

แผนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพแบบจัดส่ง “Healthy&Delivery”

Business plan healthy food with delivery service “Healthy&Delivery”

นรุตม์ ตันวิเชียร

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของ **Healthy&Delivery** แผนธุรกิจที่ได้จัดทำขึ้นใช้การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอก การวิเคราะห์การแข่งขัน และได้มีการทำการวิจัยตลาดโดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยทางด้านการบริหาร การผลิต การเงิน มีความเสี่ยงสูง และผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายนอกพบว่า โอกาสทางธุรกิจได้แก่ กระแสรักสุขภาพ ในขณะที่อุปสรรค คือ การแข่งขัน วัตถุดิบไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน คู่แข่งขันหลักที่สำคัญคือร้าน DJ POOM MENU ความได้เปรียบของคู่แข่ง คือ มีเงินทุนมากและเป็นบุคคลมีชื่อเสียงซึ่งมีผลต่อความน่าเชื่อถือ เนื่องจากพิจารณาความเป็นไปได้ของการลงทุนในโครงการนี้ พบว่า การลงทุนสำหรับกิจการร้าน **Healthy&Delivery** นี้มีความคุ้มค่าและเหมาะสมสำหรับการลงทุน โดยใช้งบประมาณลงทุนเริ่มต้นกิจการ 700,000 บาท มีค่า NPV อยู่ที่ 1,131,032.56 บาท มีค่า IRR อยู่ที่ 61% และมีระยะเวลาในคืนทุน 1 ปีกับอีก 9 เดือน

คำสำคัญ : อาหารเพื่อสุขภาพ, อาหารกล่อง, อาหารลดน้ำหนัก, บริการจัดส่งอาหาร

Abstract

This business plan has the objective is to be the guideline of business for **Healthy & Delivery**. In preparing this business plan, analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats of the business, including a risk analysis and the advantages of competition were conducted. In addition, market research with qualitative method was conducted. The result showed that factor of administration, production and finance had high risk and highly effected on business. Business opportunity is the healthy trend in society and the threats are competition. The main competitor is DJ Poom Menu Shop. The advantages of competitor were high fund and reliable celebrity. When considered in the feasibility of investment in this project under the initial budget of 700,000 Baht, NPV value was 1,131,032.56 Baht, IRR value was 61% and payback period was 1 year and 9 months.

Keyword : Healthy Food, Food Delivery, Delivery Service, Died Food

1. บทนำ

อาหารถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตมนุษย์ ดังนั้นการรับประทานอาหารที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้มีสุขภาพที่ดีตามไปด้วย แต่ด้วยวิถีชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบันจึงยากต่อการบริโภคอาหารในแต่ละวันให้ได้สารอาหารครบถ้วนตามความต้องการของร่างกาย ประกอบกับมีเวลาสำหรับการออกกำลังกายน้อยลง ดังนั้นการพึ่งพาอาหารเพื่อสุขภาพจึงมีบทบาทสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

ร้าน Healthy & delivery ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 200 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 มีแนวคิดที่จะตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคที่รักสุขภาพและต้องการมีรูปร่างที่สวยงาม ประกอบกับมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาประกอบอาหารเพื่อสุขภาพรับประทานเองในทุกๆ มื้อของแต่ละวัน หรือผู้บริโภคที่ไม่มีความรู้เพียงพอทางด้านโภชนาการในการปรุงอาหารเพื่อตอบโจทย์ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของแต่ละคน ดังนั้นทางจึงมีแนวคิดในการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพแบบบริการจัดส่ง โดยเน้นผลิตเมนูอาหารที่ทานแล้วมีประโยชน์ต่อร่างกาย โภชนาการอาหารครบถ้วนและมีสารอาหารครบทั้ง 5 หมู่ ทางร้านมีชุดอาหารให้ลูกค้าเลือกรับประทานแบ่งเป็นชุดทั้งหมด 3 ชุด คือ Healthy & Delivery Meal และ Special Course ทำการจัดจำหน่ายผ่าน Social Network ไม่มีหน้าร้าน ลูกค้าจะสั่งซื้อออนไลน์ผ่านทาง Social Network แล้วจากนั้นทางร้านจะทำการจัดส่งตามสถานที่ที่ลูกค้าต้องการและสะดวกมารับอาหารในตอนเช้า

การทำธุรกิจจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ แบบจัดส่ง โดยยังไม่มีหน้าร้าน ถือว่าเป็นธุรกิจที่แปลกใหม่ยังไม่มีคู่แข่งมากนักในตลาด จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่มีแนวคิดจะทำธุรกิจนี้ขึ้นมา แต่ในการลงทุนทำธุรกิจจะต้องอาศัยปัจจัยหลายด้านมาสนับสนุนเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อเนื่องและประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมาย ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีก่อนทำธุรกิจได้แก่ เงินทุน ผู้ร่วมลงทุน แรงงาน วัตถุดิบ สถานที่ เทคโนโลยี เป็นต้น ดังนั้นทางร้าน Healthy & delivery จึงต้องจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับผู้ประกอบการในการวางแผนดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์การตลาดติดตามผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งใช้เป็นเครื่องมือเพื่อขอรับการสนับสนุนทางการเงิน เช่น การขอกู้เงินสินเชื่อ การขอรับเงินสนับสนุนช่วยเหลือต่างๆ เป็นต้น

2. วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจนี้ คือ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของร้าน Healthy & delivery โดยในปีแรกเพื่อสร้างรายได้ 1 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตของรายได้ที่ปีละ 15 % และมีกำไรสุทธิมากกว่า 30 % ต่อปี

3. ระเบียบวิธีวิจัย

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคของธุรกิจ รวมทั้ง การวิเคราะห์ ความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ ได้มีการทำการวิจัยตลาด โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่ม คือ กลุ่มพนักงานสำนักงานทั้งเพศหญิงและชาย จำนวน 2 คน กลุ่มผู้ออกกำลังกายตามสถานที่ Fitness จำนวน 2 คน และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว จำนวน 2 คน โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง

4. อุปกรณ์และวิธีการ

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ชุด สำหรับผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพนักงานสำนักงาน กลุ่มผู้ออกกำลังกายตามสถานที่ Fitness

และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว โดยคำถามในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ พฤติกรรมการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

นอกจากนี้ยังใช้การเก็บข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการค้นคว้ารวบรวม รายงานประจำปีของบริษัท วารสาร เอกสารอ้างอิง บทความ ต่างๆ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยมีระยะเวลาที่ทำการศึกษารวม เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2556 จนถึงเดือน พฤศจิกายน 2556

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 พฤติกรรมการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ลูกค้าที่ไม่ได้รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ส่วนใหญ่ มีความสนใจที่จะรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพแบบบริการจัดส่ง และผู้ที่รับประทานอยู่แล้วก็ให้ความสนใจต่ออาหารสุขภาพของทางร้านเนื่องจากสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ที่ไม่ต้องทำอาหารด้วยตนเอง ลูกค้ามีความถี่ในการสั่งที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละกลุ่มบุคคล เช่น กลุ่มพนักงานออฟฟิศและกลุ่มที่ออกกำลังกายเป็นประจำนิยมสั่งเป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสั่งเป็นระยะยาวเป็นเวลาเดือนหรือ สามเดือนเนื่องจากอาหารของผู้สูงอายุบางคนถูกจำกัดให้กินได้เพียงบางอย่างเท่านั้น

สำหรับ ลักษณะอาหารที่สนใจ พบว่าผู้บริโภค มีความต้องการแตกต่างกันออกไป เช่น เพศชายวัยทำงานชอบรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่รับประทานง่ายและรสชาติดี หญิงวัยทำงาน ต้องการอาหารที่แคลอรีต่ำรวมไปถึงปัจจุบันที่มีผู้นิยมทานอาหารคลีน (อาหารที่มีแคลอรีต่ำ ผ่านการปรุงแต่งรสชาติน้อย มีปริมาณการใช้สารปรุงแต่งรสต่ำ) ซึ่งมีความสามารถช่วยในการควบคุมน้ำหนักได้ด้วย สำหรับกลุ่มผู้ที่ออกกำลังกายจะมีความต้องการอาหารที่เหมาะสมสำหรับการสร้างกล้ามเนื้อ โดยจะไปเน้นอาหารที่มีปริมาณไขมันต่ำ แต่มีโปรตีนสูง และกลุ่มผู้สูงอายุมีโรคประจำตัว ต้องการอาหารที่แตกต่างออกไปเนื่องจากผู้สูงอายุบางท่านไม่สามารถทานอาหารหรือวัตถุดิบบางชนิดได้ และที่สำคัญและเป็นความต้องการหลักๆเลยก็จะเป็นเรื่องของความสะดวก

