4,597,170	4,631,267
และบริหาร					
กำไร(ขาดทุน)จากการ	(30,000)	8,623,233	10,175,361	11,245,782	12,384,839
ดำเนินงาน					
ดอกเบี้ย	-	-	-	-	-
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	(30,000)	8,623,233	10,175,361	11,245,782	12,384,839
เงินได้					
ภาษีเงินได้	-	1,724,647	2,035,072	2,249,156	2,476,968
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(30,000)	6,898,586	8,140,289	8,996,626	9,907,871

5.9 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 5.13 แสดงประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสด	292,645	5,741,814	12,565,140	20,110,397	28,376,204
- ลูกหนี้การค้า	-	72,667	87,200	95,920	105,512
- สินค้าคงเหลือ	-	642,600	786,542	882,501	990,165
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	292,645	6,457,081	13,438,882	21,088,818	29,471,881
สินทรัพย์ถาวร					
- อาคาร	5,241,025	5,241,025	5,241,025	5,241,025	5,241,025
- ภายนอกอาคาร	1,537,000	1,537,000	1,537,000	1,537,000	1,537,000
- เครื่องตกแต่ง	82,250	82,250	82,250	82,250	82,250
- อุปกรณ์ร้าน	150,230	150,230	150,230	150,230	150,230
- อุปกรณ์ครัว	166,850	166,850	166,850	166,850	166,850
รวมสินทรัพย์ถาวร	7,177,355	6,758,588	6,339,821	5,921,054	5,502,287
หักค่าเสื่อมสะสม	-	418,767	837,534	1,256,301	1,675,068
รวมสินทรัพย์	7,470,000	13,215,669	19,778,703	27,009,872	34,974,168
หนี้สินและทุน					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	-	226,800	277,603	311,471	349,470
หนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	226,800	277,603	311,471	349,470
ส่วนของเจ้าของ					
- เงินลงทุน	7,500,000	7,500,000	7,500,000	7,500,000	7,500,000
- กำไร(ขาดทุน)สะสม	(30,000)	5,488,869	12,001,100	19,198,401	27,124,698
รวมส่วนของเจ้าของ	7,470,000	12,988,869	19,501,100	26,698,401	34,624,698
รวมหนี้สินและทุน	7,470,000	13,215,669	19,778,703	27,009,872	34,974,168

5.10 ผลตอบแทนการลงทุน

ผลตอบแทนการลงทุนของร้าน Little Green Yard จะพิจารณาโดยการเปรียบเทียบ เงินลงทุนทั้งหมดที่ต้องเสียไปกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในด้านต่างๆ ดังตารางที่ 5.14

ตารางที่ 5.14 แสดงผลการตอบแทน

รายการ	มูลค่าที่คำนวณได้
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)	15,834,861.87
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)	87.36%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	3.09 ปี

จากตารางที่ 5.14 บริษัทของผู้วิจัย มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวกโดย มีมูลค่าเท่ากับ 15,834,861.87 บาท ซึ่งมีมูลค่ามากกว่าเงินลงทุน นอกจากนี้ยังมีอัตรา ผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 87.36% และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 3.09 ปี

เมื่อพิจารณาผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในด้าน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) แสดงว่าธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

WACC 16.75% คำนวณโดยใช้วิธี CAPM โดย risk free rate หาจากการนำอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปีมาเฉลี่ย market return หาได้จาก market cap ในตลาดหุ้นย้อนหลัง 3 ปี ส่วนค่า beta อ้างอิงจาก Hamada Equation (1972) โดยเมื่อบริษัทไม่ได้หาเงินทุนจากการกู้ เลยจะทำให้ beta มีค่าเท่ากับ 1

$$rs = rRF + bL(rM-rRF)$$

$$= 2.75\% + (1)(16.75\%-2.75\%)$$

$$rs = 16.75\%$$

5.11 การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ เป็นการศึกษาว่าเมื่อสถานการณ์ในการดำเนินโครงการไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ จะมีผลต่อผลตอบแทนการลงทุนในโครงการอย่างไรบ้างและโครงการนี้ยังน่าลงทุนอยู่หรือไม่

