

การศึกษาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck

ในเขตกรุงเทพมหานคร

มุกดา พลเหลือ

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Mukda Phonluae

E-mail mookdaphonluae@gmail.com

Industry Management, Faculty of Business Ramkhamhaeng University, Thailand

Faculty of Business Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck ของผู้ประกอบการหลังวิกฤตโควิดที่ผ่านมา (2) เพื่อเสนอแนะแนวทางปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck โดยงานวิจัยฉบับนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ประกอบการธุรกิจ Food Truck เนื่องด้วยข้อจำกัดของระยะเวลาและพบว่าจำนวน 5 ราย ให้ข้อมูลอ้อมตัว จากผู้ประกอบการที่ขายเมนูอาหารประเภทต่างกัน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้การสัมภาษณ์ทั้ง 5 ราย พบว่า เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 3 ราย และอีก 2 รายเป็นพนักงาน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ 3-5 ปี และบางรายเป็นธุรกิจใหม่ เมนูที่ขายส่วนมากเป็นอาหารทานเล่น และ อาหารหนักส่วนน้อย แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจอาหารประเภท Food Truck ไม่ใช่แค่ได้รับความนิยมเฉพาะผู้ประกอบการส่วนบุคคลเท่านั้น ยังเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ของกลุ่มบริษัทอีกด้วย

ผลการศึกษาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ได้แก่ ด้านกฎระเบียบ/ข้อบังคับ/รัฐบาล จากการประกาศและการบังคับใช้ ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด19 โดยมีมาตรการปิดพื้นที่การจัดจำหน่ายและการจำกัดเวลาจำหน่ายอาหารและเครื่องคั้นนั้นส่งผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจ Food Truck เป็นอย่างมาก เนื่องจากบางงานที่เป็นงานหนักก็ถูกยกเลิกทั้งหมด บางพื้นที่ที่ขายประจำก็ปิดพื้นที่ ทำให้ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบอย่างหนักในการแพร่ระบาดของโควิด19 ที่ผ่านมา และด้านเศรษฐกิจ จากสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันที่อยู่ในช่วงถดถอย เนื่องจากการแพร่ระบาดรอบใหม่ของโควิด19 อัตราการว่างงานเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการ Food Truck รายใหม่เพิ่มขึ้น สวนทางกับกำลังซื้อที่ลดลง ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ Food Truck ในช่วงวิกฤตโควิด19 ที่ผ่านมา ด้านสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ร้านอาหาร Food Truck เป็นร้านอาหารที่มีจุดขายคือ ความแตกต่าง ความแปลกใหม่ และความเป็นเอกลักษณ์ และนอกจากร้านอาหาร Food Truck ด้วยกันเองที่เป็นคู่แข่งแล้ว ร้านอาหารทั่วไป และ ร้านอาหารริมทางจำนวนมากก็เป็นคู่แข่งกันด้วยเช่นกัน แต่ละร้านก็จะมีการใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สูง ทั้งเรื่อง รสชาติ คุณภาพ ราคา ความเป็นเอกลักษณ์ในด้าน การตกแต่งร้าน มีเมนูที่น่าสนใจ และยังมีสินค้าทดแทนจำนวนมากในราคาที่พร้อมจ่ายเป็นสินค้าทดแทนกันได้ ดังนั้นธุรกิจร้านขายอาหาร Food Truck กลยุทธ์ที่แปลกใหม่ของคู่แข่งจึงเป็นหนึ่งในอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหาร Food Truck ด้านสถานะการแข่งขันทางการตลาด ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม 2) ด้านคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามา 3) ด้านผลิตภัณฑ์ทดแทน 4) ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ 5) ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย พบว่า สถานะการแข่งขันทางการตลาดมีผลทำให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ Food Truck อุปสรรคด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม เนื่องจากคู่แข่งรายใหม่ Food Truck เข้าสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้นทำให้มีผู้แข่งขันในธุรกิจทั้งคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อมมีเพิ่มเป็นจำนวนมาก อุปสรรคด้านคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมมีสูง เพราะธุรกิจร้านขายอาหารเคลื่อนที่หรือ Food Truck เป็นธุรกิจใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก ด้านอุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ทดแทนธุรกิจร้านขายอาหารเคลื่อนที่หรือ Food Truck พบว่ามีสูง เนื่องจากมีธุรกิจร้านอาหารและ