5.2 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคของธุรกิจ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจพบว่า จุดแข็งของร้าน Healthy & delivery คือ ผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพมีความโดดเด่น การบริหารงานของร้านมีความคล่องตัว จุดอ่อนได้แก่ ร้าน Healthy & delivery เป็นธุรกิจใหม่ จึงยังไม่เป็นที่รู้จัก โอกาสทางธุรกิจ คือ จำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นนั้นทำให้แนวโน้มความต้องการต่อสินค้าและอาหารที่เกี่ยวกับสุขภาพเพิ่มขึ้น ภาวะเศรษฐกิจที่มีสัญญาณดีขึ้น และ ราคาน้ำมันลดลง ในขณะที่อุปสรรคทางธุรกิจ คือ จำนวนคู่แข่ง

5.3 การวิเคราะห์การแข่งขัน

ในธุรกิจการจัดส่งอาหารเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทานในพื้นที่กรุงเทพมหานครนั้นมีอยู่หลายรายแต่รายที่เป็นคู่แข่งทางตรงคือผู้ประกอบการที่มีสัดส่วนการตลาดมากมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่คนโดยส่วนใหญ่เป็นรายที่มีสัดส่วนลูกค้ามากและการโฆษณาที่เข้าถึงลูกค้าได้แก่ DJ POOM MENU (2556) มีจุดแข็ง คือ ชื่อเสียงของเจ้าของร้านดีเยี่ยม ทางร้านผลิตเป็นอาหารเพื่อสุขภาพประเภทควบคุมน้ำหนักอาหารจะมีรสชาติและรูปแบบเป็นอาหารไทยเป็นหลักไม่ใช้วัตถุดิบเสีย ไม่ใช้น้ำมันในการประกอบอาหาร และไม่ใส่ผงชูรสจุดอ่อน คือ เน้นเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการลดน้ำหนัก และราคาต่อกล่องถือว่าค่อนข้างสูง ราคาจะอยู่ที่กล่องละ 100 บาททุกเมนู และคิดค่าส่งตามระยะทางของลูกค้า

MuscleMealsThailand, เป็นอาหารเพื่อสุขภาพประเภทเสริมสร้างกล้ามเนื้อด้วยสโกลแกน “อาหารกล้ามเนื้อที่ไม่ได้ทานยากแบบเดิมๆอีกต่อไป” โดยเจ้าของร้านคือ คุณเป้ และ คุณเจ เป็นดารานักแสดง เมนูอาหารจะเป็นอาหารต่างชาติ การปรุงอาหารก็ทำกันเองไม่ได้ใช้พ่อครัวหรือเชฟ ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพได้ เมนูอาหารจะหลากหลายไม่จำเจ ราคาอาหารค่อนข้างสูง เป็นแบบบริการจัดส่งอย่างเดียว ไม่มีหน้าร้าน (MuscleMealsThailand, 2557)

Tip Top Clean Food Delivery เป็นการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพแบบ Clean Food แบบจัดส่ง ซึ่งปัจจุบันอาหาร Clean Food กำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคเป็นอย่างมากเพราะวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการปรุงอาหารอาหารจะสดใหม่ ไม่ผ่านการแปรรูป รสชาติไม่จัดจ้าน ถ้าเป็นจำพวกคาร์โบไฮเดรตก็จะไม่ผ่านการขัดสี ยกตัวอย่างวัตถุดิบที่ใช้ เนื้อสัตว์ไม่ติดมัน ผักปลอดสารพิษ ใช้น้ำมัน HDL สูง โซเดียมต่ำ น้ำตาลน้อย ไม่ใช้ผงชูรส จึงทำให้ผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยให้ความสนใจ เมนูอาหารของร้านก็จะเปลี่ยนแปลงไปในทุกๆเดือน มีบริการจัดส่งโดยคิดค่าจัดส่งตามระยะทาง (Tip Top Clean Food Delivery, 2557)

