

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

จากรายงานผลการสำรวจร้านอาหารไทยทั่วโลกในปี 2546 พบว่า มีร้านอาหารไทยในตลาดต่างประเทศ จำนวน 6,579 แห่งกระจายอยู่ทุกทวีป โดยประมาณร้อยละ 49.81 อยู่ในทวีปอเมริกาเหนือ (2 ประเทศ) ซึ่งมีจำนวนร้านอาหารไทยมากที่สุด รองลงมาเป็นทวีปยุโรป (20 ประเทศ) ออสเตรเลีย (2 ประเทศ) และเอเชีย (26 ประเทศ) ร้อยละ 20.17 15.03 และ 14.29 ตามลำดับ ส่วนทวีปอื่นๆ มีจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 1.00 (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, 2546) และจากข้อมูลการสำรวจ ในปี 2550 มีร้านอาหารไทยในต่างประเทศทั่วโลก ไม่น้อยกว่า 11,800 ร้าน ตั้งอยู่ในภูมิภาคต่างๆ (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, 2550) ดังนี้

1. สหรัฐอเมริกาและแคนาดา	5,535	ร้าน
2. ยุโรป	2,697	ร้าน
3. เอเชีย	1,755	ร้าน
4. ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์	1,585	ร้าน
5. ตะวันออกกลางและแอฟริกา	261	ร้าน

สถานการณ์ในปี 2550 อาหารไทยเป็นอาหารยอดนิยมติดอันดับ 1 ใน 4 ของโลกและมีแนวโน้มในการบริโภคมากขึ้น โดยเน้นอาหารเพื่อสุขภาพซึ่งตรงกับคุณลักษณะของอาหารไทยที่ประกอบด้วยสมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยาและเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย นอกจากนี้ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารไทยเป็นช่องทางในการส่งออกสินค้าในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นแหล่งประชาสัมพันธ์ข้าวไทย สินค้า OTOP และการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ในช่วงปี 2547-2551 รัฐบาลได้กำหนดนโยบายในโครงการครัวไทยสู่ครัวโลกเพื่อส่งเสริมให้มีการลงทุนในภาคธุรกิจร้านอาหารไทย ยกกระดับคุณภาพและมาตรฐานสู่สากลให้ครอบคลุมอย่างครบวงจร 4R : วัตถุดิบการผลิตอาหาร (Raw Material) การผลิตอาหารพร้อมปรุง (Ready to Cook) การผลิตอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) และการส่งเสริมพัฒนาภัตตาคารอาหารไทย (Restaurant) ในการนี้มีเป้าหมายที่จะให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลกภายใน 5 ปี ทำให้งานหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงสถาบันการเงิน สถาบันอาหาร และมหาวิทยาลัย

ต่างๆ ได้ดำเนินงานเพื่อตอบสนองนโยบายดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคอาฟริกา มีอัตราการขยายตัวสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 105.59 รองลงมาเป็นเป็นภูมิภาคเอเชีย และตะวันออกกลางคิดเป็นร้อยละ 72.20 และ 63.50 ตามลำดับ (Online, retrieved 17 July 2011)

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นเขตภูมิภาคเศรษฐกิจใหม่ของโลกที่เป็นที่จับตามองและเป็นที่สนใจของนักธุรกิจทั่วโลก เพราะภูมิภาคนี้มีกำลังซื้อที่สูง เนื่องจากมีการเจริญเติบโตของปริมาณประชากร มีการเติบโตด้านการศึกษา มีความสนใจด้านเทคโนโลยี มีกำลังการผลิตด้านอุตสาหกรรมที่สูง และที่สำคัญคือมีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบอยู่จำนวนมาก นอกจากนี้ความสนใจของเขตอื่นต่อภูมิภาคนี้แล้ว ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้ก็ให้ความสนใจในการที่จะดูแลรักษา และพยายามปกป้องทรัพยากรของตน ตลอดจนพยายามที่จะแสดงให้ประเทศในภูมิภาคอื่นได้ตระหนักถึงและเล็งเห็นถึงศักยภาพของตน ดังนั้นประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคจึงได้มีการรวมตัวกันขึ้นเป็นกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ซึ่งมีสมาชิกทั้งสิ้น 10 ประเทศ ประกอบด้วย ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ บรูไนดารุสซาลาม เวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชา โดยมีนโยบายเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ เป็นแหล่งวัตถุดิบและแรงงาน ฐานการผลิตและการลงทุนเป็นตลาดสำคัญโดยมีประชากรรวมกันกว่า 500 ล้านคน มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอาเซียนในตลาดโลก ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ สร้างอำนาจต่อรองในเวทีการค้าโลก โดยมีมาตรการที่สำคัญคือ ส่งเสริมให้อาเซียนเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว มีการเคลื่อนย้ายเงินทุน สินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือระหว่างประเทศสมาชิกโดยเสรี ส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนต่อตลาดโลก ลดช่องว่างของระดับการพัฒนาของประเทศสมาชิกอาเซียน และส่งเสริมให้อาเซียนสามารถรวมตัวเข้ากับประชาคมโลกได้อย่างไม่เสียเปรียบ (กระทรวงการต่างประเทศ กรมอาเซียน, สืบค้นวันที่ 19 กันยายน 2553)

การเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจมีการตกลงเกี่ยวกับเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area : AFTA) คือ ความตกลงว่าด้วยแม่บทขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจของอาเซียน (Framework Agreement on Enhancing ASEAN Economic Cooperation) ความตกลงว่าด้วยอัตราภาษีพิเศษที่เท่ากันสำหรับเขตการค้าเสรีอาเซียน (Agreement on the Common Effective Preferential Tariff (CEPT) for the ASEAN Free Trade Area) โดยมีการตกลงด้านธุรกิจบริการของอาเซียน คือ การขยายความร่วมมือด้านบริการระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน ลดอุปสรรคและเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจบริการภายในกลุ่มสมาชิกอาเซียนให้มากกว่าที่แต่ละประเทศมี

พันธกรณี การเปิดการค้าเสรีใหม่ในกรอบ WTO และมีการเจรจาเพื่อจัดทำข้อผูกพันด้านการเข้าสู่ตลาดและการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติเดียวกัน และข้อผูกพันอื่นๆ สำหรับทุกสาขาบริการ และทุกรูปแบบการให้บริการ รวมทั้งสิ้น 11 สาขา โดยประเทศสมาชิกทำหน้าที่รับผิดชอบประสานงานดำเนินงานในแต่ละสาขา ทั้งนี้ประเทศไทยได้รับเป็นประเทศผู้ประสานงานหลักในสาขาการท่องเที่ยวและการบิน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่จะผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการบินในภูมิภาคนี้ ซึ่งมีกลไกความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญมากประการหนึ่ง คือ ระบบการบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One stop service/single window) (กระทรวงการต่างประเทศ, กรมอาเซียน, สืบค้นวันที่ 28 กันยายน 2553)

ศักยภาพของธุรกิจท่องเที่ยวในแขวงหลวงพระบาง สปป.ลาว ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามจำนวนโรงแรมที่พักในแขวงหลวงพระบางยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยว และส่วนใหญ่เป็นโรงแรมและที่พักระดับกลางถึงระดับล่าง ปัจจุบันแขวงหลวงพระบางมีโรงแรมเพียง 17 แห่ง (ระดับ 5 ดาว มี 4 โรงแรม) มีรีสอร์ทและเกสต์เฮาส์ประมาณ 150 แห่ง ขณะที่นักลงทุนไทยมีความได้เปรียบด้านทักษะความชำนาญและประสบการณ์ในการบริการ การบริหารจัดการและการฝึกอบรมทรัพยากรบุคคล รวมถึงความเป็นมืออาชีพด้านการออกแบบและตกแต่งสถานที่ จึงเป็นโอกาสอันดีสำหรับผู้ประกอบการไทยเข้าไปลงทุนในธุรกิจดังกล่าว รวมถึงการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ ร้านอาหาร สปา และร้านขายของที่ระลึก ซึ่งยังมีไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม ธุรกิจดังกล่าวมีมูลค่าการลงทุนค่อนข้างสูง และเริ่มมีการแข่งขันมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้าไปลงทุนจึงควรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างดี และควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อเตรียมพร้อมก่อนเข้าไปลงทุน (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2553, สืบค้นวันที่ 28 กันยายน 2553)

สำหรับประเทศกัมพูชา พื้นที่ที่มีศักยภาพสำหรับการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง นักลงทุนส่วนใหญ่มุ่งเป้าหมายไปที่กรุงพนมเปญซึ่งเป็นเมืองหลวงและศูนย์กลางเศรษฐกิจและการบริหารราชการของกัมพูชา รวมถึงจังหวัดเสียมเรียบซึ่งเป็นที่ตั้งของนครวัด-นครธม แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่สุดของกัมพูชา ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องจึงเป็นสิ่งที่น่าลงทุนในกัมพูชา นอกจากการลงทุนในธุรกิจโรงแรมและที่พักแล้ว ยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลายประเภทซึ่งกัมพูชาขาดแคลน จึงเป็นโอกาสดีสำหรับนักลงทุนที่มีความชำนาญในการเข้าไปเจาะตลาดในช่วงที่คู่แข่งยังมีไม่มากนัก ขณะที่ตลาดเริ่มเปิดกว้างรอให้นักลงทุนเข้าไปเติมเต็มในสิ่งที่ยังขาดแคลน ที่สำคัญ ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเบเกอรี่ และร้านอาหาร

ประเภท Fast Food ธุรกิจผลิตและจัดส่งวัตถุดิบ ศูนย์กระจายสินค้า ธุรกิจให้บริการนำเที่ยว ธุรกิจเรือสำราญ การแสดงทางศิลปวัฒนธรรม บริการนวดและสปา โรงพยาบาล โรงเรียนสอนวิชาชีพ ด้านการบริการ รวมถึงร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2553, สืบค้นวันที่ 28 กันยายน 2553)

ในการวิจัยเพื่อรูปแบบการประกอบการธุรกิจอาหารไทยในตลาดอาเซียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างแผนกลยุทธ์ในการนำครัวไทยสู่ตลาดอาเซียน จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยและประเทศสมาชิกอาเซียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศลาว และกัมพูชา เนื่องจากมีพรมแดนติดต่อกับประเทศไทย มีการเดินทางไปมาได้สะดวกหลายทาง นอกจากขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันแล้ว ทั้งสองประเทศนี้ยังมีแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก ธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยและกัมพูชาจึงเป็นสิ่งที่น่าลงทุน

คำถามการวิจัย

รูปแบบการประกอบการธุรกิจอาหารไทยในตลาดอาเซียน: กรณีศึกษา ประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา มีลักษณะอย่างไร โดยมีคำถามการวิจัยย่อย ดังนี้

1. สถานการณ์ประกอบธุรกิจอาหารไทยในกลุ่มอาเซียนเป็นอย่างไร
2. ศักยภาพทางการตลาดของธุรกิจอาหารไทยในกลุ่มอาเซียนอยู่ในระดับใด
3. ภาพลักษณ์และพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวในประเทศกลุ่มอาเซียนเป็นอย่างไร
4. รูปแบบธุรกิจอาหารไทยที่เหมาะสมในตลาดอาเซียนเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อหา รูปแบบการประกอบการธุรกิจอาหารไทยในตลาดอาเซียน: กรณีศึกษา ประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา มีวัตถุประสงค์ย่อยดังนี้

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ประกอบธุรกิจอาหารไทยในกลุ่มอาเซียน
2. เพื่อศึกษาศักยภาพทางการตลาดของธุรกิจอาหารไทยในประเทศกลุ่มอาเซียน
3. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์และพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยว
4. เพื่อหา รูปแบบธุรกิจอาหารไทยที่เหมาะสมในตลาดอาเซียน

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรเป็นนักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคอาหารที่ ภัตตาคาร/ร้านอาหารในเส้นทางสู่อาเซียนในเขตพื้นที่เส้นทางท่องเที่ยว 2 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทาง ไทย (หนองคาย) – ลาว (เวียงจันทน์ ว่างเวียง หลวงพระบาง) และเส้นทางไทย (อรัญประเทศ) – กัมพูชา (เสียมเรียบ - พนมเปญ)

2. ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดประเด็นคำถามหลัก ดังนี้

- สถานการณ์ธุรกิจและแนวโน้มการลงทุนร้านอาหารไทยในตลาดอาเซียน
- ศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในเส้นทาง ไทย-ลาว และไทย-กัมพูชา
- ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานร้านอาหารไทยในเส้นทาง ไทย-ลาว และ ไทย-กัมพูชา
- รูปแบบของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในเส้นทาง ไทย-ลาว และไทย-กัมพูชา

การวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดตัวแปรที่ใช้ศึกษา ภาพลักษณ์และพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารไทยที่ร้านอาหารไทยในเส้นทาง ไทย-ลาว และไทย-กัมพูชาดังนี้

ตัวแปรต้น ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคอาหารไทยในประชากรที่กำหนด พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทย ภาพลักษณ์และทัศนคติต่อการบริโภคอาหารไทย

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารไทยในเส้นทาง ไทย-ลาว และ ไทย-กัมพูชา และรูปแบบของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในเส้นทาง ไทย-ลาว และไทย-กัมพูชา

3. ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย 1 ปี (พฤษภาคม 2554 - พฤษภาคม 2555)

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยเชิงปริมาณ มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-กัมพูชา และเส้นทางท่องเที่ยวไทย-ลาว มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย ภาพลักษณ์ของอาหารไทย ภาพลักษณ์ของร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาล รูปแบบร้านอาหารไทย และความพึงพอใจต่อร้านอาหารไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวผู้บริโภคอาหารไทยในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-กัมพูชา และเส้นทางไทย-ลาว ที่มีลักษณะส่วนบุคคล และประเภทร้านอาหารไทยที่เลือกรับประทานที่แตกต่างกัน

กันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย ภาพลักษณ์ของอาหารไทย ภาพลักษณ์ของร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาล รูปแบบร้านอาหารไทย และความพึงพอใจโดยรวมต่อร้านอาหารไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ประเภทร้านอาหารไทยที่เลือกรับประทานของนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-กัมพูชา และเส้นทางไทย-ลาว มีความสัมพันธ์กับลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้บริโภคอาหารไทยในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-กัมพูชา และเส้นทางไทย-ลาว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารไทย รูปแบบอาหาร ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรายการอาหารไทย รสชาติอาหาร ภาพลักษณ์ของอาหารไทย ภาพลักษณ์ของร้านอาหารไทยด้านสุขอนามัยและสุขาภิบาล รูปแบบร้านอาหารไทย และรูปแบบการบริการ

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดคำนิยามที่สำคัญที่ใช้สำหรับการปฏิบัติการ มีดังนี้

รูปแบบการประกอบการธุรกิจอาหารไทย หมายถึง แนวคิด เอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของร้านอาหารไทยที่ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงลักษณะอาหาร การบริการ และการตกแต่งร้าน ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้แบ่งไว้ 3 แบบ ดังนี้

1) ร้านอาหารไทยระดับคลาสสิก (Classic Fine Dining)

มีรูปแบบการจัดร้านอาหาร หรูหราแบบดั้งเดิม ระดับประดาด้วยงานศิลปะชั้นสูง วัตถุประสงค์ บริการอาหารต้อนรับชาวต่างชาติที่วิจิตร เน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย พร้อมรายการอาหารชาววัง รสชาติอาหารแบบไทยแท้ บรรยากาศไทยแท้

2) ร้านอาหารไทยแบบร่วมสมัย (Casual Dining)

มีรูปแบบการผสมผสานระหว่างเอกลักษณ์อันโดดเด่นของร้านอาหารไทยแท้กับความเป็นสากล เน้นความร่วมสมัย ลักษณะสากลนิยม ด้วยการใช้เทคโนโลยี POS บันทึกรายการอาหาร การคิดค่าอาหาร รายการอาหารไทยยอดนิยม

3) ร้านอาหารไทยแบบให้บริการอาหารทั่วไป (Fast Casual)

มีรูปแบบร้านที่ให้บริการแบบนั่งรับประทานหรือสามารถสั่งซื้อกลับบ้าน บรรยากาศแบบเรียบง่าย ลักษณะอาหารเป็นแบบผสมผสานระหว่างรสชาติแบบไทยแท้กับรสชาติแบบสมัยใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละแห่ง ให้บริการท่ามกลางบรรยากาศของความเป็นไทยอย่างเป็นกันเอง มีความคล่องตัว

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทย

1.1 ความรู้และประเภทของอาหารไทย

อาหารไทย หมายถึง อาหารต่างๆ ที่ประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในเขตประเทศไทยนำวัตถุดิบที่หาได้หรือที่มีอยู่ในบริเวณนั้นมาหุงต้มเพื่อใช้เป็นอาหาร และได้ปฏิบัติสืบต่อกันมาหลายชั่วอายุคนจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนไทยและยอมรับเป็นอาหารประจำชาติไทยในที่สุด (ทัศนีย์ โรจนไพบุลย์, 2539) อาหารไทย ถือว่าเป็นอาหารประจำชาติไทย ที่มีการสั่งสมถ่ายทอดอย่างต่อเนื่อง จนเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ มีการปรุงอย่างประณีต บรรจง นอกจากนี้จะเป็นอาหารเพื่อรับประทานให้อิ่มแล้วยังเป็นอาหารตา เพราะมีความสวยงามทั้งรูปลักษณะ และสีสันทิวจิตรบรรจงหาชาติใดเสมอเหมือน มีความเฉพาะตัวโดยมีลักษณะแตกต่างกันไปตามแต่ละภาค ดังนั้นอาหารไทยจึงถือว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของไทยอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งมีทั้งอาหารไทยในวังที่เป็นเครื่องเสวยของพระเจ้าแผ่นดิน เจ้านายชั้นสูง ที่มีการปรุงแต่งอย่างประณีต มีความสวยงามทั้งรูปลักษณะและสีสันทิวจิตร และอาหารไทยพื้นบ้านของชาวบ้านทั่วไป การปรุงแต่งอาหารแต่ละอย่างจะใช้เวลาในการทำไม่มากเท่าอาหารที่ทำกันในวัง (นิธินันท์ ศักดิ์พงศ์สิงห์, 2540, หน้า 16)

การจำแนกอาหารไทยตามสภาพสิ่งแวดล้อมในภูมิประเทศและเผ่าพันธุ์ ดังนี้
(การอาหารนานาชาติสวนดุสิต, โรงเรียน, ม.ป.ป.)

อาหารไทยภาคกลาง ได้รับอิทธิพลที่สำคัญจากแม่น้ำต่างๆ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง ทำให้เกิดที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเหมาะสำหรับเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์จึงเป็นภาคที่อุดมสมบูรณ์มากที่สุด เป็นที่ตั้งของเมืองหลวงนับหลายร้อยปีตั้งแต่สมัยอยุธยาจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ด้านวัฒนธรรมได้ มีการติดต่อกับต่างประเทศทำให้มีการรับอิทธิพลทางด้านอาหาร อาทิ การผัดโดยใช้กระทะและน้ำมันจากชาวจีน ขนมทองหยิบ ฝอยทอง มาจากชาวโปรตุเกส เครื่องแกงที่ใส่ผงกระหรี่มาจากชาวฮินดู เป็นต้น

ลักษณะของอาหารไทยภาคกลาง มีความหลากหลาย รสชาติของอาหาร ภาคนี้ไม่เน้นอาหารไปทางรสหนึ่งรสใด กล่าวคือ ต้องมีความกลมกล่อม มีรสเปรี้ยว รสเค็ม รสหวาน รสเผ็ด ไปตามชนิดของอาหารนั้นและมักจะประกอบด้วยเครื่องปรุงแต่งกลิ่น รส เครื่องเทศ สมุนไพร มีดังนี้ (1) เครื่องเคียงของแนม เช่น น้ำปลารสหวานคู่กับกุ้งเผา ปลาตุ๋นย่าง แกงเผ็ดคู่กับของเค็ม น้ำพริกปลารสคู่กับหมูหวาน (2) ขนมหวานและอาหารว่างมากกว่าภาคอื่นๆ (3) ขนมจีนไทย ข้าวเหนียวปากหม้อ ข้าวตังหน้าตั้ง กระทงทอง ขนมชั้น ขนมสอดไส้ เป็นต้น

อาหารไทยภาคเหนือ ลักษณะภูมิประเทศในภาคเหนือเป็นภูเขาสลับกับทิวเขาทอดเป็นแนวยาวจากเหนือลงไปใต้ มีที่ราบระหว่างภูเขา อากาศหนาวเย็น ทำให้มีพืชพรรณที่แตกต่างไปจากภาคอื่นๆ เช่น มะเขือส้ม ดอกงิ้ว พริกหนุ่ม มะแขว่น แหลบ มีเขตแดนบางส่วนติดกับประเทศพม่า ทำให้เกิดการถ่ายทอดวัฒนธรรม เช่น แกงฮังเล ขนมจีนน้ำเงี้ยว หรือขนมจีนน้ำมะเขือส้ม (ชาวไทยใหญ่ ชาวเงี้ยว) ข้าวซอย (ชาวจีนฮ่อ) มีการถนอมอาหารหลายชนิดที่ปัจจุบันเป็นที่แพร่หลาย เช่น แคบหมู หนั๋งฟอง จิ้มส้มหรือแหนม ถั่วเน่า น้ำปู (น้ำปู) เป็นต้น อาหารภาคเหนือไม่นิยมใส่น้ำตาล ความหวานได้จากส่วนผสมที่นำมาทำอาหาร เช่น ความหวานจากผัก จากปลา ไขมันจะได้น้ำมันของสัตว์ เนื้อสัตว์ที่นิยมนำมาประกอบอาหารจะเป็นหมู ไก่ เนื้อ และปลาน้ำจืด การรับประทานอาหารของคนภาคเหนือ จะใช้โต๊ะข้าวที่เรียกว่า ชันโตก แทนโต๊ะอาหาร จะทำด้วยไม้รูปทรงกลมมีขาสูงพอที่จะนั่งร่วมวง และหยิบอาหารได้สะดวก ในปัจจุบันกลายเป็นการจัดเลี้ยงที่นิยมเรียกว่า งานเลี้ยงขันโตกดินเนอร์ ซึ่งจะมีรายการอาหารที่จัดได้แก่ ข้าวเหนียวเป็นอาหารหลัก แกงฮังเล ลาบคั่ว (ไม่นิยมรสเปรี้ยวปรุงรสเค็มนำนำไปผัดกับน้ำมันสุก) ใส่อั่ว แคบหมู จิ้นทอด (หมูทอด) น้ำพริกหนุ่มหรือน้ำพริกอ่อน ผักสด ผักต้ม

อาหารไทยภาคใต้ โดยทั่วไปมักมีรสจัด คือ เผ็ด เค็ม รสหวานได้จากกะทิ เครื่องปรุงรสเค็มได้จากกะปิ น้ำปลา น้ำบูดู รสเปรี้ยวได้จากมะนาว มะกรูด มะม่วงเบา ส้มแขก สีอาหารจะออกสีเหลืองจากขมิ้น ถือเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งนอกจากให้สีแล้วยังให้กลิ่นด้วย และดับกลิ่นคาวของอาหารทะเลซึ่งเป็นอาหารหลัก การที่อาหารภาคใต้มีรสจัด จึงต้องมีผักรับประทานคู่ไปด้วยเพื่อช่วยลดความเผ็ดร้อนลง เรียกว่า ผักเหนาะ เช่น มะเขือเปาะ ถั่วฝักยาว สะตอ ลูกเนียง ยอดมะกอก เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการถนอมอาหารที่ขึ้นชื่อ เช่น กุ้งเสียบ น้ำบูดู ไตปลา เป็นต้น

อาหารไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ/ภาคอีสาน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง เป็นทุ่งกว้าง เหมาะสำหรับเลี้ยงสัตว์ ประชาชนในภาคนี้นิยมรับประทานข้าวเหนียวเป็นหลัก อาหารมีรสเค็ม เผ็ด และเปรี้ยว รายการอาหารที่รู้จักกันแพร่หลาย ได้แก่ ส้มตำ ลาบ ซุปหน่อไม้ ใ้กรอก และหม่า (น้ำตับ) กลิ่นของอาหารได้จากได้จากเครื่องเทศ แต่จะนิยมใช้ใบแมงลัก ผักชีลาว ผักชีฝรั่ง ผักแพรว จะใส่ในอาหารเกือบทุกชนิด อาหารประเภทแกงจะไม่นิยมใส่กะทิ อาหารพื้นเมืองจะมีพวกแมลง เช่น มดแดง จิ้งหรีด ตั๊กแตน ดักแด้ แมงกูดจี และสัตว์ตามธรรมชาติ เช่น ปูนา กบ เขียด อึ่ง แ่้งู หนูนา เป็นต้น

1.2 การจำแนกประเภทอาหารไทย

อาหารไทยทั้ง 4 ภาค จะแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ข้าว กับข้าว อาหารจานเดียว ของหวาน (ขนม) และอาหารว่าง ดังนี้ (ทัศนีย์ โรจนไพบุลย์, 2539)

1.2.1 ข้าว

คนไทยนิยมรับประทานข้าวเป็นอาหารหลัก โดยข้าวที่นิยมรับประทาน แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ ข้าวเจ้า (rice) และข้าวเหนียว (glutinous rice) ข้าวทั้ง 2 ชนิดมีวิธีหุงต้มที่ต่างกัน เนื่องจากมีองค์ประกอบทางเคมีที่ต่างกัน

1.2.2 กับข้าว

กับข้าวของคนไทยแต่ละภาคจะมีความแตกต่างกันไป คนไทยนิยมรับประทานอาหารแบบจัดสำรับ ซึ่งในหนึ่งสำรับประกอบด้วยกับข้าวหลายอย่าง การจัดแบ่งประเภทกับข้าว แบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ แกง ยำและปล่า เครื่องจิ้ม ผัด อาหารจานเดียว และขนม การจัดประเภทกับข้าวในที่นี้จะใช้อาหารภาคกลางเป็นหลักในการแบ่งหมวดหมู่มีลักษณะแตกต่างกันดังนี้

1) แกงหรือต้มแกง หมายถึง กับข้าวประเภทที่เป็นน้ำมีชื่อต่างๆ กันตามเครื่องปรุงและวิธีปรุง แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ (1) แกงที่ต้องโขลกเครื่องแกง และต้องใส่พริกลงในเครื่องแกงนั้นๆ แกงในกลุ่มนี้ได้แก่ แกงส้ม แกงคั่ว แกงเผ็ด แกงเขียวหวาน ชื่อของแกงจะแบ่งตามประเภทเครื่องแกง และจะนำไปแกงกับผักหรือเนื้อสัตว์ชนิดใดก็ได้โดยใช้ชื่อเนื้อสัตว์หรือผักนั้นขยายชื่อแกงเพิ่มขึ้น เช่น แกงเขียวหวานปลาตุ๋น แกงเขียวหวานเนื้อ เป็นต้น (2) แกงที่ต้องโขลกเครื่องแกงแต่ไม่ใส่พริก น้ำแกงใช้น้ำเปล่า (มีบางตำหรับเท่านั้นใช้น้ำกะทิ) แกงในกลุ่มนี้ได้แก่ แกงเลียง แกงต้มกะทิ แกงต้มส้ม เป็นต้น (3) แกงที่ไม่ต้องใช้เครื่องโขลกเป็นเครื่องปรุงน้ำแกงได้แก่ แกงต้มโคล้ง แกงต้มยำ แกงต้มจืด การทำแกงต้มจืดบางชนิดจะใช้รากผักชี พริกไทย กระเทียม ปรุงแต่งกลิ่นรสเพื่อให้เกิดกลิ่นหอมชวนรับประทานยิ่งขึ้นจึงนิยมโขลกรวมกันจนแหลกเสียก่อน