ทางบริษัทฯได้ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่คาดว่าหากเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อผลกำไรอย่างไรบ้าง

กรณีที่ 1 ยอดขายปกติ

กรณีที่ 2 ยอดขายลดลง 20%

กรณีที่ 3 ยอดขายเพิ่มขึ้น 20%

ตารางที่ 5.15 แสดงผลตอบแทนการลงทุนของร้าน Little Green Yard เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านราคาขาย ยอดขายและต้นทุนสินค้า

การเปลี่ยนแปลงของโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	% เปลี่ยนแปลงในปีที่ 5
ยอดขายปกติ	-	26,160,000	31,392,000	34,531,200	37,984,320	
ยอดขายลดลง 20%	-	20,928,000	25,113,600	27,624,960	30,387,456	-20%
ยอดขายเพิ่มขึ้น 20%	-	31,392,000	37,670,400	41,437,440	45,581,184	20%

บทที่ 6
การจัดการความเสี่ยงและการรองรับความเสี่ยง

ในการดำเนินธุรกิจนั้น จะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ซึ่งอาจทำให้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ดังนั้น ผู้ประกอบการควรที่จะมีแผนการจัดการความเสี่ยงและแนวทางการรองรับความเสี่ยงไว้เพื่อปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่างๆที่จะเกิดขึ้น โดยบริษัทได้มีการประเมินความเสี่ยงและได้สรุปประเด็นความเสี่ยงของบริษัท โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงออกเป็นหัวข้อหลักๆดังนี้

6.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด

ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้ เนื่องจากลูกค้ายังไม่รู้จักร้าน หรือไม่มี Brand awareness ทางผู้บริหารจะดำเนินการลงทุนในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น โดยเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการทำ CSR เพื่อลูกค้ารู้จัก และร้านเป็นที่จดจำได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะสามารถกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นได้

6.2 ความเสี่ยงด้านต้นทุนจากการเสื่อมสภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์

เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารนั้น บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความสดใหม่ของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์เป็นหลักสำคัญ มากกว่า 50% ของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ และขนมปัง มีอายุการใช้งานสั้น จึงอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต หากขาดการบริหารจัดการและควบคุมการใช้วัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงทางด้านต้นทุน บริษัทได้กำหนดนโยบายการจัดซื้อและการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ด้วยการสั่งซื้อในลักษณะวันต่อวันในจำนวนที่พอเพียง และจัดเก็บในห้องเย็นรักษาอุณหภูมิเพื่อลดการเสื่อมสภาพของวัตถุดิบ รวมถึงมีระบบการควบคุมสินค้าและวัตถุดิบคงคลังแบบ First-In-First-Out (FIFO)

6.3 ความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาวัตถุดิบและต้นทุนการผลิตสินค้า

จากการที่วัตถุดิบบางชนิดเป็นวัตถุดิบที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคสูง เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด เช่น โรคระบาดของพืชและสัตว์ที่เป็นวัตถุดิบหลัก ทำให้เกิดการขาดแคลนและราคามีความผันผวน อย่างไรก็ตาม บริษัทได้พิจารณาทำสัญญาระยะปานกลางและระยะยาวกับผู้ขายบางรายไว้แล้ว เหตุการณ์ดังกล่าวจึงไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทมากนัก