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

โดยสรุป ร้าน Healthy & Delivery เป็นธุรกิจใหม่ ที่มีจุดแข็งในเรื่องเมนูของอาหารและการจัดส่ง อย่างไรก็ตาม ทางร้าน ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในกลุ่มเป้าหมาย โอกาสทางธุรกิจที่สำคัญ คือ กระแสรักสุขภาพ จำนวนผู้สูงอายุ ราคาน้ำมันและภาวะเศรษฐกิจ ในขณะที่อุปสรรคที่สำคัญคือ คู่แข่งขัน ที่ต่างมีจุดแข็งในเรื่องผลิตภัณฑ์และชื่อเสียงของเจ้าของร้าน ในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ สิ่งที่สำคัญ คือ รสชาติและคุณภาพของอาหาร และราคา ในการจัดตั้ง ธุรกิจ ร้าน Healthy & Delivery มีการจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจจากผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว จำนวน 700,000 บาท ถือได้ว่าเป็นจำนวนเงินลงทุนที่ไม่สูงมากนัก บาท มีค่า NPV อยู่ที่ 1,131,032.56 บาท มีค่า IRR อยู่ที่ 61% และมีระยะเวลาในคืนทุน 1 ปีกับอีก 9 เดือน

สำหรับข้อเสนอแนะสำหรับทางร้าน ๆ มีดังนี้

1. ทางร้านควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน จากผลการสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มที่มีโอกาสใช้บริการอาหารเพื่อสุขภาพ จะเห็นว่า กลุ่มลูกค้าที่สนใจในผลิตภัณฑ์และบริการของร้าน นั้น กลุ่มลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไปถึงอายุ 60 ปีโดยอาศัยอยู่ในย่านใจกลางเมือง จึงสามารถแบ่งกลุ่มได้เป็น กลุ่มผู้ที่ออกกำลังกายเป็นประจำ กลุ่มพนักงานออฟฟิศ และกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มมักอยู่ในวัยสูงอายุที่ตื่นตัวเรื่องสุขภาพ หรือ บางคนเผชิญอยู่กับโรค

2. นอกจากรสชาติของอาหารที่ผ่านการทดลองเพื่อให้ถูกปากของผู้บริโภคแล้ว ทางร้านยังควรเน้นการสร้างเมนูอาหารเพื่อสุขภาพให้มีความแตกต่างและหลากหลายเพื่อสินค้าคู่มีคุณภาพในสายตาผู้บริโภคและมีราคาที่ถูกกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ดังนั้น Healthy & Delivery ควรจะวางตำแหน่งในอุตสาหกรรมเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพพร้อมส่งที่มีคุณภาพในราคาที่สมารถเข้าถึงได้

3 สร้าง Brand ให้เป็นที่รู้จัก โดยการให้ลูกค้าชิมอาหารฟรี แลกกับการ Comment และ Share ข้อมูลของร้านไปตาม Social network

4. ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบเพื่อสร้างความหลากหลายเพื่อเป็นการรองรับกลุ่มลูกค้าได้หลายกลุ่ม ในเรื่องของราคาสินค้าก็ทำการก็มีการทำราคาที่ถูกและยังลูกค้าซื้อเป็นคอร์สก็จะยังมีราคาถูกลง ในส่วนของของสถานที่ตั้ง

ที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในอาคารสำนักงานและคอนโด ตั้งอยู่ในเขตที่มีการคมนาคมที่สะดวก สามารถใช้งานได้หลายช่องทาง ในส่วนของการทำโปรโมชั่นจะมีการผลัดเปลี่ยนไปทุกๆเดือนเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าและทำให้ลูกค้ายังคงใช้บริการอยู่อย่างสม่ำเสมอ ต่อมาก็จะเป็นในส่วนของกลยุทธ์เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานการบริการให้แก่ลูกค้า โดยจะทำการอบรมพนักงานทั้งเรื่องกริยามารยาท การแสดงออก ลักษณะการพูด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจทุกครั้งที่ใช้บริการ กลยุทธ์ต่อมาก็จะเป็นเรื่องของการจัดส่งสินค้า โดยพนักงานส่งสินค้าจะต้องใส่เครื่องแบบและทำการส่งสินค้าให้ทันเวลาและหากเกิดเหตุฉุกเฉินจะต้องจัดการอย่างไร

7. เอกสารอ้างอิง

DJ POOM MENU (2556) ข้อมูลร้าน DJ POOM MENU สืบค้นเมื่อ ม.ค.2558 จาก

<http://www.djpoommenu.com/>

MuscleMealsThailand. (2557) ข้อมูลร้าน MuscleMealsThailand. สืบค้นเมื่อ ม.ค.2558 จาก

https://www.facebook.com/musclemealsthailand_

Tip Top Clean Food Delivery. (2557) ข้อมูลร้าน Tip Top Clean Food Delivery สืบค้นเมื่อ ม.ค. 2558.

จาก <https://th-th.facebook.com/TiptopCleanFoodDelivery>