2) ยำและปล่า ยำ ประกอบด้วยเครื่องปรุงหลัก เครื่องปรุงประกอบ และเครื่องปรุงรส หรือน้ำปรุงรสซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ (1) น้ำปรุงรสที่ประกอบด้วย น้ำปลา น้ำมะนาว หรือน้ำส้มสายชู น้ำตาลผสมกับพริกขี้หนูสดซอยหรือบด (2) น้ำปรุงรสที่ใช้น้ำพริกเผา น้ำมะนาว น้ำปลา น้ำตาล ยำตำหรับที่ใช้น้ำพริกเผาจะใช้มะพร้าวคั่ว หัวกะทิ หอมเจียวหรือกระเทียมเจียว (3) น้ำปรุงรสที่ใช้เครื่องพริกแกงคั่ว เพิ่มผิวมะกรูด รากผักชี ผัดกับกะทิปรุงรสด้วยน้ำปลา น้ำตาล น้ำมะขามเปียก ให้มีรสเปรี้ยว เค็ม หวาน เผ็ด โดยใช้ราดบนผัก มีงาคั่ว และหอมเจียวช่วยแต่งกลิ่น

อาหารที่นำมายำอาจเป็นเนื้อสัตว์ที่หุงต้มสุกแล้ว ผักสดหรือผักต้ม ชื่อของยำจะเรียกตามอาหารที่ใช้เป็นหลักในการยำ เช่น ยำถั่วพู ยำห้วปลี ยำใหญ่ ยำห้วหมู ยำปลาทุ การยำจะนำเครื่องปรุงทุกอย่างทั้งเครื่องปรุงหลักเครื่องปรุงประกอบและเครื่องปรุงรสมาเคล้า

เข้ากัน ใส่ผักกูดอื่น เช่น ผักชี หอมซอย ตะไคร้ซอย สะระแหน่ คื่นช่าย ผักชีดอย อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างก็ได้

พลา มีวิธีการทำเช่นเดียวกับยำ แต่รสของพลาจะเปรี้ยว เค็ม เผ็ดจัด ไม่ค่อยใช้รสหวาน ผักกูดอื่นจะใช้ตะไคร้ หอม สะระแหน่มากเพื่อช่วยดับคาว เนื้อสัตว์ที่นำมาพลา นิยมใช้เนื้อดิบ หรือสุกๆ ดิบๆ หรือสุกก็ได้ ผักไม่ค่อยนิยมนำมาปรุงเป็นพลาใช้เครื่องปรุงรส คล้ายคลึงกับยำ

3) เครื่องจิ้ม เป็นกับข้าวที่มีรสจัดทั้งเผ็ดและเค็ม น้ำพริกของภาคกลาง จะมีรสเปรี้ยวและหวานด้วย เนื่องจากเครื่องจิ้มมีรสจัดจึงทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นให้ร่างกายหลั่ง น้ำย่อยออกมาช่วยให้อาหารรับประทานข้าวได้อร่อยขึ้น เครื่องจิ้มแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ

3.1) น้ำพริก หมายถึง อาหารที่มีลักษณะเหลว ค่อนข้างเหลวหรือ ค่อนข้างแห้ง โดยนำเอาเครื่องปรุงต่างๆ มาตำรวมกันหรือคลุกรวมกัน ปรุงให้ได้รส เปรี้ยว เค็ม เผ็ด หรือบางตำหรับต้องมีรสหวานด้วย ตักใส่ถ้วยเสิร์ฟพร้อมกับผักสด ผักต้มหรือผักดอง ผักชุบ ไข่หรือแป้งทอดตามความเหมาะสม

3.2) น้ำพริกผัด หมายถึง น้ำพริกที่มีลักษณะค่อนข้างเหลวจนถึง ลักษณะค่อนข้างแห้งมีเนื้อสัตว์ดิบเป็นเครื่องปรุงรวมอยู่ด้วย จึงต้องผัดให้สุกก่อนเสิร์ฟ นิยมใช้เป็นน้ำพริกคลุกข้าว รับประทานกับผักสด ผักต้มหรือผักทอด เช่น น้ำพริกมะขามผัด

3.3) หลน หมายถึง เครื่องจิ้มที่มีลักษณะค่อนข้างเหลวได้จากการ นำอาหารที่จะหลน เช่น เต้าเจี้ยว เต้าหู้ยี้ ปลาเค็ม กุ้ง หมูสับ ปลาร้า ปลาเจ่า ปูเค็ม และเค็มหมาก นวดนำมาตำกับกะทิ แต่งกลิ่นด้วยหัวหอมซอยและพริกชี้ฟ้าทั้งเม็ด ปรุงรสให้อ่อนเค็มหวาน เสิร์ฟ กับผักสด

3.4) น้ำจิ้ม หมายถึง การนำเครื่องปรุงผสมรวมกันให้เกิดรสเปรี้ยว เค็ม หวาน เปรี้ยวเค็ม เผ็ดหรือเค็มเผ็ด หรือเค็มหวาน อย่างใดอย่างหนึ่งใช้สำหรับเป็นเครื่องชูรส ให้อาหารอื่นๆ มีรสชาติอร่อยยิ่งขึ้น

3.5) เครื่องจิ้มเบ็ดเตล็ด หมายถึง เครื่องจิ้มอื่น ๆ ที่ไม่อาจจัด รวมเข้ากับ 4 กลุ่มแรกได้ เพราะเครื่องปรุงและวิธีทำแตกต่างกัน เช่น น้ำปลาร้าหวาน แสร้งว่า ไต ปลาปรุง หอยดองปรุง และปลาร้าสับ เป็นต้น

4) กับข้าวประเภทผัด ผัด หมายถึง การทำอาหารต่างๆ ให้สุกโดยใช้ น้ำมันหรือน้ำกะทิเป็นสื่อความร้อน โดยใส่อาหารที่จะผัดลงในกระทะที่มีน้ำมันหรือน้ำกะทิที่ตั้งไฟ จนร้อนจัด แล้วพลิกกลับไปมาจนสุกตามต้องการ การผัดแบ่งออกได้เป็น

4.1) ผัดที่ไม่มีรสเผ็ด ได้แก่ ผัดผักสด ผัดผักสดกับเนื้อสัตว์ และผัดเนื้อสัตว์ล้วน

4.2) ผัดที่มีรสเผ็ด หมายถึง ผัดที่ใช้เครื่องน้ำพริกแกงบางชนิดหรือเครื่องน้ำพริกที่โขลกขึ้นเฉพาะอย่างจะใช้เนื้อสัตว์เป็นหลักมีพืชผักประกอบ

4.3) ผัดเบ็ดเตล็ด เช่น ผัดเปรี้ยวหวาน ผัดวุ้นเส้น ผักกระเพาะปลา ผัดปลาแห้ง ผักกระท้อน ผัดลูกสมอ ผัดกะทิ เป็นต้น

5) อาหารจานเดียวหรืออาหารเบ็ดเตล็ด อาหารประเภทนี้เป็นอาหารที่ช่วยเสริมให้อาหารอื่นๆ ในสำรับให้มีรสกลมกล่อมดียิ่งขึ้น อาหารจานแบ่งกลุ่มได้ตามวิธีการหุงต้ม ได้แก่ งบ เจียน ทอด ต้ม และลวก หมก และนึ่ง อาหารเหล่านี้อาจเป็นเครื่องเคียงในสำรับได้ด้วย

เครื่องเคียง หมายถึง อาหารชนิดใดชนิดหนึ่งที่ช่วยเสริมให้อาหารในสำรับนั้นมีรสชาติอร่อยยิ่งขึ้นขณะที่บริโภค เช่น ในสำรับกับข้าวใช้แกงเผ็ดเป็นหลัก และมีอาหารอื่นๆ คือ แกงจืด ผัด ยำ เครื่องจิ้ม เป็นอาหารร่วมสำรับ หากเพิ่มอาหารที่มีรสที่ช่วยคลายความเผ็ดของแกงเผ็ดลงได้ เช่น หมี่กรอบ ก็จะทำให้ผู้บริโภค บริโภคอาหารสำรับนั้นได้อย่างมีรสชาติยิ่งขึ้น (รสหวานของหมี่กรอบช่วยลดความเผ็ดลงได้ ขณะเดียวกันลักษณะสัมผัสที่ต่างกันก็ช่วยกระตุ้นไม่ให้อุณหภูมิเรียบเฉยขณะกำลังรับประทานอาหาร)

อาหารจานเดียวหรือเครื่องเคียง ช่วยอาหารอื่นๆ ในสำรับดังนี้ (1) ช่วยให้อาหารดูงามขึ้นเพราะจัดแต่งรูปทรงสีกลิ่นต่างๆ ได้ง่าย (2) ช่วยเพิ่มรสในสำรับให้หลากหลายขึ้น (3) ช่วยเพิ่มเนื้อสัมผัส (Texture) ในสำรับ (4) ช่วยลดความเผ็ดร้อนในสำรับ (ถ้าเลือกใช้อาหารที่ไม่เผ็ด) หรือช่วยเพิ่มรสเผ็ดในสำรับ (ถ้าเลือกใช้อาหารที่ออกรสเผ็ด)

6) ของแถม หมายถึง อาหารชนิดใดชนิดหนึ่งที่ช่วยให้อาหารอีกชนิดหนึ่งมีรสชาติดีขึ้น ประกอบด้วย

6.1) อาหารที่ทำหน้าที่แถม เช่น ไข่เจียว ปลาทูนึ่งทอด ปลาเค็มทอดปลาตุ๋นย่าง กุ้งเผา กุ้งเค็ม เนื้อเค็มผอย ถั่วลิสงทอด ผักดองน้ำส้ม ไข่เค็ม อาจาด หัวผักกาดเค็ม ยำ

6.2) อาหารที่รับประทานกับของแถมแล้วอร่อยขึ้น เช่น แกงส้มกับน้ำพริกกะปิ น้ำพริกกะปิกับแกงเผ็ด แกงคั่วกับน้ำปลาหวาน ชูดข้าวมัน ส้มตำ แกงเผ็ดไก่ แกงมัสมั่น แกงกะหรี่ ทอดมัน และแกงซี่เหล็ก

6.3) อาหารจานเดียว หมายถึง อาหารคาวที่ไม่ต้องจัดเสิร์ฟเป็นสำหรับ ประจุเสร็จได้ในเวลาสั้นๆ รับประทานได้สะดวกรวดเร็วกว่าการรับประทานอาหารเป็นสำหรับ เพราะปรุงรวมอยู่ในจานเดียวกันครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ คนไทยใช้อาหารจานเดียวเสิร์ฟกันมานานแล้ว ในรูปของข้าวราดแกง ขนมจีนน้ำยา ขนมจีนชานน้ำ ข้าวยำ ข้าวคลุก ข้าวผัด เป็นต้น

6.4) อาหารหวาน/ของหวาน/ขนม ใช้เสิร์ฟหลังจากรับประทานอาหารคาวเสร็จแล้ว เพื่อให้ขนมมีกลิ่นหอมหวานและสีสวยจึงมีการอบร่ำขนมที่สุกแล้วหรืออบน้ำ และแบ่งที่ใช้ทำขนมด้วยกลิ่นหอมของดอกไม้ เช่น มะลิหรือใบเตยหอม ส่วนสีใช้น้ำคั้นจากพืชที่ให้สี เช่น ใบเตยหอม ดอกอัญชัน เป็นต้น นอกจากข้าว น้ำตาล และมะพร้าวแล้ว ขนมไทยอาจจะใช้พืชอื่นๆ มาปรุงเป็นขนมได้ เช่น เผือก มัน แห้ว ประเภทของขนมแบ่งได้เป็น

6.4.1) แบ่งตามรสของขนม ได้แก่

- ประเภทของหวาน เช่น ทองหยิบ ทองหยอด
- ประเภทหวานมัน เช่น สังขยา ข้าวเหนียวแก้ว มะพร้าวแก้ว
- ประเภทมันเค็ม เช่น ข้าวต้มผัดไส้กล้วย ข้าวเหนียวมูนหน้าปลาแห้ง
- ประเภทน้ำ เช่น กล้วยบัวชี่ ขนมบัวลอย ซ่าหริ่ม
- ประเภทผลไม้ เป็น ผลไม้สดตามฤดูกาล

6.4.2) แบ่งตามวิธีการทำ ได้แก่

- ขนมกวน เช่น ขนมอาลัว กะละแม ลูกชุบ
- ขนมฉาบ เช่น กล้วยฉาบ เผือกฉาบ มันฉาบ
- ขนมแช่อิ่ม เช่น สับปะรดแช่อิ่ม มะม่วงแช่อิ่ม รากสามสิบแช่อิ่ม
- ขนมเชื่อม เช่น กล้วยน้ำว้าเชื่อม รากบัวเชื่อม มันเชื่อม
- ขนมต้ม เช่น ขนมต้มขาว ขนมต้มแดง ขนมถั่วแปบ
- ขนมทอด เช่น ขนมฝักบัว ขนมสามเกลอ ขนมไข่หงส์
- ขนมหนึ่ง เช่น ขนมถั่วฝักยาว ขนมลอดช่องม่วง ขนมชั้น
- ขนมปิ้ง เช่น ขนมทองม้วน ขนมครก ขนมจาก
- ขนมอบขนมผิง เช่น ขนมดอกเกตุขาว ขนมผิง ขนมดินสอดทอง
- ขนมลอยแก้ว เช่น กระท้อนลอยแก้ว ลางสาดลอยแก้ว ส้มลอยแก้ว สลัดลอยแก้ว
- ขนมแกงบวด เช่น กล้วยบัวชี่ มันแกงบวด

6.5) อาหารว่าง หมายถึง อาหารที่ใช้สำหรับเสิร์ฟระหว่างมื้ออาหาร เพื่อรองท้องก่อนถึงเวลาอาหารในมือปกติเพื่อแก้หิว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ อาหารว่างเช้า (Coffee break) อาหารว่างบ่าย (Afternoon tea/Snack) และอาหารว่างมื้อดึก (Supper)

2. ประเภทและรูปแบบของการบริการอาหาร

ประเภทและรูปแบบของการบริการอาหารแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การบริการที่โต๊ะอาหารโดยใช้พนักงานเสิร์ฟ และการบริการแบบบริการตนเอง (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2543)

2.1 การบริการที่โต๊ะอาหารโดยใช้พนักงานเสิร์ฟ (Table service/ Waiter, waitress service) ลักษณะของการบริการคือ ลูกค้ายอมรับบริการที่โต๊ะอาหารตั้งแต่การสั่งอาหารและเครื่องดื่มกับบริการ พนักงานเสิร์ฟจะนำอาหารมาเสิร์ฟและคอยดูแลอำนวยความสะดวกต่างๆ ระหว่างการรับประทานอาหาร

2.2 การบริการแบบบริการตนเอง (Self service) เป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากสภาพความเป็นอยู่ วิถีชีวิตประจำวันมีความเร่งรีบทำให้มีเวลารับประทานอาหารน้อยลง การบริการอาหารแบบบริการตนเองมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ การให้บริการด้วยราคาประหยัด มีความรวดเร็วในการบริการมากที่สุด เน้นความสะดวกในการปฏิบัติงานของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าจำนวนมาก เพื่อช่วยให้อัตราการหมุนเวียนของลูกค้าเร็วขึ้น รูปแบบการบริการอาหารแบบช่วยตนเอง ได้แก่

2.2.1 การบริการแบบอาหารปรุงสำเร็จ (Cafeteria service) ห้องอาหารจะเตรียมอาหารประกอบไว้ล่วงหน้าและพร้อมที่จะจำหน่ายได้ทันที ลูกค้าจะช่วยตนเองด้วยการหยิบถาดอาหารจากจุดเริ่มต้นของการบริการเดินไปตามแนวเคาน์เตอร์ที่วางอาหาร เลือกหยิบอาหารและเครื่องดื่มที่เสนอขายใส่ถาดเลื่อนไปตามรางเหล็กตามแถวของลูกค้า จ่ายเงินที่ปลายแถว ปัจจัยของความสำเร็จของการบริการแบบนี้ ได้แก่

1) การจัดชั้นหรือเคาน์เตอร์สำหรับวางอาหาร (Counter arrangement) โดยคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าในการเลือกหยิบอาหารมากที่สุด

2) การจัดแสดงอาหารที่จำหน่าย (Food display) ควรมีอาหารหลายอย่างหลายราคา ห่อหุ้มอย่างดีและจัดไว้อย่างสวยงาม เรียงลำดับ ตามการรับประทานก่อนหลังตามแบบสากลนิยม การจัดวางอาหารที่ตกแต่งอย่างดี และเป็นระเบียบจะมีส่วนช่วยเพิ่มปริมาณการขายให้สูงขึ้น

3) ความรวดเร็วในการบริการ วิธีการที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็วคือ การจัดแสดงรายการอาหารที่มีจำหน่ายเน้นรายวัน โดยติดเมนูไว้ตรงทางเข้าให้ลูกค้าเห็นอย่างชัดเจน ลูกค้าจะได้ตัดสินใจเลือกซื้อก่อนจะมาช่วยแก้ปัญหาการเสียเวลารอคิว

4) คุณภาพ ราคา และปริมาณของอาหาร ทุกงานควรมีคุณภาพและปริมาณเท่าเทียมกัน ผู้ประกอบธุรกิจควรให้ความสนใจในการรักษามาตรฐานคุณภาพและราคาของอาหาร ตลอดจนการบริการอยู่เสมอ

2.2.2 การบริการแบบบุฟเฟต์ (Buffet service) ลักษณะการบริการโดยห้องอาหารจะนำอาหารที่ปรุงเสร็จแล้วทั้งร้อนและเย็นจากในครัวมาวางบนโต๊ะขนาดใหญ่ พร้อมทั้งเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ในการรับประทานและลูกค้าจะเป็นผู้เลือกอาหารใส่จานเองรวมทั้งของหวานและเครื่องดื่มด้วย และนำไปรับประทานที่โต๊ะที่จัดไว้ การบริการแบบนี้นิยมแพร่หลายมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะเมื่อให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่เพราะสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก ใช้พนักงานน้อย การบริการแบบนี้นิยมจัดในงานสังสรรค์ต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานวันเกิด และการจัดประชุมสัมมนาต่าง ๆ ปัจจัยของความสำเร็จของการจัดบริการแบบนี้ ขึ้นอยู่กับ

1) การจัดวางอาหารจัดวางตามลำดับการรับประทานอาหารอย่างสวยงาม ประณีต หูหระ มีศิลปะการตกแต่ง ทำให้มองเห็นปริมาณอาหารมากพอสมควรไม่น้อยรับประทานไปจนไม่มารับประทาน

2) การตกแต่งโต๊ะที่จัดแสดงอาหารให้ดูสะอาดเรียบร้อย สวยงาม และหูหระ

3) การจัดบรรยากาศภายในห้องอาหาร

4) การคิดราคา จะคิดราคาเหมาเป็นมือโดยไม่คำนึงถึงว่าลูกค้า จะรับประทานมากหรือน้อยหรือจะเลือกตักกี่ครั้งก็ได้ การคิดราคาแบบเหมาจ่ายเป็นมือจะทำให้สะดวกแก่การประมาณต้นทุนอาหาร และราคาไม่แพง

5) การจัดอาหารควรมีการวางแผนล่วงหน้าซึ่งจะมีส่วนช่วยในการลดต้นทุนการผลิต

2.2.3 การบริการแบบค็อกเทล (Cocktail/ Parties) ลักษณะการบริการที่ห้องอาหารจะนำอาหารว่างที่จัดไว้เป็นคำๆ ใส่ถาดอย่างสวยงามวางไว้ตามจุดต่างๆ ในห้องอาหารหรือสถานที่อื่นที่โรงแรมไม่ได้ใช้ประโยชน์ในช่วงเวลานั้น เช่น รอบสระน้ำ ระเบียงทางเดิน และลูกค้าจะบริการตนเองในการเลือกหยิบรับประทานอาหารเฉพาะคำตรงบริเวณที่จัด

วางไว้ นั่น อาหารที่บริการเป็นอาหารว่างแบบต่างๆ เช่น ขนมปังหน้าต่างๆ ไข่กรอกห่อผัก เนื้อย่าง แชนดิวิชคำเล็กๆ พนักงานจะดูแลความสะดวกทั่วไป การบริการแบบนี้สามารถบริการลูกค้าได้ เป็นจำนวนมาก ใช้เวลาบริการไม่นานนัก ค่าบริการค่อนข้างสูง แต่ค่าใช้จ่ายต่างๆ ค่อนข้างต่ำ จึง ทำกำไรให้แก่ห้องอาหารได้มาก และนิยมในการเลี้ยงสังสรรค์ต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานวันเกิด งานสังสรรค์ทางธุรกิจ ห้องอาหารควรจัดบรรยากาศให้หรูหรา สะดวกสบาย มีที่กว้างขวาง พอสมควรเพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินไปมาหรือพูดคุยปรึกษากันอย่างสะดวก

2.2.4 การบริการแบบอาหารจานด่วน (Fast food service) เช่น Mc Donald's, Kentucky Fried Chicken (KFC) รายการอาหารที่ให้บริการ ได้แก่ ไก่ทอด มันฝรั่งทอด แชนดิวิช แฮมเบอร์เกอร์ น้ำอัดลม กาแฟ โดยแสดงรายการอาหารอย่างชัดเจนถึงขนาดรูปแบบ ของอาหารและราคา ห้องอาหารจะปรุงอาหารทุกอย่างเสร็จเรียบร้อย เพียงแต่อุ่นอาหารให้ร้อนก็ สามารถให้บริการได้ ลูกค้าจะดูรายการสั่งซื้อที่เคาน์เตอร์ รอรับอาหาร จ่ายเงิน และนำไป รับประทานในที่ที่จัดไว้หรือนำกลับไปรับประทานที่อื่นก็ได้

2.2.5 การบริการแบบอาหารว่าง (Snack Bar Service) เป็นรูปแบบการ บริการอาหารที่นิยมอย่างกว้างขวางแบบหนึ่งโดยการประกอบอาหารว่างอย่างง่าย ๆ และรวดเร็ว โดยลูกค้าจะไปสั่งอาหารและนั่งรอรับประทานที่เคาน์เตอร์เบื้องหน้าที่ปรุงอาหารอยู่โดยตรง พนักงานจะรับคำสั่งจากลูกค้า ปรุงประกอบอาหารอย่างง่าย ๆ และเสิร์ฟในทันทีที่เสร็จตรงนั้น การให้บริการแบบนี้จำเป็นต้องมีเครื่องทุ่นแรงมาก เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างรวดเร็วและมี ประสิทธิภาพ

2.2.6 การบริการแบบอาหารนำกลับ (Takeout Service) เป็นการบริการ อาหารแบบซื้อและนำกลับไปรับประทานที่อื่นได้ คล้ายแบบอาหารจานด่วน ปัจจัยของ ความสำเร็จของการบริการแบบนี้ขึ้นอยู่กับ

- 1) ประเภทอาหาร (Takeout Food) ควรเป็นอาหารที่ได้รับความนิยม รับประทานได้ง่าย และมีราคาไม่แพง
- 2) ภาชนะที่บรรจุหีบห่ออาหาร (Package) และเครื่องมือเครื่องใช้ในการ รับประทานควรมีลักษณะสวยงาม สะอาด ถูกหลักอนามัยมีประสิทธิภาพในการเก็บรักษาอาหาร ให้ร้อนหรือเย็นเป็นเวลานาน และอยู่ในสภาพที่นำรับประทานจนกว่าจะถึงเวลาเปิดอาหารและ สามารถทิ้งได้เลย

2.2.7 บริการแบบอัตโนมัติ (Vending Service) เป็นการบริการอาหารว่าง ของหวาน ไอศกรีม ลูกอม ขนมปังแห้ง โดยใส่ไว้ในตู้บริการอัตโนมัติ (Automatic Vending Service)

ลูกค้าจะหยอดเหรียญลงในเครื่องกดปุ่มอาหารที่เลือก การบริการแบบนี้เหมาะที่จะติดตั้งในที่สาธารณะต่างๆ ในโรงพยาบาล มหาวิทยาลัย โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น โดยมีเจ้าหน้าที่มาเติมอาหารและเก็บเงินเป็นระยะ สามารถควบคุมปริมาณการขายและการสูญหายได้

ปัจจัยที่ทำให้ภัตตาคารเลือกการให้บริการต่างกัน มีดังนี้

- 1) ประเภทและลักษณะการประกอบการของภัตตาคาร เช่น เป็นห้องอาหารทั่วไป ห้องอาหารประจำชาติ หรือห้องอาหารแบบต่างๆ ในโรงแรม
- 2) ประเภทและลักษณะของลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น ลูกค้า นักธุรกิจ นักท่องเที่ยว หรือลูกค้าทั่วไปซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการและรสนิยมในการบริโภคต่างกัน
- 3) เวลาที่ใช้ในการรับประทานอาหารในแต่ละมื้อ ถ้าลูกค้าไม่มีเวลาในการรับประทานอาหารมากนักควรให้บริการแบบอาหารปรุงสำเร็จหรือแบบบุฟเฟต์
- 4) อัตราการหมุนเวียนของลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการ ถ้าอัตราการหมุนเวียนสูงควรให้การบริการแบบรวดเร็วเพื่อที่ลูกค้าจะได้ไม่เสียเวลาคายนาน ซึ่งจะช่วยให้อัตราการหมุนเวียนของลูกค้าดีขึ้นด้วย
- 5) ประเภทของรายการอาหารที่เสนอขาย ควรจัดรายการให้เหมาะสมกับลักษณะความต้องการบริโภคของลูกค้า เช่น การบริการแบบอาหารจานด่วน
- 6) ต้นทุนและราคาอาหารของแต่ละรายการ ถ้ามีต้นทุนและราคาสูงจะเหมาะกับการบริการแบบมีพนักงานเสิร์ฟ
- 7) ทำเลที่ตั้งของภัตตาคาร ตลอดจนบรรยากาศทั้งภายนอกและภายในภัตตาคาร เช่น ถ้าตั้งอยู่บนเนินเขาหรือที่สูงมองเห็นทิวทัศน์ได้โดยรอบและเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ด้วย ควรให้บริการแบบมีพนักงานเสิร์ฟ

อย่างไรก็ตามห้องอาหารสามารถผสมผสานรูปแบบการบริการได้ ทั้งนี้ห้องอาหารควรคำนึงถึงปัจจัยข้างต้นที่กล่าวมาแล้ว ตลอดจนความสามารถในการเตรียมการ และทักษะของพนักงานบริการ

3. ความรู้เกี่ยวกับรายการอาหารและเครื่องดื่ม (วศินา จันทศิริ และสุวิทย์ เกษรศิริ, 2549)