6.4 ความเสี่ยงในด้านการดำเนินงาน

6.4.1 ค่าเช่าพื้นที่ร้าน อาจถูกเจ้าของที่ดินขึ้นราคาค่าเช่าโดยไม่บอกกล่าวล่วงหน้า หรือมีโอกาสที่เจ้าของที่ดินจะยกเลิกให้เช่าที่ดิน เนื่องจากร้านใช้เงินลงทุนมากในการสร้างร้าน ระยะเวลาคืนทุนจึงใช้เวลามาก หากถูกยกเลิกให้เช่าที่ดิน ธุรกิจจะเสียหายหนักมาก อาจถึงขั้นล้มละลาย ผู้บริหารจึงต้องเซ็นสัญญาเช่าที่ดินระยะยาว 5 – 10 ปี เพื่อให้ครอบคลุมระยะเวลาการคืนทุน

6.4.2 พนักงานอาจขโมยเงินหรือสินค้าในร้าน วิธีแก้ปัญหาคือ ดำเนินการติดตั้งกล้องวงจรปิดในร้านเพื่อดูพฤติกรรมของพนักงานได้ และหากพบว่ามีพนักงานคนใดกระทำความผิดจะมีการไล่ออกและดำเนินคดีทันที เพื่อไม่ให้พนักงานคนอื่นเอาเป็นเยี่ยงอย่าง

6.4.3 ลูกค้าขโมยในร้าน วิธีแก้ปัญหาคือ บอกกล่าวพนักงานทุกคนในร้านคอยช่วยกันสอดส่องภายในร้าน และคอยเอาใส่ใจลูกค้า สังเกตพฤติกรรมต่างๆอยู่เสมอ หากพบว่ามีการขโมยเกิดขึ้น ต้องหาหลักฐานเอาผิดลูกค้าคนนั้นให้ได้ก่อนกล่าวหาลูกค้า

6.4.4 ลูกค้ามาใช้บริการมากเกินไปจนโต๊ะไม่เพียงพอ สามารถเพิ่มโต๊ะและเก้าอี้บริเวณรอบนอกร้านได้ และจะมีอุปกรณ์บังแดดและพัดลมไว้ให้

6.4.5 พนักงานลาออกหรือลาหยุดกะทันหัน ทำให้พนักงานในร้านไม่เพียงพอ ซึ่งปัญหานี้เจ้าของร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบเข้าไปทำงานแทนพนักงานที่ขาดไปในทันที

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2559). "ธุรกิจภัตตาคาร / ร้านอาหาร." 4.

ไทยโพสต์ (2017). "เศรษฐกิจปี2560 "ลงทุนรัฐ" แรงส่งหลักดันจีดีพีโต." from http://www.thaipost.net/?q=%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%9B%E0%B8%B5-2560-%E0%B8%A5%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%90-%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81-%E0%B8%94%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%88%E0%B8%B5%E0%B8%94%E0%B8%B5%E0%B8%9E%E0%B8%B5%E0%B9%82%E0%B8%95.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2559). "SME ปรับกลยุทธ์รับเทรนด์ธุรกิจร้านอาหารครึ่งปีหลัง." 2.

AquaponicsSystems (2012). "Aquapponics Systems Design." from http://www.aquaponicssystems.net/.

KhaosodOnline (2560). "คนเดียวตั้งบริษัทได้แล้ว ครม.ไฟเขียวพ.ร.บ.การจัดตั้งนิติบุคคลเดียว." from https://www.khaosod.co.th/economics/news_193395.

ktikamporn (2012). "Aquaponics วิธีผลิตอาหารยุคใหม่ : ข้อมูลสำหรับผู้เริ่มต้น." from http://www.kasetporpeang.com/forums/index.php?topic=71364.0.

MGROnline (2560). "รัฐบาลวางเป้าปี2560พัฒนาคนตามนโยบายไทยแลนด์4.0สอดรับโลกในศตวรรษที่21." from http://www.manager.co.th/Crime/ViewNews.aspx?NewsID=9600000000166.

Thai-PAN (2016). "ความจริงอันเจ็บปวดปัญหาสารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้างในผักและผลไม้ปี2559." from http://www.thaipan.org/node/831.

