

ปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตจังหวัดปทุมธานี

Factors Affecting Competitive Advantage of Restuarant Business in Phatumthani Province

ลัทธிகาล ศรีระมย์ *

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี 3) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี 270 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .916 และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F test (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. เปรียบเทียบปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทร้านอาหารต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกัน

3. ปัญหาอุปสรรคต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี คือ 1) รายได้เฉลี่ยต่อร้านของร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี มีทิศทางลดลง ผลักดันให้ผู้ประกอบการรายใหญ่หันมาเจาะกลุ่มเป้าหมายเดียวกันกับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและ

เล็ก 2) สถานการณ์ภัยแล้ง ส่งผลกระทบต่อทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนสินค้าและวัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มีราคาสูงขึ้น 3) การยกระดับสตรีทฟู้ด (Street food) กระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการมีอำนาจในการเลือกซื้อยิ่งขึ้น 4) เกิดการแข่งขันโดยใช้แอปพลิเคชัน Food Delivery สำหรับสั่งอาหาร มีการบริการอย่างแพร่หลายให้ลูกค้าสามารถสั่งเมนูเด็ดจากร้านอาหารโดยไม่ต้องไปเอง 5) การตระหนักถึงภาวะเศรษฐกิจถดถอยและการมีคู่แข่งในตลาดนับวันมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน, ธุรกิจร้านอาหาร, จังหวัดปทุมธานี

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study factors affecting competitive advantage of restaurant business in Phatumthani Province; 2) to compare factors affecting restaurant business in Phatumthani Province; 3) to study problems in restaurant operation in Phatumthani Province. Samples were 270 restaurant's owners and managers in Phatumthani Province by multi-stage sampling. Data collection was a questionnaire with a reliability of 0.916. Statistical analysis were percentage, mean, Standard Deviation, t-test, and F test (One-way ANOVA).

The results revealed that;

1. Overall, factors affecting competitive advantage of restaurant business was at a high level.

* มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

2. Factors affecting restaurant business compared by gender, age, education level, and type of restaurant were not significant different.

3. Problems of restaurant operation include 1) low sale volume; 2) lack of raw material; 3) street food in tourist promotion affected restaurant operation; 4) delivery food also affected to restaurant business; and 5) recession economy and new competitors also affected to restaurant business.

Keywords: Competitive advantage, Restaurant business, Phatumthani Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ร้านอาหาร” เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ผู้ประกอบการ SME ไทยนิยมหันมาเปิดให้บริการกัน เรียกว่าทุกตรอกซอกซอย ในห้างสรรพสินค้า หรือร้านริมถนนข้างทาง จะต้องมีการร้านอาหาร แต่ไม่ใช่ร้านอาหารทั่วไป จะสามารถทำเป็นธุรกิจร้านอาหารได้ เนื่องจากมีปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่จะช่วยให้ธุรกิจอาหารประสบความสำเร็จ (บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด. 2559) และธุรกิจร้านอาหารนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อภาคบริการและเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากประกอบด้วยผู้เล่นตั้งแต่รายเล็กไปจนถึงหลายใหญ่และยังมีความเกี่ยวเนื่องไปยังผู้เล่นในอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกมาก นอกจากนี้มูลค่ารวมของธุรกิจดังกล่าวยังคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.7 ของภาคบริการทั้งหมดของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP ภาคบริการ) ทั้งนี้การขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา เกิดจากการลงทุนขยายสาขาของผู้ประกอบการ รวมไปถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ยอมใช้จ่ายเพื่อคุณภาพอาหารและความสะอาดสบายที่มากขึ้น อย่างไรก็ดี ความน่าสนใจของตลาดก็ดึงดูดผู้เล่นหน้าใหม่จากทั้งนอกและในธุรกิจร้านอาหารให้เข้ามาลงทุนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเป้าหมายราคาระดับกลางซึ่งเป็นตลาดหลักของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง-เล็ก รวมทั้งร้านอาหารข้างทาง (Street Food) ในขณะที่เดียวกันการแข่งขันที่รุนแรงก็ทำให้เกิดการหมุนเวียนเปิด-ปิด

กิจการของผู้เล่นหน้าใหม่และเก่าเป็นจำนวนไม่น้อยเช่นกัน (Media Associated Co.,Ltd. 2562)

นอกเหนือจากการสร้างร้านอาหารให้เป็นรู้จักแล้ว การบริหารภายในก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญมากที่ควรคำนึงถึงในการประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจเช็ค และบริหารสต็อกสินค้า การประสานงานออเดอร์อาหาร หรือเครื่องดีมจากซัพพลายเออร์ การบริการลูกค้า การทำรายงานยอดขาย รวมถึงการตรวจสอบระบบต่าง ๆ ภายในร้าน โดยเฉพาะในโลกธุรกิจเสี่ยงไม่ได้ที่ต้องเจอกับการแข่งขัน ธุรกิจร้านอาหารก็เช่นกันเหตุการณ์ไม่คาดฝันอาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ เช่น ร้านกำลังขายดี อยู่ ๆ มีร้านใหม่เปิดแข่งแย่งลูกค้าไป หรือแม้แต่เจอสงครามโปรโมชันตัดราคา หากต้องตกอยู่ในสถานการณ์แข่งขันเช่นนี้จะรับมืออย่างไร (แม็คโครโฮเรก้าอคาเดมี่. 2562) สำหรับปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจอยู่ได้อย่างยั่งยืนและมีลูกค้ามาอุดหนุนอย่างต่อเนื่อง คือทำเลที่ดี ราคาไม่สูงนัก และรสชาติของอาหาร รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งในการโปรโมทประชาสัมพันธ์ร้านอาหารในยุคนี้สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ ที่ได้รับความนิยมมากและไม่ต้องใช้ต้นทุนสูงนัก คือการโฆษณาในออนไลน์ ทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อิน스타그램และไลน์ หากมีงบประมาณมากหน่อยผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีทุนหนักก็ยังคงใช้ฟรีทีวีหรือโฆษณาตามหน้าหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารบางฉบับ ไม่รวมกรณีที่ใช้วิทยุหรือพีซีรายการต่าง ๆ ไปชิมอาหารที่ร้าน ในภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงเช่นนี้เอง หากจะให้ธุรกิจร้านอาหารเจริญรุ่งเรือง นอกจากจะต้องมีองค์ประกอบดังที่ได้แจกแจงไปแล้ว ปัจจัยสำคัญอีกอย่างคือร้านอาหารจะต้องปรับตัวให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของผู้คนในยุคดิจิทัลที่ใช้สมาร์ตโฟนอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน อย่างเช่นจะต้องมีบริการเดลิเวอรี่ หรือจัดโปรโมชันในช่วงเทศกาลต่าง ๆ อาทิ วันแม่ วันพ่อ วันครอบครัว วันเด็ก วันสงกรานต์หรือเพิ่มเมนูใหม่ ๆ ให้ลูกค้าอยากมาลิ้มชิมรส และควรมีกิจกรรมเพื่อคืนกำไรให้กับลูกค้าอีกด้วย (krungsri.com. 2563) ในเรื่องนี้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่าจากการลงทุนอย่างต่อเนื่องของผู้ประกอบการรวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการขยายตัวอยู่บ้าง ทำให้ธุรกิจร้านอาหารในปี 2563 ยังคงสามารถเติบโตได้อยู่

