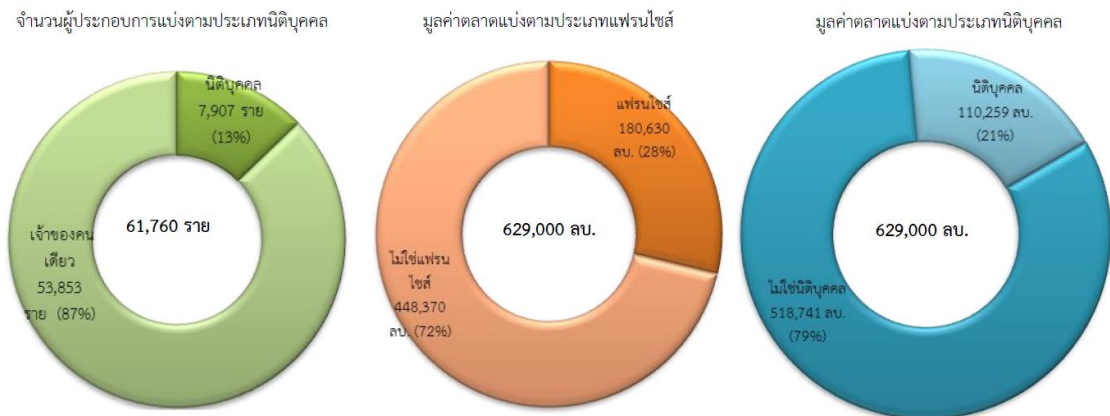


การวิเคราะห์ Five Force Model และ SWOT Analysis ในธุรกิจร้านอาหาร

ภาพรวมธุรกิจร้านอาหาร

ธุรกิจบริการด้านอาหารในภัตตาคาร/ร้านอาหาร คือ การบริการจัดอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงไอศกรีมและเค้ก จัดเตรียมไว้พร้อมบริโภค มีหรือไม่มีที่นั่งก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นบริการแบบให้นั่งโต๊ะหรือแบบบริการตนเอง จากชั้นวางอาหาร ไม่ว่าจะรับประทานอาหารภายในร้าน นากลับ หรือสั่งให้จัดส่งที่บ้าน เช่น ร้านอาหารภัตตาคาร คาเฟ่ เคาน์เตอร์ หรือบูธ ร้านอาหารแบบบริการตนเอง ร้านอาหารจานด่วน ร้านอาหาร/ภัตตาคาร คาเฟ่ เคาน์เตอร์หรือบูธในยานพาหนะ เช่น รถไฟ เรือหรือเครื่องบินที่ดำเนินการโดยหน่วยงานอื่น ร้านอาหารที่ให้บริการจัดส่ง

ธุรกิจบริการด้านอาหารในภัตตาคาร/ร้านอาหาร โดยทั่วไปเป็นธุรกิจที่ลงทุนต่อสถานะเศรษฐกิจได้ดีมาก แม้ในยามที่เศรษฐกิจถดถอย ธุรกิจประเภทนี้ก็สามารถที่จะดำเนินธุรกิจอยู่ได้ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ ซึ่งประชาชนทั่วไปต้องรับประทานอาหารทุกวัน โดยเฉพาะพฤติกรรมของผู้คนในปัจจุบัน มีแนวโน้มที่จะทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ทำให้การประกอบธุรกิจประเภทนี้น่าสนใจ จำนวนธุรกิจบริการด้านอาหารในภัตตาคาร/ร้านอาหาร ในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 61,760 ราย และมีมูลค่าตลาดรวมในปี 2556 มูลค่า 629,000 ล้านบาท โดยแบ่งได้ ดังนี้



ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

เมื่อพิจารณาธุรกิจบริการด้านอาหารในภัตตาคาร/ร้านอาหาร ที่เป็นนิติบุคคลพบว่า ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 มีนิติบุคคลที่ดำเนินการอยู่ทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 7,907 ราย ทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 47,780 ล้านบาท สามารถแยกตามพื้นที่ที่จดทะเบียนในแต่ละภาคได้ ดังนี้

หน่วย : ราย : ล้านบาท : ร้อยละ

ภาค	รวม		สัดส่วน	
	จำนวน	ทุน	ราย	ทุน
กรุงเทพมหานคร	3,283	25,578	41.52	53.53
ภาคใต้	1,853	6,018	23.43	12.59
ภาคตะวันออก	1,412	11,049	17.86	23.12
ภาคกลาง	527	3,020	6.66	6.32
ภาคเหนือ	408	1,140	5.16	2.39
ภาคตะวันตก	228	556	2.88	1.16
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	196	419	2.48	0.88
รวม	7,907	47,781	100	100