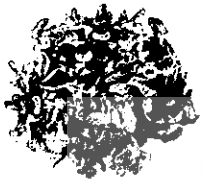
(1972). "Hamada Equation." from https://en.wikipedia.org/wiki/Hamada%27s_equation.

(1980). from http://applyingconcepts.blogspot.com/2011/12/porters-five-forces.html.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

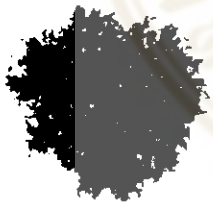
ชนิดของผักสลัดและคุณประโยชน์



กรีนโอ๊ค(Green Oak) :
ช่วยในการสร้างเม็ดเลือด บำรุงสายตา บำรุงเส้นผม
บำรุงประสาท และกล้ามเนื้อ

บัตเตอร์เฮด(Butter Head) :
บำรุงสายตา บำรุงเส้นผม บำรุงประสาท บำรุงกล้ามเนื้อ
บำรุงผิว และช่วยลดคอเรสเตอรอล

เรดคอรัล(Red Coral) :
ช่วยสร้างเม็ดเลือด ให้เส้นใยอาหารสูง
ป้องกันโรคปากนกกระจอก ป้องกันโลหิตจาง วิตามินซีสูง



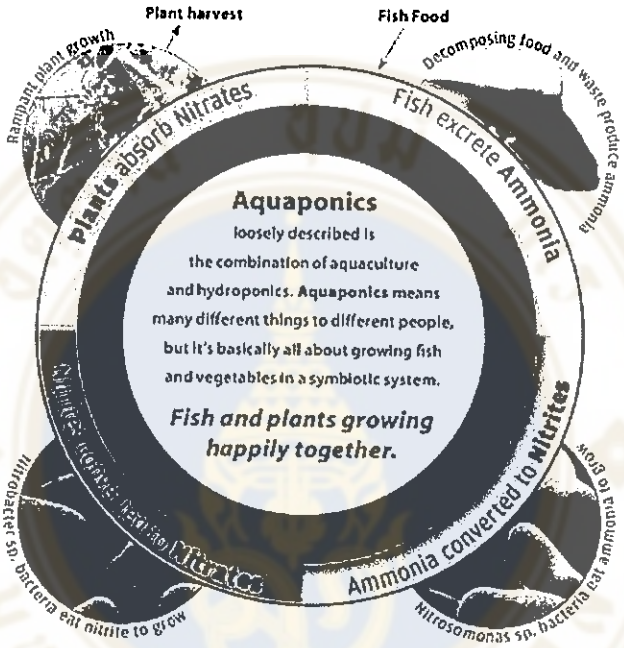
ฟิลเลย์ไอซ์เบร็ก(Fillie Iceburg) :
ช่วยในการสร้างเม็ดเลือด ป้องกันโรคหวัด
ช่วยสร้างภูมิคุ้มกัน

สลัดคอส(Cos) :
ป้องกันโลหิตจาง ช่วยให้เส้นเลือดฝอยแข็งแรง

เรดโอ๊ค(Red Oak) :
บำรุงสายตา บำรุงประสาท และกล้ามเนื้อ บำรุงผิว
มีโฟเลท และธาตุเหล็ก มีวิตามินสูง

