การออกแบบธุรกิจ กรณีศึกษา ร้านอาหารเวียดนาม ครัวฮานอย ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี

BUSINESS DESIGN : A CASE STUDY OF KRUA HA NOI VIETNAMESE RESTAURANT IN PRAPHUTTHABAT MUNICIPALITY, SARABURI PROVINCE

สุดารัตน์ ณรงค์ชัยสกุล[1]
อารมณ์ ตัตตะวะศาสตร์[2]
ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล[3]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบธุรกิจร้านอาหารเวียดนามครัวฮานอย ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี โดยทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารเวียดนาม ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยเลือกจากบุคคลทั่วไปอายุ 20-65 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท จ.สระบุรี จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อมูลข่าวสารและการสังเกตมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ พบว่ารูปแบบธุรกิจธุรกิจร้านอาหารเวียดนามควรเป็นร้านอาหารเวียดนามที่มีเมนูอาหารเวียดนามหลากหลาย รสชาติดีและคุณค่าทางโภชนาการสูง มีคุณภาพในการบริการ การตกแต่งร้านที่สะอาดสวยงามและเหมาะสม ราคาใกล้เคียงกับคู่แข่ง ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งธุรกิจจะเป็นกิจการแบบเจ้าของคนเดียว และคาดว่าจะใช้เงินลงทุนประมาณ 500,000 บาท

คำสำคัญ: การออกแบบธุรกิจ ร้านอาหารเวียดนาม พฤติกรรมการบริโภค

Abstract

The independent study aimed to study business design of Krua Ha Noi Vietnamese Restaurant in Praphutthabat Municipality, Saraburi Province. Consumer behavior and Marketing mix factors influencing decision making of consumer age 20-65 years and lived in Praphutthabat Municipality were investigated by using questionnaire. The survey results together with information and observation from the external environment analysis, location analysis and the results from interview the Vietnamese Restaurant business owner in Praphutthabat Municipality were employed to design the business model of the Vietnamese restaurant. Having brought in all information, the Vietnamese restaurant should, with various menu, good taste and high nutritional benefits, good quality of services, clean and appropriate decoration, higher price than competitors and convenient to visit. In conclusion, the Krua Ha Noi Vietnamese restaurant would be a sole proprietorship and investment budget was estimated at around 500,000 baht.

Keywords: Business Design, Vietnamese Restaurant, Consumer Behavior

[1] *นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 62 ถนนโพธิสาร ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000 081-9747348 Sudaratna@yahoo.co.th*

[1] *ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

[3] *อาจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่าในปัจจุบันผู้คนหันมาดูแลสุขภาพโดยการออกกำลังกายและรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้นเพราะช่วยเสริมสร้างร่างกายให้มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ อาหารเวียดนามจัดเป็นหนึ่งในเมนูอาหารเพื่อสุขภาพที่คนไทยนิยมรับประทานและได้รับความนิยมทั่วโลก เนื่องจากมีเอกลักษณ์ที่สำคัญคือมีผักสดทานเคียงกับอาหารหลายประเภท ไม่ใช่ว่าจะเป็นผักสดชนิดใดก็ได้แต่ต้องเป็นผักที่เป็นสมุนไพรที่ให้กลิ่นหอมแรง เพื่อบำรุงสุขภาพร่างกาย ช่วยในเรื่องระบบการย่อยและการขับถ่าย การทานผักสดยังทำให้ได้รับวิตามินและแร่ธาตุ อีกทั้งอาหารเวียดนามยังเป็นอาหารที่มีการใช้น้ำมันน้อย เมื่อรับประทานอย่างต่อเนื่องจึงลดปัญหาเรื่องน้ำหนักตัว ไขมันสูงและความดันโลหิตสูงนอกจากนี้ยังมีคุณประโยชน์ทางอ้อมโดยทำให้รูปร่างดีอีกด้วย [1]

จะเห็นได้ว่ามีธุรกิจร้านอาหารเวียดนามเกิดขึ้นมากมายแทบทุกจังหวัดโดยเฉพาะจังหวัดใหญ่ๆที่มีประชากรจากหลายพื้นที่อพยพเข้ามาอาศัย เช่นกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา ขอนแก่น เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาหารเวียดนามได้รับความนิยมในการบริโภคอย่างมากและแพร่หลายในปัจจุบัน และยังมีร้านอาหารเวียดนามชื่อดังบางร้าน เช่น VT แหนมเนืองได้มีระบบบริการส่งตรงถึงบ้าน (Delivery) ซึ่งถือเป็นความท้าทายจะที่ต้องส่งอาหารท้องถิ่น ซึ่งต้องการความสดใหม่ให้ถึงมือลูกค้าที่อยู่ห่างไกลได้สำเร็จ

ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาทซึ่งเป็นอำเภอที่มีประชากรจากหลายพื้นที่อพยพเข้ามาอยู่จำนวนมาก เพราะเป็นเขตรอยต่อกับพื้นที่โรงงานอุตสาหกรรมเช่น โรงงานอุตสาหกรรมไก่แช่แข็งส่งออก โรงงานอาหารสัตว์ โรงงานผลิตปูนซีเมนต์และอำเภอพระพุทธบาทยังเป็นที่ตั้งของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหารซึ่งเป็นสถานที่สำคัญมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเพื่อนมัสการรอยพระพุทธบาท [2] แต่มีเพียงร้านอาหารเวียดนามขนาดเล็กจำนวน 1 ร้านซึ่งไม่ได้ตั้งอยู่ในส่วนพื้นที่จุดศูนย์กลางของอำเภอ ประกอบกับมีเมนูอาหารเวียดนามในร้านให้เลือกไม่มากนัก ทำให้มีลูกค้าแน่นร้านทุกวัน และขนาดของร้านรองรับลูกค้าได้ไม่มาก ดังนั้นคนที่ต้องการรับประทานอาหารเวียดนามหลากหลายเมนู มักจะเลือกไปรับประทานที่ตัวเมืองลพบุรี ซึ่งมีร้านอาหารเวียดนามขนาดใหญ่ 1 ร้านหรือเลือกรับประทานอาหารชนิดอื่นแทน แสดงให้เห็นว่าจำนวนร้านที่มีอยู่นั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการในการบริโภคของประชากรในพื้นที่ อีกทั้งในปี 2558 ประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้ง 10 ประเทศ จะก้าวเข้าสู่สมาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะมีการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีเข้ามาในประเทศไทย [3] เกิดการเผยแพร่วัฒนธรรมทางด้านอาหาร และร้านอาหารต่างชาติก็ต้องมีมากขึ้นเพื่อรองรับกับความต้องการของคนชาติต่างๆ ที่จะย้ายเข้ามาทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมใกล้คียงเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท อ. พระพุทธบาท จ. สระบุรี

วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเวียดนามของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2) เพื่อออกแบบธุรกิจร้านอาหารเวียดนาม ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี

วิธีดำเนินงาน

1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเวียดนามของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำไปวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research) ลักษณะวิธีการวิจัยทางสังคมเชิงพรรณนา (Descriptive Research)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการแปรความหมาย วิเคราะห์ ประมวลผลข้อมูลที่ได้รับ และนำเสนอผลงานวิจัยโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะการกระจายของข้อมูล ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) ออกแบบธุรกิจร้านอาหารเวียดนาม ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี

โดยมีวิธีการศึกษา โดยการศึกษาจากข้อมูลเอกสาร (Documentary Study) โดยการศึกษา ค้นคว้า รวบรวมข้อมูลข่าวสาร วารสาร หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (In-depth Interview) จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis) โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ได้แก่ การวิเคราะห์อุตสาหกรรม(Industry Analysis) ปัจจัยชี้วัดอุตสาหกรรม (KSFs) ความสามารถในการทำกำไร (Five Forces Model) [4] การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) โดยใช้ PESTE Analysis [5] และนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและจากแบบสอบถามมาสร้างเป็นแบบจำลองทางธุรกิจโดยใช้แม่แบบ Canvas [6]

3) ขอบเขตของการศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือบุคคลทั่วไป มีอายุระหว่าง 20 – 65 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท อ.พระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ [7] ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ในลักษณะการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) มีการกำหนดเงื่อนไขเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยต้องเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เทศบาลเมืองพระพุทธบาท อำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี

4) เครื่องมือและการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ

การเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจในการใช้บริการร้านอาหาร ข้อมูลต่อการรับรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารเวียดนาม และปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารเวียดนาม

ผู้วิจัยนำเครื่องมือไปทำการวิเคราะห์คุณภาพโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อหาเสถียรภาพ (Stability) ของเครื่องมือวิจัย กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน โดยใช้หลักการหาค่าความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach) [8] เพื่อวัดระดับความคิดเห็นโดยใช้มาตรวัดแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) จนกระทั่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.953 ซึ่งแปลได้ว่ามีความเชื่อมั่นในระดับที่สามารถนำไปใช้วิจัยได้

5) การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากประชากรคือ บุคคลทั่วไปที่อาศัยในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท อำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี ซึ่งถือว่ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีความสามารถให้คำตอบแก่ผู้ศึกษาได้ โดยผู้ตอบกรอกคำตอบเองในแบบสอบถาม (Self-administered questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาจะทำการอธิบายส่วนต่างๆเพื่อให้ผู้ตอบเข้าใจก่อนดำเนินการให้ข้อมูล

ผลการวิจัย

1) ข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้อยู่ที่ 15,001- 25,000 บาทต่อเดือน มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีสมาชิก

ในครอบครัวประมาณ 3-4 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารนอกบ้านประมาณ 3-7 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยมีเหตุผลหลักคือเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนๆในโอกาสพิเศษต่างๆ และคิดว่าการรับประทานอาหารนอกบ้านราคาถูกกว่าทำกินเอง การรับประทานอาหารนอกบ้านส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างปรับประทานครั้งละ 2-4 คน โดยไปกับคู่รัก หรือสามีภรรยา โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารเอง กลุ่มตัวอย่างมักเลือกรับประทานอาหารนอกบ้านในวันเสาร์ อาทิตย์ ในราคาที่ต่ำกว่า 200 บาทต่อคน สถานที่ตั้งร้านอาหารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุดคือ บริเวณใกล้ตลาดนิคมสร้างตนเอง อำเภอพระพุทธบาท จ.สระบุรี ส่วนสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ อินเตอร์เนต สื่อออนไลน์ แชร์รีวิวร้าน และการส่งเสริมการขายที่ทำให้ตัดสินใจเลือกร้านอาหารคือการแจกของแถม เช่นสั่งอาหาร 1 ชุดแล้วได้ฟรี 1 อย่างเป็นต้น พบว่าปัญหาที่พบและเป็นสาเหตุที่จะทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่กลับไปใช้ร้านอาหารนั้นๆ อีก คือ อาหารมีราคาแพง กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการรับประทานอาหารเวียดนามเป็นการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถรับประทานผักได้มาก มีผลทำให้สุภาพดี ป้องกันโรคภัยไข้เจ็บได้ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารเวียดนามเนื่องจากเคยรับประทานแล้วชอบในรสชาติและอยากรับประทานอีก เมนูที่ชอบที่สุดคือเฝอและก๋วยจั๊บญวน ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนกลุ่มที่ไม่เคยรับประทานอาหารเวียดนามมีสาเหตุส่วนใหญ่เนื่องมาจากไม่มีขายในพื้นที่ใกล้เคียง กลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุดมีความถี่ในการรับประทานอาหารเวียดนามมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจที่จะไปรับประทานอาหารเวียดนามถึง 96.5 %ถ้าหากมีร้านอาหารเวียดนามเปิดใหม่ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท

2) ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเวียดนาม

พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่รสชาติและคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ให้ มีการโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่ดึงดูดลูกค้า การให้บริการของพนักงาน มีความรวดเร็วและสุภาพ ร้านมีความสะอาด บรรยากาศดีและมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ อ่างล้างมือ ในระดับมากได้แก่ลักษณะทางกายภาพของร้านที่มีความสะอาด สะดวก ปลอดภัย กระบวนการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วรวมถึงมีบริการส่งอาหารถึงบ้าน

3) การออกแบบธุรกิจร้านอาหารเวียดนามครัวฮานอยโดยใช้แม่แบบ Canvas

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ พบว่าแนวโน้มความอิ่มตัวของอุตสาหกรรมยังมีไม่มาก เนื่องจากมีผู้ประกอบการเพียง 1 ราย และประชากรมีแนวโน้มในการดูแลสุขภาพมากขึ้น ถึงแม้จะมีกำแพงการเข้าสู่อุตสาหกรรมไม่สูงมากนักจึงทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ความต้องการและค่านิยมในการบริโภคเปลี่ยนไปจากเดิม รวมถึงการที่ประเทศไทยจะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะมีการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี จึงทำให้อุปทานยังคงมีแนวโน้มต่ำว่าอุปสงค์ จากข้อมูลที่ศึกษาได้นำมาสังเคราะห์และออกแบบธุรกิจตาม Business Model Canvas ดังนี้