ร้านอาหารริมทางจำนวนมากเป็นคู่แข่งกัน อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อธุรกิจร้านขายอาหารเคลื่อนที่หรือ Food Truck พบว่ามีสูง เนื่องจากธุรกิจร้านขายอาหารเคลื่อนที่หรือ Food Truck นั้นมีจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบเพื่อเสนอเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคทั้งค่าใช้จ่ายหรือราคาในการเปลี่ยนแปลงไปซื้อร้านอื่นมีต่ำ อุปสรรคด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย พบว่ามีต่ำ เนื่องจากวัตถุดิบในการประกอบอาหารสามารถซื้อได้ตามห้างสรรพสินค้า หรือ ตลาดสดทั่วไป ทำให้มีทางเลือกซื้อ ก่อนข้างหลากหลาย

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ในสภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19และแนวทางการจัดการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับอาหารประเภท Food Truck ในเมืองไทย ซึ่งมีแนวทางที่ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

1. แนวทางปรับปรุงกลยุทธ์เชิงรุก ได้แก่

- สร้างแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับร้านอาหารเฉพาะกลุ่ม Food Truck ผู้ประกอบการสามารถปักหมุดสถานที่ที่จอดขายในแต่ละวันในแอปพลิเคชัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาร้านอาหาร Food Truck ที่อยู่ใกล้เคียง และสามารถกดสั่งอาหารล่วงหน้า และการตัดชำระเงินในรูปแบบพร้อมเพย์ หากท่านใดไม่สะดวกเดินทางก็สามารถสั่งในรูปแบบ Delivery ได้ ตอบโจทย์ โลกไฟต์สไตล์ New Normal ในการใช้ชีวิตในยุคโควิดในปัจจุบัน
- การผสมผสานผลิตภัณฑ์อาหารระหว่างอาหารไทยกับเมนูอาหารของแต่ละประเทศ หรือ อาหารไทยระหว่างภูมิภาค เช่น สตีกเสิร์ฟคู่กับส้มตำ สเปกเก็ตต์เสิร์ฟคู่ไก่ทอดหาคาดใหญ่ เบอร์เกอร์เสิร์ฟคู่อย่างเนื้อเสีรื่องให้จิ้มแจ่ว เป็นต้น เป็นการสร้างมูลค่าของเมนูอาหารที่ต่อยอดจากเมนูเดิม เมนูหลักและเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ต้องการลองทานอาหารในรูปแบบที่แปลกใหม่

2. แนวทางปรับปรุงกลยุทธ์เชิงป้องกัน ได้แก่

- ศึกษาความต้องการและค่านิยมของลูกค้าอยู่เสมอเพื่อปรับรูปแบบสินค้าใหม่ เช่น ชีสกำลังเป็นที่นิยม ก็ปรับเมนูหลักโดยเพิ่มส่วนผสมของชีสลงไป
- ทำเลที่ตั้งบางครั้งอาจจอดแค่ที่ตลาด หรือ ไปตามงานกิจกรรมต่างๆ ก็เปลี่ยนเป็นเคลื่อนที่ไปจอดขายตามแหล่งที่พิกอัซซี่ที่มีผู้คนพลุกพล่าน เนื่องจากในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 หน่วยงานและบริษัท

ต่าง ๆ จัดให้มีการทำงานที่บ้าน Work from Home เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าและลูกค้าก็ได้รับประทานอาหารแบบเสิร์ฟร้อนได้เลย

3. แนวทางปรับปรุงกลยุทธ์เชิงแก้ไข ได้แก่

- เพิ่มจำนวนพนักงานแบบ part time สำหรับงานใหญ่ เพื่อรองรับความต้องการจำนวนมาก และให้ทันต่อความต้องการ โดยจัดเป็นเรทแบบเหมา เช่น จำนวน 3 คน ถ้าสามารถเสิร์ฟได้ 300 เสิร์ฟให้เสิร์ฟละ 20 บาท เป็นต้น
- จัดระบบคิวโดยการ Scan คิวอาร์โค้ด เพื่อรับคิวและสามารถสั่งอาหารออนไลน์ผ่านระบบไลน์ คิวอาร์โค้ด และ ชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดพร้อมเพย์ได้ทันที โดยไม่ต้องยืนรอน้ำร้าน ขณะที่กำลังปรุงอาหารลูกค้าสามารถไปเดินเลือกซื้อสินค้าอื่นๆ ได้ หากอาหารปรุงเสร็จ จะมีไลน์แจ้งเตือนเพื่อรับอาหาร โดยไม่ต้องยืนรอน้ำร้านและเป็นการรักษาระยะห่าง เป็นการตอบสนองนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ด้วย

4. แนวทางปรับปรุงกลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่

- จัดโซนรถตามเมนูอาหาร อาหารที่ต้องนั่งรับประทานอาจได้พื้นที่ที่กว้างหน่อย เมนูอาหารที่สามารถซื้อกลับบ้านหรือเดินกินได้ก็อาจจะมีที่ไว้ให้นั่งรอ โดยยังคงรักษาระยะห่างตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาด
- เปิดขายเป็นช่วงเวลา และ เน้นการขายแบบ Delivery เพื่อลดการสัมผัส สั่งอาหารบนแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับร้านอาหารเฉพาะกลุ่ม Food Truck อ้างอิงจากแนวทางจากกลยุทธ์เชิงรุกที่ได้นำเสนอไป เพื่อลดการสัมผัส ตอบสนองการชีวิต New normal ง่าย รวดเร็วทันใจ ไม่ต้องรอ
- ขอสันับสนุน นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารแบบ Food Truck โดยเปิดให้ผู้ประกอบการสามารถขอเข้ารับพิจารณาเงินสินเชื่อแบบหมุนเวียนในธุรกิจในรูปแบบ SME เพื่อสนับสนุนกิจการและส่งเสริมอุตสาหกรรม Food Truck

คำสำคัญ : รถขายอาหารฟู้ดทรัค , โรคระบาดโควิด 19 , อุปสรรคในการทำธุรกิจ

ABSTRACT

This research aims to study the barriers in the food truck business operation of entrepreneurs after the past COVID crisis and to recommend ways to improve the strategy for operating the food truck business. This research uses a qualitative research methodology to collect the data by an in-depth interview with the

entrepreneur of the food truck business, and due to the limitation of the duration, and it was found that 5 persons gave the information saturation from entrepreneurs who sell different types of food.

The results of the research can be summarized as follows:

According to the personal interviews of the 5 interviewees, it was found that 3 people are a business owner, and 2 people are employees. Moreover, most of them have 3-5 years of experience and some people are new businesses, the menus sold are mostly snacks and a few heavy meals. Thus, this shows that the food truck business is not only popular for personal entrepreneurs, but it is also a new type of business for the group of companies.

The results of the study of obstacles to operating the food truck business in Bangkok, it was found that the common external environmental factors are regulations, rules, and government. From the announcement and enforcement of the emergency declaration to prevent the spread of COVID-19 with measures to close the distribution area and limit the time to sell foods and beverages. This affects the entrepreneur of the Food Truck business very much because some of their work has been canceled, and some areas that are regularly sold are closed, which has made entrepreneurs seriously affected in the past spread of COVID-19. In terms of the economic aspect, from the current economic situation in the recession due to the new epidemic of COVID-19, the unemployment rate increases, and the new entrepreneurs of food truck business increase, which is countering the declining purchasing power that impact on entrepreneurs of food truck business in the past COVID-19 crisis. In terms of the internal environment aspect is strategy. Food truck restaurant has the selling point are difference, originality, and uniqueness, and apart from the food truck restaurant who is a competitor, there are many typical restaurants and street food that are also the competitor. Each restaurant has a competitive strategy in terms of taste, quality, price, and popularity. Also, there is a uniqueness in terms of decoration, interesting menu, and replacement products.

Therefore, the innovative strategy of the competitors is one of the obstacles in the food truck business in terms of market competition in 5 areas consists of Industry rivalry, New entrants, Substitute products, Bargaining power of customers, and Bargaining power of suppliers. It was found that the competition in the market would cause obstacles to be operating the food truck business. The threat of industry rivalry found that there are more new competitors in the food truck business in the market, which make the new direct and indirect competitors in this business. The threat of new entrants to enter the industry is high because the food truck

business is a business that requires low investment. The threat of substitute products of food truck business is high because many restaurants and street food businesses competing. The threat of bargaining power of customers is high in the food truck business because of the large number of food truck businesses, and a wide variety of options to offer consumers, and also the cost or price to make them change to buy another restaurant is low. Lastly, the threat of bargaining power of suppliers is low because the cooking ingredients could be purchased at department stores or the market, which makes them alternative options in variety.