ภาคผนวก ข

ระบบ Aquaponics กับกระบวนการ Nitrification หรือวัฏจักรไนโตรเจน



ปลาจะปล่อยของเสียเป็น แอมโมเนีย(NH3) ซึ่งมีพิษแรงที่สุดแล้วแบคทีเรียไนโตรโซโมนาสจะเปลี่ยนแอมโมเนียเป็น ไนไตร(NO2)ซึ่งมีพิษรองลงมาแล้วแบคทีเรียอีกตัว คือไนโตรแบคเตอร์ จะเปลี่ยน ไนไตร เป็นไนเตรท(NO3)ซึ่งมีพิษน้อยที่สุดถ้าแบคทีเรียไม่ทำงานจะทำให้มีแอมโมเนีย หรือไนไตร สะสมในระบบทำให้ปลาตายไนเตรทสามารถสะสมได้ถึง 50 ppm (ส่วนในล้านส่วน) โดยที่ปลายังอยู่สบาย แต่ถ้ามีอยู่ถึง 150 ppm ทำให้ถึงตายเทียบกับไม่กี่ ppm ของแอมโมเนีย ทำให้เป็นพิษต่อปลา ดูตารางประกอบปริมาณแอมโมเนียสูงสุดที่ยอมให้มีในการเลี้ยงปลา ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิ กับ Ph ความเป็นกรดด่าง

ตารางประกอบปริมาณแอมโมเนียสูงสุดที่ยอมให้มีในการเลี้ยงปลา

Total Ammonia Nitrogen (TAN) – (ppm)											
Temp (°C)	pH										
	6.0	[illegible]	[illegible]	7.0	7.2	7.4	7.6	7.8	8.0	8.2	8.4
4	200	67	29	18	11	7.1	4.4	2.8	1.8	1.1	0.68
8	100	50	20	13	8.0	5.1	3.2	2.0	1.3	0.83	0.5
12	100	40	14	9.5	5.9	3.7	2.4	1.5	0.95	0.61	0.36
16	67	29	11	6.9	4.4	2.7	1.8	1.1	0.71	0.45	0.27
20	50	20	8.0	5.1	3.2	2.1	1.3	0.83	0.53	0.34	0.21
24	40	15	6.1	3.9	2.4	1.5	0.98	0.63	0.4	0.26	0.16
28	29	12	47	2.9	1.8	1.2	0.75	0.48	0.31	0.2	0.12
32	22	8.7	3.5	2.2	1.4	0.89	0.57	0.37	0.24	0.16	0.1

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามศึกษาค้นคว้าอิสระ

แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน รวมทั้งการรับรู้และการยอมรับสำหรับร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาIndependent Study (IS) ของนักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

<u>คำชี้แจง</u> :แบบสอบถามนี้จัดทำเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกทานร้านอาหารแนวสุขภาพรวมถึงความคิดเห็น ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่มีผักไฮโดรโพนิกส์เป็นส่วนประกอบ และเพื่อนำไปใช้สนับสนุนการทำแผนธุรกิจและการจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard

<u>รายละเอียด</u> :แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วนดังนี้ (โปรดทำทุกส่วน)

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการเลือกร้านอาหารทานและปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อประเมินการจัดตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard

<u>ส่วนที่ 1</u>ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงใน ☐หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

1. ☐ชาย 2. ☐หญิง

2. อายุ

1. ☐ต่ำกว่า18 ปี
2. ☐ 18-25 ปี
3. ☐ 26-35 ปี
4. ☐ 36-45 ปี
5. ☐ 46-60 ปี
6. ☐ 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ❒ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ❒ปริญญาตรี 3. ❒สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. ❒นักเรียน, นิสิตนักศึกษา 2. ❒ธุรกิจส่วนตัว 3. ❒พนักงานบริษัทเอกชน
4. ❒ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ 5. ❒อื่นๆ(โปรดระบุ).....

5. รายได้

1. ❒ต่ำกว่า10,000 บาท 2. ❒ 10,001-20,000 บาท 3. ❒ 20,001-30,000 บาท
4. ❒ 30,001-40,000 บาท 5. ❒ 40,001-50,000 บาท 6. ❒ 50,000 บาท ขึ้นไป

6. สถานะภาพการสมรส

1. ❒โสด 2. ❒สมรส (ไม่มีบุตร) 3. ❒สมรส (มีบุตร/กี่คน)..... 4. ❒หย่าร้าง / หม้าย 5. ❒แยกกันอยู่

<u>ส่วนที่ 2</u>พฤติกรรมการเลือกร้านอาหารทานและปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงใน ❒หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