รายการอาหาร (Menu) หมายถึง บัตร แผ่นพับ หรือสมุดซึ่งภัตตาคารที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มจัดทำขึ้นเพื่อให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มต่างๆ ที่มีบริการอยู่ในขณะนั้น

3.1 ชนิดของรายการอาหาร โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 5 ชนิด คือ

3.1.1 **รายการอาหารแบบเลือกสั่ง (A la carte)** เช่น รายการอาหารที่นำมาเสนอให้ลูกค้าเลือกสั่งตามความต้องการและห้องอาหารสามารถปรุงอาหารตามที่ลูกค้าสั่งได้ เช่น อาหารเรียกน้ำย่อย ซุป อาหารประเภทเนื้อ และระบุราคาไว้อย่างชัดเจน เหมาะสำหรับลูกค้าที่มีเวลาในการรับประทานอาหารมากพอสมควรไม่รีบร้อน

3.1.2 **รายการอาหารชุด (Table d'Hote)** เป็นรายการอาหารที่จัดขึ้นเป็นชุดหรือเป็นมื้อประกอบด้วยอาหาร 2-4 อย่าง กำหนดราคาอาหารทั้งชุดรวมกัน ลูกค้าจะได้รับประทานครบทั้งมื้อถึงแม้ว่าจะรับประทานไม่หมดก็ต้องจ่ายเงินตามราคาที่ตั้งไว้ การจัดรายการอาหารเช่นนี้ทำให้การบริหารงานและการควบคุมต้นทุนง่ายขึ้น ช่วยลดต้นทุนการผลิตเนื่องจากห้องอาหารจะสามารถกะล่วงหน้าได้ว่าวันหนึ่งๆ จะขายอาหารได้วันละกี่ชุด พ่อครัวสามารถเลือกเครื่องปรุง อาหารสด ปรุงอาหารให้มีคุณภาพดีที่สุดในได้ รายการอาหารแบบนี้ยังนิยมให้บริการในโอกาสพิเศษด้วย เช่น วันคริสต์มาส วันปีใหม่ เป็นต้น

3.1.3 **รายการอาหารประจำวัน (Carte du jour/ Card of the day)** เป็นรายการอาหารที่จัดบริการพิเศษเฉพาะวันใดวันหนึ่ง หรือ “อาหารพิเศษวันนี้” หรือใช้เป็นรายการอาหารชุดใช้เฉพาะวันใดวันหนึ่งเท่านั้นและคิดราคาเป็นชุด

3.1.4 **รายการอาหารสำหรับงานเลี้ยงต่างๆ (Banquet menu/ Special party menu)** เป็นรายการอาหารที่จัดทำขึ้นสำหรับงานจัดเลี้ยงต่างๆ โดยเฉพาะ โดยห้องอาหารควรพิจารณาถึงความสามารถในการเตรียมการ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนการจัดเลี้ยง การปรุงอาหารที่ดี มีคุณภาพครั้งละมากๆ และการให้บริการลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบายตลอดการรับประทานอาหาร รายการอาหารแบบนี้คิดเป็นรายหัวและอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า รายการอาหารที่กำหนดราคาต่อหัว (Fixed Price Menu)

3.1.5 **รายการอาหารพิเศษของห้องอาหาร (Specialities of the House)** เป็นรายการอาหารพิเศษของห้องอาหารถือเป็นรายการอาหารเด่น มีไว้ดึงดูดใจลูกค้าให้มาใช้บริการ พนักงานควรเสนอแนะลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขายของห้องอาหาร

3.2 **ประเภทของรายการอาหาร** มี 12 ประเภท ได้แก่ (1) รายการอาหารเช้า (Breakfast) (2) รายการอาหารกลางวัน (Lunch) (3) รายการอาหารเย็น (Dinner) (4) รายการอาหารมื้อดึก (Supper) (5) รายการอาหารเรียกน้ำย่อย (Hors d' oeuvres) (6) รายการของหวาน (Desserts) (7) รายการเครื่องดื่ม (Beverages) (8) รายการอาหารเด็ก (Children) (9) รายการอาหารว่าง (Cocktail) (10) รายการชา (Tea) (11) รายการอาหารจัดเลี้ยง (Catering) (12) รายการอาหารลดไขมัน (Menu maigre)

3.3 การวางแผนรายการอาหาร (Menu Planning) เป็นภาระงานที่สำคัญของห้องอาหารในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มตามปกติและการจัดเลี้ยงทุกประเภท ประโยชน์ที่สำคัญของการวางแผนการจัดรายการอาหารคือ ช่วยให้การจัดดำเนินการของห้องอาหารเป็นไปอย่างราบรื่น

3.4 ปัจจัยสำคัญที่นำมาพิจารณาในการวางแผนการจัดรายการอาหาร (วดีนา จันทศิริ และสุวิทย์ เกษรศรี, 2549) การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า กำหนดให้ชัดเจนว่าลูกค้าเป้าหมายคือใคร ซึ่งลูกค้าแต่ละกลุ่มจะมีระดับรายได้ รสนิยม ความชอบ ทัศนคติต่างกัน นอกจากนี้ควรพิจารณาลักษณะประชากรของลูกค้า ได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ ถิ่นที่พักอาศัย เชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี สิ่งแวดล้อม

3.5 ต้นทุนการผลิต การจัดรายการอาหาร ห้องอาหารควรมีการวางแผนและกำหนดต้นทุนมาตรฐานของอาหารด้วย ได้แก่

3.5.1 ต้นทุนส่วนผสมเครื่องปรุงอาหารแบบมาตรฐาน (Standard recipe cost) เป็นต้นทุนในส่วนของอาหาร โดยสูตรอาหารแต่ละชนิดจะมีการกำหนดน้ำหนักและราคาของวัตถุดิบแต่ละรายการ โดยเทียบจากอัตราส่วนจริงของน้ำหนักนั้น ๆ เป็นเกณฑ์จึงจะได้ราคาต้นทุนของส่วนผสมเครื่องปรุงอาหารแบบมาตรฐาน

3.5.2 ต้นทุนการประดับตกแต่งอาหาร (Garnish cost) เพื่อให้สวยงามน่ารับประทาน ดึงดูดความสนใจของลูกค้า

3.5.3 ต้นทุนอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (Supplementary cost) ได้แก่ ขนมปัง เนย สลัด และน้ำสลัดชนิดต่างๆ ผักประกอบ

3.6 การเตรียมการผลิตอาหารและการให้บริการ การจัดรายการอาหารที่ดีช่วยให้การดำเนินงานทั้งการผลิตอาหารและการให้บริการเป็นไปอย่างราบรื่น ในขณะเดียวกันความสามารถในการดำเนินงานทั้งสองด้านที่มีอยู่ก็จะช่วยให้การจัดรายการอาหารเป็นไปอย่างเหมาะสมเช่นเดียวกัน การเตรียมการที่ช่วยให้การวางแผนการจัดรายการอาหารเหมาะสมได้แก่

3.6.1 อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ และเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ เครื่องมือเครื่องใช้ในการรับประทานอาหาร การจัดรายการอาหารที่ดีควรจัดให้มีการกระจายเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ อย่างทั่วถึงด้วยการจัดรายการอาหารที่มีวิธีการปรุงอาหารหลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีจะใช้อุปกรณ์ต่างกัน การกระจายอุปกรณ์จะทำให้การเตรียมการผลิตอาหารและการให้บริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1) อุปกรณ์ต่างๆ สามารถทำงานไปพร้อมๆ กัน ไม่ต้องรอกันจะช่วยประหยัดเวลาในการทำงาน

2) พนักงานทุกคนได้ทำงานเท่าๆ กัน และพร้อมกันซึ่งจะช่วยลดความเร่งรีบในช่วงที่มีงานยุ่งมากๆ

3) ช่วยลดอุบัติเหตุในการทำงาน พนักงานได้ทำหน้าที่ที่ตนถนัด

4) รายการอาหารจะประกอบด้วยอาหารที่มีวิธีการปรุงไม่ซ้ำซ้อนกัน

5) พนักงานบริการมีทักษะในการเตรียมการและให้บริการมากขึ้น

3.6.2 บุคลากร ควรพิจารณากำลังคนและความสามารถของพนักงานด้วย โดยเฉพาะความสามารถและประสบการณ์ของพ่อครัว เพื่อดูว่ารายการอาหารเหมาะสมและสามารถปรุงได้ตามความต้องการของลูกค้าหรือไม่ โดยเฉพาะห้องอาหารแบบหรูหราในโรงแรม ห้องอาหารขนาดใหญ่ นอกจากนี้ควรพิจารณาจำนวนและเวลาการทำงานของพนักงาน การแบ่งงานตามความสามารถ และความถนัดเพื่อให้บริการเรียบร้อยตามกำหนดเวลา

3.6.3 ประเภทและรูปแบบของการบริการ ห้องอาหารจัดดำเนินการมีส่วนกำหนดรายการอาหารด้วยรายการอาหารบางอย่างเหมาะสมกับการบริการบางรูปแบบเท่านั้น

3.6.4 ความสมดุลของการประกอบอาหาร การจัดรายการอาหาร 1 มื้อ ควรพิจารณาความสมดุลหลายๆ ด้าน ดังนี้

1) การจัดลำดับของอาหารที่จะเสิร์ฟในแต่ละจาน

2) การปรุงอาหารในรายการเดียวกันควรใช้หลายวิธี เช่น นึ่ง ต้ม อบ ทอด เพื่อให้ลักษณะของอาหารแต่ละจานไม่ซ้ำกัน

3) อาหารควรมีหลายรสชาติ ประดับตกแต่งอย่างสวยงามน่ารับประทาน และสีไม่ซ้ำกัน

4) อาหารที่รับประทานประกอบต้องจัดให้เข้ากันได้กับอาหารจานหลัก และสมดุลกันด้านความสด คุณภาพ และมีคุณค่าทางโภชนาการ

5) การเสิร์ฟอาหารควรคำนึงว่าลูกค้าจะต้องได้รับอาหารในขณะที่ยังร้อนพอเหมาะแก่การรับประทานทุกจาน

4. การจัดรายการอาหาร (The food items)

การจัดรายการอาหารจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องของผู้บริโภค ดังนี้ (ฉลองศรีพิมลสมพงศ์, 2543)

4.1 ความต้องการและความปรารถนาของมนุษย์ มีดังนี้

4.1.1 **ความต้องการด้านร่างกาย** การจัดหาอาหารจะต้องคำนึงถึงความต้องการด้านร่างกายของผู้บริโภคเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุด

4.1.2 **ความต้องการความปลอดภัย** มนุษย์ต้องการอาหารเพื่อความปลอดภัย ภัตตาคารจะต้องจัดหาอาหารที่สะอาด ตลอดจนจัดทำสภาพแวดล้อมในร้านอาหารให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาลอาหาร

4.1.3 **ความต้องการความรัก** มนุษย์ต้องการความรักหรือความต้องการให้มีผู้ห่วงใยเพื่อตอบสนองความรู้สึกนี้ การจัดรายการอาหารจะต้องคำนึงถึงความชอบ นิสัยการบริโภคของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นสำคัญ

4.1.4 **ความต้องการการยกย่องนับถือ** การจัดรายการอาหารจะต้องคำนึงถึงการให้เกียรติผู้มารับบริการด้วยการจัดหาอาหารที่มีคุณภาพอาหาร และให้ผู้มารับบริการได้มีโอกาสเลือกรับประทานอาหารจากการพิจารณารายการอาหารที่น่าเสนอตลอดจนสร้างบรรยากาศแวดล้อมให้ดูสวยงาม เช่น การรับประทานอาหารที่โรงแรมหรูหรรระดับ 5 ดาว

4.1.5 **ความต้องการให้ผู้อื่นยอมรับตนเอง** การตอบสนองความต้องการในระดับสูงสุดนี้ ภัตตาคารจึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารให้ผู้มารับบริการเข้าใจด้วยการแสดงออกต่างๆ เช่น การจัดให้มีพนักงานต้อนรับยืนต้อนรับผู้มารับบริการและทักทายที่หน้าห้องอาหารด้วยคำพูดและท่าทางที่มีสัมมาคารวะตามประเพณี เช่น พนักงานต้อนรับมักจะพนมมือไหว้พร้อมกับกล่าวคำว่า สวัสดี ในห้องอาหารก็จะมีพนักงานบริการทำหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มารับบริการโดยตรง เช่น การจัดที่นั่ง การรับคำสั่งอาหาร การชี้แจงรายการอาหาร การรับฟังข้อร้องเรียนต่างๆ ด้วยท่าทางที่สุภาพและมีมรรยาท

4.2 **กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (The captive consumer)** การวางแผนกำหนดรายการอาหารควรจะต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายซึ่งอาจจะพิจารณาแยกเป็น 2 ประเภทได้แก่ (วศินา จันทรศิริ และสุวิทย์ เกษรศรี, 2549)

4.2.1 **กลุ่มผู้มารับบริการหมุนเวียน** จะเป็นผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับรายการอาหารของภัตตาคาร มักตัดสินใจเลือกสั่งอาหารได้ยาก ควรจัดบริการอาหารที่มีลักษณะเป็นอาหารชุด หรือการประชาสัมพันธ์อาหารพิเศษต่างๆ

4.2.2 **กลุ่มผู้มารับบริการประจำ** จะมีลักษณะที่ต่างจากกลุ่มผู้มารับบริการหมุนเวียน เนื่องจากการที่มานั่งรับประทานอาหารเป็นประจำ จึงชอบที่จะเลือกสั่งอาหารจากรายการที่มีอยู่เพราะทราบดีว่าอาหารประเภทใดที่อร่อยถูกปาก

4.3 นิสัยและความชอบอาหารและการบริโภค (Food habits, Preferences, and consumption) ผู้กำหนดอาหารจะต้องเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย จำเป็นต้องศึกษาถึงนิสัยการบริโภค (Food habits) ของกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง การบริโภคของแต่ละบุคคลเกิดขึ้นมาจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการด้านจิตใจ และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนอื่นๆ ได้แก่ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา สถานภาพทางสังคม อารมณ์และภาวะจิตใจ เป็นต้น การกำหนดรายการอาหารที่เหมาะสมจำเป็นจะต้องวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวนี้อีกเพื่อที่จะเข้าใจนิสัยหรือพฤติกรรมกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลที่ได้รับไม่เพียงแต่จะช่วยในการกำหนดอาหารที่เหมาะสมเพียงอย่างเดียว แต่ยังสามารถหลีกเลี่ยงอาหารบางประเภทที่ผู้บริโภคไม่ยอมรับซึ่งบางครั้งเป็นเรื่องที่ขัดต่อความเชื่อหรือข้อห้ามทางศาสนา

4.4 อาหารเพื่อสุขภาพและความต้องการทางโภชนาการ (Health foods and nutritional needs) การรับประทานอาหารเพื่อให้มีสุขภาพที่ดียังมีความสำคัญ เนื่องจากความเจริญเติบโตในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทำให้ประชาชนต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดี ตลอดจนความก้าวหน้าทางการแพทย์ที่สามารถชี้แนะให้เห็นถึงโรคเรื้อรังหลายชนิดที่มีสาเหตุเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้อง

การพัฒนารายการอาหารจึงมักจะมุ่งเน้นสำหรับผู้ที่ต้องการรับประทานอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักหรืออาหารที่มีไขมันน้อย ทั้งนี้เนื่องจากโรคที่เกี่ยวข้องกับภาวะโภชนาการ รับประทานกำลังเป็นปัญหาสำคัญสำหรับผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีดังกล่าวข้างต้น เพื่อเป็นการตอบสนองในเรื่องนี้ภัตตาคารจึงควรจัดอาหารที่มีไขมันต่ำ จากนั้นยังควรเน้นในด้านกรรมวิธีการประกอบอาหารโดยวิธีการที่ไม่ใช้น้ำมันหรือหลีกเลี่ยงการใช้ไขมันมาก เช่น ใช้วิธีการนึ่ง การต้ม การใช้ไอน้ำทำให้อาหารสุก เป็นต้น

4.5 ความหลากหลายของอาหาร (Monotony or variety) ผู้กำหนดรายการอาหารจะต้องทำให้ผู้มารับบริการไม่บังเกิดความรู้สึกเบื่ออาหาร มีความซ้ำซาก น่าเบื่อ ความรู้สึกเช่นนี้เป็นความรู้สึกทางด้านจิตใจที่เกิดขึ้น เมื่อผู้บริโภคพบว่ารายการอาหารมีให้เลือกจำกัด อาหารมีไม่กี่ชนิด หรือลักษณะอาหารที่น่าเสนาอยู่ในรูปแบบที่คล้ายคลึงทั้งในด้านสี รสชาติ เนื้อสัมผัส เป็นต้น ความรู้สึกเช่นนี้ย่อมก่อให้เกิดผลเสียหลายในด้านธุรกิจอย่างยิ่ง ผู้บริโภคจะเกิดการยอมรับอาหารลดน้อยลงเรื่อยๆ หากรู้สึกเบื่ออาหารน่าเบื่อ ซึ่งการจัดรายการอาหารอาจแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่

4.5.1 **ด้านชนิดของอาหาร** ได้แก่ การแบ่งรายการอาหารออกเป็นหมวดหมู่ เช่น อาหารเรียกน้ำย่อย อาหารจานหลัก ของหวาน เป็นต้น

4.5.2 **ด้านรสชาติของอาหาร** การจัดอาหารควรให้มีความหลากหลายในด้านรสชาติซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าได้เลือกอาหารมากขึ้น

4.5.3 **ด้านสีของอาหาร** อาหารที่มีสีคล้ายกันย่อมทำให้ผู้บริโภคเกิดความเบื่ออาหารได้เช่นเดียวกัน

4.5.4 **ปัจจัยด้านอื่นๆ** ผู้กำหนดรายการอาหารควรคำนึงถึงส่วนประกอบอื่นๆ อีก เช่น ความนุ่ม ความขื่นเหนียว ความแข็ง หรือความกรอบของอาหาร ซึ่งจะเกิดขึ้นได้นั้นขึ้นอยู่กับกรรมวิธีการประกอบอาหาร สำหรับในด้านของรูปแบบของวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบของอาหารนั้น หมายถึง การตัด หั่น สับอาหาร ก็ควรให้มีความหลากหลาย เช่น หั่นผักเป็นรูปเหลี่ยมบ้าง ซอยเป็นเส้นบางๆ บ้าง สลักเป็นรูปใบไม้ ดอกไม้บ้าง เหล่านี้ล้วนทำให้ผู้มารับบริการเกิดความรู้สึกถึงความน่ารับประทานซึ่งจะต้องกำหนดไว้ตั้งแต่การวางแผนรายการอาหาร

4.6 ความคาดหวังของผู้มารับบริการ (Mental set and consumer expectations)

อาหารจะมีรสชาติดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแม่ครัวหรือพ่อครัว ความคาดหวังของผู้ที่รับประทานอาหารที่ร้านอาหารหรือภัตตาคารจะตั้งมาตรฐานไว้สูงกว่าการรับประทานอาหารที่บ้านหรือบ้านเพื่อน ผู้ที่ประกอบอาหารจำหน่ายได้นั้นจะต้องเป็นผู้มีความรู้หรือความเชี่ยวชาญอย่างดีและอาหารที่ให้บริการนั้นต้องมีคุณภาพหรือรสชาติดี นอกจากนี้การตั้งราคาอาหารยังมีส่วนสนับสนุนต่อการตั้งมาตรฐานของร้านอาหารหรือภัตตาคารประเภทต่างๆ อย่างมาก ทั้งนี้ร้านอาหารหรือภัตตาคารที่ตั้งราคาไว้สูงกว่าร้านอาหารหรือภัตตาคารอื่นๆ ผู้รับบริการย่อมคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดีมากกว่าที่อื่นๆ

5. การดำเนินการกับการวางแผนรายการอาหาร

การดำเนินการกับการวางแผนรายการอาหาร ประกอบด้วย (วดีนา จันทร์ศิริ และ สุวิทย์ เกษรศรี, 2549)

5.1 **คุณภาพของอาหาร** เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับการบริการอาหาร รายการอาหารที่ดีนั้นจะต้องมีคุณภาพใน 2 ประการ คือ คุณภาพด้านกายภาพ และคุณค่าด้านโภชนาการ คุณภาพด้านกายภาพ ได้แก่ อาหารที่ให้บริการนั้นจะต้องมีคุณสมบัติต่างๆ ที่ปรากฏแก่ผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นด้านลักษณะที่ปรากฏหรือประสาทสัมผัสแล้วก่อให้เกิดความอยากรับประทาน ส่วนคุณค่าทางด้านโภชนาการ ได้แก่ อาหารที่ให้บริการนั้นจะต้องเป็นแหล่งของสารอาหารที่เป็นประโยชน์แก่ร่างกายของผู้บริโภค

5.2 ความสามารถของพ่อครัวและพนักงาน พ่อครัวต้องพิจารณาถึงความ เป็นไปได้ในการประกอบอาหารและการให้บริการอาหารชนิดนั้นๆ ความสามารถของพ่อครัวถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะควบคุมให้อาหารมีคุณภาพและปริมาณเหมาะสมกับการให้บริการ การ ควบคุมการผลิตอาหารจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยหัวหน้าพ่อครัวและพ่อ ครัวซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีความรู้เรื่องอาหารที่จะต้องจัดเตรียมทุกชนิดเป็นอย่างดี พ่อครัวยังมี บทบาทสำคัญต่อการประยุกต์รายการอาหารให้มีความหลากหลายมากขึ้นโดยวิธีการต่างๆ การ พัฒนาเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้จะต้องอาศัยทักษะความชำนาญของบุคลากรเหล่านี้ที่จะช่วยสร้างสรรค์ ในลักษณะเดียวกับการสร้างสรรค์งานศิลปะ

5.3 ความต่อเนื่องในการจัดหาวัตถุดิบ วัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายและช่วยให้ การผลิตอาหารเป็นไปอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลที่จะทำให้รายการอาหารที่วางแผนนี้มีความคงอยู่ ได้ตราบที่ความต้องการวัตถุดิบที่ใช้ในตำรับอาหารมีผลต่อคุณภาพอาหารเพราะอาหารจะมีคุณภาพดี ได้ต้องอาศัยวัตถุดิบที่มีความสด ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงวัตถุดิบหลักที่จะต้องนำมาใช้ประกอบอาหาร นั้น ก็คือ ควรเป็นวัตถุดิบที่มีแหล่งผลิตในท้องถิ่น เพราะนอกจากจะได้ของสดแล้วยังราคาที่เหมาะสมไม่ทำให้ต้นทุนอาหารสูงรับประทานไป แต่หากรายการอาหารมีความจำเป็นต้องใช้ วัตถุดิบที่มาจากแหล่งอื่น ก็ควรมีการเก็บรักษาในระหว่างการขนส่งด้วยวิธีการที่เหมาะสม หลักใน การจัดหาวัตถุดิบอีกวิธีหนึ่ง ได้แก่ การเลือกซื้อวัตถุดิบตามฤดูกาล วิธีนี้จะช่วยให้ได้อาหารสดและมีราคาถูกลงกว่าวัตถุดิบที่อยู่นอกฤดูกาล

5.4 ความสะอาดและความปลอดภัยในอาหาร การควบคุมด้านสุขาภิบาล อาหารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบธุรกิจบริการอาหาร ทั้งนี้เพื่อป้องกันโรคต่างๆ ที่เกิด จากอาหารสกปรก ดังนั้นผู้วางแผนรายการอาหารจึงต้องมีส่วนรับผิดชอบโดยการวางแผนและ ควบคุมให้มีการปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลอาหาร

6. ประเภทของรายการอาหาร

ประเภทของรายการอาหาร ประกอบด้วย 2 ส่วนได้แก่ รายการอาหารหลัก และ รายการอาหารประยุกต์มีรายละเอียดโดยสรุปดังนี้

6.1 รายการอาหารหลัก ได้แก่ รายการอาหารที่ใช้ประจำในห้องอาหารซึ่ง พนักงานจะนำเสนอแก่ผู้มารับบริการเมื่อเข้านั่งประจำโต๊ะอาหาร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

6.1.1 รายการอาหารชุด (Set menu) มีลักษณะที่สำคัญ คือ รายการ อาหารจำกัด เป็นการเสนออาหารเป็นชุดซึ่งประกอบด้วยอาหารเพียง 2-3 ประเภท ราคาขายคิด เป็นราคาเดียวต่อชุด และพนักงานบริการนำอาหารแต่ละอย่างมาจัดเสิร์ฟในเวลาที่ยำกัด

หลักการจัดรายการอาหารชุดประกอบด้วยอาหารจานแรกๆ ซึ่งอาจจะมีชนิดเดียวหรือหลายชนิด ขึ้นอยู่กับมื้ออาหารที่จะเสิร์ฟ อาหารจานแรกจะต้องมีอาหารหลักรวมอยู่ด้วยและอาหารจานสุดท้ายเป็นของหวานหรือผลไม้ รวมการจัดชาหรือกาแฟด้วย

6.1.2 รายการอาหารแบบเลือกสั่ง (A la carte) มีลักษณะเป็นรายการอาหารที่มีอาหารให้เลือกมาก ขนาดของรายการอาหารจึงใหญ่กว่ารายการอาหารชุด จัดแบ่งอาหารเป็นประเภท หากจัดแบบอาหารไทยอาจแบ่งเป็นอาหารประเภทแกง ประเภทผัด ประเภทเครื่องจิ้ม ประเภทกับแก้ม ประเภทอาหารจานเดียว หากจัดอาหารต่างประเทศแบ่งเป็นอาหารประเภทเรียกน้ำย่อย อาหารจานหลัก ขนมหวาน เป็นต้น อาหารจะเตรียมขึ้นเมื่อผู้รับบริการสั่ง การคิดราคาแยกแต่ละรายการ และโดยทั่วไปจะมีราคาสูงกว่ารายการอาหารชุด การนำเสนออาหารแบบเลือกสั่ง หมายถึง ภัตตาคารต้องทำให้ผู้มารับบริการเลือกสั่งอาหารตามรายการที่ปรากฏอยู่ในรายการโดยมีราคากำกับไว้

6.2 รายการอาหารประยุกต์ มีดังนี้

6.2.1 รายการอาหารบุฟเฟต์ (Buffet menu) การจัดอาหารแบบบุฟเฟต์เป็นที่ดึงดูดใจแก่ผู้มารับบริการมาก ส่วนใหญ่การกำหนดอาหารแบบนี้จะเลือกอาหารที่มีความหลากหลายทั้งชนิดและรสชาติของอาหาร หรืออาจจะมีอาหารชนิดอื่นๆ ผสมผสานกันไป เช่น อาหารไทย อาหารฝรั่ง อาหารจีน หรืออาหารที่นิยมกันตามท้องถิ่น ผู้มารับบริการจะรับประทานอาหารมากน้อยเท่าใดก็ได้ โดยการตั้งราคาไว้แน่นอนเช่นเดียวกับรายการอาหารชุด

6.2.2 รายการอาหารงานเลี้ยง (Banquets menu) การให้บริการอาหารในงานเลี้ยงเนื่องในโอกาสต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานฉลองวันเกิด งานเลี้ยงการประชุมสัมมนา เป็นต้น มักจะจัดเป็นอาหารชุดซึ่งมีรายการอาหารตายตัวและตั้งราคาต่อหัวไว้โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับประทานสั่งอาหารอื่นๆ เพิ่มเติม