SUGGESTION

The researcher would like to suggest the policy-related strategies in the epidemic crisis of COVID-19, and management guidelines to build an image of the Food Trucks business in Thailand, which has guidelines that help to improve the strategy as follows:

1. Guidelines for proactive strategy improvements are:

- Build an online application platform for specific restaurants in the Food Truck group, the entrepreneurs can pin their parked locations for each day in the app to make the customers can search for Food Truck restaurants nearby. Then, customer can order food in advance and cut-off payments in the form of PromptPay, and if anyone is inconvenient to come, they can order in the form of Delivery. This is a response to the New Normal lifestyle of living in the current COVID era.
- A combination of food products between Thai food with a menu of each country or Thai food between regions such as steak served with papaya salad, Spaghetti served with Hat Yai fried chicken, and Burgers served with roast of weeping tiger meat and spicy dipping. This is the value creation for the food menu that extends from the original menu, which is the new options for customers who want to try the food in a new way.

2. Guidelines for improving preventive strategy are:

- Always study the need and values of customers in order to adapt to new products such as cheese that is becoming popular now. Then, it can adjust the main menu by adding cheese ingredients.
- They can change the location to sell from the park or go to various events, to move the location to sell in the crowded residential areas. According to the COVID-19 epidemic, there are many agencies and companies that announce to Work-From-Home. This way can reach more customers and could have served hot meals.

3. Guidelines for improving the corrective strategy are:

- Increase the number of part-time employees for big events to accommodate many needs and keep up with the needs. It is classified as a whole rate. For example, there are 3 part-time employees, if they can reach 300 servings, they will receive 20 baht for each serving, etc.
- Organize the queue system by scanning the QR code to receive the queue and able to order food online via the Line QR code system and pay via QR Code PromptPay immediately without having to stand and wait in front of the store. Moreover, while the food is cooking, customers can go for a walk to shop for other products, and if the food is cooked, it will have a notification line to receive food without having to stand and wait in front of the store and keeping a distance. This is also a response to the COVID-19 prevention policy.

4. Guidelines for improving the passive strategy are:

- Arranging the car zone according to the food menu such as the foods that must be seated to eat may get an area that is a bit wider, and the food menus that take away or walk to eat may also have room to sit and wait for according maintaining a distance according to the anti-epidemic measures.
- Open for a period of time and focus on selling as Delivery to reduce exposure. And order food online for specific restaurants in Food Truck, based on the proactive strategy presented to reduce exposure and meet new normal life that are easy, fast, and do not have to wait.
- Supporting the food truck industry by allowing entrepreneurs to apply for consideration of a revolving credit limit in businesses in the form of SME to support the business and promote the food truck industry.

Keyword: Food Truck, COVID-19, Barriers for doing business

บทนำ

ธุรกิจอาหารประเภท Food Truck เป็นธุรกิจอาหารที่กำเนิดมาจาก ประเทศสหรัฐอเมริกา Food Truck เกิดขึ้นครั้งแรกที่รัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ยุค 1800 ซึ่งอาหารจำพวกแรกๆที่ขายในรถอาหารเคลื่อนที่เป็นจำพวก ถั่ว เนื้อมควัน ไปจนถึง เครื่องดื่ม อย่างกาแฟ หรือ เป็นอาหารทั่วไป ซึ่งรู้จักรถขายอาหารเคลื่อนที่นี้ชื่อว่า Chuck Wagon ซึ่งได้รับการขนานนามว่าเป็นต้นแบบแห่งฟู้ดทรัค (อ้างอิงข้อมูลจาก <http://www.thaimescenter.com>)

สำหรับแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ Food Truck ในประเทศไทยปี 2563 คาดว่า จะเติบโตเพิ่มขึ้น 10% หรือเพิ่มจำนวน Food Truck ประมาณ 250-300 คัน เนื่องจาก Food Truck เป็นวิธีการเริ่มต้นทำธุรกิจอาหารลงทุนไม่สูง การเริ่มต้นทำธุรกิจอาหารแบบ Food Truck ง่ายกว่าการลงทุนเปิดร้านอาหาร แต่ปัญหาของ Food Truck คือสถานการณ์ที่ในการขายอาจไม่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แต่ภาครัฐได้เริ่มเข้ามาสนับสนุนบ้างแล้ว ด้วยการจัดสถานที่ทั่วประเทศให้ผู้ประกอบการ Food Truck ได้ไปจอดเปิดขายอาหารตอบโจทย์ที่ผู้ที่ยากเปิดร้านอาหารหลายๆ คน แต่ขณะเดียวกันในช่วงที่ผ่านมาประเทศไทยและทั่วโลกประสบปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโคโรนาไวรัส หรือ โควิด 19 ซึ่งส่งผลกระทบเป็นวงกว้าง ในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านสาธารณสุข ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม หลายๆประเทศออกกฎ การเดินทาง เข้าออก ต่างประเทศ และในประเทศ รวมถึงประเทศไทยก็เช่นกัน

สำหรับธุรกิจอาหารประเภท Food Truck จะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ โรคไวรัสโควิด 19 มากน้อยแค่ไหน และปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck ในช่วงวิกฤตโรคระบาดนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck ของผู้ประกอบการหลังวิกฤตโควิดที่ผ่านมา และเพื่อเสนอแนะแนวทางปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการในการตัดสินใจ เพื่อแก้ไขสถานการณ์ทางธุรกิจหากประสบปัญหาดังกล่าวอีกครั้ง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.เพื่อศึกษาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck ของผู้ประกอบการหลังวิกฤตโควิดที่ผ่านมา
- 2.เพื่อเสนอแนะแนวทางปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck

สมมุติฐานงานวิจัย

1.ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภทธุรกิจ Food Truck ของผู้ประกอบการหลังวิกฤตโควิดที่ผ่านมา

1.1 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป

1.2 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน

1.3 ปัจจัยทางด้านการแรงกดดัน การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย ศึกษาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck ของผู้ประกอบการและศึกษาแนวทางในการเสนอแนะแนวทางปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้เครื่องมือ PEST Analysis เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เครื่องมือ 7s Analysis เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เครื่องมือ SWOT Analysis เพื่อประเมินสถานการณ์ทางธุรกิจ เครื่องมือ Five forces Model เพื่อวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการตลาด และเครื่องมือ TOWS Matrix เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์จากสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจอาหาร Food Truck

ขอบเขตด้านประชากรการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจอาหารประเภท Food Truck ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องด้วยข้อจำกัดของระยะเวลาและพบว่าจำนวน 5 รายให้ข้อมูลอิ่มตัว จากผู้ประกอบการที่ขายเมนูอาหารประเภทต่างกัน

ขอบเขตพื้นที่การวิจัย

พื้นที่การวิจัย คือ ขอบเขตในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย

ขอบเขตด้านการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่เดือน กันยายน ถึง เดือน มกราคม เป็นระยะเวลา 5 เดือน

ประโยชน์ ที่คาดว่าจะได้รับ

1.ผู้ประกอบการได้รู้ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสรรคเพื่อสามารถประเมินความเสี่ยงและหลีกเลี่ยง และได้ทราบถึงอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนแนวทางในการแก้ไขและป้องกัน ทำให้เกิดการพัฒนากลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจอาหาร Food Truck เพื่อเพิ่มยอดขายและเตรียมความพร้อมรองรับหากเกิดปัญหาและอุปสรรคอีกครั้ง

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก PESTEL Analysis

เอกกมล เอี่ยมศรี, 2555 : ได้สรุปความหมายของทฤษฎี PEST Analysis ว่า หมายถึง เครื่องมือที่เป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจ ” ภาพรวม ” ของ สภาพแวดล้อมในพื้นที่ที่กำลังจะเข้าไปดำเนินงานด้านธุรกิจและคิดเกี่ยวกับโอกาสและภัยคุกคามที่ อยู่ภายในพื้นที่ธุรกิจใหม่ ซึ่งจะต้องทำการค้นคว้า ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมในพื้นที่ใหม่ และจะต้องคิดวางแผนเพื่อหาประโยชน์ จากโอกาสและพยายามลดภัยคุกคาม

แนวคิดและทฤษฎีสถานะการแข่งขันทางธุรกิจ 5 ประการ (Five forces model)