2.1 ท่านรับประทาน *<u>อาหารนอกบ้าน</u>* โดยเฉลี่ยต่อเดือน

1. ❒ไม่เคยรับประทานนอกบ้าน 2. ❒ 1 – 5 ครั้ง 3. ❒ 6 – 10 ครั้ง
4. ❒ 11 – 15 ครั้ง 5. ❒มากกว่า 16 ครั้ง

2.2 ปกติท่านมารับประทานอาหารครั้งละกี่คน รวมตัวท่านด้วย

1. ❒มาคนเดียว 2. ❒ 2 – 3 คน 3. ❒ 4 – 6 คน
4. ❒ 7 – 10 คน 5. ❒มากกว่า 10 คน

2.3 ปกติท่านมารับประทานอาหารกับ....

1. ❒ครอบครัว / ญาติพี่น้อง 2. ❒เพื่อน 3. ❒คนสนิท / คนรัก
4. ❒คู่ค้าทางธุรกิจ 5. ❒อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2.4 เหตุผลที่ท่านออกมารับประทานอาหารนอกบ้าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ❒ไม่มีเวลาเตรียมอาหาร 2. ❒สังสรรค์ / บันเทิง 3. ❒พูดคุยธุรกิจ
4. ❒ต้องการอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ มีสารอาหารครบ 5. ❒อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2.5 วันที่ท่านรับประทานอาหารนอกบ้านมากที่สุด

1. ❑วันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) 2. ❑เสาร์ – อาทิตย์ 3. ❑วันหยุดนักขัตฤกษ์
4. ❑ต้นเดือน – สิ้นเดือน 5. ❑อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2.6 ช่วงเวลาที่ท่านรับประทานร้านอาหารนอกบ้านมากที่สุด

1. ❑ก่อน 10.00 น. 2. ❑ 10.00 – 14.00 น. 3. ❑ 14.00 – 18.00 น.
4. ❑หลัง 18.00 น. 5. ❑อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2.7 ช่วงราคาที่ท่านจ่ายเวลารับประทานอาหารนอกบ้านต่อมื้อต่อคน(เฉพาะมื้อเที่ยงหรือมื้อเย็น)

1. ❑น้อยกว่า 100 บาท 2. ❑ 101 – 200 บาท 3. ❑ 201 – 300 บาท
4. ❑ 301 – 400 บาท 5. ❑มากกว่า 400 บาท

2.8 ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านเข้ามาใช้บริการร้านอาหาร (โปรดเรียงลำดับความสำคัญ 1-6)

.....1. ความหลากหลายของเมนูอาหาร.....2. อาหารสด สะอาด รสชาติดี
.....3. มีบริการอาหารเพื่อสุขภาพ .....4. สถานที่สวยงาม บรรยากาศดี
.....5. ราคาเหมาะสม .....6. เดินทางสะดวก

2.9 ท่านสนใจรับประทานอาหารแนวสุขภาพเน้นการคัดวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพมาประกอบอาหารพร้อมด้วยผัก สลัดที่ สดกรอบจากฟาร์มผักไฮโดรโพนิกส์ปลอดสารพิษโดยตรงมาเสิร์ฟพร้อมเมนูอาหารในร้านหรือไม่

1. ❑สนใจ(ข้ามไปทำข้อ 2.11)
2. ❑ไม่สนใจ(ทำข้อ 2.10)

2.10 เหตุใดจึงไม่สนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ❑ไม่ชอบทานผัก 2. ❑เน้นทานเนื้อสัตว์ 3. ❑ชอบทานแบบบุฟเฟต์
4. ❑อาหารประเภทนี้ทำช้า 5. ❑อาหารแนวนี้ไม่อร่อย 6. ❑ชอบทานพวกฟาสฟู้ด
7. ❑อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2.11 เหตุใดจึงสนใจอาหารแนวสุขภาพที่ประกอบกับผักไฮโดรโพนิกส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ❑เน้นสุขภาพ ได้ทานผัก 2. ❑มั่นใจในความปลอดภัยไร้สารพิษ
3. ❑รู้สึกว่าได้สารอาหารครบ 5 หมู่ 4. ❑มีความแปลกใหม่ 5. ❑ควบคุมอาหาร
6. ❑ทานมังสวิรัติ 7. ❑อื่นๆ(โปรดระบุ).....

