

## แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

### Guidelines for Business Design of The Healthy Food Restaurant in Muang Khon Kaen District, Khon Kaen Province

พันธุทิพย์ อภิรมย์เดชานันท์ (Phanthip Apiromdechanon)\* ดร.วีรพล ทวีนนท์ (Dr. Weerapol Taweenan)\*\*

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความต้องการของผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความสนใจเข้ามาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18 – 25 ปี อาชีพนักเรียน นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน สนใจรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพราะต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง โดยสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้านำเข้าใช้บริการมากที่สุดคืออินเทอร์เน็ต ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ 4 อันดับแรกคือ ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะอาดภายในร้าน และการบริการที่ดี จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจ พบว่ารูปแบบของธุรกิจของร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพควรเน้นด้านคุณค่าทางโภชนาการ ใช้วัตถุดิบที่สด สะอาด และรสชาติอร่อย ตลอดจนการบริการที่ดี โดยมีการประมาณการกระแสเงินสดที่ต้องใช้ในการเปิดกิจการเป็นจำนวน 500,000 บาท

#### ABSTRACT

This study aimed to 1) study consumer behaviors, consumer needs, and influential factors for purchasing of the consumers and 2) propose guidelines business design for the healthy food restaurant in Muang Khon Kaen district, Khon Kaen province. Using a questionnaire of 400 sets, the results revealed the majority of the respondents were female, students, age 18 – 25 with an average income of 10,000 – 20,000 baht per month. The respondents were interested in having the healthy food because they wanted to have a good health. The promotional factor that influenced purchasing decision was online media and for the first four of marketing mix factors that influenced purchasing decision were food hygiene, taste of food, cleanliness of the restaurant, and good service. The external environment analysis showed that the healthy food restaurant should focus on the nutritional value of dishes, using fresh ingredients with good taste, and great service. The healthy food restaurant in Muang Khon Kaen district, Khon Kaen province require estimated cash flow of investment 500,000 baht.

**คำสำคัญ:** แนวทางการออกแบบธุรกิจ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

**Keywords:** Guidelines for business design, healthy food restaurant

\*นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

\*\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

ประชาชนส่วนใหญ่ในปัจจุบันได้มีการหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้าน การออกกำลังกาย การบำรุงดูแลผิวพรรณต่างๆ รวมไปถึงการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และดีต่อสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันนี้ การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ได้มีการแพร่หลายและมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) เพราะนอกจากการรับประทานอาหารที่ดีจะส่งผลดีต่อสุขภาพแล้ว ยังส่งผลดีต่อผิวพรรณอีกด้วย เพราะช่วยให้ร่างกายแข็งแรงและดูดีจากภายในสู่ภายนอก แต่ในบางครั้งการเตรียมอาหารจำเป็นต้องมีหลายขั้นตอนและการปรุงที่ใช้เวลานาน ทำให้บางคนไม่มีเวลาเตรียมอาหาร หรือว่าทำอาหารด้วยตัวเอง ร้านอาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นทางเลือกหนึ่ง สำหรับคนที่สนใจดูแลสุขภาพและต้องการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ทางโภชนาการที่ครบถ้วน โดยต้องการประหยัดเวลาในการจัดเตรียม

ปัจจุบันประชาชนในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา วิทยากร หรือบุคคลทั่วไป ส่วนต่างหันมาสนใจรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น แต่เนื่องด้วยในบางครั้งนักศึกษาและวิทยากรบางคนไม่มีเวลามากพอที่จะทำอาหารด้วยตัวเองเพราะต้องทำงานหรืออ่านหนังสือสอบ อีกทั้งจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นยังมีไม่มากนัก ทำให้ผู้ที่ต้องการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเข้าถึงได้ยาก ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้เห็นถึงความสำคัญในเรื่องของการรับประทานอาหารและการใช้ชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบัน ทำให้ผู้ศึกษามองว่าเป็นโอกาสที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีพื้นที่สำหรับทำงานและอ่านหนังสือ เพื่อตอบ โจทย์ให้กับผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพแต่มีเวลาไม่มาก ซึ่งการออกแบบธุรกิจนี้นอกจากประชาชนในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นจะได้รับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพแล้ว ยังมีพื้นที่สำหรับทำงานหรืออ่านหนังสือในบรรยากาศที่ผ่อนคลายอีกด้วย