6.2.3 รายการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว (Tourist menu) การจัดรายการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวมักจะรวมอยู่ในเงื่อนไขของการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยมีบริษัทด้านการท่องเที่ยวเป็นผู้ประสานงานติดต่อกับภัตตาคารไว้ล่วงหน้า รายการอาหารสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมักจะเป็นแบบรายการอาหารชุด โดยมีหลักการจัดอาหารจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการบริโภคของผู้มาท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ ซึ่งต้องมั่นใจว่าผู้มารับบริการยอมรับได้ในประเภท ลักษณะและรสชาติของอาหารที่จัดให้

6.2.4 รายการอาหารพิเศษ (Special menu) เป็นรายการอาหารที่นำเสนอเพิ่มเติมจากรายการอาหารปกติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย เช่น

1) รายการอาหารพิเศษประจำวัน (Menu of the day) เป็นรายการอาหารที่จัดไว้สำหรับการบริการพิเศษเฉพาะบางวัน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกน่าสนใจที่อาหารไม่ซ้ำเหมือนกันทุกวัน

2) รายการอาหารพิเศษประจำเดือน (Menu of the month) การกำหนดรายการอาหารพิเศษประจำเดือนจำเป็นต้องมีการวางแผนล่วงหน้าไว้เป็นแผนปฏิบัติงานประจำปี โดยการให้หลักการจัดรายการอาหารให้สอดคล้องกับวัตถุดิบที่มีอยู่ในฤดูกาลนั้นๆ ซึ่งจะทำให้ได้วัตถุดิบที่สดมีคุณภาพดี และช่วยให้ภัตตาคารมีกำไรสูงขึ้นเนื่องจากต้นทุนการผลิตลดลง

3) รายการอาหารตามเทศกาล การกำหนดรายการอาหารจำเป็นต้องให้มีลักษณะอาหารที่รับประทานกันตามเทศกาลด้วย ควรเน้นถึงการตกแต่งรายการอาหารด้วยภาพประกอบด้วยที่สอดคล้องกับเทศกาล

4) รายการประจำชาติ รายการอาหารที่จัดขึ้นอาจจะเป็นการจำหน่ายอาหารประเภทบุฟเฟต์หรืออาหารตามสั่งสำหรับอาหารมื้อกลางวันและมื้อเย็น ภัตตาคารยังต้องใช้พ่อครัวที่มีชื่อเสียงที่มาจากภัตตาคารเจ้าของประเทศ

7. รูปแบบของรายการอาหาร

รูปแบบของการจัดรายการอาหาร แบ่งตามประเภทของอาหาร ดังนี้

7.1 อาหารไทย สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

7.1.1 **อาหารประเภทกับแก้ม** ได้แก่ อาหารที่นิยมก่อนรับประทานข้าว อาจจะเป็นได้ทั้งของว่างขอบขบเคี้ยว หรืออาหารประเภทยำ

7.1.2 **อาหารคาว** มี 2 ประเภท ได้แก่ อาหารคาวที่ใช้รับประทานกับข้าว และอาหารจานเดียว

1) อาหารคาวที่ใช้รับประทานกับข้าวเป็นอาหารหลักซึ่งจะต้องรับประทานร่วมกับข้าว ได้แก่ อาหารประเภทแกง อาหารประเภทต้มส้ม-ต้มยำ อาหารประเภทต้มและแกงจืด อาหารประเภทผัดเผ็ด ผัดรสต่างๆ และอาหารประเภทเครื่องจิ้ม

2) อาหารจานเดียว นอกจากรับประทานข้าวร่วมกับอาหารคาวแล้วคนไทยยังนิยมรับประทานอาหารจานเดียว เช่น อาหารประเภทข้าวต้ม อาหารประเภทข้าว อาหารประเภทเส้น

7.1.3 **ผลไม้** ได้แก่ ผลไม้ตามฤดูกาล หรือของหวาน

7.2 **อาหารสากล** ส่วนใหญ่จะนำรูปแบบจากอาหารฝรั่งเศสมาใช้เป็นต้นแบบการปฏิบัติตั้งแต่การเขียนชื่ออาหารและการเรียงลำดับอาหาร ปัจจุบันก็มีการประยุกต์อาหารท้องถิ่น

ให้เหมาะสมกับการจัดเสิร์ฟตามหลักสากล เพื่อให้ผู้รับบริการเข้าใจและเลือกสั่งตามความต้องการได้

การแบ่งประเภทอาหารที่จัดเสิร์ฟตามลักษณะอาหารสากลตั้งแต่อาหารเบาจนถึงอาหารหนัก ต่อจากนั้นตามด้วยของหวานและกาแฟหลังอาหาร ดังนี้

7.2.1 อาหารเรียกน้ำย่อย ได้แก่ อาหารเบาที่ใช้เสิร์ฟก่อนอาหารชนิดอื่นๆ มี 2 ประเภท คือ ออร์เดิร์ฟ หมายถึง อาหารประเภทเรียกน้ำย่อย และซุปรหรือโปตาซ เป็นอาหารเรียกน้ำย่อยเช่นเดียวกับออร์เดิร์ฟมีทั้งร้อนและเย็น นอกจากนี้ซุปรยังแบ่งเป็นซุปรใสและซุปรข้น ซึ่งนิยมเสิร์ฟหลังออร์เดิร์ฟหรือเสิร์ฟเป็นจานแรกกรณีที่ไม่ใช้ออร์เดิร์ฟ

7.2.2 อาหารหลัก (Main course) มักจะเสิร์ฟเป็นเนื้อสัตว์ชนิดต่างๆ ส่วนใหญ่จะมีซอสประกอบด้วย นิยมเสิร์ฟพร้อมกับมันฝรั่งหรือผักที่ปรุงจนสุกนุ่ม เช่น แครอท หน่อไม้ฝรั่ง ถั่วชนิดต่างๆ เป็นต้น

7.2.3 สลัด (Salad) ได้แก่ ผักประเภทต่างๆ เสิร์ฟพร้อมน้ำสลัด

7.2.4 ของหวาน (Dessert) เครป แพนเค้ก คุกกี้ เค้ก พาย เป็นต้น สามารถเสิร์ฟได้ทั้งที่เป็นประเภทร้อนและเย็น

7.2.5 กาแฟ (Coffee or tea) เป็นเครื่องดื่มปิดท้ายรายการ

7.3 รายการอาหารประจำมือ ประกอบด้วย

7.3.1 อาหารเช้า (Breakfast) การบริการอาหารเช้าอยู่ระหว่างเวลาประมาณ 06.00-10.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่ผู้มารับบริการต้องการความรวดเร็ว

7.3.2 อาหารกลางวัน จะอยู่ระหว่างเวลา 12.00-13.00น. อาหารสำหรับมือกลางวันมีทั้งประเภทที่ให้เลือกลง หรืออาจมีอาหารชุดเสนอให้แก่ผู้มารับบริการซึ่งเปลี่ยนไปทุกวันโดยมีราคาแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ยังนิยมให้บริการอาหารจานเดียวหรือจัดเป็นรายการอาหารพิเศษ

7.3.3 อาหารว่าง เป็นอาหารที่นิยมรับประทานระหว่างมือ เช่น แซนดิวิช เค้ก เบเกอรี่ชนิดต่างๆ ผลไม้ของหวานชนิดต่างๆ พร้อมกับเครื่องดื่มซึ่งอาจจะเป็นผลไม้ ชา หรือกาแฟ

7.3.4 อาหารค่ำ (Dinner) คล้ายกับอาหารมือกลางวันเริ่มตั้งแต่เวลา 20.00 น. แต่นิยมรับประทานเป็นอาหารที่หนักกว่าหรือมีอาหารมากขึ้น เนื่องจากผู้มารับบริการไม่มีความจำกัดด้านเวลาเหมือนกับอาหารมือกลางวัน ผู้มารับบริการอาจจะสั่งเป็นอาหารเลือกลง 2-3 จาน หรืออาจจะมีอาหารชุดที่ทางภัตตาคารเสนอให้ ซึ่งนิยมเป็นอาหาร 3 จาน หรืออาจมากกว่านั้นขึ้นอยู่กับโอกาสต่างๆ พร้อมของหวานและกาแฟ

8. ความหมายของการวางแผนการจัดบริการอาหาร

ในการดำเนินการจัดบริการอาหารไม่ว่าจะจัดในรูปแบบใดหรือที่ใดก็ตาม ภารกิจแรกที่สำคัญที่สุดในกระบวนการบริหารคือ การวางแผน (Planning) มักมีคำกล่าวของนักวิชาการและนักบริหารที่กล่าวกันเสมอว่าในการบริหารหน่วยงาน หรือองค์การประเภทใดก็ตามไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ถ้าได้มีการวางแผนที่ดีแล้วก็เปรียบเสมือนว่างานนั้นได้สำเร็จไปครึ่งหนึ่งแล้วในการจัดบริการอาหารก็เช่นเดียวกัน ดังนั้นควรศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายและขอบข่ายของการวางแผน ซึ่งโดยทั่วไปนี้ได้มีผู้นิยามความหมายไว้หลายความหมาย อาทิ คูนท์ซ และ โอ ดอนเนล (Koontz and O'Donnell) ได้ให้ความหมายของการวางแผนไว้ว่า “การวางแผนคือการตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อไร ทำที่ไหน และ ใครเป็นผู้กระทำ” การวางแผนเป็นสะพานเชื่อมช่องว่างจากปัจจุบันไปสู่อนาคต และทำให้สิ่งต่างๆ เกิดขึ้นตามความต้องการ ถึงแม้ว่าเหตุการณ์ในอนาคตจะเป็นสิ่งที่ยากต่อการคาดหมายแต่ก็ดีกว่าที่จะปล่อยให้สิ่งต่างๆ เกิดขึ้นอย่างไม่มีการวางแผนล่วงหน้า

แคสต์ และ โรเซนวิก (Kast and Rosenzweig) มีความเห็นว่า “การวางแผนคือกระบวนการในการพิจารณาตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร จะทำอย่างไร โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดนโยบาย กำหนดโครงการ วางแผนงานและแนวทางการปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้”

ไซมอน (Simon) ได้อธิบายไว้ว่า “การวางแผนคือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประเมินและเลือกสรรข้อเสนอดังกล่าว โดยกระบวนการตัดสินใจที่มีเหตุและผลเพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการปฏิบัติงานและการควบคุมการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย

ซิมมอนส์ (Simmons) ได้ให้ความหมายของการวางแผนคือ “การกำหนดวัตถุประสงค์ซึ่งครอบคลุมถึงทุกกิจกรรมของงาน ซึ่งมุ่งสู่อนาคต และรวมถึงการจูงใจ การสื่อสาร การพัฒนาบุคคลและวัดผลงาน

จากคำกล่าวต่างๆ ข้างต้นจะเห็นได้ว่าการวางแผนเริ่มต้นจากการกำหนดทิศทางวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายขององค์การที่ต้องการในอนาคต ตลอดจนการกำหนดแนวทางการปฏิบัติในการบริหาร หรือการจัดการกับปัจจัยการบริหารที่สำคัญต่อความสำเร็จขององค์การให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ปัจจัยในการบริหารทั้ง 6 อย่าง ที่มีความสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกิจการใดๆ ก็ตามมีชื่อเรียกย่อๆ ว่า “6M'S” ได้แก่ บุคลากร (Men) เงิน (Money) วัสดุ (Materials) ระบบงานหรือวิธีการปฏิบัติงาน (Methods) เครื่องจักรหรือเครื่องมือเครื่องมือที่ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ (Machines) และการตลาด

(Market) ในที่นี้การตลาดหมายถึงสภาวะแวดล้อมที่ห่อหุ้มองค์การหรือธุรกิจอยู่ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนความต้องการและอำนาจในการซื้อของลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งสถานภาพของคู่แข่งชั้นที่อยู่ในวงการธุรกิจประเภทเดียวกันอีกด้วย

สรุปแนวทางในการวางแผนการจัดบริการอาหารได้ดังนี้

การวางแผนการจัดบริการอาหารไม่ว่าจะจัดที่ไหน เช่น ในโรงเรียน ในโรงแรม ในโรงพยาบาล ในโรงงาน ในเรือในจำ ในค่ายทหาร ที่ท่ารถ หรือท่าอากาศยาน เป็นต้น ควรพิจารณาองค์ประกอบของภารกิจหลักของการจัดการวางแผนว่ามีอยู่สองด้านในเวลาเดียวกัน โดยการพิจารณาจากลักษณะความรับผิดชอบที่แตกต่างกันของงาน (Functional responsibility) และขอบเขตของพื้นที่ที่ต้องรับผิดชอบ (Territorial responsibility) ดังนั้น การวางแผนการจัดบริการอาหารจะมีภารกิจวางแผนที่สำคัญๆ สองด้านคือ ภารกิจวางแผนการจัดการด้านการให้บริการซึ่งพิจารณาในแง่ของนักจัดการเรียกว่า การวางแผนด้านการตลาด และภารกิจวางแผนด้านการผลิตอาหาร

ภารกิจวางแผนด้านการจัดบริการ หรือการวางแผนด้านการตลาด ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องกำหนดนโยบายให้ชัดเจนว่าเป็นการจัดให้บริการประเภทใด ระบุกลุ่ม ประเภท และปริมาณผู้รับบริการ ระบุวิธีการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการพอใจและกลับมารับบริการอย่างต่อเนื่อง กำหนดลักษณะของสถานที่และบรรยากาศของการให้บริการ กำหนดระยะเวลาการให้บริการ วิธีการประชาสัมพันธ์ กำหนดอัตรากำลัง อัตราค่าจ้าง ประเภทของแรงงานที่ต้องการ และลักษณะเฉพาะของบุคลากรเหล่านั้นที่ต้องรับผิดชอบ จากรายละเอียดพอสังเขปดังกล่าวนี้ จะเห็นได้เด่นชัดว่า ผู้ที่รับผิดชอบด้านนี้ควรเป็นผู้จัดการที่มีทั้งด้านความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดการ (Managerial skills) เนื่องจากงานด้านนี้ต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลและควบคุมงานด้านธุรการ ด้านบัญชี ด้านการเงิน ด้านวัสดุครุภัณฑ์ ด้านประชาสัมพันธ์ และต้องประสานงานกับผู้จัดการด้านการผลิตอาหารอีกด้วย

ภารกิจวางแผนการจัดการด้านอาหาร หรือการวางแผนด้านการผลิต (Production management) การวางแผนเกี่ยวกับเรื่องการผลิตอาหารนี้มีขอบเขตความรับผิดชอบตั้งแต่ การกำหนดรายการอาหาร (Menu planning) การจัดซื้อและการจัดเก็บ (Purchasing and storage) การจัดระบบงานที่มีประสิทธิภาพโดยมีการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานให้มากที่สุด โดยมีการวางแผนการใช้คนวัสดุอุปกรณ์ทุกอย่างในครัวด้วยเทคนิคต่างๆ ในการบริหารงานของผู้บริหาร เช่น การบริหารงานตามหลักวิทยาศาสตร์ (Scientific management) ซึ่ง เฟรดเดอริค เทเลอร์ (Frederick Taylor) ได้ให้แนวคิดในเรื่องนี้ไว้ว่า งานใน

ระดับปฏิบัติการที่ใช้แรงงานประเภทที่ไม่จำเป็นต้องมีความรู้และประสบการณ์มาก่อน เช่น คนเก็บถ้วย จาน ภาชนะ คนล้างจาน คนทำความสะอาดครัว และบริเวณที่จัดบริการอาหาร ลูกมือที่ช่วยเตรียมงานในครัวเหล่านี้ เป็นต้น ผู้บริหารจำเป็นต้องสังเกตศึกษาและวิเคราะห์ เวลา และการปฏิบัติงานเพื่อมุ่งพัฒนาวิธีการที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงานแต่ละอย่างเพื่อเป็นแนวทางในการฝึกอบรมการปฏิบัติงานของคองงานให้ปฏิบัติตามวิธีที่ดีที่สุด และเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทราบถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่พึงปฏิบัติต่อหน่วยงานและองค์กร แต่ผู้บริหารจำเป็นต้องเข้าใจในหลักการผูกใจผู้ปฏิบัติงานโดยวิธีการง่ายๆ เช่น หลักของสกินเนอร์ (Skinner) ที่มักให้ข้อคิดแก่ผู้บริหารอยู่เสมอว่า “การชมเชยก็เป็นรางวัลอย่างหนึ่งที่ผู้ปฏิบัติงานทุกคนต้องการเพื่อให้เขาทราบว่าพฤติกรรมหรือการกระทำของเขานั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้อง และเป็นที่ยอมรับชมชอบของผู้บังคับบัญชา แต่ผู้บังคับบัญชาส่วนใหญ่ยังมองข้ามความสำคัญในเรื่องนี้อยู่มาก” ดังนั้นผู้ที่รับผิดชอบทางด้านการผลิตก็จำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์ และทักษะทางด้านการบริหารการผลิตเช่นกัน

การวางแผนการจัดการด้านการผลิตนี้ มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการวางแผนด้านการจัดบริการ ดังนั้นการวางแผนประสานงานระหว่างผู้จัดการด้านบริการหรือมักเรียกกันว่าผู้จัดการทั่วไป (General manager ที่นิยมเรียกย่อๆ ว่า G.M.) กับผู้จัดการด้านการผลิตหรือที่เรียกว่า หัวหน้าพ่อครัว (Executive Chef) จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จด้านการดำเนินงานการจัดบริการอาหาร ไม่ว่าจะจัดในโรงเรียน โรงแรมหรือในสถาบันประเภทใด ๆ ก็ตาม แต่บางกิจการถ้าการให้บริการมีขนาดเล็กจัดแบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน บางครั้งคนที่เป็นเจ้าของกิจการจะดูแลหมดทั้งด้านให้บริการและเป็นหัวหน้าพ่อครัวด้วย แต่ถ้าเป็นในรูปแบบนี้ การที่จะเกิดความบกพร่องหรือถดถอยในด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) ย่อมเกิดขึ้นได้

ในแง่ของประสิทธิภาพ คือ การเปรียบเทียบต้นทุน (Input) กับผลงานหรือผลผลิต (Output) ถ้าขาดการวางแผนหรือการจัดการที่ดีอาจเกิดการรั่วไหล หรือมีแรงงานที่ซ่อนเร้นที่ยังไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ให้เต็มที่ หรือมีวิธีการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ทำให้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ได้ไม่คุ้มค่า นั่นคือการใช้ต้นทุนมากแต่ได้ผลผลิตต่ำ เราเรียกว่า การขาดประสิทธิภาพ แต่ถ้าจะทำให้เกิดประสิทธิภาพโดยลดต้นทุนในการผลิตให้มากที่สุด ในแง่ของการประหยัดโดยปราศจากข้อมูลและเหตุผลที่เหมาะสมแล้ว การลดต้นทุนทั้งด้านการให้บริการและด้านการผลิตอาหาร อาจได้ความมีประสิทธิภาพเกิดขึ้น คือ ใช้ต้นทุนต่ำลงตามที่ต้องการแต่อาจทำให้เกิดปัญหาที่เรียกว่าไม่มีประสิทธิผล เนื่องจากการมีประสิทธิภาพที่ดีเพราะต้นทุนต่ำลง ได้ผลกำไรดี

ขึ้น แต่ที่กล่าวได้ว่าได้มีประสิทธิภาพแต่ขาดประสิทธิผลนั้นเพราะในที่สุด ลูกค้ำก็จะลดน้อยลง เนื่องจากไม่ประทับใจในความย่อหย่อนด้านการให้บริการ และอาจรวมไปถึงเรื่องคุณภาพ รสชาติ และปริมาณอาหาร ดังนั้นการลดต้นทุนอย่างไร้หลักการ ข้อมูล และเหตุผลย่อมส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการให้บริการ และมาตรฐานการผลิต เมื่อเป็นเช่นนี้กิจการการจัดบริการอาหารก็จะถึงจุดจบได้ ในแง่ของการไม่บรรลุเป้าหมายของการให้บริการที่ประทับใจ ทั้งด้านการบริการและมาตรฐานด้านอาหาร ในที่สุดกิจการก็จำเป็นต้องล้มเลิกไป ถ้าเป็นธุรกิจของเอกชน เนื่องจากข้อบกพร่องดังกล่าว แต่ถ้ากิจการนี้เป็นในรูปของสวัสดิการในหน่วยงานของรัฐที่ดำเนินงานโดยใช้เงินงบประมาณเพื่อเป็นการบริการ ก็อาจส่งผลให้กิจการขาดความนิยมไม่เจริญเติบโต หรืออาจถึงขั้นขาดทุนได้เช่นกัน ถ้าขาดการวางแผนจัดการและแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพราะการวางแผนดำเนินงานจะช่วยให้ได้แผนงานที่เป็นลายลักษณ์อักษร ที่สามารถอำนวยความสะดวกนี้ในการแก้ปัญหาและตัดสินใจในการปฏิบัติงานของหน่วยงานย่อยเพื่อการประสานงานทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง และยังมีส่วนช่วยในการติดตาม ควบคุม และประเมินผลงานได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการปฏิบัติตามแผนจะทำให้ทราบว่ากำลังทำอะไรอยู่ บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ อะไรคือสาเหตุที่ทำให้เบี่ยงเบนไปจากเป้าหมายที่กำหนดไว้ สามารถวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคเพื่อปรับนโยบายแผนการดำเนินงานและแผนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี สภาวะของตลาดแรงงาน คู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน และการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับบรรณนิยมและความต้องการของลูกค้า เป็นต้น การวางแผนการจัดบริการอาหารที่ดีจะสามารถทำให้กิจการการจัดบริการอาหารประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี คือ มีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในเวลาเดียวกัน

9. ความสำคัญและปัจจัยในการวางแผนจัดบริการอาหาร

9.1 ความสำคัญของการวางแผน

การดำเนินการใดๆ ก็ตาม การวางแผนกลายเป็นงานที่สำคัญที่สุดที่จะขาดไม่ได้ สำหรับองค์การทุกประเภทในทุกประเทศทั่วโลก ดังคำกล่าวของคูนท์ซ และ โอ ดอนเนล (Koontz and O'Donnell) ที่กล่าวว่า “ถ้าปราศจากการวางแผนแล้ว การตัดสินใจ การกระทำ มักจะเป็นไปตามยถากรรม” จอห์นสัน แคสต์ และ โรเซนวิก (Johnsion Kast and Rosenzweig) เน้นความสำคัญของการวางแผนว่าเปรียบเสมือนยานพาหนะที่สามารถนำองค์การไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างมีระบบ เนื่องจากสถานการณ์ของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การวางแผนจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญของนักบริหารที่ช่วยแก้ปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดยั้ง ดังที่นักวิชาการและนักบริหารส่วนใหญ่ยอมรับเป็นเสียงเดียวกันว่าสภาวะขององค์การมีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamics) ทั้งปัจจัยภายในองค์การและปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับ

องค์การอยู่ ภารกิจของนักบริหารในการจัดการด้านการวางแผนเพื่อการจัดบริการอาหาร จึงจำเป็นต้องพิจารณาความเป็นพลวัตรของปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงาน การวางแผนช่วยให้ผู้บริหารสามารถปรับเปลี่ยนและแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ที่เป็นสภาวะวิกฤติ ซึ่งหมายความว่าถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน เช่น หัวหน้าพ่อครัวแจ้งมาว่าเกิดอุบัติเหตุกะทันหันไม่สามารถมาทำงานได้ เหตุการณ์วิกฤติเช่นนี้เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ดังนั้นการวางแผนเป็นเครื่องมือที่ดีในการใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีค่าขององค์การให้ได้ประโยชน์สูงสุด จากการลงทุนที่น้อยที่สุด และได้ผลงานที่บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

9.2 ปัจจัยในการวางแผน

ผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่เนื่องมาจากความสามารถในการวางแผนที่จะบริหารทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้ โดยสังเขป ตัวแผนภาพที่ 2



ภาพที่ 1.2 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนในการจัดบริการอาหาร (อาหาร, สถาบัน, 2551)

9.2.1 ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายในที่มีลักษณะเป็นพลวัตรที่ผู้บริหารด้านการจัดบริการอาหารไม่ว่าจะจัดที่ไหนและจัดประเภทใดก็ตาม ปัจจัยภายในที่มีลักษณะไม่คงที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา มี 5 ข้อ ได้แก่

1) คน (Men) คนที่เข้ามาทำงานในการบริการอาหารมี 3 ประเภท กล่าวคือ ประเภทแรกเป็นคนที่มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และบุคลิกลักษณะที่เหมาะสมกับวิชาชีพหรือที่เรามักเรียกว่า มีพรสวรรค์ (Natural talent) ซึ่งในกระบวนการคัดเลือกอาจทดสอบได้ด้วยแบบทดสอบที่เรียกว่า แบบทดสอบความถนัด (Aptitude test) ประเภทนี้เรียกว่า “แรงงานที่มีทักษะ (Skilled workers)” เช่น หัวหน้าพ่อครัว (Executive Chef) ประเภทที่สองเป็นแรงงานที่มีทักษะบ้าง (Semi-skilled workers) เป็นแรงงานที่ควรได้รับการฝึกอบรมมาเฉพาะเป็นทางการ (Formal training) และมีประสบการณ์มาพอสมควร เช่น พนักงานบัญชี (Bookkeepers) พนักงานเสิร์ฟ (Waiter หรือ waitress) พนักงานเก็บเงิน (Cashier) เป็นต้น ประเภทสุดท้ายเป็นแรงงานประเภทไม่มีทักษะ (Unskilled workers) จำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมมาเฉพาะเป็นทางการต้องมีการสอนแนะนำงานที่ต้องปฏิบัติ เช่น แรงงานประเภทที่ทำหน้าที่ เก็บ ล้าง ทำความสะอาดภาชนะ แรงงานที่ทำความสะอาดโต๊ะจัดโต๊ะ หรือแรงงานที่ช่วยในครัว เป็นต้น โดยปกติทั่วไปแรงงานทั้งสามประเภทนี้จะมีการเข้าออกจากกิจการได้ตลอดเวลา แต่กิจการจำเป็นต้องดำเนินเติบโตให้ได้ตามแผนที่กำหนดไว้ ดังนั้นผู้บริหารจำเป็นต้องมีหน้าที่ในการวางแผนด้านกำลังคน การวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง การพัฒนาบุคลากร และการจูงใจบุคลากรทุกประเภทด้วยเทคนิคต่างๆ เช่น การสับเปลี่ยนงาน (Job rotation) การทำให้งานน่าสนใจขึ้น ทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกเห็นความสำคัญของงานและสนุกในการทำงาน (Job enrichment) การจัดเวรสับเปลี่ยนเวลาทำงานใหม่ให้มีความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน เป็นต้น เพื่อให้กิจการดำเนินไปได้อย่างคล่องตัวถึงแม้ว่าจะมีการเข้าออกของบุคลากรเหล่านี้เรื่อยๆ ก็ตาม การวางแผนการบริหารด้านบุคลากรจึงเป็นเรื่องสำคัญเพราะคนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการบริหารงานโดยเฉพาะด้านการจัดบริการอาหาร ซึ่งเป็นงานที่ต้องอาศัยคนเป็นจำนวนมาก (Labour intensive business) ในกิจการประเภทนี้