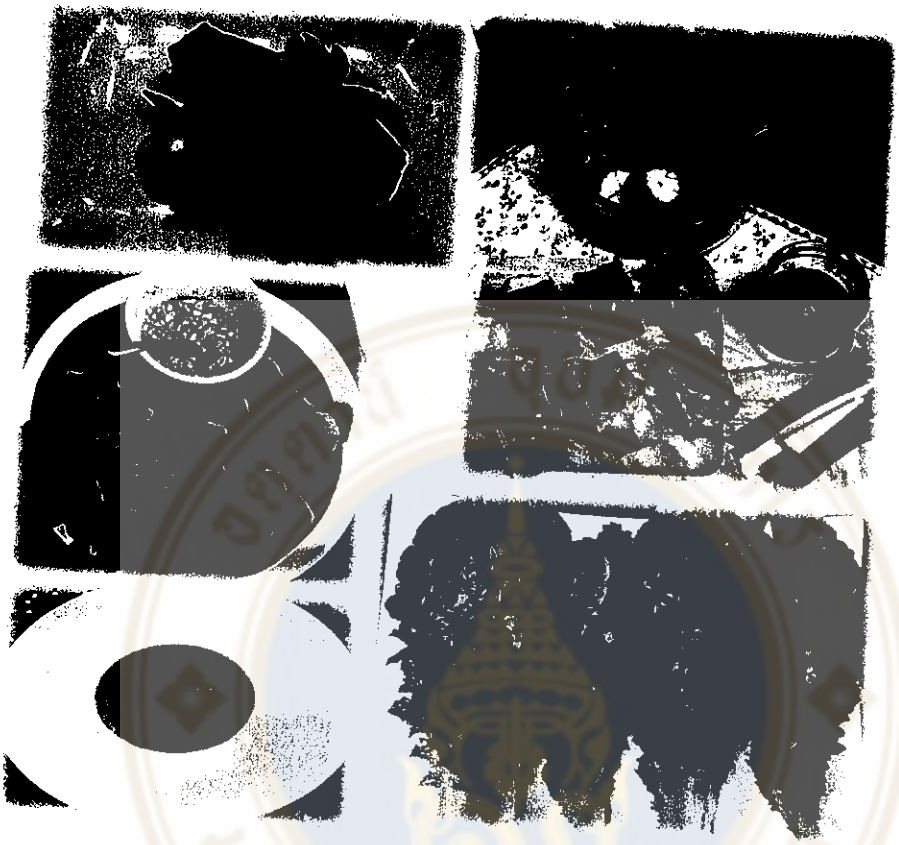
2.12 การส่งเสริมการขายแบบใดที่มีผลต่อการตัดสินใจของท่านมากที่สุด

1. ❑คูปองส่วนลด 2. ❑การสะสมแสตมป์แลกสินค้า
3. ❑บัตรสมาชิก สะสมคะแนนแลกของรางวัล 4. ❑ของแถม (ผักในร้าน, น้ำสลัด
5. ❑มีเมนูใหม่ให้ชิมฟรี 6. ❑ Like & Share ได้ส่วนลด
7. ❑อื่นๆ(โปรดระบุ).....