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความต้องการของผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความสนใจเข้ามาใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ
2. เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

## วิธีการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค อาหารความต้องการของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ใช้วิธีการสำรวจกลุ่มประชากรซึ่งได้ทำการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ W.G. Cochran พบว่าในการสำรวจครั้งนี้ต้องใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน แต่เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จะมีความผิดพลาดจากการตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจึงสำรองเพื่อไว้ร้อยละ 4 ซึ่งเท่ากับ 15 คน ดังนั้นตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะมีประมาณ 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้คือ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มพนักงานบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กลุ่มบุคคลที่เข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่นและในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น และกลุ่มบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยอาศัยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาและเต็มใจจะตอบแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaires)

แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลงข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

2. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเพื่อกำหนดรูปแบบธุรกิจ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis) เป็นการศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น หนังสือ วารสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis) ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) โดยใช้ PEST Analysis และการวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis) โดยใช้ Five Forces Model การศึกษาครั้งนี้เป็นการออกแบบธุรกิจใหม่ จึงได้ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเท่านั้น ในส่วนของวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในยังไม่ได้กล่าวถึง

- ทำเลที่ตั้งร้าน เป็นการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านอาหารให้เหมาะสมกับสภาพธุรกิจ โดยพิจารณาถึงความหนาแน่นของประชากรในชุมชน อำนาจการซื้อ และความสะดวกในด้านการคมนาคม

- การกำหนดทิศทางและเป้าหมายของธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยนำผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งมาสร้างเป็น วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission)

- การตลาดตามเป้าหมาย (STP Marketing) การแบ่งกลุ่มลูกค้า (Segmentation) จะใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มลูกค้า ดังนี้ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ การเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Targeting) นำข้อมูลที่ได้จากผลสำรวจกลุ่มตัวอย่างและการแบ่งกลุ่มลูกค้ามากำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งของธุรกิจ (Positioning) การกำหนดตำแหน่งของธุรกิจนั้นจะกำหนดให้สอดคล้องกับทิศทางของธุรกิจและเป้าหมายของธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

- การกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) จะนำผลที่ได้จากการสำรวจประชากรกลุ่มตัวอย่าง นั่นคือพฤติกรรมการบริโภค รวมทั้งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง มากำหนดลักษณะและรูปแบบของส่วนประสมทางการตลาด ให้สอดคล้องและเป็นไปตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

- การจัดการองค์กร มีการดำเนินงานเกี่ยวกับเรื่องต่างๆดังนี้ การบริหารจัดการ การวางแผนกำลังคน ค่าตอบแทนพนักงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน ทั้งนี้พิจารณาให้สอดคล้องกับขนาดและรูปแบบของธุรกิจ และให้ความสำคัญในเรื่องความเหมาะสมและความยุติธรรม ในส่วนของการฝึกอบรมและพัฒนาบุคคล การประเมินผล การปฏิบัติงาน และค่าตอบแทนพนักงาน

- การประมาณการทางการเงิน โดยพิจารณาจากงบประมาณการลงทุน และการประมาณการรายได้และรายจ่าย