2) เงิน (Money) การวางแผนด้านการเงินให้เกิดความคล่องตัวในกิจการด้านการบริการอาหารเป็นงานที่ต้องประสานกันระหว่างผู้จัดการทั่วไปและผู้จัดการด้านการผลิตอาหาร โดยการวางแผนการจัดระบบการบริหารด้านการเงินร่วมกัน เนื่องจากธุรกิจการจัดบริการอาหารมีลักษณะของค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่คงที่ (Variable cost) มี 2 ส่วน คือ ค่าแรงเพราะอาจต้องจ่ายค่าล่วงเวลา และราคาวัตถุดิบ/เครื่องปรุงที่จะผลิตอาหาร ส่วนค่าใช้จ่าย

อื่นๆ จะเป็นลักษณะที่คงที่ (Fixed cost) ที่พอประมาณได้ เช่น ค่าเช่าสถานที่ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า เหล่านี้เป็นต้น ดังนั้นการจดบันทึกให้มีระบบระเบียบเกี่ยวกับรายรับและรายจ่ายจึงจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องมีการวางแผนและจัดระบบร่วมกันเพื่อป้องกันการรั่วไหล

3) **วัสดุ (Materials)** ในที่นี้หมายความว่าถึง วัตถุดิบทุกอย่างที่ใช้ในการ ประกอบอาหาร และวัสดุครุภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการ เช่น ภาชนะที่ใช้ในการเสิร์ฟอาหารทุกชนิด โต๊ะ เก้าอี้ ผ้าปูโต๊ะ อุปกรณ์ตกแต่งให้อาหาร/สถานที่จัดบริการอาหารตลอดจนภาชนะที่ใช้ในการ หุงต้มหรือเตรียมอาหารทุกชนิด การวางแผนในการควบคุมวัตถุดิบทุกชนิดที่ใช้ในการประกอบ อาหารควรมีการวางแผนตั้งแต่มีการจัดซื้อ การจัดเก็บ และการควบคุมวัตถุดิบเหล่านี้ให้อยู่ใน สภาพของปริมาณที่พอเหมาะและรักษาสภาพทางด้านคุณค่าของอาหาร คือ ความสดใหม่รวมทั้ง การวางแผนทางในการป้องกันการรั่วไหล เช่น มีผู้รับผิดชอบเรื่องกฎเกณฑ์ล๊อคเก็บคลังวัสดุเหล่านี้ วัสดุหรือครุภัณฑ์อื่นๆ ที่ใช้ในการเตรียมอาหารและใช้ในการจัดการให้บริการที่ต้องติดต่อสัมพันธ์ กับลูกค้าก็จำเป็นต้องวางแผนงานให้เหมาะสมกับสถานที่ ในแง่ของ โต๊ะ เก้าอี้ และในแง่ของความ สวยงาม เช่น ผ้าปูโต๊ะหรือแจกัน ส่วน ถ้วย ช้อน ชาม แก้วน้ำ หม้อ และภาชนะอื่นๆ ควรมีการ วางแผนลักษณะการจัดซื้อที่เหมาะสมกับประเภทของการให้บริการและปริมาณของผู้ที่จะมารับ บริการ ควรมีการวางแผนด้านการดูแล ควบคุมวัสดุคงคลังเหล่านี้ หรือที่เรียกว่าการวางแผนการ ควบคุมสินค้าคงคลัง (Inventory control planning) เพื่อป้องกันการสูญหาย

4) **เครื่องจักร (Machines)** ในที่นี้หมายความว่าถึง เครื่องทุ่นแรงที่ทันสมัย ที่อำนวยความสะดวกในแง่ของความเจริญทางด้านเทคโนโลยีทำให้มีโอกาสพัฒนาประสิทธิภาพ ของงานให้มีการเพิ่มผลผลิต โดยลดต้นทุนเวลาและแรงงานลงได้เป็นอย่างดี เช่น เครื่องบด เครื่อง บั่น เครื่องหั่นหรือมีดไฟฟ้า เตอบขนาดใหญ่ ตู้เย็นขนาดใหญ่ และมีการปรับระดับอุณหภูมิตามที่ ต้องการได้ เตอบที่รวดเร็วชนิดใหม่ คือ ไมโครเวฟโอเวน เหล่านี้เป็นต้น เป็นวิวัฒนาการทางด้าน เทคโนโลยีที่ผู้บริหารควรศึกษาหาความรู้เพื่อการวางแผนและจัดระบบงานให้เหมาะสมกับ สภาพการณ์ปัจจุบัน

5) **ระบบงานหรือวิธีปฏิบัติการ (Methods)** ในการจัดบริการอาหารไม่ว่าจะเกี่ยวข้องกับด้านการให้บริการหรือการผลิตอาหารก็ตาม ระบบงานจำเป็นต้องมีการวางแผน ให้ชัดเจนว่ามีงานอะไรบ้างที่จำเป็นต้องทำ ถ้าไม่ทำจะไม่ได้หรือไม่ ถ้าจำเป็นต้องทำ จะต้องทำ อย่างไร เมื่อใด ที่ไหน ใครเป็นผู้รับผิดชอบ และต้องประสานงานกับใครบ้าง สายงานบังคับบัญชา เป็นอย่างไร การติดต่อสื่อสารภายในกิจการนั้นมีวิธีการอย่างไรบ้าง เอกภาพของการปกครอง บังคับบัญชาต้องชัดเจนเพื่อสะดวกในการวินิจฉัยสั่งการและการประเมินผลงานและยังเป็น การ

เพิ่มพูนขวัญและกำลังใจของผู้ปฏิบัติงาน เพราะเกิดความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ ที่ต้องรับผิดชอบอย่างชัดเจน การวางแผนวางระบบงานที่ดีย่อมก่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีและจะเป็นแนวทางไปสู่การมีประสิทธิผลเช่นเดียวกัน

9.2.2 ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกิจการ การจัดบริการอาหารในที่นี้แบ่งปัจจัยภายนอกออกเป็น 2 ระดับ คือ

1) **ปัจจัยภายนอกระดับที่หนึ่ง** คือสถานการณ์ที่เป็นอยู่หรือสภาวะแวดล้อมที่เกิดขึ้นภายนอกที่มีผลโดยตรงต่อสถานประกอบการได้แก่

(1) สภาวะทางด้านเศรษฐกิจ เช่น สภาพเงินเฟ้อ (Inflation) ทำให้สินค้ามีราคาแพงขึ้น ต้นทุนการผลิตอาหารเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อราคากำหนดราคาอาหารและการให้บริการ เนื่องจากอัตราค่าครองชีพเพิ่มขึ้นของประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศจะมีอัตราค่าครองชีพเพิ่มขึ้นกว่าอัตราค่าครองชีพ ดังนั้นอาจส่งผลกระทบต่ออำนาจซื้อของลูกค้าอีกด้วย

(2) สภาวะทางด้านสังคม เช่น สังคมปัจจุบันคนรุ่นใหม่นิยมทำงานนอกบ้านมากขึ้น เนื่องจากสภาวะทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อวัฒนธรรมใหม่นี้ จึงทำให้กิจการการบริการอาหารในรูปแบบต่างๆ เป็นที่แพร่หลายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้บริหารจึงจำเป็นต้องศึกษาและสังเกตความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงในแง่ของรสนิยม ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมมารบริโภคของคนรุ่นปัจจุบันว่ามีแนวโน้มไปในทิศทางใดเพื่อเป็นการวางแผนระดับนโยบายให้เหมาะสมกับความต้องการของคนในสังคม

(3) สภาวะทางด้านกฎหมายในแง่ของการเมืองและการปกครอง เช่น ระเบียบการเดินรถเปลี่ยนแปลงใหม่ ทำให้สถานที่ตั้งของกิจการการบริการอาหารที่เคยเจริญคับคั่งด้วยลูกค้าที่มารับบริการลดน้อยลงได้เพราะไม่สะดวกในด้านการเดินทางและการจอดรถ หรือการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับด้านภาษี ในการนำเสนอสินค้าบางชนิดเข้าสู่ประเทศ หรือการส่งสินค้าบางชนิดออกสู่ตลาดต่างประเทศก็มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตอาหารบางประเภท เป็นต้น

(4) สถานภาพของคู่แข่งชั้น หมายถึง กิจการที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการอาหารเช่นเดียวกันผู้บริหารจำเป็นต้องศึกษาหาข้อมูล เพื่อเป็นพื้นฐานในการวางแผนจัดบริการอาหารให้มีลักษณะที่สามารถแข่งขันกับผู้อื่นที่อยู่ในธุรกิจเช่นเดียวกันได้ โดยให้เข้าใจจุดเด่นและจุดด้อยของตนเองและของผู้อื่น

(5) การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านวิชาการและเทคโนโลยี ซึ่งปัจจุบันนี้มีการศึกษาวิจัยมากมายที่จะสนับสนุนให้มนุษยชาติได้มีสุขภาพแข็งแรงขึ้นจากการ

บริโภคอาหารที่มีคุณค่า และมีรสชาติดีมีสีสัน นำรับประทาน เช่น การผลิตอครีมจากเต้าหู้โดยการผลิตอาหารที่มีแคลอรีต่ำ แต่มีคุณค่าด้านโภชนาการสูงเป็นต้น ส่วนในด้านการบริการก็มีวิธีการคิดค้นหีบห่อหรือภาชนะที่สะดวกและปลอดภัยต่อสุขภาพ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านวิชาการและเทคโนโลยีสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่ผู้บริหารจำเป็นต้องศึกษาและวางแผนด้านนโยบายให้สอดคล้องและทันต่อสภาวะการณ์เปลี่ยนแปลงดังกล่าว

(6) กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่นำรายได้เข้าสู่กิจการ ดังนั้นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารควรสนใจติดตามอย่างใกล้ชิด (Monitor) เพื่อรับทราบปัญหาและปรับปรุงแก้ไขปัญหาให้สามารถสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และเป็นทีพอใจของลูกค้า ดังเช่น การวิจัยในประเทศสหรัฐอเมริกาที่พบว่ากิจการส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จนั้นมีปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อความสำเร็จ คือ ความใกล้ชิดและเป็นกันเองกับลูกค้า

2) ปัจจัยภายนอกระดับที่สอง คือ สถานการณ์โดยทั่วไปของโลก ได้แก่

(1) สภาวะการณ์ขาดแคลนน้ำมันประมาณปี พ.ศ. 2522 ซึ่งส่งผลกระทบต่อทุกประเทศทั่วโลกทำให้สภาวะเศรษฐกิจปั่นป่วน เนื่องจากน้ำมันเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อสภาวะเศรษฐกิจของทุกประเทศที่ต้องอาศัยการนำน้ำมันเข้าจากกลุ่มประเทศที่ผลิตน้ำมัน ทำให้ราคาของสินค้าส่วนใหญ่มีราคาแพงขึ้น ค่าครองชีพสูงขึ้น ในทำนองเดียวกันก็จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของกิจการการจัดบริการอาหาร และในเวลาเดียวกันก็อาจส่งผลกระทบต่ออำนาจหรือความสามารถในการซื้อของลูกค้าอีกด้วย

(2) สภาวะเศรษฐกิจของโลกที่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากสงครามของกลุ่มประเทศที่มีความขัดแย้งกันด้านผลประโยชน์ หรือกลุ่มประเทศขาดเสถียรภาพทางการเมือง ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาทองคำ ราคาหุ้น และค่าของเงินในสกุลต่างๆ รวมทั้งเงินบาทของประเทศไทยด้วย

ถึงแม้ว่าปัจจัยภายนอกระดับสองนี้จะดูเหมือนว่าห่างไกลจากการบริหารกิจการการจัดบริการอาหารก็ตาม แต่กลุ่มผู้บริหารระดับสูงจำเป็นต้องศึกษาและติดตามความเคลื่อนไหวเหล่านี้อย่างใกล้ชิดเพราะจะเป็นข้อมูลที่สำคัญในการวางแผนระดับกลยุทธ์ (Strategic planning) ของกิจการ

10. ข้อมูลเบื้องต้นประกอบการพิจารณาการทำธุรกิจร้านอาหาร

สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ จำเป็นต้องมีข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่

10.1 **ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหาร** การเริ่มต้นเป็นกิจการร้านอาหาร ผู้ประกอบการจะต้องมีข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้ (อาหาร, สถาบัน, 2551)

10.1.1 **ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายควบคุมร้านอาหาร** ในแต่ละประเทศแต่ละท้องถิ่นมีกฎหมายบังคับใช้ต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษาว่าในท้องถิ่นที่ตนจะเปิดกิจการขายอาหารนั้นมีกฎหมายใดควบคุมอยู่บ้าง และจะต้องดำเนินการขออนุญาตหรือไม่อย่างไร นอกจากนี้ควรมีเป้าหมายด้วยว่านอกจากอาหารแล้ว จะขายเครื่องดื่มด้วยหรือไม่ ถ้าขายเครื่องดื่มประเภทที่มีแอลกอฮอล์จะต้องขออนุญาตด้วยหรือไม่ นอกจากนี้จะต้องศึกษาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติทะเบียนการค้าและระบบการภาษีอากรซึ่งจะต้องดำเนินการด้วยอย่างแน่นอน

10.1.2 **ประเภทของร้านอาหารและรูปแบบของการบริการ** โดยทั่วไปการจำแนกระดับของร้านอาหารนิยมใช้รูปแบบของการบริการเป็นหลักในการจำแนกประเภทของร้านอาหารโดยอาศัยรูปแบบของการบริการและขอบข่ายการดำเนินงาน มีดังนี้ (อาหาร, สถาบัน, 2551)

1) **รูปแบบของการบริการ** การจำแนกโดยอาศัยลักษณะและรูปแบบของการบริการยังไม่มี ความชัดเจนและแตกต่างกันในปัจจุบันสำคัญๆ หลายปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ รูปแบบของรายการอาหาร ราคาอาหารที่เป็นเกณฑ์มาตรฐาน จำนวนพนักงานบริการ ขนาดและขีดความสามารถในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม การแบ่งโดยอาศัยรูปแบบของการบริการก็พอจะมองเห็นภาพว่ากิจการขายอาหารนั้น ๆ อยู่ในเกณฑ์ภัตตาคารระดับสูง ภัตตาคารชั้นกลางหรือร้านอาหารทั่วไป

รูปแบบในการรับประทานอาหารเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงวัฒนธรรมประจำถิ่น ดังนั้น การจัดบริการอาหารจึงเป็นเรื่องที่มีอิทธิพลของวัฒนธรรมประจำถิ่นเข้ามาเกี่ยวข้องพอสมควร แต่แบบแผนของการดำเนินชีวิตในทุกวันนี้ส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะเร่งรีบ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ทำให้ไม่มีเวลาในการบริโภคมากนัก อย่างไรก็ตามผู้บริโภคยังคงมีความต้องการความสุนทรีย์และความสะดวกสบายยามพักผ่อนเพื่อผ่อนคลายความเครียดและความเหนื่อยล้าจากการปฏิบัติหน้าที่การงาน

ตามประวัติการจัดบริการอาหาร รูปแบบของการบริการเกิดขึ้นก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 เมื่อประชาชน เริ่มต้นเดินทางติดต่อค้าขาย สถานที่พักแรมที่จัดบริการอาหารให้แก่ผู้พักแรมด้วยได้ทวีความต้องการมากขึ้นเป็นลำดับ จนกลายเป็นความนิยมในสังคมชั้นสูง เช่น พวกขุนนาง เจ้านาย พ่อค้าและนักธุรกิจในยุคนั้นจะไปหาความสำราญกันโดยถือเป็นประเพณีว่าสุขภาพสตรีที่จะเข้าไปในสถานที่ดังกล่าวจะต้องแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าอาภรณ์ที่งดงามมี

ผู้ติดตามซึ่งเรียกว่า เอสคอร์ต (Escort) คู่มกันไปด้วย บริการที่ทำหน้าที่บริการอาหารเองก็ต้อง แต่งตัวและวางตัวอย่างสุภาพรูปแบบของการบริการอาหารจึงเกิดขึ้นในสังคมชั้นสูงก่อน แล้วจึง ค่อย ๆ แพร่หลายไปในหมู่ประชาชนจนถึงยุคแห่งการทำงานแข่งกับเวลา รูปแบบของการบริการ ในยุคต่อมา จึงค่อย ๆ ลดความสำคัญและเปลี่ยนเป็นการบริการ แบบประยุกต์ซึ่งอาศัยความ สะดวกสบาย ความพอใจของลูกค้า และบริการพิเศษในโอกาสสำคัญ ๆ หรือต้องการคง เอกลักษณะเฉพาะประจำท้องถิ่น หรือประจำร้านทำให้รูปแบบของการบริการในปัจจุบันเปลี่ยนไป

ในประเทศไทยมีรูปแบบของการจัดบริการอาหารส่วนใหญ่โดยใช้บริการยก อาหารที่ปรุงสำเร็จในครัวมาบริการลูกค้ายังโต๊ะอาหาร ลักษณะท่าทางการแต่งตัวและมารยาท ของบริการสามารถใช้เป็นเครื่องชี้บอกระดับของร้านอาหารได้พอสมควร เช่น บริการที่ไม่มีเครื่อง แต่งตัวพิเศษโดยเฉพาะไม่มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับมารยาทและวิธีการบริการ ซึ่งมักจะได้แก่ร้าน ขายอาหารที่พบทั่ว ๆ ไป เป็นร้านขายอาหารที่มุ่งในด้านตัวอาหาร ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ มักจะมีเป้าหมายและจุดประสงค์เพียงเพื่อที่จะบำบัดความหิวเป็นสำคัญ จึงต้องการอาหารที่มี ราคาถูกและบริการที่รวดเร็ว ส่วนร้านอาหารที่จัดบรรยากาศและมีบริการอื่น ๆ เช่น ดนตรี การ แสดง และบริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในรูปแบบต่าง ๆ กันโดยทางร้านจะผนวกค่าบริการ เหล่านี้ไว้ในราคาอาหารด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเป้าหมายและการดำเนินงานของแต่ละร้านอาหาร ใน ส่วนของผู้บริโภคเองหากไม่คุ้นเคยกับร้านอาหารเหล่านี้ การตัดสินใจเลือกร้านอาหารบริโภคอาจ ใช้ข้อมูลในเรื่องของการบอกเล่าต่อ ๆ กันไป ข้อมูลจากการสังเกตจำนวนลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการ ถ้าเป็นที่นิยมสูงแสดงว่าร้านขายอาหารนั้น ๆ จัดบริการอาหารที่เหมาะสมทั้งคุณภาพและราคา นอกจากนี้อาจพิจารณาจากป้ายแนะนำต่าง ๆ ประกอบด้วย

2) ขอบข่ายในการดำเนินงาน โดยถือลักษณะของการดำเนินงาน โดยเฉพาะในด้านรายการอาหาร รูปแบบการบริหารและราคาอาหารเป็นเครื่องแบ่งแยกประเภท ของร้านอาหาร ทั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์ที่จะพยายามจัดรวมกลุ่มของร้านอาหารไว้เป็นกลุ่ม ๆ โดย พิจารณาจัดแบ่งร้านอาหารโดยยึดถือปัจจัยเกี่ยวกับรายการอาหาร ราคาและรูปแบบของการ บริการเป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่ง ทำให้สามารถแบ่งร้านอาหารออกเป็น 11 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 ร้านขายอาหารที่นำกลับบ้าน

ประเภทที่ 2 ร้านขายอาหารเฉพาะอาหารว่าง

ประเภทที่ 3 ร้านขายอาหารแบบจำกัดรายการอาหาร ตั้งราคาสูง ให้บริการ

แบบช่วยตนเอง

ประเภทที่ 4 ร้านขายอาหารแบบจำกัดรายการอาหาร ตั้งราคาปานกลาง
ค่อนข้างถูก ให้บริการแบบช่วยตนเอง

ประเภทที่ 5 ร้านขายอาหารแบบจำกัดรายการอาหาร ตั้งราคาปานกลาง
ให้บริการแบบมีพนักงานบริการ

ประเภทที่ 6 ร้านขายอาหารแบบเลือกสั่งจากรายการอาหาร ตั้งราคาปาน
กลาง ค่อนข้างถูก ให้บริการแบบมีพนักงานบริการ

ประเภทที่ 7 ร้านขายอาหารแบบเลือกสั่งจากรายการอาหาร ตั้งราคาปาน
กลาง ค่อนข้างถูก ให้บริการแบบช่วยตนเอง

ประเภทที่ 8 ร้านขายอาหารแบบเลือกสั่งจากรายการอาหารที่มีให้เลือกมาก
อย่าง ตั้งราคาปานกลาง ให้บริการแบบมีพนักงานบริการ

ประเภทที่ 9 ร้านขายอาหารแบบเลือกสั่งจากรายการอาหารที่มีให้เลือกมาก
อย่าง ตั้งราคาปานกลางค่อนข้างถูก ให้บริการแบบมีพนักงานบริการ

ประเภทที่ 10 ร้านขายอาหารที่มีรายการอาหารพิเศษ ตั้งราคาแพง และ
ให้บริการพิเศษ

ประเภทที่ 11 ร้านขายอาหารที่ให้บริการแบบอื่นๆ ตามความนิยมของสังคม

10.1.3 ขนาดของร้านอาหาร ขนาดของร้านอาหารขึ้นอยู่กับจำนวนลูกค้า
ระบบการบริการ ประเภทของกิจการตลอดจนขนาดและจำนวนโต๊ะอาหาร เช่น ร้านขายอาหาร
ประเภทนํ้ากําลับบ้านหรืออาหารประเภทฟาสฟู๊ดส์ขนาดของร้านประเภทนี้มักไม่ใหญ่โตเท่ากับร้าน
ขายอาหารที่ให้บริการแบบนั่งโต๊ะแต่จะต้องอยู่ในย่านธุรกิจหรือทางผ่านกลับบ้าน ส่วนร้านขาย
อาหารแบบนั่งโต๊ะถ้ามีวัตถุประสงค์ที่จะมุ่งขายตัวอาหารมากกว่าบรรยากาศและการบริการพิเศษ
ร้านอาหารในลักษณะนี้ก็จะไม่ใหญ่โตมากนักเช่นเดียวกัน แตกต่างจากร้านขายอาหารแบบนั่งโต๊ะ
ที่มุ่งขายบรรยากาศและการบริการด้วย ร้านอาหารประเภทนี้จำเป็นต้องใช้เนื้อที่มาก ผู้บริโภคใช้
เวลาในการบริโภคอาหารเป็นเวลานาน จึงต้องมีโต๊ะอาหารเป็นจำนวนที่เหมาะสมกับปริมาณ
ลูกค้าในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการมาก และถ้าอยู่ในย่านธุรกิจหรือใกล้สถานที่ทำงานด้วยแล้วลูกค้า
อาจมาใช้บริการเพื่อเจรจาธุรกิจไปด้วยก็ยิ่งจำเป็นต้องจัดห้องปรับอากาศที่เป็นสัดส่วนตาม
วัตถุประสงค์ของลูกค้า สำหรับร้านอาหารประเภทสวนอาหารที่ผู้ใช้บริการต้องการพักผ่อนไปด้วย
ในเวลาเดียวกันโดยจะพาครอบครัวและเพื่อนฝูงไปด้วย จึงต้องจัดสถานที่ที่เป็นธรรมชาติ เช่น มี
ต้นไม้ สัตว์เลี้ยง น้ำตก และอาจมีเครื่องเล่นสำหรับเด็กด้วย ร้านขายอาหารประเภทสวนอาหารจึง

มักใช้เนื้อที่มาก และมักตั้งอยู่บริเวณชานเมืองซึ่งมีราคาที่ดินไม่สูงนักและอยู่ในทำเลที่มีการจราจรสะดวกไม่ติดขัด แบบนั่งโต๊ะและขายบรรยากาศและบริการโดยทั่วไปถือหลักว่าโต๊ะขนาด 4 ที่นั่งใช้เนื้อที่ประมาณ 12 ตารางฟุตต่อลูกค้า 1 คน โต๊ะนั่งรับประท้านอาหารสามารถนำมาต่อกันได้ หากลูกค้าเข้ามาเป็นกลุ่มใหญ่ โต๊ะสี่เหลี่ยมมีข้อดีในแง่ที่สามารถนำมาต่อกันได้ส่วนโต๊ะกลมมีข้อดีในแง่ของการประหยัดเนื้อที่ เพราะโต๊ะกลมสามารถนั่งรอบๆ โต๊ะได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดเนื้อที่เท่ากับโต๊ะสี่เหลี่ยม เก้าอี้นั่งแต่ละตัวควรมีที่วางห่างกันอย่างน้อย 1.5 ฟุต เพื่อพนักงานสามารถเดินได้สะดวกในการปฏิบัติหน้าที่บริการอาหาร ซึ่งจะช่วยป้องกันอุบัติเหตุชนกันได้สำหรับเส้นทางสัญจรภายในร้านอาหารซึ่งเป็นที่ว่างตรงกลางห้องอาหารควรมีระยะห่างประมาณ 4-5 ฟุต โต๊ะสี่เหลี่ยมมีหลายแบบและหลายขนาด อาจเป็นโต๊ะสี่เหลี่ยมผืนผ้า หรือสี่เหลี่ยมจัตุรัส สำหรับโต๊ะสี่เหลี่ยมจัตุรัส 4 ที่นั่งควรมีขนาด 30 x 30 นิ้ว หรือ 36 x 36 นิ้ว หรือ 45 x 45 นิ้ว และสูงจากพื้นประมาณ 30 นิ้ว

ตารางเป็นเกณฑ์ทั่วไปสำหรับห้องอาหารในสถานที่ต่างๆ โดยกำหนดเป็นเนื้อที่คิดเป็นตารางฟุต/คน ดังตาราง

ชนิดของการบริการ	เนื้อที่ตารางฟุต/คน
ห้องอาหารโรงเรียน	9 – 12
ห้องอาหารแบบเลี้ยงใหญ่เป็นพิธีการในโรงแรมและสโมสรต่างๆ	10 – 11
ห้องอาหารแบบเสิร์ฟตนเองตามโรงแรมใหญ่ๆ และสถาบันการศึกษาชั้นสูง	12 – 15
ภัตตาคารและโรงแรม (แบบคนเสิร์ฟ)	14 – 16
ร้านอาหารขนาดใหญ่แบบเสิร์ฟตนเอง	16 - 18

11. การวางแผนเปิดร้านขายอาหาร

เมื่อได้รวมข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจร้านอาหาร และได้ศึกษาความเป็นไปได้ และมีเงินทุนเพียงพอแล้ว ก็เริ่มดำเนินการตามโครงการได้ โดยขั้นแรกเป็นการเตรียมสถานที่ให้พร้อมสำหรับเปิดขายอาหาร ซึ่งรวมถึงการก่อสร้างหรือเช่าอาคารการตกแต่งสภาพและบรรยากาศภายในและสิ่งแวดล้อมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์และติดตั้งอุปกรณ์ รวมทั้งการดำเนินการเพื่อขอใบอนุญาตเปิดร้านขายอาหาร การเตรียมการขั้นต่อไปหลังจากสถานที่พร้อมที่จะเปิดร้านได้แล้ว

การบริหารในขั้นนี้ได้แก่ การวางรูปแบบและระบบงาน การจัดหาภาชนะและวัสดุอุปกรณ์ การบรรจุคนเข้าทำงาน และบริหารการเงิน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