อย่างไรก็ดี การขยายตัวดังกล่าวเป็นการขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวลง เนื่องจากยังมีโจทย์ท้าทายรอบด้านที่รออยู่ ซึ่งน่าจะสร้างแรงกดดันอย่างมากให้แก่ผู้ประกอบการในปัจจุบัน รวมไปถึงกลุ่มผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่สนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก ที่ต้องพยายามประคองตัวจากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่เข้มข้นมากขึ้น อาทิ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา นอกจากการจัดโปรโมชั่นด้านราคาและการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง อีกหนึ่งความเคลื่อนไหวที่น่าสนใจของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีสาขา คือ การเข้าลงทุนและความร่วมมือกิจการธุรกิจร้านอาหารอื่น ๆ เนื่องจากยอดขายในร้านเดียวกัน (Same Store Sales) ได้หดตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 และคาดว่าทั้งปี 2562 อาจมีการหดตัวถึงร้อยละ 3.5 ขณะเดียวกันการเข้าซื้อกิจการและการขยายสาขา ก็อาจทำให้เกิดการแข่งขันในระหว่างสาขา สะท้อนจากการหดตัวของรายได้เฉลี่ยต่อสาขาของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีทิศทางหดตัวลง จาก 15.2 ล้านบาท ในปี 2559 เหลือเพียง 14.6 ล้านบาทในปี 2561 นอกจากนี้ การแข่งขันที่รุนแรงและทิศทางการหดตัวของยอดขาย ทำให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า รายได้เฉลี่ยต่อสาขาในปี 2562 อาจปรับลดลงมาเหลือเพียง 14.3 ล้านบาท การหดตัวดังกล่าวผลักดันให้ผู้ประกอบการรายใหญ่หันมาลงทุนในธุรกิจร้านอาหารราคาในระดับกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าตลาดที่สูงและครอบคลุมลูกค้าเป้าหมายจำนวนมาก ทั้งนี้คาดว่า ในปี 2563 ผู้ประกอบการรายใหญ่น่าจะยังคงมีแผนการขยายธุรกิจให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายราคาในระดับกลาง และคาดว่าจะสร้างแรงกดดันให้กับผู้เล่นที่สำคัญในระดับราคาดังกล่าวนั้นก็คือ ผู้ประกอบการรายกลาง-เล็ก รวมทั้งร้านอาหารข้างทาง (Street Food) ที่มีหน้าร้าน (Media Associated Co., Ltd. 2563)

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ห้องอาหารในโรงแรม ภัตตาคาร สวนอาหาร ร้านอาหารทั่วไป ร้านเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือไอศกรีม กำลังเผชิญกับความท้าทายจากหลาย ๆ ด้าน อาทิ การแข่งขันทางการตลาดอย่างดุเดือดจากคู่แข่งในตลาด โดยจากวิถีการดำเนินชีวิตที่เต็มไปด้วยความเร่งรีบและเวลาที่

จำกัดในแต่ละวัน ทำให้เทรนด์การตลาดในปัจจุบันมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาช่องทางการขายให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อสนองตอบต่อความสะดวกสบาย และความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยคู่แข่งรายใหม่ ๆ ได้พยายามขยายช่องทางการขาย เพื่อมาตอบโจทย์ชีวิตที่เร่งรีบนี้ โดยผู้ใช้บริการสามารถรับบริการได้ในเวลาอันสั้น อีกทั้งยังสะดวกเพราะไม่ต้องเสียเวลาหาที่จอดรถ จากภาพรวมที่กล่าวมาจึงมีความสนใจที่จะวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นฐานข้อมูล และต่อยอดการดำเนินงานเกี่ยวกับการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทร้านอาหาร
3. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานการวิจัย

คุณลักษณะทั่วไปของเจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทร้านอาหาร ต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร คือ เจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) โดยการทดสอบแบบสอบถามกับตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด และคำนวณ

หาค่า Partial R2 เพื่อนำไปประมาณค่าขนาดตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1977) จากการประมาณค่าตัวอย่างโดยมีค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.0691097 ความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทหนึ่ง (α) เท่ากับ 0.15 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 9 อำนาจการทดสอบ ($1-\beta$) เท่ากับ 0.90 (Cohen, 1962) จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 255 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากตัวอย่างเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้นเป็น 270 ตัวอย่าง

2. พื้นที่ที่วิจัย ธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี

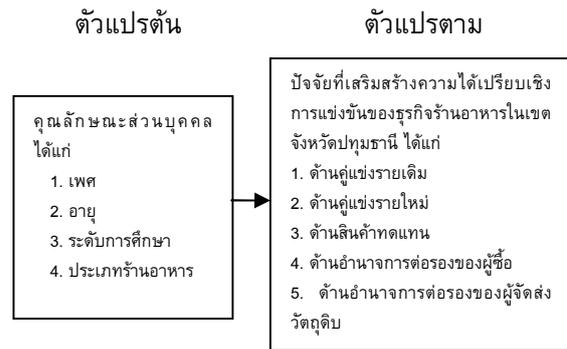
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคลของเจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทร้านอาหาร

3.2 ตัวแปรตาม เป็นการวัดความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตามแนวทฤษฎี Five Forces ของ Porter (2008) ประกอบด้วย 1) คู่แข่งรายเดิม 2) คู่แข่งรายใหม่ 3) สินค้าทดแทน 4) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และ 5) อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตามแนวทฤษฎี Five Forces ของ Porter (2008) ประกอบด้วย 1) คู่แข่งรายเดิม 2) คู่แข่งรายใหม่ 3) สินค้าทดแทน 4) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และ 5) อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ และได้นำแนวคิดมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ เจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) โดยการทดสอบแบบสอบถามกับตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด และคำนวณหาค่า Partial R2 เพื่อนำไปประมาณค่าขนาดตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1977) จากการประมาณค่าตัวอย่างโดยมีค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.0691097 ความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทหนึ่ง (α) เท่ากับ 0.15 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 9 อำนาจการทดสอบ ($1-\beta$) เท่ากับ 0.90 (Cohen, 1962) จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 255 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากตัวอย่างเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้นเป็น 270 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งตามอำเภอและแบ่งตามประเภทที่หน่วยงานของรัฐกำหนด