กิริติ ชยขง, 2549 : เป็นกรอบแนวคิดในการวินิจฉัยองค์กรของ Michael Porter ซึ่งเป็นนักเศรษฐศาสตร์ เจ้าของทฤษฎี Competition theory เชี่ยวชาญในด้านการประยุกต์ใช้แผนองค์กรเข้าสู่ตลาดใหม่ และการจัดการ การเปลี่ยนแปลง เน้นการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร ด้วยการวิเคราะห์ภัยคุกคามของ สิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรมภายนอกโดยพิจารณาจากกลุ่มอิทธิพล 5 กลุ่ม

แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์แนวคิดปัจจัย 7 ประการของแมคคินซี (McKinsey)

แนวคิดปัจจัย 7 ประการของแมคคินซี (McKinsey) เครื่องมืออย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ การบริหารองค์กร คือ แบบจำลอง 7S McKinsey ซึ่งเป็นแบบจำลองที่สามารถนำไปใช้ในการบริหารงานของ องค์กรที่จะช่วยให้การบริหาร องค์กรมีความเป็นเลิศมากยิ่งขึ้น เป็นการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาของบริษัท McKinsey

แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT Analysis

อัลเบิร์ต ฮัมฟรี (Albert Humphrey) ผู้คิดค้นทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT คือ การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม ภายในและภายนอก ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรคการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กร

การกำหนดกลยุทธ์ (TOWS matrix)

TOWS Matrix คือ กลยุทธ์ที่ต่อเนื่องมาจาก SWOT Analysis เป็นการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอก (External Factors) กับ ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ขึ้นมา โดยการวิเคราะห์ TOWS Matrix จะทำให้ได้กลยุทธ์ออกมา 4 แบบ คือ กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงรับ และ กลยุทธ์เชิงป้องกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview)

- 1.ผู้วิจัยได้กำหนดวัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)
- 2.ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการจดบันทึกการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ(Key Informants) และการบันทึกเสียง
- 3.ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แล้วนำมา วิเคราะห์ พร้อมทั้งแยกแยะจับประเด็นอีกทั้งตัดเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับ การวิจัยออกไป เพื่อให้ข้อมูลนั้นเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา แบบ (Content analysis) เป็นกระบวนการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสื่อสาร กับผู้ประกอบการอาหาร Food Truck เช่น เอกสาร การพูดหรือการสื่อสาร ภาพถ่ายหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลทำให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck โดยแบ่งออกเป็นคำถาม จำนวน 7 ข้อ และใช้ข้อมูลจากคำถามในบทสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์หาปัจจัยทางด้าน

สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป สภาพแวดล้อมภายในและสภาวะกดดันทางตลาดส่งผลทำให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck โดยผลการศึกษา พบว่า

ลำดับ ร้าน	สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไปส่งผลทำให้เกิดอุปสรรคใน การดำเนินธุรกิจอาหาร Food Truck				สภาพแวดล้อมภายในส่งผลทำให้เกิด อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหาร Food Truck		
	Political Factors	Economic Factors	Social Factors	Technology Factors	Strategic Factors	Staff Factors	Skill Factors
ร้านที่ 1	มีผล	มีผลน้อย	มีผลน้อย	มีผลน้อย	มีผล	มีผลน้อย	มีผลน้อย
ร้านที่ 2	มีผล	มีผล	มีผลน้อย	มีผลน้อย	มีผล	มีผลน้อย	มีผลน้อย
ร้านที่ 3	มีผล	มีผล	มีผลน้อย	มีผลน้อย	มีผล	มีผลน้อย	มีผลน้อย
ร้านที่ 4	มีผล	มีผล	มีผลน้อย	มีผลน้อย	มีผล	มีผลน้อย	มีผลน้อย
ร้านที่ 5	มีผล	มีผล	มีผลน้อย	มีผลน้อย	มีผล	มีผลน้อย	มีผลน้อย

จากตารางสรุปผลปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ที่ส่งผลทำให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหาร Food Truck ในช่วงโควิดที่ผ่านมา ได้แก่ ลำดับที่ 1 ด้านกฎระเบียบ/รัฐบาล และ ด้านเศรษฐกิจ และ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ที่ส่งผลทำให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหาร Food Truck ในช่วงโควิดที่ผ่านมา ได้แก่ ด้านกลยุทธ์

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการอภิปรายเชิงพรรณนา โดยใช้หลักการ อ้างอิง แนวคิด ทฤษฎี หรือ ผลงานการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่นำมาประกอบการอ้างอิงและดำเนินการวิจัย จากผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทำให้เกิด อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food Truck โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลักๆ

1.ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับ/รัฐบาล จากการประกาศและการบังคับ ใช้ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด19 โดยมีมาตรการปิดพื้นที่การจัดจำหน่ายและ การจำกัดเวลาจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มนั้นส่งผลต่อผู้ประกอบการ Food Truck เป็นอย่างมาก เนื่องจากบาง งานที่เป็นงานหนักก็ถูกยกเลิกทั้งหมด ด้านเศรษฐกิจ จากสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันที่อยู่ในช่วงถดถอย เนื่องจา การแพร่ระบาดรอบใหม่ของโควิด19 อัตราการว่างงานเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการ Food Truck รายใหม่ เพิ่มขึ้น สวน ทางกับกำลังซื้อที่ลดลง ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ Food Truck ในช่วงวิกฤตโควิดที่ผ่านมา

2.ด้านสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ร้านอาหาร Food Truck เป็นร้านอาหารที่มีจุดขายคือ ความแตกต่าง ความแปลกใหม่ และความเป็นเอกลักษณ์ และนอกจากร้านอาหาร Food Truck ด้วยกันเองที่เป็น คู่แข่งแล้ว ร้านอาหารทั่วไป และ ร้านอาหารริมทางจำนวนมากก็เป็นคู่แข่งกันด้วยเช่นกัน แต่ละร้านก็จะมีการใช้ กลยุทธ์ในการแข่งขันที่สูง ทั้งเรื่อง รสชาติ คุณภาพ ราคา ความนิยม ความเป็นเอกลักษณ์ในด้าน การตกแต่งร้าน มีเมนูที่น่าสนใจ

3.ด้านสถานะการแข่งขันทางการตลาด ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม 2) ด้านคู่แข่ง รายใหม่ที่จะเข้ามา 3) ด้านผลิตภัณฑ์ทดแทน 4) ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ 5) ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย พบว่า สถานะการแข่งขันทางการตลาดมีผลทำให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ Food Truck อุปสรรคด้านคู่ แข่งขันในอุตสาหกรรม เนื่องจากคู่แข่งรายใหม่ Food Truck เข้าสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้นทำให้มีผู้แข่งขันในธุรกิจทั้งคู่ แข่งขันทางตรงและคู่แข่งทางอ้อมมีเพิ่มเป็นจำนวนมากอุปสรรคด้านคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาใน อุตสาหกรรมมีสูงเพราะธุรกิจร้านขายอาหารเคลื่อนที่หรือ Food Truck เป็นธุรกิจใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก ด้าน อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ทดแทนธุรกิจร้านขายอาหารเคลื่อนที่หรือ Food Truck พบว่ามีสูง เนื่องจากมีธุรกิจ ร้านอาหารและร้านอาหารริมทางจำนวนมากเป็นคู่แข่ง อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจต่อรอง

ของผู้ซื้อธุรกิจร้านขายอาหารเคลื่อนที่หรือ Food Truck พบว่ามีสูง เนื่องจากธุรกิจร้านขายอาหารเคลื่อนที่หรือ Food Truck นั้นมีจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบ **อุปสรรคด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย** พบว่ามีต่ำ สอดคล้องกับทฤษฎี 5 Force Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานะความกดดันทางการตลาดเพื่อวิเคราะห์อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ เพื่อหาแนวทางในการดำเนินการแก้ไขปรับปรุง

ข้อเสนอแนะ

จากการสรุปและอภิปรายผลการวิจัยรวมถึงการตั้งข้อสังเกตและข้อจำกัดในการทำวิจัย นำไปสู่การนำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอาหารประเภท Food ดังต่อไปนี้

แนวทางปรับปรุงกลยุทธ์เชิงรุก SO ได้แก่

- สร้างแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับร้านอาหารเฉพาะกลุ่ม Food Truck
- การผสมผสานผลิตภัณฑ์อาหารระหว่างอาหารไทยกับเมนูอาหารของแต่ละประเทศ หรือ อาหารไทยระหว่างภูมิภาค

แนวทางปรับปรุงกลยุทธ์เชิงป้องกัน ST ได้แก่

- ศึกษาความต้องการและค่านิยมของลูกค้าอยู่เสมอเพื่อปรับรูปแบบสินค้าใหม่
- ทำเลที่ตั้งบางครั้งอาจจอดแค่ที่ตลาด หรือ ไปตามงานกิจกรรมต่างๆ