3.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer Segments) ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่อาศัยในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท จ. สระบุรี กำหนดตำแหน่งทางธุรกิจทางเป็นร้านอาหารเวียดนามที่มีเมนูอาหารเวียดนามหลากหลายเมนู นอกจากนี้ยังมีการจัดตกแต่งร้านโดยเอาแนวความคิดของชื่อร้านมาช่วยในการตกแต่งเพื่อทำให้ตำแหน่งทางธุรกิจมีความชัดเจนมากขึ้น ได้แก่ การตกแต่งด้วยภาพสถานที่สำคัญในกรุงฮานอย ซึ่งได้แก่ เจดีย์เสาเดียว ทำเนียบประธานาธิบดี ทะเลสาบคืนดาบ วัดเนินหยก เป็นต้น

3.2 การนำเสนอคุณค่า (Value Proposition) ได้แก่ 1) คุณค่าในเชิงปริมาณ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และการให้ส่วนลดในการรับประทานครั้งถัดไป การแจกของแถม การมีบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลดสำหรับค่าอาหารและมีเมนูพิเศษสำหรับเทศกาลต่างๆ .2) คุณค่าในเชิงคุณภาพ ได้แก่ ด้านรสชาติของอาหาร

คุณค่าทางโภชนาการ มีการถ่ายทอดความรู้ด้านวัฒนธรรม คุณค่าทางโภชนาการ ของอาหารเวียดนามให้กับลูกค้าผ่านทางสื่อต่างๆ เช่นกระดาษรองจานบนโต๊ะ โปสเตอร์ติดผนัง เป็นต้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆให้กับลูกค้า มีบริการส่งอาหารถึงบ้านและนำเทคโนโลยีการผลิตอาหารที่ทันสมัยมาปรับปรุงคุณภาพของอาหาร ให้มีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นเรื่อยๆ

3.3 ช่องทาง (Chanels) ได้แก่ 1) ช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า อินเตอร์เน็ต สื่อออนไลน์ แชร์ รีวิว ร้าน ,ป้ายหน้าร้าน ,ใบปลิว/แผ่นพับ 2) ช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การเปิดขายหน้าร้าน ใกล้ตลาดนิคมสร้างตนเองพระพุทธบาท 6.00-21.00 น.และมีบริการส่งถึงบ้าน

3.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) โดยการสร้างเว็ปไซต์เป็นของตนเอง มีการแสดงเมนู ราคาอาหาร ช่องทางการสั่งอาหาร การติดต่อกับทางร้าน ตลอดจนถึงการรีวิวและติชมเพื่อการพัฒนาปรับปรุงในอนาคต ให้คำแนะนำปรึกษาในเรื่องการดูแลรักษาสุขภาพ

3.5 กระแสรายได้ (Revenue Streams) รายได้สม่ำเสมอเกิดจากการจ่ายเงินของลูกค้าอย่างต่อเนื่องโดยการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า ประมาณการรายได้วันละ 15,000 บาท 25 วัน /เดือน จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอิ่มใจ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเวียดนามในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี

3.6 ทรัพยากรสำคัญที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ (Key Resources) ทรัพยากรหลักที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ 1) Man : ทรัพยากรบุคคล พ่อครัว แม่ครัวที่มีความรู้ความสามารถในการทำอาหารเวียดนาม พนักงานร้าน

2) Money ซึ่งได้มาจากแหล่งเงินทุนจากส่วนของเจ้าของ ได้แก่ เงินออมส่วนตัว .3) Material ได้แก่ วัตถุดิบต่างๆที่ใช้ในการทำอาหารเวียดนาม เช่น หมูยอ เส้นก๋วยจั๊บ เป็นต้น 4) Machine ได้แก่เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ เช่น Blow chopper, Vacuum Packing, Sealing เป็นต้น

3.7 กิจกรรมหลัก (Key Activities) ได้แก่ 1) การจัดหาวัตถุดิบโดยการคัดเลือกวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ 2) ด้านการผลิต ได้แก่ กิจกรรมเปลี่ยนวัตถุดิบเป็นสินค้า ควบคุมคุณภาพ 3) การกระจายสินค้าไปสู่ลูกค้า เช่นการส่งมอบสินค้าถูกต้อง สะดวก รวดเร็ว และรักษาคุณภาพทางโภชนาการ 4) การตลาดและการขายการมีกิจกรรมชักจูกให้ลูกค้าซื้อสินค้า เช่น ลดแลก แจก แถม เมนูพิเศษในเทศกาลต่างๆ 5) การจัดหา (Procurement) สร้างสัมพันธ์อันดีกับผู้ขาย (Supplier) เพื่อได้สินค้าที่มีคุณภาพ ต้นทุนต่ำลงตามปริมาณการสั่งซื้อ