11.1 การวางรูปแบบและระบบงาน เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารควรกำหนดนโยบายให้ชัดเจนว่าจะเปิดร้านขายอาหารในลักษณะใด เช่น เปิดแบบสวนอาหาร แบบภัตตาคาร ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง หรือร้านขายอาหารตามสั่ง อาหารประจำภาค อาหารนานาชาติ มีดนตรี และนันทนาการอย่างอื่นหรือไม่ หรือมุ่งขายอาหารเป็นหลักหรือขายเครื่องดื่มเป็นหลัก มีเงินทุนหมุนเวียนเท่าใด เหล่านี้เป็นเรื่องของนโยบายที่ควรกำหนดไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ควรระบุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ไว้ด้วย เช่น มีเป้าหมายที่จะบริการลูกค้าในเวลาใด จำนวนโต๊ะเก้าอี้ และประมาณการยอดขาย ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร จะส่งเสริมการขายด้วยวิธีใด

การบริหารงานควรยึดหลักสำคัญ 4 ประการ คือ การกำหนดโครงสร้างระบบงานที่ดี การจัดระบบสายงานที่มีประสิทธิภาพ การบำรุงขวัญและกำลังใจพนักงาน และการตรวจสอบควบคุมอย่างสม่ำเสมอ โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

11.1.1 การกำหนดโครงสร้างระบบงานที่ดี หมายถึง การกำหนดเค้าโครงของระบบงานว่าต้องการอย่างไร เช่น การจัดซื้อวัตถุดิบ จะใช้วิธีไปจ่ายตลาดเองหรือให้ผู้จัดหามาส่งโดยวิธีเสนอราคาหรือวิธีประมูลราคา วางแผนระบบการตรวจรับรวมทั้งการเตรียมพื้นที่ให้พร้อมเพื่อการนี้ด้วย การจัดระบบงานควรถือหลักประหยัดทั้งเวลา เงิน และแรงงาน การจัดระบบการบริการและการเรียกเก็บเงินจากลูกค้าต้องถือหลักว่าเมื่อลูกค้าเข้าร้านแล้วจะต้องไม่เดินออกไปโดยที่ยังไม่ได้บริโภคอาหาร ลูกค้าควรเกิดความพึงพอใจที่จะนั่งอยู่ในร้านและใช้เงินให้มากที่สุด ระบบการเรียกเก็บเงินจากลูกค้าต้องยุติธรรมและถูกต้องตามข้อเท็จจริง หาวิธีป้องกันการทุจริตจากพนักงาน เช่น วิธีการลงรายการในบิลสั่งของให้เขียนโดยทำสำเนาด้วย แบ่งออกเป็น 3 ใบ โดยส่งให้ฝ่ายสั่งทำอาหารในครัว แคชเชียร์ และเก็บไว้เป็นหลักฐาน

11.1.2 การจัดระบบสายงานที่มีประสิทธิภาพ หมายถึง การจัดแบ่งสายงานและหน้าที่ความรับผิดชอบ เช่น แบ่งออกเป็นฝ่ายอาหารคาว อาหารหวาน เครื่องดื่ม เก็บล้างบริการ ฯลฯ โดยกำหนดให้มีหัวหน้าฝ่ายเป็นผู้รับผิดชอบของแต่ละฝ่ายโดยรายงานต่อผู้จัดการ หรือจะใช้ระบบอื่นก็แล้วแต่ แต่จะต้องกำหนดตำแหน่งหน้าที่ (job description) ของงานแต่ละตำแหน่งไว้และให้อำนาจแก่หัวหน้าฝ่ายให้รับผิดชอบงานอย่างอิสระโดยมีการประเมินผลงานเป็นช่วงๆ

11.1.3 การบำรุงขวัญและกำลังใจพนักงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นที่จะทำหน้าที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีการให้รางวัลหรือลงโทษ

บ้าง การประเมินผลงานควรให้พนักงานด้วยกันมีส่วนร่วมในการประเมิน เพื่อให้ทุกคนเกิดความตระหนักในหน้าที่ที่รับผิดชอบและมีกำลังใจที่จะทำหน้าที่ให้ดี

11.1.4 การตรวจสอบและการควบคุมอย่างสม่ำเสมอ การตรวจสอบและการควบคุมกระทำได้ 2 วิธี คือ โดย การสังเกตและโดยการวัดจากหลักฐานที่ปรากฏ ผู้ตรวจสอบควบคุมควรเป็นระดับหัวหน้าฝ่ายขึ้นไปควรเป็นคนที่มีความยุติธรรมละเอียด ไม่หุนหันเหือคนง่าย สำหรับการสังเกตมักใช้กับพนักงานบริการ ส่วนการตรวจสอบจากหลักฐานต่างๆ นิยมใช้กับเรื่องบัญชีและการการเงินที่จะต้องเรียกหาหลักฐานต่างๆ มาตรวจสอบเป็นครั้งคราว

11.2 การจัดหาภาชนะและวัสดุอุปกรณ์ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อภาชนะและวัสดุอุปกรณ์สำหรับกิจการจัดบริการอาหารจะต้องคำนึงถึง

11.2.1 จุดประสงค์ของการใช้งาน ภาชนะที่จะใช้ต้องดูทั้งชนิดของวัสดุและรูปแบบว่าเหมาะสมกับจุดประสงค์ของการใช้งานหรือไม่ วัสดุที่ใช้ทำภาชนะมีหลายชนิด เช่น โลหะ เครื่องเคลือบดินเผา กระจกเคลือบ แก้ว พลาสติก และไม้ วัสดุบางชนิดทนกรด ทนความร้อนได้ดีในขณะที่บางชนิดไม่ทนต่อสภาพดังกล่าว

11.2.2 ราคาเหมาะสม การจัดบริการอาหารจำเป็นต้องใช้ภาชนะเป็นจำนวนมาก ภาชนะเหล่านี้มักแตกหักเสียหายหรือสูญหายได้ง่าย ทำให้ค่าใช้จ่ายที่เป็นภาระหนักในกิจการประเภทนี้ ฉะนั้น แม้ว่าจะมีการดูแลควบคุมให้พนักงานเพิ่มความระมัดระวังและหมั่นตรวจเช็คอยู่เสมอๆ แต่ปรากฏว่าจำเป็นต้องจัดหาภาชนะมาเพิ่มเติมทดแทนอยู่เป็นประจำ ด้วยเหตุนี้จึงต้องเลือกซื้อภาชนะที่มีราคาไม่สูงนัก เช่น แก้วน้ำที่เนื้อแก้วทำด้วยผลึกของตะกั่ว (lead crystal) เป็นแก้วที่มีคุณภาพสูงแต่มีราคาแพง ส่วนแก้วที่เนื้อแก้วทำด้วยโซดาไลม์ (soda-lime) จะมีราคาถูกกว่าและทนทานต่อการใช้งาน จึงควรเลือกใช้แก้วที่ทำด้วยโซดาไลม์มาใช้ในการบริการน้ำดื่ม แต่ถ้าประสงค์จะบริการไวน์ที่มีรสชาติแปลกๆ ก็จำเป็นต้องเลือกใช้แก้วที่ทำจากผลึกตะกั่วในทำนองเดียวกันภาชนะพื้นบ้านประเภทเครื่องเคลือบดินเผาที่เป็นของพื้นบ้าน เช่น หม้อแกงดินเผา ซึ่งนอกจากจะมีราคาถูกแล้วยังบ่งบอกถึงความมีรสนิยมแบบไทยภาชนะชนิดนี้เหมาะใช้ใส่แกงส้ม และดีกว่าการใช้ภาชนะโลหะด้วยซ้ำไป กรณีเช่นนี้จึงอยู่ในดุลพินิจที่จะบริหารงานโดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความประหยัดและรสนิยมในการอนุรักษ์ศิลปะทางวัฒนธรรม

โดยปกติการซื้อภาชนะในปริมาณมากจะทำให้ราคาถูกลง แต่ทั้งนี้ต้องคำนวณดูด้วยว่าจะใช้หมดไปได้ภายในระยะเวลาพอสมควร เพราะการสั่งซื้อภาชนะมาเก็บไว้มาก

รับประทานไป นอกจากเปลี่ยนสถานที่เก็บ เป็นภาระให้ต้องคอยระวังรักษาแล้วยังนำเงินมาจมไว้ซึ่งไม่ถูกต้องตามหลักการลงทุนอีกด้วย

11.2.3 อายุการใช้งานทนทาน งานจัดบริการอาหารเป็นงานหนัก โดยเฉพาะภาระเกี่ยวกับการเก็บล้างภาชนะการที่มีจำนวนมาก ภาชนะ เหล่านี้จะกระทบกระเทือนกันเป็นเหตุให้แตกหักชำรุดเสียหายได้ การเลือกซื้อภาชนะจึงต้องพิจารณาเกี่ยวกับอายุการใช้งานด้วย ภาชนะที่ทำด้วยกระเบื้องเคลือบชั้นดีโดยมากมักแตกชำรุดได้ง่าย การนำมาล้างรวมๆ กันในปริมาณมาก จะเป็นเหตุให้เสียหายมาก ฉะนั้นจึงควรพิจารณาเลือกใช้ภาชนะที่มีความหนาพอสมควร ไม่แตกง่าย บางแห่งใช้ภาชนะที่ทำด้วยโลหะ หรือพลาสติกแทนภาชนะที่ทำด้วยกระเบื้องเคลือบ ทั้งนี้ควรพิจารณาให้เหมาะสมกับความยินยอมในสังคมที่มีผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย

11.2.4 ง่ายต่อการเก็บรักษา ภาชนะที่ใช้สำหรับวัตถุประสงค์เดียวกันควรมีรูปทรงแบบเดียวกัน มีสีเดียวกันเพื่อให้ดูกลมกลืนและสามารถวางซ้อนๆ กันได้ ทำให้ง่ายต่อการเก็บรักษา

11.2.5 ง่ายต่อการทำความสะอาด การออกแบบภาชนะไม่ควรหักมุมหรือมีรอยต่อมาก เศษอาหารหมักหมม และล้างออกไปยาก ในการจัดบริการอาหารไม่ควรใช้ภาชนะที่จะล้างทำความสะอาดยาก เพราะภาชนะดังกล่าวไม่ถูกสุขลักษณะและจะเป็นสาเหตุทำให้การบริโภคอาหารไม่ปลอดภัยยิ่งขึ้นได้

11.2.6 ควรมีสีเรียบและเป็นชุดเดียวกัน ภาชนะโดยเฉพาะจานควรใช้สีขาวจะเหมาะสมกว่า เพราะนอกจากไม่มีสีที่จะเป็นอันตราย ไม่มีสารตะกั่วจากสีเป็นพิษต่อผู้บริโภคแล้ว เมื่อนำมาจัดอาหารที่ประกอบด้วยสีสันท่างๆ ยังทำให้อาหารจานนั้นน่าบริโภคอีกด้วย

ภาชนะควรใช้เป็นชุดมีสีหรือลายเดียวกัน โดยมีขนาดต่างๆ กันตามต้องการ สำหรับสถานจัดบริการอาหารขนาดใหญ่ที่ต้องใช้ภาชนะจำนวนมากควรสั่งทำโดยระบุชื่อร้าน นอกจากเป็นการประชาสัมพันธ์ชื่อร้านไปในตัวแล้ว ยังดูเป็นงานเป็นการ สร้างความรู้สึกที่ดีให้แก่ผู้บริโภคด้วย

สำหรับวัสดุหรืออุปกรณ์อื่น ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบ ปิ้ง และเตรียมอาหาร ภาชนะเหล่านี้ควรวางแผนเลือกซื้อชนิดที่ปลอดภัย ทนทานและสามารถวางซ้อนๆ กันได้

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเสิร์ฟหรือบริการอาหาร ได้แก่ ถาด กะละมังและรถเข็น เก็บถ้วยชามจากโต๊ะควรพิถีพิถันในเรื่องการออกแบบและเลือกซื้อให้ดูกลมกลืนกับเฟอร์นิเจอร์หรือเป็นรูปแบบและชนิดเดียวกัน ซึ่งจะไม่ทำให้เกิดภาพไม่เป็นระเบียบหรือทำลายบรรยากาศในขณะที่ลูกค้ากำลังบริโภคอาหาร

11.3 การบรรจุคนเข้าทำงาน

การบรรจุคนเข้าทำงานควรถือหลักดังที่ฝรั่งเรียกว่า put the right man on the right job คือ ต้องดูความสามารถของคนเพื่อบรรจุเข้าทำงานในตำแหน่งหน้าที่ที่เหมาะสมงานจัดบริการอาหารที่ละเอียดและจุกจิก ผู้ที่มีใจรักทางนี้จะทำหน้าที่ของตนได้ดีและมีความอดทนมากกว่าผู้ไม่มีใจรัก นอกจากนี้ธุรกิจประเภทนี้ยังต้องใช้คนเป็นจำนวนมาก การอยู่ร่วมกันย่อมมีเรื่องกระทบกระทั่งกันเป็นธรรมดา ฉะนั้นการทะเลาะเบาะแว้งกันย่อมเกิดขึ้นได้เสมอ การสังเกตพฤติกรรมคนและบุคลิกภาพในตอนรับสมัครงานจึงเป็นเรื่องสำคัญซึ่งนอกจากจะดูประสบการณ์ของผู้สมัครแล้ว ยังต้องพิจารณาอุปนิสัย ความสะอาด และการมีมนุษยสัมพันธ์เป็นส่วนประกอบด้วย

11.4 การวางแผนด้านการเงิน

ธุรกิจการทำร้านอาหารจะประสบความสำเร็จได้นั้นเจ้าของกิจการจะต้องเป็นนักบัญชีที่ดีด้วย ต้องมีการตรวจสอบบัญชีทุกวันเพื่อจะได้รู้ถึงฐานะทางการเงินของร้าน และเพื่อที่จะสามารถควบคุมยอดรายจ่ายบางอย่างที่สูงกว่าความจำเป็น ก่อนเปิดร้านต้องมีเงินสดสำรองจำนวนหนึ่งเพื่อใช้จ่ายในระยะแรกที่ยังไม่มีรายได้เข้าร้านเพราะร้านที่เปิดใหม่ๆ มักจะไม่ได้เครดิต วิธีการจัดการระบบการเงินของร้านอาหาร

11.4.1 รายได้ประจำวันของแต่ละวัน ให้นำเข้าบัญชีธนาคารในวันรุ่งขึ้นตามจำนวนเต็มที่ได้รับโดยหักยอดเครดิตต่างๆ ออก เช่น บัตรเครดิตต่างๆ หรือลูกค้าบางรายที่ให้ลงบัญชีเครดิตได้ เงินสดที่เหลือจะเป็นยอดเงินสดเต็มที่จะฝากเข้าธนาคารทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบ

11.4.2 มีการตรวจสอบเงินสดคงเหลือในบัญชีทุกวัน เพื่อสะดวกแก่การชำระหนี้สินให้แก่เจ้าหนี้

11.4.3 การสั่งซื้อของประจำวัน ส่วนมากแล้วสำหรับร้านใหญ่จะเป็นในรูปแบบของเครดิต ซึ่งแล้วแต่ว่าทางร้านจะตกลงกับเจ้าหนี้ว่าจะชำระภายใน 15 วันหรือ 1 เดือน โดยชำระหนี้ในรูปแบบของการตีเช็คธนาคาร

11.4.4 การเก็บเงินลูกค้า ควรใช้เครื่องมือที่มีการบันทึกยอดขายที่สามารถตรวจสอบได้เพื่อควบคุมการรั่วไหล

12. การจัดการธุรกิจอาหาร

ผู้ที่มีความคิดริเริ่มประกอบธุรกิจร้านอาหารมีความรู้หรือประสบการณ์ทางด้านร้านอาหารมาบ้างพอสมควร มีความคิดที่จะเปิดร้านอาหารเกิดจากประสบการณ์ที่ได้พบเห็น และมีความตั้งใจจริงในการดำเนินการธุรกิจด้านนี้ การสำรวจความพร้อมและทรัพยากรก่อนเปิดร้านอาหารการวางแผนการจัดการธุรกิจอาหารประกอบด้วย

12.1 เลือกประเภทห้องอาหาร และลักษณะการให้บริการ ควรมีการสำรวจว่าร้านอาหารประเภทไหนที่กำลังเป็นที่นิยมของลูกค้า ศึกษาถึงวิธีการบริการของร้านอาหารนั้น ตลอดจนข้อดีข้อเสียเพื่อใช้เป็นแนวทางในการเปิดร้านอาหาร ในการเลือกประเภทของร้านอาหารและลักษณะการให้บริการนี้มีอยู่ 2 แบบ คือ การเลียนแบบร้านอาหารที่กำลังอยู่ในความนิยม โดยเพิ่มเติมสิ่งที่ต้องปรับปรุงแบบนี้ ร้านอาหารประเภทนี้มีความเสี่ยงน้อยเนื่องจากอยู่ในความนิยม และการออกแบบประเภทของร้านอาหารในแนวใหม่ โดยมีความคิดริเริ่มใหม่ๆ แบบนี้ต้องใช้เงินลงทุนมากในการโฆษณาหรือใช้เวลาในการดึงดูดลูกค้าให้หันมานิยม แบบหลังนี้เหมาะสำหรับผู้ที่มีเงินทุนสูง แต่ถ้าประสบความสำเร็จจะได้รับผลกำไรสูง

12.2 เงินลงทุน เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับผู้ประกอบการค้า แหล่งเงินทุนต่างๆ ได้แก่ สถาบันการเงิน ธนาคาร เงินยืมจากเพื่อน ญาติ หรือเงินรวมลงทุน เงินลงทุนนี้จะต้องมีระยะยาวพอสมควร เพื่อมิให้การดำเนินงานติดขัดได้ การวางแผนเกี่ยวกับเงินลงทุนนี้อาจมีการใช้เครดิต หรือสินเชื่อเพื่อลดจำนวนเงินสดในการหมุนเวียนให้น้อยลง ดังนั้นการวางแผนเกี่ยวกับเงินลงทุนนี้ จึงต้องใช้เวลาศึกษาดูว่า จะต้องใช้เงินลงทุนอย่างน้อยเท่าไรและมีสำรองเท่าไรจึงจะพอใช้ในการดำเนินกิจการร้านอาหาร

12.3 บุคลากร ในการเริ่มต้นวางแผนการเกี่ยวกับการเปิดร้านอาหารอาจมีบุคลากรไม่กี่คน อาจเป็นหุ้นส่วนหรือผู้ที่ไว้ใจตั้งเป็นที่บริหารงาน ซึ่งจะแยกไปทำหน้าที่ต่างๆ กัน เช่น ฝ่ายบุคคล ฝ่ายบัญชี ฝ่ายบริการ ฝ่ายครัว ฝ่ายจัดซื้อ เป็นต้น ซึ่งการว่าจ้างบุคลากรประเภทต่างๆ เป็นหน้าที่ของฝ่ายบุคคลซึ่งจะทำการคัดเลือกพนักงานตามความรู้ความสามารถและลักษณะงาน ตลอดจนการอบรมพนักงานตามนโยบายของฝ่ายบริหาร ดังนั้นพอสรุปได้ว่าบุคคลเริ่มต้นก็คือฝ่ายบริหารนั่นเอง ซึ่งจะกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการว่าจ้าง และตำแหน่งงานต่างๆ ให้แก่ฝ่ายบุคคลเพื่อทำการคัดเลือกพนักงานฝ่ายต่างๆ

12.4 อุปกรณ์เครื่องใช้ เมื่อได้ตกลงเกี่ยวกับประเภทของร้านอาหารและเงินลงทุนแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็เป็นการสำรวจตลาดว่าจะมีลูกค้าประมาณเท่าใด ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดขนาดของร้านอาหารตลอดจนจำนวนอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องใช้ เช่น จำนวนโต๊ะ ม้านั่ง อุปกรณ์ เครื่องมือ

เครื่องใช้ต่างๆ ในห้องครัว ผ้าปูโต๊ะ ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ต้องมีไว้ใช้ให้เพียงพอสำหรับลูกค้า การวางแผนเกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องใช้ต้องมีผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการเก็บรักษา การทำความสะอาด การนำมาใช้ให้สะดวก รวดเร็ว และควรมีการวางแผนให้สอดคล้องกับการบริการ

12.5 การออกแบบเมนูอาหาร สิ่งที่ถูกคัดค้านอันดับแรกเมื่อมาใช้บริการห้องอาหารก็คือ สมุดแสดงรายการอาหารหรือเมนู ร้านอาหารขนาดเล็กซึ่งมีอาหารไม่มากก็จะมีเมนูขนาดเล็ก ส่วนร้านอาหารขนาดใหญ่มีรายการอาหารให้เลือกมากมักจัดทำเมนูเป็นเล่ม การออกแบบเมนูอาหารให้มีลักษณะสวยงาม รวมถึงการแสดงผลภาพประกอบ และอ่านง่าย และมีรายการอาหารเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ต้องเตรียมไว้พร้อมสำหรับทุกรายการในเมนูเมื่อลูกค้าสั่งก็ให้ตามต้องการ

12.6 เทคนิคในการจัดการร้านขายอาหาร ในการจัดการร้านขายอาหาร ผู้จัดการร้านอาหารมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารและควบคุมให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายที่ฝ่ายบริหารเป็นผู้กำหนด ร้านอาหารที่ดีอยู่ในความนิยมของประชาชน เป็นผลสืบเนื่องมาจากระบบจัดการที่ดีคือนอกจากอาหารจะอร่อย ถูกปาก การให้บริการที่ดีทำให้ลูกค้าพอใจ เป็นผลสืบเนื่องมาจากระบบจัดการที่ดีนั่นเอง

ร้านอาหารที่มีระบบการจัดการที่ดีควรมีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบชัดเจน ทำให้พนักงานทำงานด้วยความสามัคคีและมีความตั้งใจดี ช่วยกันแก้ไขปัญหาเมื่อมีเหตุบกพร่อง

12.7 เทคนิคการจัดการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ในการจัดการด้านอาหารและเครื่องดื่มนั้น ปกติแล้วผู้จัดการห้องอาหารมีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกับหัวหน้าก๊วกในการออกรายการอาหาร หรือร่วมกับหัวหน้าบาร์ในการออกรายการเครื่องดื่ม ซึ่งได้กำหนดราคาอาหารและเครื่องดื่ม จากการคำนวณราคาต้นทุนและกำไรที่ต้องการและเปรียบเทียบกับร้านอาหารอื่นๆ แล้วว่าราคาใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เพื่อไม่ให้ราคาสูงหรือต่ำกว่ากันมากนัก บางครั้งอาจต้องขึ้นนโยบายตั้งราคาให้ถูก เอากำไรน้อย ทั้งนี้เพื่อให้มีลูกค้าจำนวนมาก แต่ต้องไม่ต่ำกว่าราคาต้นทุน การจัดการอาหารมีหลายอย่างตามรายการอาหารหรือเมนู แต่อย่างน้อยจะต้องมีอาหารสีห้ารายการเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า สำหรับสวนอาหารขนาดใหญ่ควรจัดเมนูสำหรับเด็กด้วย การเตรียมและปรุงอาหารต้องสะอาด และเลือกใช้อาหารที่ดีมีประโยชน์ ผู้จัดการห้องอาหารจะต้องมีการปรึกษารื้อกับหัวหน้าก๊วกเป็นประจำ เพื่อออกรายการอาหารใหม่ๆ หรือเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขรสชาติของอาหารตามสูตรซึ่งได้รับคำติชมจากลูกค้า ควรจะมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานครัวกับพนักงานบริการ ซึ่งปรากฏบ่อยๆ ในการนี้ผู้จัดการห้องอาหารจึงมีหน้าที่คอยดูแลจัดการ

สำหรับหัวหน้าบาร์อาจมีการออกรายการเครื่องดื่มที่พิเศษโดยความเห็นชอบจากผู้จัดการ ทั้งนี้เพื่อให้มีรายการเครื่องดื่มที่เปลี่ยนแปลง ไม่ให้ลูกค้ามาประจำเกิดความเบื่อหน่าย สำหรับการควบคุมการออกอาหารหรือเครื่องดื่ม จะต้องมีการตรวจสอบอยู่เสมอ เพื่อมิให้เกิดการทุจริตขึ้น

12.8 เทคนิคในการจัดการบุคลากร บุคลากรในระยะเริ่มต้นได้แก่ ฝ่ายบริหารซึ่งจะได้กำหนดนโยบายในการรับบุคคลเข้าทำงานและจัดสรรตำแหน่งต่างๆ ให้แก่ฝ่ายบุคคล ซึ่งมีผู้จัดการฝ่ายบุคคลเป็นผู้รับผิดชอบภารกิจด้านบุคลากรต่างๆ เช่น การว่าจ้าง การประกัน (ออกค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล) การฝึกอบรม การให้รางวัลตอบแทนความดีความชอบ การบันทึกทะเบียนประวัติ และการทดแทนในกรณีเลิกจ้าง ดังนั้นผู้จัดการฝ่ายบุคคลจึงมีความสำคัญมากในเรื่องการจัดสรรบุคคลเข้าทำงานให้ตรงตามความสามารถ สำหรับการบริการในร้านอาหาร พนักงานเสิร์ฟจะต้องเป็นผู้ที่มีความอดทนสูง และมีความรับผิดชอบ พนักงานที่รับเข้าทำงานจะต้องผ่านการอบรมทางด้านบริการและมีความรู้ทางด้านอาหารเป็นอย่างดี ร้านอาหารบางแห่งรับสมัครเฉพาะพนักงานที่มีประสบการณ์ ทั้งนี้เพื่อไม่ต้องการให้มาอบรมกันมาก ผู้ที่มีประสบการณ์จากร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ย่อมมีโอกาสในการทำงานดีกว่าผู้ที่มีประสบการณ์น้อยหรือไม่มีเลย

12.9 เทคนิคในการจัดการด้านการเงิน โดยปกติแล้วผู้จัดการห้องอาหารจะเป็นผู้เซ็นชื่อรับทราบรายได้ - รายจ่าย แต่ละวันของห้องอาหาร ซึ่งพนักงานเก็บเงินหรือแคชเชียร์จะเป็นผู้ทำรายงานให้ผู้จัดการทราบและตรวจสอบ เงินสดที่ขายได้แต่ละวันจะนำไปฝากธนาคารโดยพนักงานเก็บเงิน (Cashier) หรือผู้จัดการ โดยฝากในบัญชีของร้านอาหาร ผู้มีสิทธิเบิกเงินเป็นผู้ที่ได้รับอนุมัติโดยฝ่ายบริหารหรือเจ้าของกิจการ ส่วนงานบริหารทั้งหมดที่เกี่ยวกับการเงินการบัญชี การควบคุมกำกับดูแลกระแสเงินสดและทรัพย์สินอื่นๆ บัญชีคลังอาหารและเครื่องดื่ม บัญชีลูกหนี้ เจ้าหนี้ และรายงานทางสถิติต่างๆ เป็นหน้าที่ของฝ่ายบัญชี ซึ่งมีหัวหน้าฝ่ายบัญชีหรือสมุหบัญชีเป็นผู้รับผิดชอบ ดังนั้นผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวกับด้านการเงินจึงต้องเป็นบุคคลที่ได้รับความไว้วางใจจากเจ้าของกิจการ