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถามเป็นจำนวน 400 ชุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุดเป็นเพศหญิง อายุ 18-25 ปี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.75 อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 และจากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่รับประทานอาหารนอกบ้านมือเย็นบ่อยที่สุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 เนื่องจากไม่มีเวลาทำอาหารเอง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54 และใช้เวลาในการรับประทานอาหารเช้าแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 1 ชั่วโมง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารนอกบ้านในแต่ละครั้งอยู่ที่ 50 – 100 บาท จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60 โดยผู้ที่ตัดสินใจเลือกร้านอาหารคือตัดสินใจเอง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน มีผู้ที่สนใจรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.50 เหตุผลที่สนใจรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพราะต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 76.05 และส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 44.91 ส่วนเมนูเพื่อสุขภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ อาหารที่เน้นจำพวกผักหรือผลไม้เป็นหลัก เช่น สลัดหรือยำต่างๆ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 ความต้องการบริการเสริมภายในร้านมีดังนี้ การเปิดเพลงหรือดนตรีเบาๆ จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 52.69 ภายในร้านและมีอินเทอร์เน็ตไร้สายบริการ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 44.31 ซึ่งสื่อที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเข้ามาใช้บริการมากที่สุดคืออินเทอร์เน็ต จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 80.24 ด้านปัจจัยที่ส่งผลให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ 5 อันดับแรก คือ ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 62.87 รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 62.87 ความสะอาดภายในร้าน จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 พนักงานบริการดี เป็นกันเอง มีความเอาใจใส่ลูกค้าและให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (External Environment Analysis) พบว่า ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political Factor) รัฐบาลได้มีการสนับสนุนธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทางด้านแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่หรือธุรกิจที่จะขยายกิจการส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีเงินหมุนเวียนในธุรกิจและมีโอกาสที่จะขยายธุรกิจได้มากขึ้น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economics Factor) เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สองของปี 2561 ขยายตัวจากไตรมาสแรก ร้อยละ 1.0 และแนวโน้มทางเศรษฐกิจไปในทิศทางที่ดี ด้านราคาสินค้าทางการเกษตรมีการปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารอาจทำให้มีต้นทุนทางวัตถุดิบเพิ่มขึ้น ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factor) ส่งผลดีต่อธุรกิจเนื่องจากปัจจุบันคนส่วนใหญ่เริ่มมีการออกมารับประทานอาหารนอกบ้านกันมากขึ้น และสังคมส่วนใหญ่หันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพหรือการเลือกสรรสิ่งที่มีประโยชน์ให้กับร่างกาย สังเกตได้จากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมต่างๆ ที่ช่วยในเรื่องการบำรุงสุขภาพและกระแสนิยมรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเป็นอย่างมากในการตอบสนองความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นของกลุ่มลูกค้า ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technology Factor) ในปัจจุบันนี้สังคมได้ให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การเข้าถึงข้อมูลต่างๆ เป็นไปได้ง่ายยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสั่งซื้อของผ่านระบบออนไลน์ เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่างๆ การติดต่อสอบถามข้อมูลผ่านระบบแอปพลิเคชัน เช่น ไลน์หรือเฟซบุ๊ก รวมไปถึงการชำระสินค้า ค่าบริการผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ หรือการสแกนคิวอาร์โค้ด เป็นต้น

ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลดีต่อผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก เพราะไม่เพียงแต่จะทำให้ลูกค้าเข้าถึงธุรกิจได้ง่าย ยังทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่สะดวกและรวดเร็วสอดคล้องกับชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis) พบว่าขอบเขตของอุตสาหกรรมธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยมีกลุ่มลูกค้าคือ นักเรียน นักศึกษา และประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จากการวิเคราะห์โครงสร้างของอุตสาหกรรมพบว่า อุตสาหกรรมอาหารมีความอึดตัวค่อนข้างมาก แต่ก็ยังมีกลุ่มลูกค้าเป็นจำนวนมากที่มีความสนใจเข้าใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการเข้าไปแย่งส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมธุรกิจร้านอาหารที่มีอยู่ ด้านความได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาดมีค่อนข้างน้อย เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้เป็นของสดจึงไม่สามารถสั่งซื้อเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้งได้ ด้านความได้เปรียบจากการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการค่อนข้างน้อย เนื่องจากในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพใช้วัตถุดิบคล้ายๆกัน ด้านอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมเป็นด้านเงินลงทุนในการจัดตั้งร้านและต้นทุนในการสั่งซื้อวัตถุดิบ ส่วนในด้านของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของอุตสาหกรรม (Key Success Factors) คือ ความสะอาดของร้านและความสะอาดของอาหาร รสชาติของอาหาร และการบริการของพนักงานภายในร้าน