3.8 การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ขาย (Suppliers) เพื่อเป็นการรับประกันว่าจะไม่ขาดแคลนวัตถุดิบผู้ขายที่สำคัญสำหรับร้านอาหารเวียดนามได้แก่ หมูยอ เส้นก๋วยจั๊บ เป็นต้น ที่หาซื้อไม่ได้ในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท ส่วนผักสดหรือวัตถุดิบต่างๆ ทางร้านก็จะมีการเลือกผู้ขายและจะใช้กลยุทธ์การซื้อในปริมาณที่สูงเพื่อให้ได้สินค้าที่ราคาถูกลง และมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น

3.9 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

แนวคิดการประมาณการรายได้และรายจ่ายนั้น ทางผู้วิจัยได้ประมาณการรายได้โดยพิจารณาจากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบและขนาดของธุรกิจคล้ายกัน และเมื่อพิจารณาร่วมกับการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจหากมีร้านอาหารเวียดนามมาเปิดในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท คิดเป็นร้อยละ 96.5 ดังนั้น จึงประมาณการรายได้ต่อปี โดยคำนวณที่ขายอาหารได้วันละ 15,000 บาทโดยเปิดร้าน 25 วันต่อเดือน การประมาณการกระแสเงินสดสำหรับการเปิดกิจการร้านอาหารเวียดนาม ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ 57,050 บาท ค่าตกแต่งอาคาร 250,800 บาท ค่าอุปกรณ์ต่างๆ เช่น

อุปกรณ์การทำอาหาร โต๊ะนั่งรับประทานอาหาร อุปกรณ์ตกแต่งร้าน 194,000 บาท รวมทั้งสิ้น 501,850 บาท โดยเงินลงทุนที่ทางร้านนำมาใช้ มีแหล่งเงินทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด

สรุป

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารเวียดนามซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบธุรกิจ ในระดับมากที่สุด ซึ่งได้แก่รสชาติและคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ให้ มีการโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่ดึงดูดลูกค้า การให้บริการของพนักงานมีความรวดเร็วและสุภาพ ร้านมีความสะอาด บรรยากาศดีและมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ อ่างล้างมือ ในระดับมากได้แก่ลักษณะทางกายภาพของร้านที่มีความสะอาด สะดวก ปลอดภัย กระบวนการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วรวมถึงมีบริการส่งอาหารถึงบ้าน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับเรื่องด้านผลิตภัณฑ์และราคาเพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจร้านอาหาร เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มารับประทานอาหารมีความคาดหวังว่าอาหารจะต้องอร่อย สะอาด สด ใหม่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและควรมีการศึกษาความเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและนโยบายของทางภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเตรียมพร้อมสู่ความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เช่น การเพิ่มเมนูอาหารหรือการดัดแปลงรสชาติให้เหมาะกับคนต่างชาติมากขึ้น มีการฝึกพนักงานร้านให้สามารถสื่อสารกับคนต่างชาติได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านอาหารเวียดนาม โดยให้ครอบคลุมในด้านการจัดการการเงิน ด้านเทคนิค ด้านกฎหมาย และด้านการตลาดอย่างละเอียด

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารมย์ ตัตตะวะศาสตร์ อาจารย์ให้คำปรึกษาอาจารย์ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล และอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่มีคุณค่าต่อการศึกษา ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้รายงานการศึกษาอิสระฉบับเสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดี ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

เอกสารอ้างอิง

[1] ณัฐพนธ์ นันทพรพิสุทธิ์. (2558). **อาหารเวียดนาม อาหารสุขภาพยอดนิยมระดับโลก**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ แม่บ้าน.

[2] เทศบาลเมืองพระพุทธบาท. (2558). **สภาพและข้อมูลพื้นฐาน**. ค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2558, จาก http://www.praphutthabat.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=11& Itemid=59

[3] ASTV ผู้จัดการออนไลน์. (2558). **เวียดนามพร้อมส่งคนทำงานไทย**. ค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2558, จาก http://www.manager.co.th/IndoChina/ViewNews.aspx?NewsID=9580000028008

[4] บุญฑวรรณ วิงวอน. (2556). **การเป็นผู้ประกอบการยุคโลกาภิวัฒน์**. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พริ้นท์.

[5] ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล. (2558). **เอกสารประกอบการบรรยายวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์**. ขอนแก่น: วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[6] Osterwalder, Alexander, & Pigneur, Yves. (2010). **Business Model Generation**. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, Inc.

[7] วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2551). **วิธีวิทยาการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

[8] อโนทัย ตรีวานิช. (2548). **สถิติธุรกิจฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3**. ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์.