<u>ส่วนที่ 3</u>ความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อประเมินการจัดตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Little Green Yard

"Little Green Yard" ร้านอาหารเพื่อสุขภาพและฟาร์มผักสลัดไฮโดรโพนิกส์ ทางร้านทำฟาร์มผักสลัดไฮโดรโพนิกส์และเปิดร้านอาหารในสไตล์อิตาเลี่ยนและไทยประยุกต์พร้อมบรรยากาศการตกแต่งร้านโดยมีฟาร์มผักไฮโดรโพนิกส์ และแปลงผักสวนครัวที่เป็นพาโนราม่าวิวซึ่งสามารถมองเห็นได้จากทุกโต๊ะเป็นไฮไลท์ของร้าน ด้วยแนวความคิดในการทำอาหารแบบเน้นคุณภาพจริงๆพร้อมคัดวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพประกอบกับการนำผักสลัดที่สดกรอบจากฟาร์มโดยตรงมาเสิร์ฟพร้อมเมนูอาหารในร้าน ที่ร้านใส่ใจกับการเลือกวัตถุดิบในการปรุงอาหารไม่ใช่แค่รสชาติของอาหาร แต่ใส่ใจตั้งแต่การเลือกสรรวัตถุดิบและการปรุง ปรุงอาหารทุกจานด้วยน้ำมันมะกอก ที่เป็นไขมันชนิดดีลดความเสี่ยงของโรคหัวใจ ปลอดภัยจากสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพเช่น ผงนุ่ม และสารกันบูด ร้านจะใส่ใจในการดูแลตัวเองและเลือกรับประทานเฉพาะอาหารที่มีคุณภาพ นอกจากนั้นยังมีกระเช้าผักสลัดเพื่อสุขภาพผักสลัดมิกซ์พร้อมน้ำสลัดโฮมเมดไว้ให้ซื้อกลับบ้านหรือซื้อเป็นของฝาก

ภาพตัวอย่างอาหาร



3.1 ท่านชอบแนวคิดของร้านอาหารแบบนี้หรือไม่

1. ❑ชอบ
2. ❑ไม่ชอบ

3.2 ท่านมีความสนใจเข้าใช้บริการร้านอาหารนี้หรือไม่

1 2 3 4 5

ไม่สนใจ❑❑❑❑❑ สนใจมากที่สุด

3.3 จากรายการอาหารและเมนูท่านคิดว่าราคาที่เหมาะสมต่อหนึ่งครั้งสำหรับการทานอาหารในร้านควรเป็นเท่าใด

1. ❑ 100 – 199 บาท 2. ❑ 200– 299บาท 3. ❑ 300– 499บาท
4. ❑ 500บาทขึ้นไป

3.4 ท่านคิดว่าท่านพร้อมที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นอีกกี่%เพื่อรับประทานอาหาร ที่เสิร์ฟพร้อมผักปลอดสารพิษ และปรุงด้วยเครื่องปรุงจากธรรมชาติ

1. ❒ 10% 2. ❒ 15% 3. ❒ 20% 4. ❒ 25%

3.5 ท่านคิดว่าท่านพร้อมที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นอีกกี่%เพื่อรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

1. ❒ 10% 2. ❒ 15% 3. ❒ 20% 4. ❒ 25%

3.6 ท่านคิดว่าภายในร้านอาหารเพื่อสุขภาพควรมีสิ่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ❒บริการนวด / สปา 2. ❒หนังสือ / สื่อต่างๆเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ
3. ❒ที่พักผ่อน สวนสุขภาพ 4. ❒คำแนะนำจากนักโภชนาการ
5. ❒จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ 6. ❒อื่นๆ(โปรดระบุ).....

3.7 ท่านคิดว่าร้านควรตั้งอยู่ที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ❒ภายในห้างสรรพสินค้า 2. ❒บริเวณสวนสุขภาพ / สถานที่ออกกำลังกาย
3. ❒ชานเมือง / ใกล้แหล่งธรรมชาติ 4. ❒ใกล้สถานีรถไฟฟ้า
5. ❒ใจกลางเมือง / ย่านธุรกิจ 6. ❒ใกล้บ้าน
7. ❒ใกล้ที่ทำงาน 8. ❒ Community Mall