แนวทางปรับปรุงกลยุทธ์เชิงแก้ไข WO ได้แก่

- เพิ่มจำนวนพนักงานแบบ part time สำหรับงานใหญ่ เพื่อรองรับความต้องการจำนวนมาก
- จัดระบบคิวโดยการ Scan คิวอาร์โค้ด เพื่อรับคิวและสามารถสั่งอาหารออนไลน์ผ่านระบบไลน์ คิวอาร์โค้ด และ ชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดพร้อมเพย์ได้ทันที

แนวทางปรับปรุงกลยุทธ์เชิงรับ WT ได้แก่

- จัดโซนรถตามเมนูอาหาร อาหารที่ต้องนั่งรับประทานอาจได้พื้นที่ที่กว้างหน่อย เมนูอาหารที่สามารถซื้อกลับบ้านหรือเดินกินได้ก็อาจจะมีที่ไว้ให้นั่งรอ
- เปิดขายเป็นช่วงเวลา และ เน้นการขายแบบ Delivery เพื่อลดการสัมผัส สั่งอาหารบนแอปพลิเคชันออนไลน์
- ขอสันับสนุน นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารแบบ Food Truck โดยเปิดให้ผู้ประกอบการสามารถขอเข้ารับพิจารณาเงินสินเชื่อแบบหมุนเวียนในธุรกิจในรูปแบบ SME เพื่อสนับสนุนกิจการและส่งเสริมอุตสาหกรรม Food Truck

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- **กรรณิการ์ สิริชัย ,สันติธร ภูริภักดี : 2561** ทฤษฎี 7s McKinsey การจัดการองค์กรตามแนวคิด 7s ของ McKinsey ที่เอื้อต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม กรณีศึกษาองค์กรที่ได้รางวัลองค์กรนวัตกรรมยอดเยี่ยม
- **พรพิมล แผ่นผา : 2558** ทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ การศึกษาแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจ อาหารสุนัขสำเร็จรูปในพื้นที่ภาคตะวันออก
- **พรพิมล แผ่นผา : 2558** ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT การศึกษาแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจ อาหารสุนัขสำเร็จรูปในพื้นที่ภาคตะวันออก
- **จิระวรรณ ไชยปรีชาวิทย์ : 2559** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาการบริโภคอาหารเคลื่อนที่ (FOOD TRUCK) ที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม กระแสนิยม
- **คเชนทร์ ห้วยหงษ์ทอง : 2560** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจและการใส่ใจสุขภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจากฟู้ดทรัคของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร
- **เพชรินทร์ อยู่เป็นสุข,เจริญชัย เอกมาไพศาล : 2561** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่ออาหารประเภทฟู้ดทรัค กรณีศึกษา ในตลาดนัดหัวมุม ถนนเกษตร-นวมินทร์ กรุงเทพมหานคร
- **นางสาวชุดินันท์ ปัญญาพร : 2558** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความยินดีที่จะจ่ายในสินค้าและบริการของร้านฟู้ดทรัคในเขตกรุงเทพมหานคร
- **ชุดิกาญจน์ สรรประเสริฐ,รมิตา สิริพินิตนันท์,ทินกร ทาคี ,ชมพูนุท สุทธิกุล: 2563** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค
- **นางสาวสัณห์จุฑา จำรูญวัฒน์ : 2559** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- **สุธิ กามขุนทด , ผศ.ดร.ลีลา เตีย่งสูงเนิน : 2560** ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารจากร้าน Food Truck ของผู้บริโภคในเขต จังหวัดนนทบุรี
- **จตุพร คำสงค์ : 2560** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แรงใจและส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออาหาร ประเภท Food Truck ในเขตกรุงเทพมหานคร
- **นลินี พานสายตา , ประวีณา คาไซ , ชอศุพล จรูญโรจน์ : วิทยาลัยดุสิตธานี 2561** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การบริหารร้านอาหารและเครื่องดื่มนำแบบฟู้ดทรัคให้ประสบความสำเร็จ
- **ปริญญ์ เวชประเสริฐ , ธีรวัฒน์ จันทิก : 2559** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์นมและขนมปังของธุรกิจฟู้ดทรัคในเขตกรุงเทพมหานคร