12.10 เทคนิคการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการหาลูกค้า จุดประสงค์เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักและสนใจที่จะมารับบริการมีหลายรูปแบบ นับตั้งแต่การแจกแผ่นใบปลิวนามบัตร การโฆษณาต่างๆ ตามหน้าหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง หรือทางวิทยุโทรทัศน์ ค่าใช้จ่ายในการโฆษณามักน้อยขึ้นอยู่กับวิธีการโฆษณา ส่วนผลที่ได้จากการโฆษณานั้นขึ้นอยู่กับสิ่งที่ดึงดูดใจและเทคนิคในการโฆษณา

การโฆษณาเป็นช่วงๆ ระยะเวลาเริ่มต้นแนะนำให้ผู้รู้จัก ระยะเวลาหลังช่วงที่ลูกค้าลดลงควรมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เป็นการแนะนำให้ลูกค้าได้รู้จัก และมีความต้องการมารับประทานอาหาร ดังนั้นข้อความในการโฆษณาจึงควรเน้นเรื่องรายการอาหารที่เป็นพิเศษจากร้านอาหารทั่วไป อาจมีการบริการพิเศษ เช่น รายการลดราคาเป็นช่วงเวลาหรือรายการแจกรางวัล เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจลูกค้า ซึ่งการแจกรางวัลหรือการลดราคา เป็นวิธีการส่งเสริมการขายประเภท

ร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จมีลูกค้าจำนวนมาก เป็นที่สนใจของผู้ที่ผ่านไปมา ทำให้อยากลองชิมอาหารมากยิ่งขึ้น ดังนั้นทำเลที่ตั้งของร้านอาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญ ลูกค้ามีที่จอดรถสะดวกสบาย เมื่อแวะเข้าไปรับประทานอาหารแล้วได้รับการบริการดี อาหารดี ราคาถูก ก็จะเป็นส่วนซึ่งทำให้ลูกค้าติดใจมารับบริการในครั้งต่อไปอีก ดังนั้นหลักการในการโฆษณาจึงมีอยู่ว่า ทำอย่างไรจึงจะแนะนำให้มีลูกค้ามากๆ ซึ่งเมื่อมาแล้วก็ติดใจเพราะอาหารดี ราคาถูก การบริการที่ดี บรรยากาศดี ที่เน้นเรื่องอาหารดีราคาถูก ก็เพราะเป็นค่านิยมของนักบริโภค ทุกคนที่ต้องการร้านอาหารดี ราคาถูกเป็นอันดับแรกจึงแวะมา ซึ่งเมื่อได้รับการบริการที่ถูกต้องก็จะเป็นลูกค้าประจำ ทำให้มีการแนะนำกันต่อไป อีก ส่งผลได้ปริมาณลูกค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น

13. ทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการขายอาหาร

ตามสภาพการณ์ในสังคมปัจจุบัน การประกอบการธุรกิจทางด้านร้านอาหารมีการแข่งขันกันมาก ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจึงต้องมีทักษะที่จำเป็นและประสบการณ์ทางด้าน การประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับร้านอาหาร สามารถพัฒนาเทคนิคการบริหารและการจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี และหาวิธีแปลกใหม่มาใช้ในการส่งเสริมการขายทักษะต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารประกอบด้วย

13.1 ทักษะในการจัดบริการอาหารตามหลักโภชนาการ

ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความสนใจหาความรู้เกี่ยวกับอาหารบำรุงสุขภาพอยู่เสมอ และพยายามแสวงหาอาหารที่มีประโยชน์มาบริโภคแม้ว่าจะมีราคาแพงก็ตาม เป็นผลให้ธุรกิจการผลิตอาหารบำรุงสุขภาพ อาหารเสริม และอาหารบำบัดโรคเกิดขึ้น ซึ่งต้องอาศัยวิธีการส่งเสริมการขายโดยเผยแพร่ความรู้ทางโภชนาการประกอบด้วย เป็นการสร้างความศรัทธาและความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนผู้บริโภคก่อนตัดสินใจเลือกซื้ออาหารนั้นๆ กรณีดังกล่าวเป็นการเผยแพร่โฆษณาอาหารชนิดใดชนิดหนึ่งเพียงชนิดเดียว จะทำให้ผลตอบสนองต่อร่างกายน้อยกว่าอาหารประจำวันที่มีคุณค่าครบถ้วนตามหลักโภชนาการ ผู้ประกอบการจึงควรมีข้อเท็จจริงในส่วนนี้ มาจัดทำเมนูอาหารพิเศษสำหรับส่งเสริมสุขภาพทุกๆ ไป หรือบำบัดเฉพาะโรคโดยใช้ความรู้ทาง

โภชนาการด้วย เช่น อาหารสำหรับคนอ้วน อาหารสำหรับคนเป็นโรคความดันโลหิตสูง อาหารสำหรับผู้เป็นโรคเบาหวาน อาหารสำหรับผู้สูงอายุ ฯลฯ นอกจากนี้ควรจัดทำตารางความต้องการสารอาหารของบุคคลปกติตาม อายุ เพศ วัยต่างๆ กันด้วย เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน และยังสามารถได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภค

สิ่งเหล่านี้แม้จะยังไม่พบว่ามีการขายอาหารของเอกชนรายใดจัดทำขึ้น แต่ในอนาคตถ้ามีผู้ประกอบการริเริ่มความคิดนี้ขึ้น น่าจะมีผู้สนใจอุดหนุนกิจการจำนวนมาก เพราะปัจจุบันมีแนวโน้มว่าประชาชนตื่นตัวในเรื่องการบริโภคอาหารเพื่อเสริมสร้างสุขภาพกันมาก การที่มีร้านอาหารจัดทำเมนูอาหารโดยมีการคำนวณพลังงานไว้ให้พร้อมสรรพแถมยังให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการด้วยจึงน่าจะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น

13.2 ทักษะในการถนอมอาหาร แม้ว่าเมนูอาหารส่วนใหญ่มักใช้วัตถุดิบที่เป็นอาหารสดก็ตาม แต่ผู้ประกอบการร้านอาหารควรมีทักษะความรู้เกี่ยวกับกลไกการเปลี่ยนแปลงของอาหาร บทบาทหน้าที่ของวัตถุเจือปนอาหาร ตลอดจนวิธีใช้และปริมาณที่กำหนดด้วยจะช่วยให้การถนอมอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ใช้วิธีการทางกายภาพหรือทางเคมีปรับปรุงลักษณะเนื้อสัมผัสของผัก - ผลไม้ดองให้มีความกรอบ รู้จักทำเนื้อสัตว์ให้นุ่มและชุ่มฉ่ำ รู้กลวิธีในการหุงต้มผักให้คงความเขียวคล้ายผักสด รู้กลวิธีในการป้องกันปฏิกิริยาการเกิดสีน้ำตาลของผลไม้ที่มีสีชาขาว เป็นต้น

13.3 ทักษะในการควบคุมคุณภาพ การควบคุมคุณภาพหรือปัจจุบันมักเรียกกันว่า คิวซี (Quality Control Q.C.) เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจทุกประเภทรวมทั้งกิจการจัดบริการอาหาร ถ้าไม่มีการควบคุมคุณภาพแล้ว อาจทำให้ลูกค้าก็จะขาดความเชื่อถือ ขาดความไว้วางใจ และจะไม่กลับมาใช้บริการอีก

ขั้นตอนของการควบคุมคุณภาพในการจัดบริการอาหารควรมีในทุกขั้นตอน การดำเนินงานเริ่มตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงอาหารปรุงสำเร็จ รวมถึงการควบคุมคุณภาพที่มุ่งในด้านสุขลักษณะและความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ซึ่งเรียกว่าการสุขาภิบาลอาหาร ความพิถีพิถันในเรื่องนี้ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจเมื่อมาใช้บริการ

ความสม่ำเสมอในด้านรสชาติของอาหารและการให้บริการที่ดีทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ตลอดจนราคาอาหารที่ยุติธรรมและคิดเงินถูกต้องตามข้อเท็จจริงเป็นปัจจัยส่งเสริมให้กิจการก้าวหน้าไปได้ด้วยดีจึงควรเอาใจใส่ดูแลและควบคุมให้เป็นไปตามเกณฑ์ของร้านอย่างเคร่งครัด

13.4 ทักษะในศิลปะและจิตวิทยา ภาพสีของอาหารเมนูต่างๆ ที่ปรากฏตามรายการอาหารและห้องอาหาร มีผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภค ทำให้เกิดความรู้สึกอยากชิมและ

สามารถเรียกน้ำย่อยได้ ผู้จัดบริการอาหารจำเป็นต้องมีทักษะทางศิลปะและจิตวิทยาในการตกแต่งอาหารที่สะอาด สวยงาม ทำให้เกิดความรู้สึกอยากบริโภค สร้างบรรยากาศและอารมณ์ให้ผู้บริโภคต้องการใช้เวลาอยู่กับสิ่งเหล่านี้แม้ยังไม่เกิดความรู้สึกหิวขึ้นก็ตามเทคนิคเหล่านี้ ได้แก่

13.4.1 การเล่นสี อาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วอาจมีสีจัดหรือสีเข้มไม่น่าสนใจ ผู้มีศิลปะคือผู้ที่สามารถนำอาหารเหล่านั้นมาจัดวางตกแต่งบนภาชนะที่มีผักสีต่างๆ เป็นส่วนประกอบ ทำให้อาหารจานนั้นดูน่าบริโภคยิ่งขึ้นและยังชวนให้เกิดความรู้สึกว่าผู้บริโภคจะได้รับคุณค่าทางอาหารเพิ่มขึ้นด้วย

13.4.2 การเลือกใช้ภาชนะ ร้านอาหารที่พิถีพิถันเลือกใช้ภาชนะซึ่งมีคุณภาพค่อนข้างสูงและปลอดภัยต่อผู้บริโภค จะช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีให้แก่ผู้บริโภคใช้เป็นปัจจัยประกอบการตัดสินใจเลือกร้านอาหารที่จะบริโภคได้เหมือนกัน เช่น ร้านอาหารที่ใช้ภาชนะทำด้วยพลาสติกจนมองเห็นคราบที่ล้างไม่ออกติดเป็นรอยเปื้อนอยู่ทำให้ดูเหมือนสกปรกหรือใช้ช้อนที่บิดๆ เบี้ยวๆ ย่อมทำลายความรู้สึกของผู้บริโภคได้ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหารที่พิถีพิถันเลือกใช้ภาชนะที่ทำด้วยกระเบื้องเคลือบ ใช้ช้อนช้อมที่แข็งแรงและล้างสะอาด เป็นต้น

13.4.3 ปริมาณอาหารและการจัดวางบนภาชนะ กิจการขายอาหารที่ประสบความสำเร็จต้องให้หลักจิตวิทยาในการจัดวาง กำหนดปริมาณอาหารและจัดวางบนภาชนะที่เหมาะสม ผู้บริโภคที่ประสงค์สั่งอาหารหลายอย่างย่อมไม่ต้องการให้อาหารจานหนึ่งจานใดมีปริมาณมากรับประทานไป การจัดวางในปริมาณพอเหมาะไม่มากจนเกิดความรู้สึกอึดอัดที่ยังไม่ได้ลงมือบริโภค หรือน้อยจนดูน่าเกลียดจะช่วยให้ผู้บริโภคอยากสั่งอาหารเพิ่มมากขึ้น ดีกว่าอาหารจานใหญ่ที่ตั้งราคาค่อนข้างสูงเพราะปริมาณอาหารมาก ชนิดและรูปแบบของภาชนะใส่อาหารที่บริการแก่ผู้บริโภคเป็นสิ่งเสริมที่ทำให้อาหารมองดูน่ารับประทานหากจัดได้พอเหมาะพอดี เช่น จานที่มีขอบจานเมื่อนำมาใส่อาหารจะทำให้ดูเสมือนว่าอาหารมีปริมาณมาก การออกแบบภาชนะและการเลือกวัสดุที่ใช้ทำภาชนะจึงควรตัดสินใจอย่างรอบคอบและควรอาศัยหลักทางศิลปะและจิตวิทยาประกอบด้วย

13.4.4 ศิลปะในการเตรียมอาหาร การเตรียมอาหารนอกจากมุ่งในเรื่องของรสชาติและส่วนผสมที่กลมกลืนกันแล้ว ควรคำนึงถึงหลักของศิลปะและจิตวิทยาที่จะทำให้อาหารที่บริการแก่ผู้บริโภคเป็นสิ่งที่เสริมที่ทำให้อาหารมองดูน่ารับประทานหากจัดได้พอเหมาะพอดี เช่น นำส่วนผสมของปูจ๋ามาจัดลงในกระดองปูตัวงามๆ ที่สะอาด การใส่ส่วนผสมของหอมกทะเลในเปลือกหอยแมลงภู่ การทอดกุ้งทะเลปิ้งๆ ที่ทำให้ตัวกุ้งเหี่ยยดตรงและไว้หาง การหันชิ้นเนื้อเพื่อนำมาทำเนื้อสแต็ก เนื้ออบ หรือ

หันขึ้นหมูเพื่อทำหมอบควรหันขึ้นโตพอสมควร สำหรับสัตว์เล็กอาจบริการทั้งตัว โดยมีวิธีการทำให้มองดูน่ารับประทาน เช่น หมูหัน เปิดปากกึ่ง ใก่อบภูเขาไฟ ปลาแป๊ะช๊ะ เป็นต้น

วิธีการจัดโดยนำผักสด ผักดองหรือผักชุบแป้งทอดมาแต่งเป็นเครื่องเคียงจัดมาในจานเดียวกับกุ้ง หรือเนื้อสัตว์ชุบแป้งซึ่งมีราคาแพง นอกจากเป็นการประหยัดต้นทุนแล้ว ผู้บริโภคมักชอบให้มีผักแถมด้วย บางรายอาจเลือกบริโภคเฉพาะผัก สิ่งเหล่านี้เป็นเทคนิคเฉพาะที่จะจัดขึ้นเพื่อมุ่งประโยชน์ได้หลายๆ ประการในเวลาเดียวกัน คือ ประหยัดต้นทุน ผู้บริโภคพึงพอใจ และได้คุณค่าทางอาหารครบถ้วน

13.4.5 ทักษะในการสร้างบรรยากาศ มนุษย์บริโภคอาหารนอกจากเพื่อความต้องการของร่างกายแล้วยังมีผลตอบสนองของความต้องการทางจิตใจด้วย บรรยากาศจึงเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการเพื่อชดเชยความเครียด และความเบื่อหน่ายที่ต้องผจญชีวิตจำเจอยู่ทุกวัน สังคมปัจจุบันจึงนิยมเปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจโดยการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน บรรยากาศในร้านอาหารได้ทวีความสำคัญจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของการบริการที่จะขาดไม่ได้ นอกจากบรรยากาศที่เป็นสวนอาหารแล้ว บรรยากาศอื่นๆ ที่ประกอบไปด้วยดนตรี การแสดง สี และเสียงก็เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคบางกลุ่มชอบ ผู้ประกอบการควรมีประสบการณ์และสามารถสร้างบรรยากาศได้เป็นที่พอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้าบางกลุ่มชอบทดลองชิมรสอาหารแปลกๆ กรณีนี้จึงควรจัดเทศกาลอาหารประจำถิ่นขึ้น หรือเทศกาลอาหารนานาชาติบ้างในบางโอกาส สำหรับลูกค้าในกลุ่มนักวิชาการและนักอนุรักษ์นิยมชอบบรรยากาศที่ให้ความรู้และให้คิดสนใจ เช่น การจัดเทศกาลอาหารไทย เทศกาลอาหารพื้นบ้านบางภาค หรือจัดอาหารในวรรณคดี เป็นต้น

13.5 ทักษะในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ การมีมนุษยสัมพันธ์ในเรื่องของการจัดบริการอาหารมีใช้หมายความว่าถึงการออกไปซื้อเชิญแขกนอกบ้านหรือจะต้องเป็นเพื่อนคุยกับแขกที่เข้ามาใช้บริการภายในร้าน แต่หมายถึงการต้อนรับที่ดี ในกรณีที่ผู้บริโภคต้องการอาจแนะนำรายการอาหาร เพื่อให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น มีความเอื้อเฟื้อ ยิ้มแย้มแจ่มใส และแสดงพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงการมีไมตรีจิตเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภค

งานขายบริการทุกอย่าง ผู้ขายจำเป็นต้องมีมนุษยสัมพันธ์ กิจการจึงจะเจริญก้าวหน้าไปได้ดีเช่นเดียวกัน การจัดบริการอาหารควรมีการฝึกพนักงานที่รับผิดชอบให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และบริการด้วยอัธยาศัยที่ยิ้มแย้มแจ่มใสบ่งบอกถึงการมีไมตรีจิตและการเป็นมิตรพร้อมที่จะสนองตอบต่อสิ่งที่ลูกค้าต้องการทำให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

13.6 ทักษะในการส่งเสริมการขาย นอกจากการบริการต่างๆ ที่ประทับใจแขกแล้ว การส่งเสริมการขายเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีบทบาทต่อความสำเร็จก้าวหน้าของธุรกิจ เนื่องจากเนื้อหาสาระเกี่ยวกับเรื่องนี้ ได้มีผู้กล่าวไว้ในหน่วยงานอื่นแล้ว ในที่นี้จึงจะกล่าวถึงความรู้อื่นๆ เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่ติดตามร้านอาหาร อันเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารเพื่อบริโภค

13.6.1 ป้ายต่างๆ ที่เอกชนจัดทำป้ายแนะนำร้านอาหารเป็นสิ่งหนึ่งที่ชี้แนะผู้บริโภคให้ตัดสินใจเลือกร้านอาหารบริโภคได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้เพราะร้านอาหารมีอยู่มากมาย ถ้าไม่คุ้นหรือไม่ได้รับการบอกกล่าวจากผู้อื่นมาก่อนแล้ว ก็ยากที่จะตัดสินใจเลือกว่าควรเข้าร้านไหนดี ด้วยเหตุนี้ ป้ายแนะนำร้านอาหารจึงมีอิทธิพลมากต่อผู้บริโภคโดยทั่วไป

ป้ายที่ผู้ประกอบการจัดทำขึ้นมักเริ่มต้นด้วยการมีผู้ออกไปชิมอาหารตามร้านต่างๆ บางทีนักเขียนประจำคอลัมน์ตามหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารก็เป็นผู้ออกไปชิมอาหารตามร้านต่างๆ ก่อนแล้วนำมาเขียนแนะนำไว้ เมื่อผู้อ่านติดตามไปตามคำแนะนำนั้นปรากฏว่ามีร้านอาหารที่เปิดบริการทำนองเดียวกันอยู่มากมาย จึงไม่สามารถรู้ได้ว่าร้านใดเป็นร้านที่ผู้เขียนคอลัมน์แนะนำ และได้เขียนจดหมายมาต่อว่าผู้เขียน ด้วยเหตุนี้เองจึงมีการจัดทำเป็นป้ายนิตยสารต่างๆ แขนงไว้หน้าร้าน เช่น ป้ายเซล์ทชวนชิม ป้ายเปิดพิสดาร เดลิเวียส์ชวนชิม เป็นต้น แต่ป้ายชวนชิมต่างๆ ที่กล่าวมานี้ยังไม่มีการจัดทำเป็นมาตรฐานเดียวกัน และไม่ได้พิจารณาคุณภาพทางด้านรสชาติของอาหาร อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคส่วนมากไม่เข้าใจและไม่ได้เอาใจใส่ต่อการสุภาพภาพอาหารมากนัก จึงจำเป็นที่จะต้องให้ความรู้กันต่อไป

13.6.2 ป้ายภาครัฐจัดทำ เป็นป้ายที่แสดงถึงคุณภาพ/มาตรฐานของร้านอาหารที่ได้รับการรับรองจากภาครัฐ เช่น ป้ายรับรองมาตรฐานความสะอาดจากกรุงเทพมหานคร สืบเนื่องมาจากปัญหาความไม่สะอาดของร้านอาหารเป็นบ่อเกิดให้นักท่องเที่ยวหวาดระแวงภัยจากโรคอาหารเป็นพิษ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยในปี 2530 กรุงเทพมหานครจึงได้พยายามที่จะยกระดับมาตรฐานความสะอาดของร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครมากขึ้น โดยออกป้ายรับรองความสะอาดเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกบริโภคจากร้านอาหารที่ปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ร้านอาหารที่จะมีสิทธิติดป้ายดังกล่าวจะต้องผ่านเกณฑ์ที่ทางกรุงเทพมหานครกำหนดไว้และได้ตรวจสอบแล้ว กรุงเทพมหานครจึงจะออกใบประกาศนียบัตรหรือจัดทำเป็นป้ายให้

สำหรับความหมายของความสะอาดนั้น กรุงเทพมหานครเน้น 4 ประการ คือ

- 1) อาหารสะอาด ซึ่งหมายถึง ความสะอาดของวัตถุดิบที่ใช้ผลิตและเตรียมอาหาร รวมทั้งอาหารสุกก็น่าจะต้องสะอาดเช่นกัน
- 2) ภาชนะสะอาด หมายถึง ภาชนะที่ใส่และสัมผัสกับอาหารต้องสะอาด
- 3) ผู้ประกอบและบริการอาหารสะอาด หมายถึงบุคคลผู้ทำหน้าที่จัดเตรียมและบริการอาหารจะต้องมีสุขวิทยาส่วนบุคคลที่ถูกหลักอนามัย
- 4) สถานที่สะอาด หมายถึง โต๊ะอาหารสะอาด รวมทั้งเครื่องปรุงรสที่มีคุณภาพตรงตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข และบรรจุในภาชนะที่ถูกสุขลักษณะ นอกจากนี้ห้องน้ำ ห้องส้วม และสภาพแวดล้อมทั่วไป ของร้านอาหารก็ต้องสะอาดด้วย

13.6.3 ป้ายที่รัฐวิสาหกิจจัดทำ คล้ายคลึงกับป้ายของภาครัฐ เช่น ป้ายรับรองมาตรฐานร้านอาหารของกรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การออกป้ายให้แก่ร้านขายอาหารมีหลักการว่า ร้านขายอาหารต้องมีคุณภาพในด้านความสะอาด รวมทั้งการให้บริการที่มีมาตรฐานพิจารณาโดยคณะกรรมการส่งเสริมมาตรฐานภัตตาคารร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว โดยคณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2527

ร้านอาหารที่ประสงค์จะรับป้ายดังกล่าวจะต้องสมัครเป็นสมาชิกในโครงการก่อน จากนั้นอนุกรรมการฯ จะไปตรวจสภาพ เพื่อประเมินตามเกณฑ์กำหนดว่าได้มาตรฐานหรือไม่ แต่เนื่องจากเกณฑ์ที่กำหนดไว้ค่อนข้างสูง ในปัจจุบันไม่พบร้านอาหารที่มีป้ายดังกล่าวมากนัก ป้ายนี้มีแนวทางปฏิบัติแตกต่างจากป้ายอื่นๆ คือ มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในวารสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อให้ชาวต่างประเทศได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องป้าย เพื่อใช้เป็นข้อตัดสินใจเลือกร้านอาหารที่แน่ใจความสะอาดและปลอดภัย สถานที่ประกอบกิจการที่ได้รับป้ายนี้จะต้องมีการจัดการที่ดีโดยสม่ำเสมอ เพราะอนุกรรมการฯ อาจจะไปตรวจความสะอาดอีกเมื่อใดก็ได้ โดยไม่มีการแจ้งล่วงหน้า ถ้าปรากฏว่าทางร้านบกพร่อง ก็มีสิทธิที่จะถอดป้ายดังกล่าวออก ป้ายนี้มีสภาพเพียงปีเดียว เมื่อพ้นกำหนด 1 ปี ทางร้านจะต้องสมัครเข้ามาใหม่

ป้ายต่างๆ ที่กล่าวมานี้ยังไม่มีกรจัดทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยเฉพาะบางป้ายมุ่งในด้านราคาและรสชาติเป็นสำคัญ บางป้ายมุ่งในด้านความสะอาดและความปลอดภัยเป็นสำคัญ บางครั้งอาจจะพบว่าร้านขายอาหารที่ติดป้ายชวนชิมบางป้าย แต่ปรากฏว่าในส่วนที่มีการผลิตอาหารยังไม่ถูกสุขลักษณะ มีการนั่งทำอาหารกับพื้นทางเดิน มีแมลงวันตอมอาหารมาก เป็นต้น ในกรณีนี้จึงควรมีสถาบันกลางเป็นผู้รวบรวมจัดทำมาตรฐานที่แนะนำผู้บริโภค โดยพิจารณาทั้งด้านรสชาติ ราคา เครื่องปรุงที่มีคุณภาพ ตลอดจนสภาพการสุขาภิบาลที่ถูกสุขลักษณะด้วย ก็จะเป็นผลที่ดีที่สุดสำหรับการควบคุมการสุขาภิบาลสถานจัดบริการอาหารต่อไป

เนื่องจากป้ายเหล่านี้มีอิทธิพลต่อยอดขายของร้านอาหาร และใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมการขายได้ทางหนึ่ง โดยเฉพาะร้านอาหารในระดับราคาถูก และมุ่งผลกำไรจากปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมาก ๆ จึงเป็นข้อคิดสำหรับผู้ประกอบการนำไปพิจารณาเพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการขายให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

14. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ (Model)

14.1 ความหมายของรูปแบบ

คำว่า “รูปแบบ” ตรงกับคำภาษาอังกฤษ “Model” ได้มีคำที่ใช้ในภาษาไทยหลายคำ เช่น แบบจำลอง ตัวแบบ หุ่นจำลอง รูปหุ่น แบบตุ๊กตา โมเดล นักวิชาการได้ให้ความหมายของรูปแบบไว้หลายทัศนะ ดังนี้

ดิเรก วรรณเศียร (2545, หน้า 49) กล่าวว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่ออธิบายหรือแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญ ๆ ของเรื่องใด เรื่องหนึ่งให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป

เบญจกร แก้วมีศรี (2545, หน้า 89) ให้ความหมายว่า รูปแบบ หมายถึง ตัวแทนของความเป็นจริงการทำให้ความสลับซับซ้อนสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น การสะท้อนบางส่วนของปรากฏการณ์ออกมาให้เห็นความสัมพันธ์ต่อเนื่องและความเป็นเหตุผลซึ่งกันและกันการเชื่อมโยงสิ่งที่เกี่ยวข้องมาไว้ด้วยกันโดยจะต้องใช้ข้อมูลเหตุผลและฐานคติมา ประกอบการแสดงรูปแบบสามารถทำได้หลายลักษณะ ตั้งแต่รูปแบบเชิงกายภาพ ซึ่งเป็นรูปแบบของวัตถุและรูปแบบเชิงคุณลักษณะที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์ด้านภาษาหรือสัญลักษณ์หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง รูปแบบหมายถึง รูปแบบอย่างง่าย หรือย่อส่วน (Simplified Form) ของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้เสนอรูปแบบดังกล่าวได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นมาเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นหรือในบางกรณีอาจจะใช้ประโยชน์ในการพยากรณ์ปรากฏการณ์ที่จะเกิดขึ้นตลอดจนอาจใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป

บาร์โด และฮาร์ทแมน (Bardo and Hartman, 1982, pp. 70-71) กล่าวว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อใช้บรรยายคุณลักษณะสำคัญของปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อถ่ายทอดการทำความเข้าใจขององค์ประกอบของรูปแบบซึ่งขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์แต่ละอย่างและไม่มีข้อกำหนดตายตัว