จากตารางข้างต้น พบว่า ธุรกิจบริการด้านอาหารในภัตตาคาร/ร้านอาหาร ส่วนใหญ่ที่ดำเนินกิจการอยู่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 41.52 รองลงมาได้แก่ ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 23.43 และภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 17.86 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากมูลค่าทุนจดทะเบียน พบว่าในกรุงเทพมหานครมีมูลค่าทุนจดทะเบียน สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 53.53 รองลงมาได้แก่ภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 23.12 และภาคใต้ ที่ร้อยละ 12.59 ตามลำดับ โดยสาเหตุ ธุรกิจบริการด้านอาหารในภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีจำนวนสัดส่วนอยู่ในภาคใต้ และภาคตะวันออก เนื่องจากทั้ง 2 ภาคมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ ซึ่งมีส่วนในการสนับสนุนธุรกิจนี้

สภาพการแข่งขันในตลาด (ตัวอย่างร้านอาหารเวียดนาม)

หากพิจารณาจากสภาพการแข่งขันในร้านอาหารเวียดนามในจังหวัดUUU จะเห็นได้ว่า มีจำนวนคู่แข่งทางตรงน้อยราย ได้แก่ ร้านXXX เนื่องจากด้วยลักษณะของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์และมีระบบการผลิตที่ยุ่งยาก ซับซ้อน แต่หากเปรียบเทียบกับธุรกิจที่เป็นประเภทร้านอาหารในจังหวัดXXX ถือว่ามีการแข่งขันกันสูงมาก เพราะมีหลายร้านที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ซึ่งแบ่งออกได้ดังนี้

1. คู่แข่งขันหลัก ที่ทำธุรกิจเหมือนกันคือ ร้านXXX
2. คู่แข่งขันรอง คือ UD TOWN , ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า , ร้านอาหารขนาดใหญ่ในจังหวัดUUU เช่น ร้านPPP ร้านKKK ร้านYYY เป็นต้น

รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	AAA แหนมเนื่อง	XXX แหนมเนื่อง	YYY แหนมเนื่อง	KKK แหนมเนื่อง
ด้านสินค้า / บริการ	อาหารเวียดนาม/ เน้นการบริการที่รวดเร็ว ราคาข่อมเยาว์	อาหารเวียดนาม	อาหารตามสั่ง อาหารไทย เน้นการบริการที่รวดเร็ว	ประเภทอาหารตามสั่งตามเมนู
ด้านราคา	ราคาใกล้เคียงรายอื่น	ราคาใกล้เคียงรายอื่น	ราคาใกล้เคียงรายอื่น	ราคาสูงกว่าเจ้าอื่น
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.หน้าร้าน 2.ส่งทางรถไฟ ทางรถทัวร์ ทางเครื่องบิน 3.มีร้านสาขาและตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ	1.หน้าร้าน 2.มีระบบการส่งขายตามร้านขายของฝากตามปั้มน้ำมันในเขตจังหวัดภาคอีสาน	หน้าร้าน	หน้าร้าน
ด้านส่งเสริมการตลาด	เน้นการบอกต่อ มีการสัมภาษณ์ออกรายการทีวี นิตยสารต่างๆ และทางเว็บไซต์	การบอกต่อ และ นิตยสาร	ไม่มี เน้นการบอกต่อ	มีการบอกต่อ และมีรายการทีวีมาสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ Five Force Model ในธุรกิจร้านอาหาร

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่

- การเข้าสู่อุตสาหกรรมประเภทนี้ของผู้ประกอบการรายใหม่ทำได้ไม่ยาก เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิตไม่มีความซับซ้อนและเงินที่ใช้ในการลงทุนไม่มาก
- ผู้ประกอบการรายใหม่ต้องมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าของตนเองกับรายอื่นในตลาด
- ผู้ประกอบการรายเดิมทั้งตลาดในประเทศมีความเข้มแข็งในการแข่งขันสูง และมีความพร้อมทั้งเทคโนโลยีการผลิต การวิจัยพัฒนา เงินทุน การตลาด และบุคลากร

2. ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

- มีผู้ประกอบการมีจำนวนไม่มากในพื้นที่และผู้บริโภคค่อนข้างรับรู้ถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนระหว่างแต่ละยี่ห้อ

3. ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

- สามารถหาสินค้าทดแทนในตลาด โดยเฉพาะการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารประเภทอื่นแทนได้

4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

- สามารถเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้จากผู้ประกอบการจำนวนมากในท้องตลาด (หาซื้อง่าย)
- ผู้บริโภคยึดติดตราयीหรือบางยี่ห้อในท้องตลาด เช่น แดงແหมมเนืองหรือวีทีແหมมเนือง เพราะสามารถแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้อย่างชัดเจน และมีตราสินค้าที่เข้มแข็งในตลาดดังกล่าว

5. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์

- สามารถหาวัตถุดิบในประเทศได้ง่าย
- มีผู้เสนอขายวัตถุดิบจำนวนมากในท้องตลาด จึงสามารถคัดเลือกคุณภาพของวัตถุดิบได้

สรุปการวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม

พลังผลักดันจากการแข่งขัน	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
1.ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้แข่งขันใหม่		✓	
2.ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม			✓
3.ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน	✓		
4.อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ		✓	
5.อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์			✓

การวิเคราะห์ SWOT Analysis ในธุรกิจร้านอาหาร

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
S1. สามารถควบคุมวัตถุดิบให้มีคุณภาพภายใต้ต้นทุนที่ถูกเนื่องจากวัตถุดิบหลักของร้านได้มาจากธุรกิจครอบครัวและครอบครัว พนักงานที่เป็นเจ้าของธุรกิจต้นน้ำ	W1. เนื่องจากสินค้าเป็นสินค้าที่ต้องอาศัยความสดของวัตถุดิบ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญของรสชาติอาหาร ดังนั้นต้องมีระบบจัดเก็บที่ดี ไม่งั้นมันจะส่งผลต่อคุณภาพได้เป็นสาเหตุให้รสชาติของอาหารเปลี่ยนไปหรืออาจเน่าเสียได้ โดยเฉพาะช่วงหน้าร้อน
S2. มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อนำผลิตภัณฑ์ใหม่และดีนำเสนอให้ผู้บริโภคให้มีความหลากหลายพร้อมทั้งถูกโภชนาการให้แก่ผู้บริโภค ทั้งผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต	W2. การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบสูงกว่าคู่แข่งรายอื่น
S3. ราคาที่เหมาะสมคุ้มค่าเพื่อการบริโภค	W3. พนักงานยังไม่มีมาตรฐานการให้บริการที่ชัดเจน ทำให้พนักงานใหม่ต้องใช้เวลาเรียนรู้จากพนักงานเดิมแทน
S4. ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี (ภายในตัวเมืองอุตรธานี) เดินทางสะดวกมีที่จอดรถเพียงพอและมีระบบขับรถมอไซค์และการตั้งซื้อตรงหรือตัวแทนจำหน่ายในแต่ละพื้นที่	W4. ปัญหาการลาออกของพนักงานระดับล่างและการหาแรงงานทดแทนยาก
S5. ผู้ก่อตั้งกิจการมีประสบการณ์ในธุรกิจร้านอาหารเวียดนามมาเป็นระยะเวลายาวนานตั้งแต่ยังเล็ก	

S6. มีความพร้อมของเงินลงทุนของผู้ก่อการในการขยายกิจการ	
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p>O1. อาหารถือเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยในแต่ละวันจะมีการบริโภคอาหารมื้อหลัก 3 มื้อ ซึ่งความต้องการบริโภคอาหารนี้ไม่อาจหมดไป หรือลดลง ได้ เพราะถึงอย่างไรผู้บริโภคก็จำเป็นต้องรับประทาน อาหารเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ต่อไป ดังนั้นธุรกิจอาหารจึงมี โอกาสเติบโตตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น</p> <p>O2. ค่านิยมของผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพ มากขึ้น เนื่องจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวเป็นพิษมากขึ้น ก่อให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆ มากมาย ผู้บริโภคจึง พยายามหาความรู้และแนวปฏิบัติที่ถูกต้องทางด้าน โภชนาการ อันจะนำมาซึ่งภาวะ โภชนาการ ดังนั้นธุรกิจอาหารเวียดนามถึงเหมาะสมเพราะ ทางร้านเน้นอาหารเกี่ยวกับสุขภาพ</p> <p>O3. ปัจจุบันด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคต้องการอาหารสุขภาพเช่น อาหารเวียดนาม สามารถหาซื้อได้สะดวกขึ้นจากการขยายสาขามากขึ้น และจุดกระจายสินค้าตามสถานีบริการน้ำมัน PTT</p> <p>O4. รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากเวลา กลายเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตทำให้พฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้านมีแนวโน้มสูงขึ้น</p>	<p>T1. เนื่องจากในประเทศไทยมีอาหารอื่น ดังนั้นอาจเป็นสาเหตุให้วัตถุดิบ หรือ วัตถุดิบอื่น ๆ ที่นำมาประกอบอาหารเกิดการสูญเสียดีทางรสชาติได้ง่ายกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ</p> <p>T2. จากสภาพเศรษฐกิจจะล่อตัวและภาวะค่าใช้จ่ายของผู้คนเพิ่มสูงขึ้น อาจส่งผลการบริโภคอาหารนอกบ้านลง</p> <p>T3. แนวโน้มราคาน้ำมันยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนวัตถุดิบ รวมถึงต้นทุนอื่นๆ ซึ่งเป็นเหตุให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มมาก การปรับราคาขายไม่สามารถทำได้ เนื่องจากต้องแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งรายอื่น อาจส่งผลกระทบต่อกำไรของธุรกิจให้ลดลงได้</p>