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Competitive Analysis: Five Forces) พบว่า ภาวะคุกคามของกลุ่มแข่งรายใหม่ (Threat of new entrants) ในการทำธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพนั้นใช้เงินทุนไม่สูงมากขึ้นอยู่กับขนาดและคุณภาพของธุรกิจที่ผู้ประกอบการต้องการซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้คู่แข่งสามารถเข้ามาได้ง่าย ดังนั้นภาวะคุกคามของกลุ่มแข่งรายใหม่อยู่ในระดับสูง ส่วนแรงที่เกิดจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Rivalry among existing firms) ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น ปัจจุบันมีจำนวนไม่มากนักจึงทำให้คู่แข่งทางตรงสำหรับธุรกิจมีจำนวนที่น้อย ดังนั้นแรงที่เกิดจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับต่ำ ภาวะคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of substitute products) ปัจจุบัน ในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีสินค้าทดแทนมากมายที่หาซื้อได้จากตลาด เช่น นึ่งปลา สลัดผัก หรือ สลัดโรล เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถทดแทนได้เพราะมีคุณค่าทางโภชนาการเช่นเดียวกัน แต่ทั้งนี้ก็ยังขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคลและรสชาติของอาหาร ดังนั้นภาวะคุกคามจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับปานกลาง อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of buyer) เนื่องจากในจังหวัดขอนแก่น ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพยังมีจำนวนไม่มากทำให้ผู้ซื้อมีตัวเลือกที่ไม่หลากหลาย นอกจากนี้ปริมาณการซื้อในธุรกิจร้านอาหารของผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองค่อนข้างน้อยเช่นเดียวกัน เนื่องจากผู้ประกอบการได้ตั้งราคาอาหารไว้เรียบร้อยแล้ว ดังนั้นอำนาจต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในระดับต่ำ อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining power of suppliers) ในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพวัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นผักสดและเนื้อสัตว์ ซึ่งมีผู้ขายปัจจัยการผลิตเป็นจำนวนมาก เช่น ตลาด ร้านค้าต่างๆ ห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น โดยหากผู้ซื้อวัตถุดิบไม่พอใจในวัตถุดิบที่ซื้อก็สามารถเปลี่ยนไปซื้อกับผู้ขายปัจจัยการผลิตรายอื่นได้ ดังนั้นอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับต่ำ

ทำเลที่ตั้งร้านควรจะต้องอยู่ในพื้นที่ที่มีผู้คนสัญจรไปมาอย่างหนาแน่น สะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการ มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ ร้านสามารถหาเจอได้ง่าย

การตลาดตามเป้าหมายจะต้องพิจารณา 3 ขั้นตอนดังนี้ การวิเคราะห์การแบ่งส่วนทางการตลาด การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (STP Marketing) การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market Segmentation) ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มีการแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ 5 ส่วน ดังนี้ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Market Targeting) จากการสำรวจทำให้ได้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และพนักงานบริษัท อายุ 18 – 25 ปี และมีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทต่อ

เดือน การกำหนดตำแหน่งของธุรกิจ (Market Positioning) พิจารณาจากคุณค่าทางโภชนาการของอาหารและราคาซึ่งจากการพิจารณาพบว่าธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจที่มีอาหารรสชาติดีและมีคุณภาพ

การกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) ผลิตภัณฑ์ (Products) พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่มเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังต้องคำนึงรสชาติของอาหารและรูปลักษณ์ของอาหาร ผู้ศึกษาจึงสังเกตเห็นว่าควรมีเมนูที่หลากหลาย ใช้วัตถุดิบที่สดใหม่และสะอาด มีการตกแต่งและการนำเสนออาหารที่สะดุดตา รวมไปถึงรสชาติอาหารที่ดี ราคา (Price) ในการตั้งราคาพิจารณาจากต้นทุนของวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายต่างๆ รวมไปถึงการพิจารณาจากแบบสอบถามที่ได้ทำการสำรวจมา คือ 50 – 200 บาท โดยราคาที่ตั้งจะต้องเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของอาหาร และราคาไม่สูงจนเกินไปเมื่อเทียบกับร้านอื่น ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จากผลการสำรวจพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับสถานที่ร้านที่สามารถหาเจอได้ง่าย มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้าเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังควรมีพื้นที่ภายในร้านเพียงพอสำหรับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์จะทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้มากขึ้น นอกจากนี้การมีโปรโมชั่นตามโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด เทศกาลต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากขึ้นบุคลากร จากผลการสำรวจพบว่าสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านบุคลากร (People) คือ พนักงานยิ้มแย้ม สุภาพ เป็นกันเองและเอาใจใส่ลูกค้า และให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว กระบวนการให้บริการ (Process) จากผลการสำรวจพบว่าการให้บริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอและการให้บริการที่รวดเร็วและแม่นยำเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) จากผลการสำรวจพบว่าความสะอาดของห้องน้ำและความสะอาดภายในร้านมีผลต่อการเข้าไปใช้บริการของลูกค้ามากที่สุด

การจัดการองค์กร ด้านการบริหารจัดการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเป็นร้านอาหารขนาดเล็ก มีลักษณะการดำเนินงานเป็นไปตามรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการบริหารจัดการ ทุกๆด้านภายในร้าน การจัดการองค์กรจึงไม่ซับซ้อน ซึ่งโครงสร้างองค์กรจะประกอบไปด้วย ผู้จัดการร้าน (เจ้าของร้าน) พ่อครัว พนักงานล้างจานและเตรียมวัตถุดิบ พนักงานเสิร์ฟและทำเครื่องดื่ม และด้านการวางแผนกำลังคนได้มีการสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่จะเข้ามาทำงานภายในร้าน โดยการกำหนดคุณสมบัติและหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงาน

การประมาณการทางการเงิน เป็นการประมาณการเพื่อให้ทราบว่า การออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มีความเป็นไปได้ทางการเงินในเบื้องต้นเป็นอย่างไร โดยใช้การอ้างอิงจากการสอบถามผู้ประกอบการร้านอาหาร การประมาณกระแสเงินสดสำหรับการเปิดกิจการและดำเนินการร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ผู้ศึกษาได้ตั้งงบประมาณไว้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 500,000 บาท โดยแหล่งเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด การประมาณรายได้ ใช้แนวคิดการประมาณรายได้จากค่าอาหาร ค่าเครื่องดื่มและจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละวัน และในส่วนของการประมาณรายจ่ายใช้แนวคิดในการประมาณรายจ่ายจากเงินเดือนของพนักงาน และ ค่าสาธารณูปโภค

### อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ในข้างต้นได้มีการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่สูง ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด สะอาด รสชาติอร่อย มีการบริการที่ดี มีความเป็นกันเอง เอาใจใส่ลูกค้า คำนึงค่ากับราคา โดยที่ร้านมีการตั้งราคาอาหารไว้อยู่ที่ประมาณ 70 – 130 บาท ต่อหนึ่งรายการ ซึ่งลูกค้าสามารถรับประทานที่ร้าน หรือซื้อกลับบ้านได้ พร้อมทั้งสามารถโทรสั่งอาหารล่วงหน้าได้อีกด้วย นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของร้านยังตั้งอยู่ในโครงการ 62 Blocs Market ซึ่งมีที่จอดรถเป็นจำนวนมาก สถานที่สามารถหาเจอได้ง่าย มีผู้คนอาศัยอยู่หนาแน่น โดยในการประชาสัมพันธ์โฆษณาร้านใช้การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต การบอกปากต่อปาก และป้ายโฆษณา และยังมีโปรโมชั่นตามโอกาสพิเศษต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น โดยทางร้านเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 11:00 – 22:00 เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพนี้เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีเจ้าของคนเดียว จึงมีพนักงานภายในร้านจำนวนทั้งสิ้น 4 คน (รวมเจ้าของร้าน) คาดว่าจะใช้เงินลงทุนในการทำธุรกิจนั้นประมาณ 500,000 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน ค่าอุปกรณ์ และค่าอุปกรณ์ห้องครัวรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 329,100 บาท และเงินทุนหมุนเวียนจำนวน 150,000 บาท

### กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิรพล ทวีพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาระดับปริญญาโท ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้คำแนะนำ อธิบาย ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการทุกท่าน ที่ได้สอนวิชาความรู้ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ และให้ความช่วยเหลือตลอดการศึกษา และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาเสียเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม

### เอกสารอ้างอิง

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. กรุงเทพฯ:

เอส อาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์.

นันทสารี สุขโต. (2560). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). โอกาสทำเงินเกาะกระแสอาหารสุขภาพ. ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2561, จาก

<https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/HealthyFoodBusinessGrowth.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สองปี 2561 และแนวโน้มปี 2561. ค้นเมื่อ 7 กันยายน 2561, จาก [http://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7863](http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7863)

อิมะสี มิถิ. (2561). สร้างโมเดลธุรกิจ...ง่ายขึ้นนิดเดียว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วีเลิร์น.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. 15th ed. Harlow: Pearson Education Limited.