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสพบกับกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปทำการจัดเก็บข้อมูลจากเจ้าของกิจการร้านอาหาร

และผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ตามที่ได้สุ่มไว้ในขั้นตอนที่ 1 จนครบ 270 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี เป็นเครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนของผู้เจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทร้านอาหาร เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันตามแนวคิด Five Forces ของ Porter (2008) ประกอบด้วย 1) คู่แข่งรายเดิม 2) คู่แข่งรายใหม่ 3) สินค้าทดแทน 4) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และ 5) อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของเบสท์ (Best. 1990: 182)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1 ศึกษาการทบทวนวรรณกรรม กับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร

2. สร้างเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามมาหาค่า IOC (Item-Objective Congruence Index) พบว่าทุกข้อคำถามมีค่าได้คุณภาพตามเกณฑ์ คือ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.8-1 หลังจากนั้นพิจารณาปรับข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และพัฒนารูปแบบของเครื่องมือเพื่อให้เข้าใจง่ายและสะดวกในการตอบ

4. คุณภาพด้านความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำไปทดลองใช้กับเจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แบบสอบถามแล้วนำแบบสอบถามในส่วนที่เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่ามาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha- Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach. 1970: 161) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .916

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้มาปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามจนถูกต้องสมบูรณ์แล้วจัดพิมพ์และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. วิธีที่ 1 ผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถาม ตามข้อมูลรายชื่อและที่อยู่ของเจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ทางไปรษณีย์โดยนำจดหมายขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามแนบไปด้วย พร้อมทั้งระบุช่องทางการส่งคืนแบบสอบถามกลับมาทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ที่ได้รับไว้

2. วิธีที่ 2 ผู้วิจัยลงพื้นที่และแจกแบบสอบถาม เจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี และรอรับแบบสอบถามด้วยตนเอง

3. เมื่อเจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานีตอบแบบสอบถามแล้วเสร็จ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนรวม 270 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติแบบพรรณนา (Descriptive Statistic) ในรูปการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลที่เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

2. ข้อมูลปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบชุดคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จากนั้นจึงปรับค่าให้อยู่ในระดับช่วง (Interval Scale) ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติแบบพรรณนา (Descriptive Statistic)

ใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test และ F test (One-way ANOVA)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อตรวจสอบของการตอบผู้วิจัยนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ประมวลผลทางสถิติ

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทร้านอาหาร โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี เป็นคำถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) กำหนดเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน กำหนดให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

4 คะแนน กำหนดให้ระดับความคิดเห็นมาก

3 คะแนน กำหนดให้ระดับความคิดเห็นปานกลาง

2 คะแนน กำหนดให้ระดับความคิดเห็นน้อย

1 คะแนน กำหนดให้ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Best. 1990: 182) กำหนดเกณฑ์ค่าคะแนนโดยกำหนดความหมาย ดังนี้

4.21-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี มากที่สุด

3.41-4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี มาก

2.61-3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ปานกลาง

1.81-2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี น้อย

1.00-1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี เรียงลำดับความถี่และคิดค่าร้อยละจากมากไปน้อย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1. สถิติที่ใช้ในการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ที่คำนวณตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 สถิติเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test (Independent Sample) และ

2.3 F test (One-way ANOVA)

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

1. ปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แผลผล ปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยรวมและรายด้าน

ปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี	ระดับความคิดเห็น (n = 270)			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านคู่แข่งรายเดิม	4.10	.82	มาก	5
2. ด้านคู่แข่งรายใหม่	4.18	.83	มาก	2
3. ด้านสินค้าทดแทน	4.14	.79	มาก	4
4. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ	4.20	.92	มาก	1
5. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ	4.15	.98	มาก	3
รวม	4.15	.80	มาก	

จากตาราง 1 พบว่า ปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.15) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่

เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ($\bar{X} = 4.20$) ด้านคู่แข่งรายใหม่ ($\bar{X} = 4.18$) ด้านอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ ($\bar{X} = 4.15$) ด้านสินค้าทดแทน ($\bar{X} = 4.14$) และด้านคู่แข่งรายเดิม ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

2. เปรียบเทียบปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทร้านอาหารต่างกันมีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย	ยอมรับ	ปฏิเสธ
H ₁ : ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่าเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน		✓
H ₂ : ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่าอายุต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน		✓
H ₃ : ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่าระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน		✓
H ₄ : ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่าประเภทร้านอาหารต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน		✓

3. ปัญหา อุปสรรคต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี คือ 1) รายได้เฉลี่ยต่อร้านของร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี มีทิศทางลดลง ผลักดันให้ผู้ประกอบการรายใหญ่หันมาเจาะกลุ่มเป้าหมายเดียวกันกับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก 2) สถานการณ์ภัยแล้ง ส่งผลกระทบทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนสินค้าและวัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มี

ราคาสูงขึ้น 3) การยกระดับสตรีทฟู้ด (Street food) กระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการมีอำนาจในการเลือกซื้อยิ่งขึ้น 4) เกิดการแข่งขันโดยการใช้แอปพลิเคชัน Food Delivery สำหรับสั่งอาหาร มีการบริการอย่างแพร่หลายให้ลูกค้าสามารถสั่งเมนูเด็ดจากร้านอาหารโดยไม่ต้องไปเอง และ 5) การตระหนักถึงภาวะเศรษฐกิจถดถอยและการมีคู่แข่งในตลาดนับวันมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจที่จะนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี เป็นอุตสาหกรรมที่อยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีย่อมจึงมีการแข่งขันกันสูง เช่น การแข่งขันในด้านราคา การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ความเข้มข้นของภาวะการแข่งขันซึ่งจะมีมากน้อยเพียงใดย่อมเป็นผลจากปัจจัยต่าง ๆ จำนวนคู่แข่งในตลาดนั้น ๆ รวมทั้งธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานียังคงมีคู่แข่งรายใหม่ที่มีศักยภาพสูงเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้อยู่ตลอดเวลา เหตุนี้ย่อมมีผลกระทบต่อการทำงานของผู้ประกอบการรายเดิม ทั้งนี้ถ้าคู่แข่งรายใหม่ได้เข้ามาพร้อมกับกำลังการผลิตที่เหนือกว่าและศักยภาพในการแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ของผู้ประกอบการรายเดิม การเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ย่อมมีอุปสรรคหลายประการที่ปิดกั้นคู่แข่งรายใหม่ไม่ให้เข้าสู่ตลาด เช่น การสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ต้นทุนที่เกิดจากความเปลี่ยนแปลง ความต้องการเงินทุน การสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น ดังนั้น จึงเป็นไปได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสามารถวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยนำกลยุทธ์ของธุรกิจร้านอาหารมาใช้ในการพัฒนาให้สามารถแข่งขันทางธุรกิจ ได้จึงมีผลให้ปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

2563) ที่กล่าวถึงการวิเคราะห์อุตสาหกรรมแบบ Porter's Five Forces Model ในส่วนของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ว่าองค์การสามารถเสนอทางเลือกได้หลากหลาย ดังนี้ 1) การเปลี่ยนแปลงราคา การเพิ่มหรือลดราคาสามารถสร้างความได้เปรียบชั่วคราว 2) การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์การปรับปรุงคุณลักษณะการทำงาน การสร้างนวัตกรรมในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ 3) การสร้างสรรคช่องทางในการจัดจำหน่าย การรวมตัวของผู้ขายเพื่อหาช่องทางจัดจำหน่ายใหม่ และ 4) ความสัมพันธ์ในเชิงการเอาเปรียบผู้ขาย เช่น การตั้งมาตรฐานสินค้าสูง และการกีดราคาในการรับซื้อ โดยบังคับผู้ขายต้องบรรลุข้อกำหนดให้ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของธำรง อังสุรัตน์โกมล (2559) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า แรงกดดันทางการแข่งขันในภาพรวมมีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ และเมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยย่อยของแรงกดดันทางการแข่งขันแล้ว พบว่า แรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ แรงกดดันของสินค้าทดแทน แรงกดดันทางการแข่งขันจากคู่แข่งรายเดิมในอุตสาหกรรม แรงกดดันของการเข้ามายังอุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่ และแรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ตามลำดับสอดคล้องผลการวิจัยของวสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2561: 2, 148-149) ที่ศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. เปรียบเทียบปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทร้านอาหารต่าง ๆ มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ก็เพราะว่าเจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานีที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขต

จังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจุบันเปิดโอกาสให้เพศชายกับเพศหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกันในทุก ๆ ด้าน ดังนั้นชายหรือหญิงย่อมมีความเป็นอิสระทางความคิด รวมทั้งเจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีระดับการศึกษาต่าง ๆ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจุบันเปิดโอกาสทางการศึกษาการเรียนรู้ด้วยตนเองกว้างขึ้น โดยไม่มีข้อจำกัดทางการศึกษา วุฒิการศึกษาสูงไม่ได้หมายความว่ามีความสามารถในการพัฒนาธุรกิจให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันดีกว่าคนมีวุฒิการศึกษาต่ำกว่า ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของธัญพัฒน์ เหล่าจำปา และทัศภร ศรีสุข (2559) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความสามารถในการแข่งขันแตกต่างกัน นอกจากนี้ เจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในปัจจุบันชีวิตในการทำงาน อายุเป็นเพียงคุณสมบัติตัวหนึ่ง แต่ด้านการบริหารจัดการอายุไม่เป็นเงื่อนไขในการปฏิบัติงาน และอีกทั้งอาจจะเป็นเพราะว่าเจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งแบ่งตามประเภทร้านอาหารต่าง ๆ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกัน น่าจะมาจากสาเหตุหลักที่ร้านอาหารต่างมียอดขายตกด้วยกันอันเนื่องมาจากปัจจัยอื่น ๆ เช่นภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัว การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นเนื่องจากมีผู้ประกอบการใหม่ ๆ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง และความนิยมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารออนไลน์และร้านอาหารประเภทบริการจัดส่ง (ดีลิเวอรี่) ซึ่งมีการเติบโตต่อเนื่องจนปัจจุบัน จึงไม่ได้มีผลให้ประเภทร้านอาหารมีความได้เปรียบในการแข่งขัน สอดคล้องกับบทความของ smethailandclub.com (2563) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่เข้ามาท้าทายและมีผลต่อธุรกิจร้านอาหารในปีนี้เป็น ต้นทุน

ธุรกิจร้านอาหารที่สูงขึ้น ทั้งจาก 1) ราคาวัตถุดิบอาหารสดซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 1 ใน 3 ของต้นทุนธุรกิจที่อาจจะมีการปรับราคาขึ้น โดยจะมีผลกระทบต่อกำไรขั้นต้นของธุรกิจร้านอาหาร 2) การปรับขึ้นอัตราค่าจ้างขั้นต่ำใหม่ทั่วประเทศในปี 2563 อีก 5-6 บาท ที่อาจมีผลให้ต้นทุนในส่วนของค่าแรงปรับตัวสูงขึ้น 3) ผู้ประกอบการที่ไม่มีพื้นที่เป็นของตนเองอาจได้รับผลกระทบจาก ราคาเช่าที่ จะมีการปรับราคาขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 2-5 ต่อปี รวมถึงภาระจากภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่เจ้าของที่ดินอาจผลักรายมายังผู้เช่า โดยต้นทุนต่าง ๆ ที่ปรับตัวสูงขึ้นน่าจะก่อให้เกิดแรงกดดันต่อผลกำไรสุทธิของผู้ประกอบการร้านอาหาร และรวมถึงความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดย “ความสะดวกรวดเร็ว + ความหลากหลาย + ราคาที่สมเหตุสมผล” กลายมาเป็นมาตรฐานใหม่ของผู้บริโภคในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าว ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม การปรับขึ้นราคาอาหารอาจเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ส่งผลให้เกิดแรงกดดันต่อผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารให้จำเป็นต้องพยายามควบคุมต้นทุนในขณะเดียวกันก็จำเป็นต้องรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่ผู้บริโภคคาดหวังให้ได้

3. ปัญหา อุปสรรคต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี คือ

3.1 รายได้เฉลี่ยต่อร้านของร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี มีทิศทางลดลง ผลักดันให้ผู้ประกอบการรายใหญ่หันมาเจาะกลุ่มเป้าหมายเดียวกันกับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก ทั้งนี้ธุรกิจร้านอาหารจัดได้ว่าเป็นหนึ่งในธุรกิจที่สำคัญของภาคบริการในประเทศไทย ซึ่งมีห่วงโซ่ในธุรกิจที่เชื่อมโยงมากมายไม่ว่าจะเป็น ผู้ผลิตวัตถุดิบธุรกิจขนส่ง หรือธุรกิจจัดเลี้ยง โดยครอบคลุมผู้ประกอบการรายใหญ่ไปจนถึงผู้ประกอบการขนาดเล็ก ในปัจจุบันเศรษฐกิจไทยและประเทศอื่น ๆ ในโลกมีทิศทางการเติบโตที่อยู่ในขาลงอย่างชัดเจน โดยอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอลงจากปีที่แล้ว ในครั้งแรกของปี 2562 เศรษฐกิจไทยขยายตัวในอัตราร้อยละ 2.6 (ไตรมาสที่ 2 ขยายตัวต่ำสุดที่ร้อยละ 2.3)

ซึ่งสาเหตุหลัก คือ การชะลอตัวอย่างรวดเร็วของการส่งออก (มูลค่าการส่งออกสินค้า (USD) ในช่วง มค.-กค. หดตัวร้อยละ -1.9) จากความเสี่ยงของนโยบายเศรษฐกิจโลกทั้งสงครามการค้า และ Brexit สอดคล้องกับการรายงานของ Marketeeronline (2563) ที่อ้างถึงศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารจะมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 4.37-4.41 แสนล้านบาท ขยายตัว 1.4-2.4% จากปี 2562 และยังคงสามารถเติบโตได้อยู่ แต่การขยายตัวนี้เป็นการขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงลง เนื่องจากยังมีปัจจัยท้าทายรอบด้านที่รออยู่ ซึ่งน่าจะสร้างแรงกดดันอย่างมากให้แก่ผู้ประกอบการในปัจจุบัน รวมไปถึงกลุ่มผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่สนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและเล็กที่ต้องพยายามประคองตัวจากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่เข้มข้นมากขึ้น เพราะในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา นอกจากการจذبโปรโมชั่นด้านราคาและการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง อีกหนึ่งความเคลื่อนไหวที่น่าสนใจของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีสาขา คือ การเข้าลงทุนและควบรวมกิจการธุรกิจร้านอาหารอื่น ๆ เนื่องจากยอดขายในร้านเดียวกัน (Same Store Sales) ได้หดตัวอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2558 และคาดว่าทั้งปี 2562 อาจมีการหดตัวถึง 3.5% ขณะเดียวกันการเข้าซื้อกิจการและการขยายสาขา ก็อาจทำให้เกิดการแข่งขันในระหว่างสาขาสะท้อนจากการหดตัวของรายได้เฉลี่ยต่อสาขาของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีทิศทางหดตัวลงจาก 15.2 ล้านบาทในปี 2559 เหลือเพียง 14.6 ล้านบาทในปี 2561 และคาดว่ารายได้เฉลี่ยต่อสาขาในปี 2562 อาจลดลงมาเหลือเพียง 14.3 ล้านบาท การหดตัวดังกล่าวผลักดันให้ผู้ประกอบการรายใหญ่หันมาลงทุนในธุรกิจร้านอาหารราคาระดับกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าตลาดที่สูงและครอบคลุมลูกค้าเป้าหมายจำนวนมากกว่าส่วนปี 2563 คาดว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่น่าจะยังคงมีแผนการขยายธุรกิจให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายราคาระดับกลาง และคาดว่าจะสร้างแรงกดดันให้กับผู้เล่นที่สำคัญอย่างผู้ประกอบการรายกลาง-เล็ก รวมทั้งร้านอาหาร Street Food ที่มีหน้าร้าน

3.2 สถานการณ์ภัยแล้ง ส่งผลกระทบต่อทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนสินค้าและวัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มีราคาสูงขึ้น ทั้งนี้ แนวโน้มปัญหา

การขาดแคลนสินค้าและวัตถุดิบยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนวัตถุดิบ รวมถึงต้นทุนอื่น ๆ ซึ่งเป็นเหตุให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มมากขึ้น การปรับราคาขายไม่สามารถทำได้ เนื่องจากต้องแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งรายอื่น อาจส่งผลกระทบต่อกำไรของธุรกิจให้ลดลงได้ สอดคล้องกับฐานเศรษฐกิจ (2563) ที่นำเสนอวิกฤติภัยแล้งเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้สินค้าหลายชนิดปรับขึ้นราคา ทั้งผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ ตลอดจนสินค้าแปรรูป ไม่ว่าจะเป็นน้ำมันปาล์ม ซอสปรุงรส และที่ต้องจับตาคือ มะพร้าว ข้าวถุง ที่จ่อขึ้นราคาเช่นกัน โดยศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยคาดว่า เม็ดเงินใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลตรุษจีนปี 2563 จะอยู่ที่ประมาณ 13,150 ล้านบาท ลดลง 3% เมื่อเทียบกับปีก่อน พบว่าตั้งแต่ช่วงปลายสัปดาห์ที่ผ่านมา (10-12 ม.ค.) เริ่มมีการปรับราคาขายกะทิสดเป็น 80-85 บาทต่อกิโลกรัม จากเดิม 50-55 บาทต่อกิโลกรัม ทั้งนี้เป็นผลมาจากวัตถุดิบมะพร้าวที่ปรับราคาสูงขึ้น และวัตถุดิบในการนำมาปรุงอาหารเริ่มทยอยปรับขึ้นราคา ทำให้ต้นทุนในการทำอาหารแต่ละชนิดปรับขึ้นตามไปด้วย รวมทั้งปัจจุบันการปรับขึ้นราคาของผักขึ้นอยู่กัปัญหาภัยแล้งเป็นหลัก ส่วนเทศกาลตรุษจีนนั้นไม่มีผลต่อการปรับขึ้นราคามากนักเพราะปัจจุบันลูกค้าจับจ่ายสินค้าในช่วงเทศกาลน้อยลงอย่างเห็นได้ชัดทำให้ไม่ใช่โอกาสทางการขายหรือสินค้าขาดตลาดเหมือนในอดีต

3.3 การยกระดับสตรีทฟู้ด (Street food) กระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวทำให้ลูกค้าร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานีรู้สึกถึงการมีอำนาจในการเลือกซื้อยิ่งขึ้น ในมุมมองของผู้บริโภคทุกชาติทุกภาษา เชื่อว่า 'สตรีทฟู้ดไทย' (Thai Street Food) หรือ อาหารริมทางของประเทศไทย มีชื่อเสียงไม่แพ้ชาติใดในโลก และเป็นอีกหนึ่งไฮไลต์ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่มาจากทั่วโลก ต้องมาลิ้มลองสตรีทฟู้ดไทยสักครั้ง เพราะอาหารริมทางบ้านเราขึ้นชื่อในเรื่องของราคาที่จับต้องได้ ไม่แพง และคุณภาพ รสชาติ รวมถึงความสะอาด ก็ยังอยู่ในระดับที่พึงพอใจด้วย สตรีทฟู้ดไทย ไม่เพียงได้รับการยอมรับในหมู่ผู้บริโภคทุกชาติทุกภาษาอย่างที่เกริ่นมาเท่านั้น ทว่า ในแวดวงสื่อระดับโลก อาหารริมทางของไทยยังสร้างชื่อ โดยเมื่อปี 2559 กระแสความนิยมสตรีทฟู้ด

ของไทยในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลก ได้ส่งให้เมืองหลวงของไทย กรุงเทพมหานคร ได้รับการจัดอันดับจาก สำนักข่าว CNN ให้เป็นสตรีทฟู้ดที่ดีที่สุด อันดับ 23 ของโลก สอดคล้องกับผลการสำรวจของ Euro monitor International บริษัทผู้วิจัยตลาดอาหารโลก (Salika.co. 2560) ได้เปิดเผยผลการประเมินว่าเมื่อปี 2560 ที่ผ่านมาเหล่าผู้ประกอบการธุรกิจสตรีทฟู้ดในไทยสามารถสร้างยอดขายได้สูงถึง 271,355 ล้านบาท ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารริมทางเครือข่ายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ที่มีสัดส่วนการตลาดอยู่ร้อยละ 13 ของร้านอาหารริมทางทั้งหมด คิดเป็นมูลค่ากว่า 3.7 หมื่นล้านบาท เฉลี่ยขยายตัวร้อยละ 4.7 ต่อปี ด้วยเหตุนี้ สตรีทฟู้ดไทยจึงไม่เพียงแต่เป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และทำให้กรุงเทพฯ กลายเป็นเมืองที่มีสีสันและมีชีวิตชีวายิ่งขึ้นเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างรายได้ไม่น้อยให้แก่ประเทศไทยอีกด้วย สำหรับบทบาทของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมสตรีทฟู้ดของไทย เห็นได้จากรัฐมีนโยบายจัดระเบียบและยกระดับสตรีทฟู้ดให้ได้มาตรฐานทั้งความสะอาด ความปลอดภัย ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่าควรมีการวางยุทธศาสตร์ส่งเสริมและชูให้สตรีทฟู้ดไทยเป็นอีกหนึ่งเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย แต่ก็ควรสนับสนุนภายใต้มาตรการที่เหมาะสม อยู่ในกรอบของความพอดีและพอเพียง และไม่สิ้นเปลืองงบประมาณชาติจนเกินไปนัก

3.4 เกิดการแข่งขันโดยการใช้แอปพลิเคชัน Food Delivery สำหรับสั่งอาหาร มีการบริการอย่างแพร่หลายให้ลูกค้าสามารถสั่งเมนูเด็ดจากร้านอาหารโดยไม่ต้องไปเอง ทั้งนี้เพราะรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากเวลากลายเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิต ทำให้เกิดเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทและสร้างผลกระทบทั้งในด้านการสร้างโอกาสในการขยายฐานลูกค้าในตลาด ขณะเดียวกันก็สร้างความท้าทายที่สำคัญทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สอดคล้องกับศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย (อ้างถึงใน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). 2562) ที่ได้วิเคราะห์การเข้ามาของแอปพลิเคชันสั่งอาหาร (Food Delivery Application) จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหาร กล่าวคือแรงผลักดันการเติบโตของธุรกิจ

Food Delivery มาจากทั้งการขายตลาดของแอปพลิเคชันสั่งอาหารและความพยายามที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดของเครือร้านอาหาร ดังนี้ 1) แอปพลิเคชันสั่งอาหาร ผู้เล่นหน้าใหม่ที่สร้างจุดเปลี่ยนในธุรกิจร้านอาหาร โดยผู้เล่นในกลุ่มนี้ทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มตัวกลางที่รวบรวมร้านอาหารหลาย ๆ ร้านเข้าด้วยกันรวมไปถึงนำเสนอบริการจัดส่งอาหารให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งผู้เล่นส่วนใหญ่จะเป็นแอปพลิเคชันต่างชาติที่ให้บริการจัดส่งสินค้าหลายประเภทและครอบคลุมไปยังบริการจัดส่งอาหารอีกด้วย ขณะเดียวกันก็มีผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าไทยบางรายที่พยายามเข้ามาชิงส่วนแบ่งการตลาดโดยการเพิ่มบริการจัดส่งอาหารในธุรกิจของตน แต่ก็ยังถือว่าเป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับจำนวนผู้เล่นในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามแม้ว่าแอปพลิเคชันสั่งอาหารจะเป็นผู้เล่นหน้าใหม่แต่กลับพบว่าในกลุ่มที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูง รวมไปถึงเป็นกลุ่มที่เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการขยายตัวของธุรกิจการจัดส่งอาหารไปยังแหล่งที่พัก (Food Delivery) 2) โดยในอดีตผู้เล่นในกลุ่มนี้จะมีประเภทของอาหารจำกัดอยู่แค่เพียง อาหารจานด่วน อาทิ พิซซ่า ไก่ทอด แฮมเบอร์เกอร์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามจากการที่แอปพลิเคชันสั่งอาหารมีการเติบโตและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการเครือร้านอาหารที่มีบริการจัดส่งสินค้า จำเป็นต้องมีการปรับแผนธุรกิจเพื่อให้รักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีอยู่ได้ โดยการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้ออาหารและความหลากหลายของประเภทอาหาร ให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น 3) จากการศึกษาโดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าแอปพลิเคชันสั่งอาหาร อาจมีส่วนช่วยให้มูลค่าของธุรกิจ Food Delivery มีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น โดยเป็นผลจากการเปลี่ยนค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคในการเดินทางไปยังร้านอาหารมาเป็นค่าจัดส่งสินค้า ซึ่งรายได้ส่วนนี้ที่เพิ่มขึ้นยังได้กระจายตัวไปยังผู้เล่นต่าง ๆ ในห่วงโซ่ธุรกิจอีกด้วย อาทิ ผู้ขับซักรถจักรยานยนต์รับจ้าง ที่สามารถมีทางเลือกของอาชีพและสร้างรายได้เพิ่มเติมโดยการรับงานผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารที่มีให้เลือกมากมาย ร้านอาหารซึ่งรวมถึงร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลาง ที่สามารถใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มรวบรวมร้านอาหารเพื่อขยายจำนวนฐาน

ลูกค้าโดยไม่ต้องเพิ่มทรัพยากรเงินทุนและแรงงานในส่วนของระบบขนส่งเอง ทำให้อาจมียอดขายเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของฐานลูกค้าใหม่ ๆ และทางฝั่งของแอปพลิเคชันสั่งอาหารเองนั้นก็มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจากค่าบริการที่ได้รับทั้งทางฝั่งร้านอาหารและผู้บริโภค 4) พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน ผลักดันธุรกิจ Food Delivery มีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 8 ของมูลค่าธุรกิจร้านอาหารในปี 2562 การเข้ามาของแอปพลิเคชันสั่งอาหาร (Food Delivery Application) ไม่เพียงส่งผลต่อผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหาร แต่ยังมีผลทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปสะท้อนจากผลสำรวจ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างสูงถึง ร้อยละ 63 คิดว่าการมีบริการสั่งอาหารผ่าน Application ประเภทต่าง ๆ ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของตน โดยทำให้เปลี่ยนมาสั่งอาหารผ่าน Application มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงทำให้มีการออกไปนั่งรับประทานอาหารนอกบ้านน้อยลงอีกด้วย ไม่เพียงเท่านั้น ร้อยละ 88 ของกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Application ประเภทต่าง ๆ โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากโปรโมชั่นและส่วนลดที่ทางผู้ประกอบการได้ทำแข่งขันกัน ซึ่งการสั่งมาทานส่วนใหญ่จะเป็นการสั่งมาทานกับครอบครัวและเพื่อน

3.5 การตระหนักถึงภาวะเศรษฐกิจถดถอยและการมีคู่แข่งในตลาดนับวันมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้น ขณะนี้ร้านอาหาร ภัตตาคารไทยส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ จนส่งผลต่อยอดขาย และจำเป็นต้องเร่งปรับวิธีการบริหารจัดการต้นทุนใหม่ ถึงแม้ว่าภาวะเศรษฐกิจถดถอย แต่อาหารก็ถือเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยในแต่ละวันจะมีการบริโภคอาหารมื้อหลัก 3 มื้อ ซึ่ง ความต้องการบริโภคอาหารนี้ไม่อาจหมดไป หรือลดลงได้ เพราะถึงอย่างไรผู้บริโภคก็จำเป็นต้องรับประทานอาหารเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ต่อไป ดังนั้น ธุรกิจอาหารจึงมีโอกาสเติบโตตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการเข้าสู่อุตสาหกรรมประเภทนี้ของผู้ประกอบในธุรกิจร้านอาหารรายใหม่ทำได้ไม่ยาก เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิตไม่มีความซับซ้อนและเงินที่ใช้ในการลงทุนไม่มาก สอดคล้องกับ สมาคมโรงแรมไทย (2563) ที่ได้นำเสนอปัจจัยหลัก ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหาร กล่าวคือ 1) ภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวอยู่ในภาวะ

ชบเซา ขณะที่รายได้ยังเท่าเดิมทำให้ลูกค้าจำเป็นต้องประหยัดเงิน และหันไปทำอาหารทานเอง หรือไม่ก็ลดจำนวนครั้งในการทาน อาจจะเหลือสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รวมถึงลดจำนวนเมนูที่สั่งลง 2) ร้านอาหารเกิดขึ้นใหม่ตลอดเวลา ในเมื่อความต้องการยังเท่าเดิมหรืออาจลดลง เมื่อเกิดปัญหาเศรษฐกิจแต่จำนวนร้านอาหารกลับมีเพิ่มขึ้นก็เกิดการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดระหว่างกันตามมา 3) สังคมบางส่วนจะมองร้านอาหารเพื่อเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ หรือกิจกรรมหนึ่ง ๆ เท่านั้น จะเข้าร้านอาหารเมื่อมีวาระกิจกรรม เช่น งานเลี้ยงวันเกิด นัดประชุม ฉลองความสำเร็จต่าง ๆ แต่พอไม่มีกิจกรรมพวกนี้ก็จะไม่เข้าร้านอาหาร 4) คนเริ่มหันไปทานอาหารริมทางเพิ่มมากขึ้น เพราะราคา ถูกกว่า 40-50 บาท ก็สามารถทานได้แล้ว และ 5) การแข่งขันสูงขึ้น โดยเฉพาะร้านอาหารที่ไม่มีหน้าร้าน แต่เน้นส่งตรงถึงบ้านกำลังมาแรง เพราะประชาชนไม่จำเป็นต้องฝ่ารถติด สามารถส่งไปทานถึงที่บ้านได้เลย

ข้อเสนอแนะ

การแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะร้านอาหารขนาดใหญ่ต้องมีการพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การเป็นผู้นำตลาดหรือการได้กำไรที่มากกว่าคู่แข่งรายอื่นทำได้ตามปกติ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมีเป้าหมายที่จะทำให้ธุรกิจสามารถได้กำไรได้อย่างยั่งยืนและเหนือกว่าคู่แข่ง จึงเป็นภารกิจสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว เพราะเมื่อธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งได้ก็หมายความว่าธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้ดีกว่าคู่แข่ง

2. ผู้ประกอบการรายเดิมจะต้องมีความเข้มแข็งเพื่ออยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง จึงต้องมีความพร้อมทั้งเทคโนโลยีการผลิต การวิจัยพัฒนาเงินทุน การตลาด และบุคลากร

3. การมีผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี มีจำนวนมากในพื้นที่ ส่งผลดีกับผู้บริโภค เพราะสามารถรับรู้ถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

อย่างชัดเจนระหว่างแต่ละร้านอาหารที่เปิดให้บริการ

4. ผู้บริโภคสามารถหาสินค้าทดแทนในตลาด โดยเฉพาะการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารประเภทอื่นแทนได้ รวมถึงสตรีทฟู้ดซึ่งเป็นช่องทางเลือกที่มีดีตรงที่รสชาติอร่อย มีอาหารให้เลือกหลากหลาย และผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสตรีทฟู้ดได้ไม่ยาก สามารถเลือกซื้ออาหารจากผู้ประกอบการจำนวนมากในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีและพื้นที่ใกล้เคียง เช่น เขตรอยต่อจังหวัดนนทบุรีและกรุงเทพมหานคร

5. เจ้าของกิจการร้านอาหารและผู้จัดการร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานีควรใช้แอปพลิเคชันส่งอาหาร (Food Delivery Application) เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ของร้านอาหาร สะท้อนจากการที่กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากเลือกสั่งอาหารจากร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก อาทิ ร้านอาหารเก่าแก่ตามห้องแถว ร้านอาหารข้างทางที่มีชื่อเสียง ร้านอาหารไทยและอีสาน เป็นต้น โดยร้านอาหารในกลุ่มนี้ได้รับยอดการสั่งผ่านแอปพลิเคชันสูงเป็นอันดับสองรองจากเพียงแค่อำนาจร้านอาหารจวนตัวที่เป็นผู้ครองตลาดมาอย่างยาวนาน ทำให้เห็นถึงโอกาสในการขยายฐานลูกค้าของผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทนี้ผ่านการเข้าร่วมแอปพลิเคชันส่งอาหาร รวมไปถึงความเร็วในการจัดส่งสินค้า เป็นปัจจัยที่สร้างความแตกต่างในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค สะท้อนจากคำตอบทั้งในแง่ของความพึงพอใจ

6. การสั่งอาหารผ่าน Application เป็นทางเลือกที่ผู้บริโภคให้ความนิยม แต่ยังมีกลุ่มตัวอย่างถึงหนึ่งในสาม ให้ความเห็นว่าร้านอาหารยังจำเป็นต้องมีการขยายสาขา โดยให้เหตุผลเรื่องความรวดเร็วและการรองรับจำนวนลูกค้าที่มากขึ้น ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคบางส่วนก็ยังให้ความสำคัญกับการไปนั่งรับประทานที่ร้านอาหารอยู่เช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษามีมิติการวิเคราะห์ให้นำสนใจมากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาครั้งต่อไปอาจจะเข้าไปศึกษาธุรกิจร้านอาหารในเขตพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ มากกว่าหนึ่งแห่ง เช่น นครปฐม นนทบุรี สมุทรสาคร สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา ฯลฯ ที่มีขนาดและคุณสมบัติใกล้เคียงกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ปัจจัยที่สำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์เชิงเปรียบเทียบทั้งนี้

เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกต่อการกำหนดกลยุทธ์ในภาวะแวดล้อมที่แตกต่างกันไปของแต่ละธุรกิจร้านอาหาร

เอกสารอ้างอิง

ฐานเศรษฐกิจ. (2563). **สินค้าขึ้นหยกแพง รับ'แล้ง-ตรุษจีน'**. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2563, จาก <https://www.thansettakij.com/content/business/418976>

ธัญพัฒน์ เหล่าจำปา และทัศษกร ศรีสุข. (2559). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของร้านสหกรณ์โรงพยาบาลลำปาง จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง**. รายงานการวิจัย. ลำปาง: มหาวิทยาลัยเนชั่น.

ธำรง อังสุรัตน์โกมล. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการลานมันสำปะหลังไทยกรณีศึกษาผู้ประกอบการลานมันจังหวัดอุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด. (2559). **เปิดเมนูกลยุทธ์กับธุรกิจร้านอาหาร**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2563, จาก <https://scbsme.scb.co.th/sme-inspiration-detail/Restaurant>

พัชสิทธิ์ ชมพู่คำ. (2552). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.

แม็คโครโฮเรก้าอคาเดมี่. (2562). **ศึกชิงดาวเด่นประจำย่าน รับมีอย่างไร เมื่อเจอร้านคู่แข่งมาเปิดใหม่**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2562, จาก <https://makrohorecaacademy.com/article-strategy-for-competitors/>

ยุทธศักดิ์ วัฒนสวัสดิ์. (2545, มกราคม). "เรียนรู้กลยุทธ์การแข่งขัน จาก ดร.พอร์เตอร์". **วารสารส่งเสริมการลงทุน**. 13(1): 46-50.

วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์. (2561, มกราคม-เมษายน). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร". **Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**. 11(1): 2, 148-149.

สมาคมโรงแรมไทย. (2563). **สัญญาณร้านอาหารเริ่มล้มตลาด เศรษฐกิจซึ่ม คนกินต้องประหยัดเงิน**. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2563, จาก <https://www.thaihotelbusiness.com/hot-issue>

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น). (2563). **การวิเคราะห์อุตสาหกรรมแบบ Porter's Five Forces Model**. สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2563, จาก www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2562). **แอปพลิเคชันสั่งอาหารตัวเร่งธุรกิจ Food Delivery โต 35,000 ล้าน**. สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.smeone.info/event-detail/4683>

เสนาะ ดิยาวี. (2543). **หลักการบริหาร: การวางแผน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุดม ทูมโฆมิต. (2544). **การจัดการ**. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Best, John W. (1990). **Research in Education**. Englewood Cliff, New Jersey: Prentice-Hall.

Cohen, J. (1962). "The Statistical Power of Abnormal-Social Psychological Research: A Review." **Journal of Abnormal and Social Psychology**, 65(3): 145-153.

_____. (1977). **Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences**. New York: Academic.

Cronbach, L. J. (1970). **Essentials of Psychological Testing**. 3rd ed., New York: Harper and Row.

krungsri.com. (2563). **ร้านอาหาร-ธุรกิจทำเงินที่มีอนาคต**. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2563, จาก <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/restaurant-make-money-future.html>

- Marketeeronline. (2563). ปี 2563 ตลาดร้านอาหาร โต แต่เจตคติกรอบด้าน. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2563, จาก <https://marketeeronline.co/archives/138668>
- Media Associated Co., Ltd. (2562). คาดปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารมูลค่าทะลุ 4 แสนลบ. ท่ามกลางโจทย์ท้าทาย. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2563, จาก <https://www.moneyandbanking.co.th/new/28906/2/>
- Porter, M. E. (1990). **The Competitive Advantage of Nations**. New York: Free. Press.
- _____. (1998). **The Competitive Advantage of Nations**. New York: Free. Press.
- _____. (2008). **Competitive Advantage of Nations**. New York: The Press.
- Robbins, S. P. (1994). **Organization Theory: Structure Design and Applications**. Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.
- Robbins, S. P.; & Coulter, M. (2008). การจัดการ และพฤติกรรมองค์กร การ แปลจากเรื่อง **Management**. โดย วิรัช สงวนวงษ์วาน. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า.
- Salika.co. (2560). ได้เวลาประเทศไทยโซว์ของกับภารกิจส่ง 'สตรีทฟู้ดไทย' สร้างชื่อในเวที 'สตรีทฟู้ดโลก'. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.salika.co/2018/11/20/thai-street-food-go-inter/>
- smethailandclub.com. (2563). ร้านอาหารต้องปรับตัวยังไง! ในวันที่ยอดขายหาย รายได้หด ดันทุนพุ่ง คู่แข่งล้นสนาม. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2563, จาก <https://www.smethailandclub.com/entrepreneur-5313-id.html>