จากความหมายของรูปแบบตามนี้นักวิชาการกล่าวไว้ข้างต้น สรุปว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่ได้รับการพัฒนาขึ้นซึ่งแสดงโครงสร้างของหลักการ แนวคิด ที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ต่อเนื่อง ความเป็นเหตุผลซึ่งกันและกัน และการเชื่อมโยงสิ่งที่เกี่ยวข้องมาไว้ด้วยกัน เพื่ออธิบายถึง

หรือแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญ ๆ ของเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น และอาจใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป

สุวิมล อุดมพิริยะศักย์ (2553, หน้า 12) ให้ความหมายว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่ง que แสดงโครงสร้างทางความคิดรวบยอด ประกอบด้วยหลักการ แนวคิด และองค์ประกอบที่สำคัญซึ่งมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในเรื่องที่จะศึกษาและมีความสัมพันธ์กับทฤษฎีในเรื่องของแนวคิด โดยแสดงออกมาได้ในรูปของข้อเสนอเพื่ออธิบายหรือเป็นตัวแทนเชิงรูปธรรมของปรากฏการณ์ที่ศึกษานั้น

14.2 ประเภทของรูปแบบ

คีฟส์ (Keeves, 1988, pp. 561-565) แบ่งประเภทของรูปแบบใด โดยยึดแนวทางของแคปแลนและทัตสุโอกะ (Caplan and Tutsuoka) ซึ่งได้พัฒนาการใช้รูปแบบทางการศึกษา และรูปแบบทางสังคมศาสตร์ไว้ 4 ประเภท ซึ่งใกล้เคียงกับความเห็นของ ฮูเซนและพอสเลทเวท (Husen&Postlethwaite, 1994, p. 3866) และพูลสุข หิงคานนท์ (2540, หน้า 53) ที่กล่าวถึงประเภทของรูปแบบไว้ 5 ประเภท ดังนี้

1. รูปแบบเชิงอุปมาหรือเปรียบเทียบ (Analogue Models) เป็นรูปแบบที่ใช้หลักการคิดหาเหตุ รูปแบบนี้นิยมใช้ในสาขาวิทยาศาสตร์ทางกายภาพ รูปแบบนี้ไม่ค่อยใช้ในสาขาสังคมและพฤติกรรมศาสตร์ ตัวอย่างของรูปแบบประเภทนี้ที่ใช้ในทางการศึกษา คือ ขนาดของโรงเรียนหรือจำนวนของนักเรียนในโรงเรียน เกี่ยวข้องกับจำนวนนักเรียนที่เข้ามาและออกไป โดยที่มีจำนวนที่เข้ามาจากหลายแหล่ง/หลายปัจจัย เช่น ตามเกณฑ์อายุ ตามเขตพื้นที่ ตามการย้ายเข้ามาของผู้ปกครองออกไปอยู่ที่อื่น สำเร็จการศึกษาชั้นสูงสุดของโรงเรียน รูปแบบนี้มีประโยชน์ในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงและการทำนายอนาคต ซึ่งสามารถใช้ในการวางแผนการกำหนดนโยบายได้

2. รูปแบบเชิงภาษา (Semantic Models) เป็นรูปแบบที่แสดงออกด้วยการใช้คำพูดภาษาท่าทาง รูปภาพ เป็นหลัก แต่รูปแบบนี้มีจุดอ่อนที่ขาดความแน่นอนที่ยากต่อการทดสอบ ฉะนั้นรูปแบบนี้จึงขึ้นอยู่กับความชัดเจนของการใช้ภาษา

3. รูปแบบเชิงแบบแผน (Schematic Models) เป็นรูปแบบที่แสดงแผนที่หรือแผนภูมิที่จะพยายามเชื่อมโยงหน่วยและกลุ่มต่าง ๆ ให้เข้ามาสัมพันธ์กัน รูปแบบนี้นิยมใช้ในสาขาจิตวิทยา รูปแบบหนึ่งที่ใช้กันคือ รูปแบบของกิลฟอร์ด (Guilford) ที่เกี่ยวข้องกับระดับสติปัญญาที่เกี่ยวข้องกัน 3 มิติ คือ ด้านเนื้อหา ด้านผลลัพธ์ และด้านการจัดกระทำ

4. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematics Models) รูปแบบนี้เริ่มนิยมใช้มากขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 เป็นต้นมาในสาขาวิชาพฤกษศาสตร์สังคมศาสตร์และจิตวิทยา ส่วนสาขาทางการศึกษามีการใช้บ้าง แต่มีการนำมาใช้บ้างในเรื่องของการประเมินรูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ ซึ่งมีประโยชน์ที่ทำให้ข้อสันนิษฐานได้มีการพิจารณาด้วยเชิงปริมาณ และทดสอบด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์นี้สามารถเขียนความสัมพันธ์ในรูปสูตรหรือสมการทางคณิตศาสตร์ได้

5. รูปแบบเชิงเหตุผล (Causal Models) รูปแบบนี้เริ่มได้รับความสนใจในช่วงหลังปี ค.ศ. 1970 และนิยมใช้ในการวิจัยมากขึ้น เชื่อกันว่ารูปแบบนี้ใช้ในสาขาพันธุศาสตร์ ซึ่งนำเทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) มาใช้ แนวคิดสำคัญของรูปแบบเชิงเหตุผลนี้จะเกี่ยวข้องกับการสร้างสมการโครงสร้างอย่างง่ายของสาเหตุกับตัวแปรต่าง ๆ ภายใต้เหตุผล และการตัดสินใจ

จากการศึกษาแนวคิดของนักวิชาการดังกล่าว สรุปได้ว่า รูปแบบมี 5 ประเภท คือ รูปแบบเชิงอุปมา หรือเปรียบเทียบ รูปแบบเชิงภาษา รูปแบบเชิงแบบแผน รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ และรูปแบบเชิงเหตุเชิงผล โดยแต่ละรูปแบบจะมีลักษณะเฉพาะตามข้อกำหนดของแต่ละรูปแบบนั้น ๆ

14.3 คุณลักษณะของรูปแบบ

ลักษณะสำคัญของรูปแบบตามแนวคิดของ คีฟส์ (Keeves, 1988, p.560) และ พูลสุข หิงคานนท์ (2540, หน้า 53) สรุปว่าคุณลักษณะที่สำคัญของรูปแบบมีลักษณะดังนี้

1. แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปร
2. นำไปสู่การทำนายผลที่ตามมาซึ่งตรวจสอบได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์
3. สามารถอธิบายถึงโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุ เชิงผลของเรื่องที่จะศึกษาได้อย่างชัดเจน
4. นำไปสู่การสร้างแนวความคิดใหม่ หรือความสัมพันธ์ของเรื่องที่จะศึกษาได้
5. มีความสัมพันธ์กับกรอบทฤษฎีในเรื่องของรูปแบบนั้น ๆ

ทิสนา แคมมณี (2545, หน้า 218) กล่าวถึง ลักษณะของรูปแบบว่า รูปแบบเป็นรูปธรรมของความคิดที่เป็นนามธรรม ซึ่งบุคคลแสดงออกมาในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เช่น เป็นคำอธิบาย เป็นแผนผังไดอะแกรม หรือแผนภาพ เพื่อช่วยให้ตนเองและบุคคลอื่นสามารถเข้าใจได้

ชัดเจนขึ้น รูปแบบเป็นเครื่องมือทางความคิดที่บุคคลใช้ในการสืบสวนหาคำตอบ ความรู้ความเข้าใจในปรากฏการณ์ทั้งหลาย

จากการศึกษาแนวคิดของนักวิชาการดังกล่าว สรุปว่า คุณลักษณะที่สำคัญของรูปแบบจะต้องทำให้ผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้มีความเข้าใจเบื้องต้นก่อนจะศึกษาแนวคิดต่อไป ดังนั้น การสร้างรูปแบบที่ดีควรมีลักษณะ 2 ประการ ดังนี้

1. รูปแบบควรประกอบด้วยความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรมากกว่าที่จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบรวม ๆ
2. รูปแบบควรนำไปสู่การทำนายผลที่ตามมาซึ่งสามารถตรวจสอบได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเมื่อทดสอบแล้ว ถ้าปรากฏว่าไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ รูปแบบนั้นจะต้องถูกยกเลิกไป

14.4 องค์ประกอบของรูปแบบ

บราวน์ และโมเบิร์ก (Brown and Moberg, 1980, pp. 16-17) บุช (Bush, 1986, p. 19) และแบล็คและพอร์เตอร์ (Black and Porter, 2000, p.338) ได้กล่าวสรุปว่า องค์ประกอบของรูปแบบ มี 8 ประการ ได้แก่ สภาพแวดล้อม โครงสร้างองค์การ เป้าหมายองค์การ กระบวนการจัดการ และการตัดสินใจสั่งการ ภาวะผู้นำ ปฏิสัมพันธ์ของบุคคลและกลุ่มบุคคลในองค์การ การบริหารองค์การและเทคโนโลยีซึ่งทุกองค์การต้องมีการกำหนดไว้ให้ชัดเจน

จากการศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบ สรุปสาระสำคัญที่นำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและการพัฒนารูปแบบ ดังนี้ 1) สภาพแวดล้อม 2) โครงสร้างองค์การ 3) เป้าหมายองค์การ 4) กระบวนการจัดการและการตัดสินใจสั่งการ 5) ภาวะผู้นำ 6) ปฏิสัมพันธ์ของบุคคลและกลุ่มบุคคลในองค์การ 7) การบริหารองค์การ และ 8) เทคโนโลยี

14.5 การพัฒนารูปแบบและการทดสอบรูปแบบ

ไอสนอร์ (Eisner, 1976, pp. 192-193) เสนอแนวคิดการทดสอบหรือประเมินโดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ (The Connoisseurship Model) ซึ่งเป็นต้นแบบของการนำรูปแบบมาทดสอบอันเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย

เมดาอุส และสตัฟเฟิลบีม (Madaus and Stufflebeam, 1983, pp. 399-402) กล่าวถึง คณะกรรมการประเมินมาตรฐานการศึกษา (Joint Committee on Standards for Educational Evaluation) ว่าได้เสนอหลักการประเมินเพื่อตรวจสอบรูปแบบ แบ่งเป็น 4 หมวด ดังนี้

1. มาตรฐานด้านความเป็นไปได้ (Feasibility Standards) เป็นการประเมินความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติจริง

2. มาตรฐานด้านความเป็นประโยชน์ (Utility Standards) เป็นการประเมินการสนองตอบต่อความต้องการของผู้ใช้รูปแบบ

3. มาตรฐานด้านความเหมาะสม (Propriety Standards) เป็นการประเมินความเหมาะสมด้านกฎหมายและศีลธรรมจรรยา

4. มาตรฐานด้านความถูกต้องครอบคลุม (Accuracy Standards) เป็นการประเมินความเชื่อถือ และได้สาระครอบคลุมถ้วนตามความต้องการอย่างแท้จริง

การทดลองหรือการประเมินรูปแบบ สามารถทำได้ 2 วิธี คือ วิธีที่ 1 การประเมินโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตามแนวคิดของไอสเนอร์ (Eisner) และวิธีที่ 2 คือ การประเมินเพื่อตรวจสอบรูปแบบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นไปได้ ด้านความเป็นประโยชน์ ด้านความเหมาะสม และด้านความถูกต้องครอบคลุม (สุวิมล อุดมพิริยะศักดิ์, 2553, หน้า 16)

จากการศึกษาแนวคิดการพัฒนารูปแบบ สรุปสำคัญที่นำไปใช้เป็นการรอบแนวคิดในการวิจัยและการพัฒนารูปแบบ คือ การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของรูปแบบที่จะพัฒนา การสร้างรูปแบบ การประเมินความเหมาะสมและเป็นไปได้ของรูปแบบ การปรับปรุงและนำเสนอรูปแบบที่สมบูรณ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนะจิต ดิยัพเสน (2551) ได้ทำวิจัยเพื่อพัฒนาทักษะและขีดความสามารถผู้ประกอบการอาหารไทย : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับและขีดความสามารถผู้ประกอบการอาหารไทยในด้านการประกอบอาหารไทย ตามรายการมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ สาขาผู้ประกอบการอาหารไทยและด้านสุขาภิบาลอาหาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุต่ำกว่า 25 ปี มีการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีอาชีพที่คาดหวังในอนาคต คือ ธุรกิจส่วนตัว/ประกอบอาหารไทย มีรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ 15,000-18,000 บาท/เดือน กลุ่มตัวอย่างชอบอาหารไทยประเภทต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ผัดไทย แกงเผ็ดเผ็ดอย่างและผัดกระเพรา ตามลำดับ

มาร์ค ทิพยมาบุตร และคนอื่นๆ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจของร้านอาหารไทย “ครัวคุณหญิงจิบ” ณ ถนนราชพฤกษ์ กรุงเทพมหานคร จุดมุ่งหมายในการศึกษา 1. เพื่อศึกษาภาพรวมธุรกิจร้านอาหารไทย รวมทั้งโอกาสและอุปสรรค 2. เพื่อศึกษาวิธีทำธุรกิจร้านอาหารไทยให้ประสบความสำเร็จ 3. เพื่อจัดทำแผนธุรกิจร้านอาหารไทยบนถนนราชพฤกษ์

เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 4. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่จะทำแผนธุรกิจร้านอาหารในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

ผลการศึกษา พบว่า การทำธุรกิจร้านอาหารให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีคุณภาพทั้งด้านรสชาติและความสะอาด โดยจะต้องให้ความสำคัญตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบอย่างพิถีพิถันให้ถูกต้องตามลักษณะของอาหารแต่ละชนิด การปรุงประกอบอาหารที่สงวนคุณค่าให้อาหารออกมารสชาติอร่อย มีความสวยงามและมีศิลปะในการจัดวางรูปแบบอาหารในจาน และเน้นในเรื่องความสะอาด การบริการให้ลูกค้าประทับใจมาใช้บริการซ้ำ และการบริการต้องรวดเร็วถูกต้องแม่นยำและมีความสุภาพ และสิ่งสุดท้ายคือบรรยากาศภายในร้านต้องให้ความรู้สึกที่สบายและเป็นกันเอง ผ่อนคลายและปลอดภัย เพราะการรับประทานอาหารนอกบ้านเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นการพักผ่อนและเวลาสั้นทนาการของครอบครัวและเพื่อนฝูง สิ่งเหล่านี้สอดคล้องและผสมผสานกับวิธีการทางการตลาด โดยการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหารไทยแท้คุณภาพสูง โดยนำจุดแข็งเปลี่ยนมาเป็นโอกาสในการทำธุรกิจโดยมุ่งเน้นไปที่ธุรกิจเดียว และการดำเนินการควบคุมแผนการดำเนินการภายในร้านอาหารและการควบคุมวิเคราะห์ด้านการเงินและการประมาณงบการเงินเบื้องต้น โดยรวมตั้งแต่แหล่งที่มาของเงินทุน ค่าใช้จ่ายต่างๆ และการประมาณรายได้ในเบื้องต้นอย่างรอบคอบและละเอียดเพื่อลดข้อผิดพลาดในการดำเนินงานให้น้อยที่สุด และในด้านบุคลากรก็มีการสร้างขวัญกำลังใจและการฝึกอบรมให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามแผนงานที่วางเอาไว้

กัญญารัตน์ ถนอมแสง (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.0 และเพศหญิง ร้อยละ 50.0 มีอายุมากที่สุดคือ 24-34 ปี ร้อยละ 30.8 เกือบครึ่งเป็นคนในทวีปยุโรป เป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักคุ้นเคยกับอาหารไทยและเคยรับประทานอาหารไทยมาก่อนถึงร้อยละ 67.0 และเมื่อมาเที่ยวเมืองไทยความถี่ในการรับประทานอาหารไทยมากที่สุดคือเป็นประจำทุกวัน (7วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 28.8 มื้อที่รับประทานอาหารไทยมากที่สุดคือมื้อเย็น ร้อยละ 47.4 และนิยมรับประทานในภัตตาคารอาหารไทย ร้อยละ 44.4 ส่วนประเภทอาหารไทยที่นักท่องเที่ยวรับประทานมากที่สุด คือ อาหารจานเดียว ร้อยละ 43.5

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่ออาหารไทยในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ด้านรสชาติของอาหารไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรสเค็ม รสเปรี้ยว และรสหวานอยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านคุณประโยชน์ของอาหารไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ออาหารไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร วิธีการปรุงและคุณค่าทางโภชนาการอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านรูปลักษณะสีสันทกแต่ง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการจัดแต่งจานให้มีสีสันและการแกะสลักผักผลไม้ในการตกแต่งอยู่ในระดับมาก

3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทย จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่ออาหารไทยด้านรสชาติแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 45-55 ปี มีความพึงพอใจในอาหารไทยด้านรสชาติสูงกว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่า 55 ปีขึ้นไป

พัชญ์สิตา จำมาก (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบเว็บเพจเพื่อการส่งเสริมอาหารไทย พบว่า เว็บเพจผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี คือ เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ มีความน่าเชื่อถือ เข้าใจง่าย และมีการเชื่อมโยงข้อมูลภายในและภายนอกเว็บเพจที่เหมาะสม ทางด้านผู้ใช้เว็บเพจมีความพึงพอใจในด้านเนื้อหาในระดับมาก คือ เนื้อหาที่น่าสนใจตรงตามวัตถุประสงค์ของเว็บเพจ มีความน่าเชื่อถือ มีความสอดคล้องสัมพันธ์กับภาพและจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง ส่วนทางด้านเทคนิคการผลิต ผู้ใช้เว็บเพจมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน คือ มีความสอดคล้องระหว่างสีของตัวอักษรและสีพื้นหลัง รูปภาพมีความน่าสนใจ การจัดวางรูปแบบง่ายต่อการใช้งาน มีการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม มีความต่อเนื่องและชัดเจนในการนำเสนอและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

จารุณี ทรงแย (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการตลาดของร้านอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านอาหารไทยมากกว่า 5 ครั้ง เลือกใช้บริการร้านอาหารช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อมื้อ ต่ำกว่า 25 USD ผู้ร่วมรับประทานอาหารโดยเฉลี่ย 1-2 คน เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาหารเพื่อต้องการรับประทานอาหารไทยและรสชาติของอาหาร เป็นเหตุผลที่เลือกกลับมาใช้บริการร้านอาหารไทย โดยผู้ใช้บริการร้านอาหารไทยจะแนะนำร้านอาหารไทยให้ผู้อื่นคิดเป็นร้อยละ 86.2 ปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดด้านการโฆษณา มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยในระดับน้อย โดยปัจจัยที่มี

ความสำคัญมากที่สุด คือ กิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ ด้านการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยในระดับน้อย โดยปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ การให้ส่วนลด ด้านบทบาทของพนักงานขายมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยในระดับมาก ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ มนุษย์สัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส ด้านการใช้เครื่องมือการตลาดทางตรงมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต

พรเทพ อนุสรณินิตสาร และคนอื่นๆ (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการจัดทำระบบสารสนเทศแบบเว็บ เพื่อการจัดวัตถุดิบ เครื่องปรุง เครื่องใช้และอุปกรณ์ตกแต่ง สำหรับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ พบว่า

1. ในการทำธุรกิจร้านอาหารไทยนั้นการจัดหาวัตถุดิบ เครื่องปรุง เครื่องใช้ และอุปกรณ์ตกแต่ง นับว่าเป็นกระบวนการสำคัญที่มีผลกระทบต่อราคาขาย คุณภาพของอาหาร และบริการ โดยเฉพาะเมื่อมีการขยายตัวของร้านอาหารไทยไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ถึงแม้ว่าพื้นที่เหล่านี้จะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก แต่อาจไม่มีร้านค้าหรือตลาดที่มีสินค้า วัตถุดิบ เครื่องปรุง เครื่องใช้และอุปกรณ์ตกแต่ง สำหรับอาหารไทยเปิดให้บริการ ทำให้การบริหารการจัดซื้อเป็นไปด้วยความยากลำบาก และต้องสั่งซื้อสินค้าจากต่างเมืองทำให้การเลือกชนิดสินค้าและราคามีไม่มากนัก ปัจจุบันอาจเกิดปัญหาในการกระจายสินค้าของร้านขายสินค้าประเภทวัตถุดิบเครื่องปรุง เครื่องใช้และอุปกรณ์ตกแต่ง อาหารไทย อันสืบเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของการต้องการอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้เกิดปัญหาส่งของล่าช้า เสียหาย สินค้าขาดแคลน ฯลฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพและบริการของร้านอาหารไทยโดยตรง

ดังนั้นเพื่อป้องกันปัญหาและอุปสรรคในการขยายตัวของร้านอาหารไทยอย่างรวดเร็ว จำเป็นต้องมีระบบสนับสนุนแลกเปลี่ยนข้อมูล และข่าวสารที่ทันสมัย แก่ร้านอาหารไทยและร้านค้าวัตถุดิบ เพื่อเป็นทางเลือกในการพิจารณาสั่งซื้อ ในทางกลับกันการให้ข้อมูล เกี่ยวกับจำนวนและขนาดของร้านอาหารไทย ที่อยู่ในพื้นที่การให้บริการของร้านค้าวัตถุดิบจะช่วยให้ทางร้านค้า บริการความต้องการของลูกค้า และการกระจายสินค้ามีคุณภาพมากขึ้น

2. การพัฒนารูปแบบการสร้างระบบธุรกิจร้านอาหารไทยมืออาชีพ จากการศึกษาเรียนรู้ ทำให้พบว่า การทำธุรกิจร้านอาหารให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการต้องมีความรู้และใช้ความคิดเป็นทั้งการสร้างแนวทาง การเตรียมการ การลงมือทำร้านอาหาร และการดูแลธุรกิจร้านอาหารให้อยู่รอดและยั่งยืน รูปแบบการดำเนินการจัดการในร้านอาหารไทยใน 4 รูปแบบ

พบว่า มี รูปแบบเรียบง่าย รูปแบบพื้นเมือง และรูปแบบสมัยใหม่ แต่ไม่พบร้านอาหารไทยที่ตกแต่งแบบทางเลือก (Alternative Style)

3. วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของไทย: จากอดีต ปัจจุบัน และอนาคต จากการศึกษาเรียนรู้ทำให้พบว่า รากฐานและวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของไทยที่ยาวนาน แต่กลับไม่มีหลักฐานบันทึกที่ชัดเจน นอกจากนี้ ในปัจจุบันชาวต่างชาติมีความต้องการอาหารไทยในระดับสูง และชอบรับประทานอาหารไทยแบบตำรับไทยแท้ การตกแต่งร้านด้วยบรรยากาศไทยและตกแต่งจานอาหารด้วยงานแกะสลักผัก / ผลไม้ ยังจำเป็นและแสดงให้เห็นว่าคนไทยเป็นผู้ปรุงอาหาร หรือเจ้าของร้านเป็นคนไทย การเข้ามาส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลกของรัฐบาลมีบทบาทสำคัญและควรต่อเนื่อง

จกกลณี ต้อยเจริญ และฉัตรทอง จารุพิสิฐไพบูลย์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพสตรีวัยผู้ใหญ่ (Consumption Behavior to Enhance Healthy for adult Women) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพสตรีวัยผู้ใหญ่ ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นสตรีวัยผู้ใหญ่ อายุ 20-60 ปี ตำบลบ้านโพธิ์ จำนวน 168 คน ตำบลหัวทะเล จำนวน 178 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประยุกต์มาจากรูปแบบการส่งเสริมสุขภาพตามแนวคิดของเพนเดอร์ เป็นแบบสอบถามสถานภาพทั่วไป และพฤติกรรมสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่า (1) ด้านโภชนาการ สตรีวัยผู้ใหญ่นิยมรับประทานอาหารผักชนิดต่าง ๆ ร้อยละ 82.0 เนื่องจากซื้อหาได้ง่าย ราคาถูก หรือปลูกผักรับประทานเอง เครื่องดื่มส่วนใหญ่จะนิยมกาแฟ การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารส่วนใหญ่ มาจากการดูโทรทัศน์ ซึ่งมีความสนใจและตระหนักในการเลือกบริโภคอาหารที่มีผลต่อสุขภาพตนเอง (2) ด้านการออกกำลังกาย การออกกำลังกายและไม่ได้ออกกำลังกาย มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ร้อยละ 51.2 และ 48.8 ตามลำดับกิจกรรมที่ทำ เช่น การทำงานบ้านด้วยตนเอง การเดินไปจ่ายตลาดซื้อกับข้าว เดินเล่นในหมู่บ้าน ซึ่งส่วนใหญ่คิดว่า การออกกำลังกายทุกวันมีประโยชน์ต่อตนเอง (3) การค้นหาโรค สตรีวัยผู้ใหญ่ส่วนใหญ่จะไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 65.6 ส่วนผู้ที่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 34.4 จะมีการดูแลสุขภาพตนเองอย่างสม่ำเสมอ การตรวจสุขภาพส่วนใหญ่จะตรวจทุกปี ร้อยละ 59.0 แต่การตรวจมะเร็งเต้านมส่วนใหญ่ยังไม่เคยได้รับการตรวจร้อยละ 64.7 มีการตรวจมะเร็งปากมดลูกอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ร้อยละ 51.7 (4) ด้านความเครียด ส่วนใหญ่สตรีวัยผู้ใหญ่จะมีความเครียดเกิดขึ้น ร้อยละ 69.9 ซึ่งมาจากเศรษฐกิจทรัพย์สินภายในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีวิธีบริหารจัดการความเครียดในแต่ละสาเหตุได้ (5) ด้านชุมชน สตรีวัยผู้ใหญ่ส่วนใหญ่จะซื้ออาหารที่ร้านขายของชำในหมู่บ้าน ร้อยละ 61.9 ซึ่งสะดวกใกล้บ้าน แต่ในการซื้อของใช้ส่วนใหญ่จะนิยมที่ห้างสรรพสินค้าในเมือง ร้อยละ 55.7 ซึ่งมีของใช้ให้เลือกเยอะตามความต้องการ ราคาถูก ซื้อได้เป็นแพ็ค ในการรวมกลุ่มชุมชน

ส่วนใหญ่จะมีการรวมเป็นชมรมร้อยละ 72.8 มีการตรวจสุขภาพเบื้องต้นในชุมชนของตนเอง เป็นการวัดความดันโลหิตและตรวจน้ำตาลในปัสสาวะร้อยละ 55.2

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารในเส้นทางอาเซียน 2 เส้นทาง ได้แก่ ไทย-สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และไทย-ราชอาณาจักรกัมพูชา ได้แนวทางในการพัฒนารายการอาหารไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับผู้บริโภค
2. สร้างมูลค่าเพิ่มให้อาหารไทยโดยการบูรณาการกับการส่งเสริมการตลาดของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
3. ผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้สนใจสามารถนำแผนกลยุทธ์ของภัตตาคาร/ร้านอาหารในการสร้างตราโดยบูรณาการรายการอาหารไทยและการส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้บริโภคไปใช้ในการวางแผนธุรกิจ พัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น
4. หน่วยงานภาครัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในเส้นทางอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน เพื่อส่งเสริมการประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหารไทย