

โครงการธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกได้ผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม บนสมาร์ตโฟน

Customize noodle shop with order and voting application



โครงการธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกได้ ผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม บนสมาร์ตโฟน

Customize noodle shop with order and voting application



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2557



©2557

ปวีณสุดา บุษชา

สงวนลิขสิทธิ์

ปวีณ์สุดา บุษบา. ปริญญาานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต,  
พฤษภาคม 2557, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,  
โครงการธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกได้ ผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม บนสมาร์ทโฟน (101 หน้า)  
อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑา เทียนไทย

## บทคัดย่อ

โครงการธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกได้ ผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม บนสมาร์ทโฟน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวที่มีการใช้แอปพลิเคชันประเภทเกมในการสั่งอาหาร และศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจดังกล่าว ซึ่งธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวนี้มีรูปแบบการให้บริการโดยให้ผู้บริโภคสามารถเลือกวัตถุดิบได้ตามความต้องการ และเติมเส้นกับน้ำซุ๊ปได้ไม่จำกัด ทั้งยังนำเทคโนโลยีแอปพลิเคชันมาช่วยในการจัดการร้าน ซึ่งแอปพลิเคชันนี้เป็นแอปพลิเคชันประเภทเกมที่ผู้บริโภคเลือกดูประวัติร้าน, เมนูอาหาร, โปรโมชั่นของร้าน, แสดงความคิดเห็น และ เกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว โดยเกมดังกล่าว จะให้ผู้บริโภคได้เลือกวัตถุดิบที่ต้องการโดยจำลองว่าเป็นผู้ปรุงอาหารด้วยตนเองตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ เช่น การลวกเส้น ทิ้งผัก เป็นต้น ซึ่งผลลัพธ์ของการเล่นเกมนี้ จะถูกส่งไปยังพนักงานของร้าน เพื่อดำเนินการต่อไป โดยผู้บริโภคสามารถเล่นได้ทั้งภายในร้านอาหาร และ ภายนอกร้านอาหาร ซึ่งการเล่นเกมภายนอกร้าน สามารถเลือกเวลาที่จะเข้ามารับประทานได้ ทั้งนี้จากผลการศึกษาโครงการธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกได้ ผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม บนสมาร์ทโฟน พบว่าในสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case) ธุรกิจนี้มีจุดคุ้มทุนที่ 1,345,121 บาท, ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 25 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ในปีที่ 5 = 8,394,186 และมีอัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) 131.87% จึงสรุปได้ว่าธุรกิจนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน อีกทั้งกลุ่มตัวอย่าง 95 % ให้ความสนใจและเลือกที่ลองเข้ารับบริการ ซึ่งตรงตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

*คำสำคัญ: ธุรกิจก๋วยเตี๋ยว , แอปพลิเคชัน , เกม , สมาร์ทโฟน , แอปพลิเคชันสั่งก๋วยเตี๋ยว*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

เรื่อง โครงการธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกได้ ผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม บนสมาร์ตโฟน

ผู้วิจัย ปวีณส์สุดา บุษชา

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รศ.ดร.จุฑา เทียนไทย)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ปีเตอร์ กัน)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 28 พฤศจิกายน 2557

Bocha, P. M. Com. Arts. (Entertainment Management and Production), November 2014,  
Graduate School, Bangkok University.

Customize noodle shop with order and voting application (101 pp.)

Advisor: Assoc. Prof. Chuta Thianthai, Ph.D.

### ABSTRACT

Customize noodle shop with order and voting application, To study the feasibility of a noodle shop with the use of game application for ordering food and satisfaction of consumers with the business. The noodle shop has a format provided by the consumer can choose the ingredients to suit your needs, It also fills the unlimited soup and noodle. In addition, the technology about application for management of noodle shop. In this game application, Consumers can see story of noodle shop, Menu, Promotion, Comments, Vote and Noodle simulation game and consumers can play game for choose the ingredients you want by yourself since the process of preparation such as slicing, blanching etc. The result of this game. Will be sent to the restaurant to proceed. Consumers can play game application in noodle shop or wherever you are. The results of the project in Most Likely Case, this project have Break Even Point at 1,345,121 baht, Payback period in 1 year 25 days, Net Present Value(NPV) at 5th year = 8,394,186 baht and Internal Rate of Return (IRR) 131.87%. These results that mean this project has the possibility to invest. And there are 95 % of representative sample pay attention and try it that conforms to the hypothesis.

*Keywords : Customize noodle shop , Application , Game , Smart phone*

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก ดร.จุฑา เทียนไทย อาจารย์ที่ปรึกษาประจำโครงการ และดร.ปีเตอร์ กัน ประธานที่ปรึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต ที่กรุณาให้คำปรึกษา ข้อคิดเห็นต่างๆ พร้อมทั้งพิจารณาตรวจแก้ไขปรับปรุงงานวิจัยตลอดระยะเวลาทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในการทำวิจัยและให้ข้อมูลต่างๆ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ และขอขอบคุณพ่อแม่ ผู้คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญยิ่งต่อการศึกษาระดับปริญญาโทของข้าพเจ้าเสมอมา

ขอขอบคุณครอบครัว ญาติพี่น้อง ผองเพื่อน ที่ยอมสละเวลาอันมีค่ามาเป็นกำลังใจในการช่วยเหลือการทำวิจัย และคอยเป็นแรงกระตุ้นให้งานวิจัยนี้เกิดความคืบหน้าจนสำเร็จลุล่วงในที่สุด

ขออุทิศแด่ คุณย่าทองหยด บุษบา ผู้สร้างแรงบันดาลใจในการสร้างธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวตั้งแต่ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจและเป็นแรงผลักดันจนถึงปัจจุบัน

ปวีณ์สุดา บุษบา

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย                          | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                       | จ    |
| กิตติกรรมประกาศ                          | ฉ    |
| สารบัญตาราง                              | ญ    |
| สารบัญภาพ                                | ฐ    |
| บทที่ 1 บทนำ                             |      |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญ                    | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย              | 2    |
| 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย                    | 2    |
| 1.4 สมมติฐานการวิจัย                     | 3    |
| 1.5 นิยามศัพท์                           | 3    |
| 1.6 ข้อตกลงเบื้องต้น                     | 3    |
| 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ            | 4    |
| บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง    |      |
| 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับก๋วยเตี๋ยว            | 5    |
| 2.2 การทำธุรกิจร้านอาหาร                 | 8    |
| 2.3 การผลิตแอปพลิเคชัน                   | 14   |
| 2.4 ทฤษฎีการศึกษาความพึงพอใจ             | 16   |
| 2.5 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค               | 22   |
| 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                | 24   |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย              |      |
| 3.1 วิธีการศึกษาที่นำมาใช้               | 27   |
| 3.2 เครื่องมือและเทคนิคศึกษาที่ใช้       | 29   |
| 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง              | 29   |
| 3.4 สถานที่เก็บข้อมูล                    | 29   |
| 3.5 การออกแบบเครื่องมือเก็บข้อมูล        | 30   |
| 3.6 สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์             | 30   |
| 3.7 วิธีการและกรรมวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล | 31   |

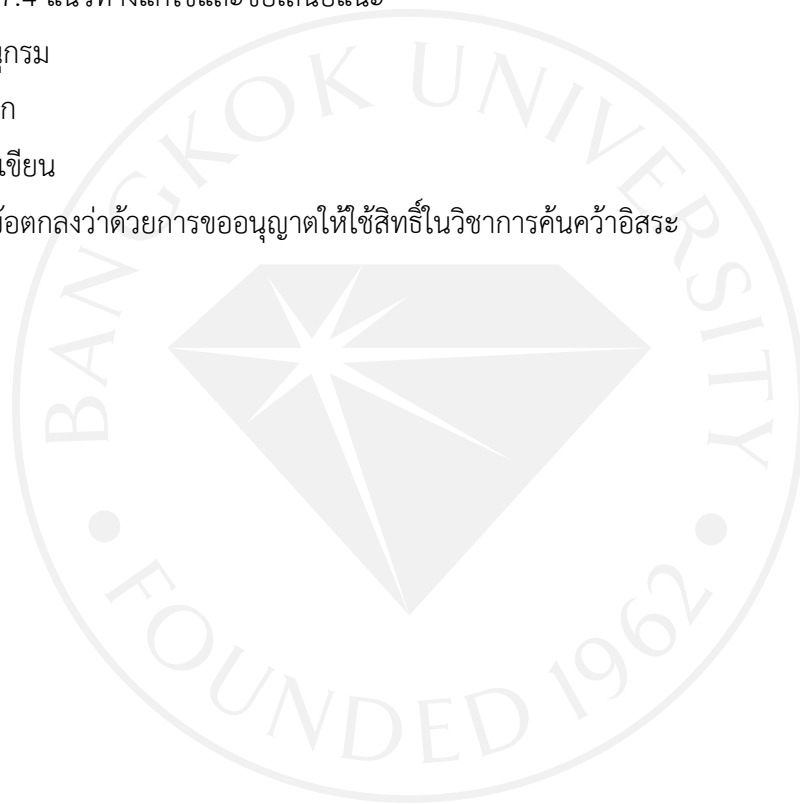


สารบัญ (ต่อ)

|  | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล                           |      |
| 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยแบบสำรวจ            | 33   |
| 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก          | 49   |
| 4.3 การวิเคราะห์ 5C's (Marketing Planning Framework) | 50   |
| 4.4 การวิเคราะห์ SWOT ขององค์การ                     | 53   |
| 4.5 การวิเคราะห์ TOWS ขององค์การ                     | 54   |
| 4.6 สรุปการประเมินโอกาสและความเสี่ยง                 | 54   |
| บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ                         |      |
| 5.1 ชื่อบริษัท                                       | 56   |
| 5.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย                   | 56   |
| 5.3 รูปแบบธุรกิจ                                     | 57   |
| 5.4 การวิเคราะห์ลูกค้า (Customer Analysis)           | 58   |
| 5.5 การจัดการองค์การ                                 | 59   |
| 5.6 การวิเคราะห์ 4P/ 4C                              | 60   |
| 5.7 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด                        | 61   |
| 5.8 แผนการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อ (Media Plan)    | 62   |
| บทที่ 6 งบการเงิน                                    |      |
| 6.1 สมมติฐานในการลงทุนเบื้องต้น                      | 64   |
| 6.2 ที่มาของเงิน                                     | 67   |
| 6.3 การประมาณการยอดขาย                               | 67   |
| 6.4 การประมาณการต้นทุนการผลิต                        | 70   |
| 6.5 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย          | 77   |
| 6.6 ประมาณการงบการเงิน                               | 78   |
| 6.7 วิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน                      | 84   |
| 6.8 สรุปผลตอบแทนทางการเงิน                           | 88   |

## สารบัญ (ต่อ)

|  | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ                                      |      |
| 7.1 การประเมินและสรุปโครงการ                                     | 90   |
| 7.2 การบริหารความเสี่ยง  | 90   |
| 7.3 อภิปรายผล  | 91   |
| 7.4 แนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะ                                     | 92   |
| บรรณานุกรม   | 93   |
| ภาคผนวก  | 95   |
| ประวัติผู้เขียน  | 101  |
| เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในวิชาการค้นคว้าอิสระ |      |



## สารบัญตาราง

|   | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม  | 34   |
| ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม   | 34   |
| ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม  | 35   |
| ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม  | 35   |
| ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม   | 36   |
| ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว  | 36   |
| ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว  | 37   |
| ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว  | 37   |
| ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว  | 38   |
| ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว   | 38   |
| ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว   | 39   |
| ตารางที่ 4.12: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว   | 39   |
| ตารางที่ 4.13: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน             | 40   |
| ตารางที่ 4.14: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน             | 40   |
| ตารางที่ 4.15: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน             | 41   |
| ตารางที่ 4.16: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน             | 41   |
| ตารางที่ 4.17: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน             | 42   |
| ตารางที่ 4.18: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชัน<br>สั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว  | 42   |
| ตารางที่ 4.19: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชัน<br>สั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว. | 43   |
| ตารางที่ 4.20: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชัน<br>สั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว   | 43   |

### สารบัญตาราง (ต่อ)

|  | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 4.21: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชัน<br>สั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำกายเตี้ย | 44   |
| ตารางที่ 4.22: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชัน<br>สั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำกายเตี้ย  | 44   |
| ตารางที่ 4.23: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชัน<br>สั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำกายเตี้ย | 45   |
| ตารางที่ 4.24: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชัน<br>สั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำกายเตี้ย | 45   |
| ตารางที่ 4.25: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชัน<br>สั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำกายเตี้ย  | 47   |
| ตารางที่ 4.26: ตารางวิเคราะห์คู่แข่ง   | 52   |
| ตารางที่ 5.1: ตารางแสดงเป้าหมายของธุรกิจแบ่งตามช่วงเวลา  | 57   |
| ตารางที่ 5.2: แสดงรายละเอียดและอัตราเงินเดือนในบริษัท  | 60   |
| ตารางที่ 6.1: ตารางแสดงรายการวัตถุประสงค์ในการลงทุนร้านก๋วยเตี้ย   | 65   |
| ตารางที่ 6.2: สมมติฐานการลงทุนเบื้องต้น  | 66   |
| ตารางที่ 6.3: ราคาสินค้าต่อหน่วยของร้าน “ทำเตี้ย”  | 67   |
| ตารางที่ 6.4: การประมาณยอดขายสถานการณ์ปกติ (Most likely Case)<br>สำหรับร้าน “ทำเตี้ย” ในปีที่ 1                          | 68   |
| ตารางที่ 6.5: การประมาณยอดขายสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case)<br>สำหรับร้าน “ทำเตี้ย” ในปีที่ 1                          | 69   |
| ตารางที่ 6.6: การประมาณยอดขายสถานการณ์แย่มากที่สุด (Worst Case)<br>สำหรับร้าน “ทำเตี้ย” ในปีที่ 1                        | 69   |
| ตารางที่ 6.7: การประมาณยอดขาย สำหรับร้าน “ทำเตี้ย” ในปีที่ 1 – ปีที่ 5   | 70   |
| ตารางที่ 6.8: ตารางแสดงรายละเอียดเงินเดือนพนักงาน  | 70   |
| ตารางที่ 6.9: รายการวัตถุดิบอาหารที่ซื้อมาขายในแต่ละวัน สำหรับก๋วยเตี้ยในปีที่ 1<br>กรณีสถานการณ์ปกติ (Most likely Case) | 71   |
| ตารางที่ 6.10: รายการต้นทุนประเภทเครื่องตี๋ม ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์ปกติ<br>(Most likely Case)                           | 72   |

### สารบัญตาราง (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 6.11: ประมาณต้นทุนการผลิต กรณีสถานการณ์ปกติ (Most likely Case) ปีที่ 1 – ปีที่ 5       | 72   |
| ตารางที่ 6.12: รายการวัตถุดิบที่ซื้อมาขายในแต่ละวัน ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case) | 72   |
| ตารางที่ 6.13: รายการต้นทุนประเภทเครื่องตี๋ม ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case)        | 74   |
| ตารางที่ 6.14: ประมาณต้นทุนการผลิต กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case) ในปีที่ 1 – ปีที่ 5        | 74   |
| ตารางที่ 6.15: รายการวัตถุดิบที่ซื้อมาในแต่ละวัน ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์แย่ (Worst Case)        | 75   |
| ตารางที่ 6.16: รายการต้นทุนประเภทเครื่องตี๋ม ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์แย่ (Worst Case)            | 76   |
| ตารางที่ 6.17: ประมาณต้นทุนการผลิต กรณีสถานการณ์แย่ (Worst Case) ในปีที่ 1 – ปีที่ 5            | 77   |
| ตารางที่ 6.18: ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย ในปีที่ 1 – ปีที่ 5                      | 77   |
| ตารางที่ 6.19: งบกำไรขาดทุน กรณีสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case) ในปีที่ 1                      | 78   |
| ตารางที่ 6.20: งบกำไรขาดทุน เปรียบเทียบ 5 ปี กรณีสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case)               | 79   |
| ตารางที่ 6.21: งบกำไรขาดทุน กรณีสถานการณ์แย่ (Worst Case) ในปีที่ 1                             | 80   |
| ตารางที่ 6.22: งบกำไรขาดทุน เปรียบเทียบ 5 ปี กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case)                  | 81   |
| ตารางที่ 6.23: งบกำไรขาดทุน กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case) ในปีที่ 1                         | 82   |
| ตารางที่ 6.24: งบกำไรขาดทุน เปรียบเทียบ 5 ปี กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case)                  | 83   |
| ตารางที่ 6.25: จุดคุ้มทุน เปรียบเทียบ 3 สถานการณ์   | 84   |
| ตารางที่ 6.26: ระยะเวลาคืนทุน   | 85   |
| ตารางที่ 6.26: มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) กรณีสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case)                   | 86   |
| ตารางที่ 6.27: มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case)                      | 86   |
| ตารางที่ 6.28: มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) กรณีสถานการณ์แย่ (Worst Case)                          | 87   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 6.29: ตารางแสดงค่า IRR เทียบ 3 สถานการณ์ | 88   |
| ตารางที่ 6.30: การวิเคราะห์ผลสรุปทางการเงิน       | 89   |



## สารบัญภาพ

|   | หน้า |
|---|------|
| ภาพที่ 2.1: ภาพแสดงโครงการและการทำงานของผู้พัฒนา  | 15   |
| ภาพที่ 2.2: ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า | 23   |



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันเทคโนโลยีและการสื่อสารได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์อุปกรณ์สื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาค้นคว้าและการทำธุรกิจ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการสื่อสาร ทำให้องค์กรต่างๆ นำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาช่วยในการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกิจและให้บริการบนอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการทำงาน และเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างหนึ่งที่กำลังมีการใช้งานอย่างแพร่หลายในปัจจุบันก็ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟน เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานและในชีวิตประจำวัน ซึ่งไม่เพียงแต่ในองค์กรต่างๆ เท่านั้นที่นำเทคโนโลยีดังกล่าวเข้ามาใช้งาน ผู้ใช้ตามบ้านโดยทั่วไป ก็ได้จัดหาเครื่องมือสื่อสารนี้เข้ามาใช้กันมากขึ้น เนื่องจากโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน ในปัจจุบันที่มีคุณภาพสูง แต่มีราคาถูกลง มีมากขึ้น รวมทั้งสามารถใช้งานได้หลากหลายมากกว่าในอดีตมาก จนมีการประมาณการกันว่า ในอนาคต สมาร์ทโฟนจะเป็นอุปกรณ์พื้นฐานในทุกๆ ครัวเรือน เหมือนกับวิทยุ โทรทัศน์ ในอดีตที่ผ่านมา

ซอฟต์แวร์ประยุกต์ หรือ ที่เรียกว่า แอปพลิเคชัน ก็เป็นส่วนหนึ่งของสมาร์ตโฟน ที่เป็นเครื่องมือในการช่วยอำนวยความสะดวกได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น การติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูล การใช้งานในสำนักงาน การดูหนัง ฟังเพลง และสิ่งบันเทิงต่างๆ แผนที่และการนำทาง รวมถึงการสั่งซื้อสินค้าและอาหารต่างๆด้วย

ร้านก๋วยเตี๋ยวเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีให้เห็นมากมาย ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากคนไทย เสมือนเป็นอาหารหลักของคนไทยอีกชนิดหนึ่ง ที่เป็นที่ยอมรับสำหรับทุกเพศ ทุกวัยในปัจจุบันนี้ เนื่องจากเป็นอาหารที่หาทานได้ง่ายและสะดวก มีให้เลือกหลากหลายประเภท หลากหลายรสชาติ และมีวัตถุดิบที่แตกต่างกันไป ลูกค้าสามารถเลือกสรรประเภท หรือ เลือกวัตถุดิบในการสั่งเมนูก๋วยเตี๋ยวประเภทต่างๆ ซึ่งโดยทั่วไป ผู้ขายอาจจะใช้วิธีจัดเมนูต่างๆใส่กระดาษหรือใช้วิธีการจำ โดยไม่จดบันทึกไว้ ซึ่งหลายๆครั้งที่ไม่ว่าจะจดหรือจำ ก็ทำให้เกิดการผิดพลาดในการสื่อสารได้ ทำให้ลูกค้าได้รับก๋วยเตี๋ยวไม่ตรงตามความต้องการ

ผู้จัดทำจึงได้เกิดความคิดในการทำธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวขึ้น โดยจุดเด่นของร้านจะเป็นการที่ลูกค้าสามารถเลือกปริมาณของวัตถุดิบที่ใส่ ได้ตามความต้องการ โดยมีให้เลือก คือ หมู ชิตละ 35 บาท และ ทะเล ชิตละ 45 บาท ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกจำนวนชิตได้ตามต้องการ แต่ลูกค้าสามารถเติมเส้นก๋วยเตี๋ยวและน้ำซุ๊ปได้ไม่จำกัด อีกทั้งยังมีการนำ แอปพลิเคชัน เข้ามาใช้เพื่ออำนวยความสะดวก



สะดวกลูกค้าของธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวนี้ โดยจะให้ลูกค้าสั่งก๋วยเตี๋ยวผ่าน แอปพลิเคชัน ซึ่งอยู่ในรูปแบบ คล้ายเกมทำอาหารที่ลูกค้าสามารถเลือกวัตถุดิบที่ต้องการ เลือกเส้น เลือกสิ่งที่ต้องการจะใส่ และปรุง เป็นก๋วยเตี๋ยวได้ตามความต้องการ โดย แอปพลิเคชัน นี้ สามารถรองรับได้ไม่ว่าลูกค้าจะสั่งอาหาร จากที่ไหนก็ตาม ซึ่งจากการใช้ แอปพลิเคชัน ดังกล่าวนอกจากจะช่วยอำนวยความสะดวกและให้ ความสนุกสนานกับลูกค้า ยังช่วยลดข้อผิดพลาดในการสั่งเมนูต่างๆและสามารถทำก๋วยเตี๋ยวให้ตรง ตามที่ลูกค้าต้องการ อีกทั้งยังใช้ แอปพลิเคชัน ในการติดตามเสียงตอบรับจากลูกค้า โดยการให้ลูกค้า สามารถเลือกโหวตวัตถุดิบที่ชื่นชอบ เพื่อศึกษาความนิยมของสินค้าได้ อีกด้วย

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวที่มีการใช้แอปพลิเคชัน ในการสั่งอาหาร

1.2.2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของร้านก๋วยเตี๋ยวที่มีการใช้แอปพลิเคชัน ในการสั่งอาหาร

## 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.3.1.1 ประชากร หมายถึง บุคคลทั่วไปในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจาก ผู้วิจัยเลือก การหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่มีพารามิเตอร์ ที่กลุ่มตัวอย่าง 45% จากประชากรทั้งหมด ที่ความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 ซึ่งจากสูตร

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

$n$  = จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

$p$  = สัดส่วนของประชากร

$Z$  = ระดับความมั่นใจ (ความเชื่อมั่น)

$e$  = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น

ได้กลุ่มตัวอย่างออกมาจำนวน 380 คน

1.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาโครงการ มีดังนี้

1.3.2.1 โปรแกรม JDK

1.3.2.2 โปรแกรม Eclipse IDE for Java Developers

1.3.2.3 โปรแกรม Android SDK

#### 1.3.2.4 โปรแกรม Adobe Photoshop CS4

### 1.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินโครงการเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินโครงการ มีดังนี้

#### 1.3.3.1 แอปพลิเคชัน ที่ใช้ในการส่งถ้วยเดียว

#### 1.3.3.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

ผู้บริโภค 90% มีความพึงพอใจต่อธุรกิจร้านถ้วยเดียว ที่มีการใช้แอปพลิเคชัน ในการส่งอาหาร

## 1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 แอปพลิเคชัน หรือเรียกสั้นๆว่า App เป็นคำย่อของ แอปพลิเคชันโปรแกรม หรือโปรแกรมประยุกต์ ซึ่งโปรแกรมประยุกต์เป็นโปรแกรมที่ได้รับการออกแบบให้ทำงานด้วยหน้าที่ที่เจาะจงโดยตรงสำหรับผู้ใช้ หรือในบางกรณี

1.5.2 สมาร์ทโฟน เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถเพิ่มเติมนอกเหนือจากโทรศัพท์ทั่วไป สมาร์ทโฟน ได้ถูกมองว่าเป็นคอมพิวเตอร์พกพาที่ทำงานในลักษณะของโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยที่สามารถเชื่อมต่อความสามารถหลักของโทรศัพท์มือถือ เข้าร่วมกับ แอปพลิเคชัน ของโทรศัพท์เอง สมาร์ทโฟน สามารถให้ผู้ใช้งานติดตั้งโปรแกรมเสริมสำหรับเพิ่มความสามารถของโทรศัพท์ โดยรูปแบบนั้นขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มของโทรศัพท์และระบบปฏิบัติการ

## 1.6 ข้อตกลงเบื้องต้น

1.6.1 ธุรกิจร้านถ้วยเดียว เป็นถ้วยเดียวประเภท ต้มยำมะนาวสด มีลูกชิ้น หมู และทะเล ซึ่งมีจุดเด่นอยู่ที่ลูกค้าสามารถเลือกปริมาณของวัตถุดิบที่ใส่ ได้ตามความต้องการ โดยมีให้เลือก คือ หมู ชีตละ 35 บาท และ ทะเล ชีตละ 45 บาท ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกจำนวนชิตได้ตามต้องการ แต่ลูกค้าสามารถเติมเส้นถ้วยเดียวและน้ำซุ๊ปได้ไม่จำกัด อีกทั้งยังมี Promotion แปลกๆ เพื่อเรียกความสนใจในทุกๆเดือน อาทิ การเปลี่ยนวัตถุดิบใหม่ทุกๆเดือน โดยเลือกวัตถุดิบจากร้านที่มีชื่อหรือเลือกจากผลโหวตของลูกค้าที่ลูกค้าโหวตผ่าน แอปพลิเคชัน

1.6.2 แอปพลิเคชัน ที่ใช้ในการส่งถ้วยเดียว สามารถติดตั้งลงบนระบบปฏิบัติการทุกระบบ ซึ่งจะนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้าของธุรกิจร้านถ้วยเดียวนี้ โดยจะให้ลูกค้าส่งถ้วยเดียวผ่าน แอปพลิเคชัน ซึ่งอยู่ในรูปแบบคล้ายเกมทำอาหารที่ลูกค้าสามารถเลือกวัตถุดิบที่ต้องการ เลือกเส้น เลือกสิ่งที่ต้องการจะใส่ และปรุงเป็นถ้วยเดียวได้ตามความต้องการ โดย แอปพลิเคชัน นี้ สามารถ

รองรับได้ไม่ว่าลูกค้าจะสั่งอาหารจากที่ไหนก็ตาม อีกทั้งยังใช้ แอปพลิเคชัน ในการศึกษาความนิยมของสินค้า โดยการให้ลูกค้า สามารถเลือกหมวดวัตถุดิบที่ชื่นชอบผ่าน แอปพลิเคชัน นี้ด้วย

### 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ได้ผลวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของร้านก๋วยเตี๋ยว ที่มีการใช้ แอปพลิเคชัน ในการสั่งอาหาร

1.7.2 ได้ผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจร้านสั่งก๋วยเตี๋ยว ที่มีการใช้ แอปพลิเคชัน ในการสั่งอาหาร



## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้จัดทำได้มีการศึกษาทฤษฎีและค้นหางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำโครงการ ที่ครอบคลุมเนื้อหาทั้งเรื่องรายละเอียดของก๋วยเตี๋ยว การทำธุรกิจร้านอาหาร และการผลิตแอปพลิเคชัน เพื่อนำข้อมูลดังกล่าว มาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้กับการศึกษาการผลิตแอปพลิเคชัน เกมการทำก๋วยเตี๋ยว เพื่อให้การศึกษามีความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยการศึกษาทฤษฎีและค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะแสดงดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับก๋วยเตี๋ยว
- 2.2 การทำธุรกิจร้านอาหาร
- 2.3 การผลิตแอปพลิเคชัน
- 2.4 ทฤษฎีการศึกษาความพึงพอใจ
- 2.5 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับก๋วยเตี๋ยว

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับก๋วยเตี๋ยว ทั้งในเรื่องประวัติความเป็นมา ประเภทของก๋วยเตี๋ยว ขั้นตอนการทำก๋วยเตี๋ยวในสูตรต่างๆ เป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจข้อมูลในเชิงลึกของอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวมากขึ้น เพื่อนำข้อมูลดังกล่าว ไปประยุกต์ใช้ในการจัดทำธุรกิจร้านอาหารให้มีประสิทธิภาพ โดยผู้จัดทำได้ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับก๋วยเตี๋ยว ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 2.1.1 ความเป็นมาของก๋วยเตี๋ยว

“ความเป็นมาก๋วยเตี๋ยว” (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึงความเป็นมาก๋วยเตี๋ยวไว้ว่า ก๋วยเตี๋ยว เป็นอาหารชนิดหนึ่ง มีลักษณะเป็นเส้นยาว ทำมาจากแป้งข้าวเจ้าเป็นส่วนใหญ่ โดยมากจะลวกให้สุกในน้ำเดือด สะเด็ดน้ำ แล้วนำมาใส่เครื่องปรุงชนิดต่างๆ นิยมรับประทานทั้งแบบน้ำและแบบแห้ง นิยมใช้ตะเกียบเป็นเครื่องมือช่วยรับประทานคำว่า “ก๋วยเตี๋ยว” อาจจะมาจกภาษาจีนฮกเกี้ยนหรือภาษาจีนแต้จิ๋ว(ข้าวที่เป็น)เส้น ภาษาจีนแต้จิ๋วได้รับอิทธิพลมาจากภาษาจีนฮกเกี้ยนอย่างมาก จึงทำให้ไม่ทราบสำเนียงที่มาจากที่แน่ชัด

สันนิษฐานกันว่าก๋วยเตี๋ยวในประเทศไทยมีมาเมื่อประมาณสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ซึ่งเป็นช่วงที่ไทยมีการติดต่อกับชาวต่างชาติมากมาย และชาวจีนก็ได้นำเอาก๋วยเตี๋ยวเข้ามากินกันในเรือ โดยต้มในน้ำซุ๊ป มีการใส่หมู ใส่ผักและเครื่องปรุงเพื่อความอร่อย แต่สำหรับคนไทยแล้วถือว่าเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ในยุคนั้น และได้นำมาประกอบเป็นอาหารอื่นๆ บริโภคกันจนมีความเป็นที่รู้จักกันเป็น

อย่างดี และเริ่มมีการทำเส้นก๋วยเตี๋ยวในประเทศไทยในสมัย จอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็น นายกรัฐมนตรี ได้มีนโยบายรัฐนิยมที่สนับสนุนให้ประชาชนบริโภคก๋วยเตี๋ยว ซึ่งจอมพล ป. เห็นว่า หากประชาชนหันมาร่วมกันบริโภคก๋วยเตี๋ยว จะเป็นการช่วยเหลือเศรษฐกิจของชาติในเวลานั้น เพื่อให้เงินหมุนเวียนในประเทศ

ก๋วยเตี๋ยวเกิดขึ้นเมื่อใด ไม่ปรากฏ แต่ในประเทศจีนสมัย กุบไลซาน (พ.ศ.1822-1837) มาโคโปโล เดินทางจากอิตาลีโดยเส้นทางสายไหมสู่เมืองจีน มาโคโปโลกล่าวถึงกองเรือสินค้าที่มากมายของจีน และสิ่งที่มีค่ามหาศาลสองสิ่งคือดินปืนและบะหมี่ จึงเป็นเหตุให้แนวความคิดของคนในโลกเข้าใจถึงกำเนิดและที่มาของเส้นสปาเกตตี ว่าเกิดมาได้อย่างไร ส่วนในเมืองไทยมีการค้าขายกับชนชาติจีนมาแต่ยุคสุโขทัยเช่นเครื่องสังโลกโดยการค้าทางเรือแต่ก็ไม่ปรากฏการกล่าวถึงก๋วยเตี๋ยว จนมาในสมัยอยุธยา ถ้าจะกล่าวถึงยุคทองแห่งอาหารก็น่าจะเป็นสมัยของสมเด็จพระนารายณ์ (พ.ศ.2199-2231) ซึ่งมีการเปิดการค้ากับอารยะประเทศ อาหารสารพัดชนิดไหลเข้ามาในเมืองไทยและก็มี การดัดแปลงให้เข้ากับท้องถิ่นและวัสดุในท้องถิ่นที่มี ชาวจีนที่มาค้าขายก็นำก๋วยเตี๋ยวมาทำกินกันและก็แบ่งให้ผู้ร่วมค้ากินก็เป็นของใหม่และแปลกสิ่งสำคัญก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารจานเดียว ก็แค่ลวกเส้นใส่หมูเติมน้ำซุ๊ปก็กินได้แล้ว

“ความเป็นมาของเส้นก๋วยเตี๋ยว” (2553) ได้มีบทความพูดถึงความเป็นมาของก๋วยเตี๋ยวว่า ก๋วยเตี๋ยวในปัจจุบันช่วงที่รุ่งโรจน์ที่สุดก็จะเป็นในสมัยของรัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม ในปีพ.ศ. 2485 เกิดน้ำท่วมใหญ่ในกรุงเทพฯ การถวายบังคมพระบรมรูปทรงม้าในเดือนตุลาคมก็ยังคงใช้เรือพายไป ส่วนในทำเนียบรัฐบาลการประชุมคณะรัฐมนตรีจึงต้องจ้างก๋วยเตี๋ยวเรือเข้าไปเลี้ยง คณะรัฐมนตรีที่มาเข้าร่วมประชุม ผู้นำประเทศชมอวยจึงมีนโยบายส่งเสริมให้คนไทยกินก๋วยเตี๋ยว และให้มีการขายก๋วยเตี๋ยวให้มาก เพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำและวัฒนธรรมสร้างชาติ หน่วยงานราชการทุกกรมกองข้าราชการส่วนใหญ่ต้องหันมาขายก๋วยเตี๋ยวเพื่อสนองนโยบายของรัฐบาล ก็หน้าจะเรียกได้ว่าเป็น ยุคทองของก๋วยเตี๋ยว

ในปัจจุบันก๋วยเตี๋ยวมักมีการพัฒนาหลากหลายในแต่ละถิ่นแต่ละภาคเช่นก๋วยเตี๋ยวเรืออยุธยา ก็จะจำกัดความว่า สูตรโบราณ ก๋วยเตี๋ยวมูใส่กุ้งแห้ง (แต่ก่อนไม่มีผงชูรสกุ้งแห้งก็คือเครื่องชูรสทำให้น้ำหวานอาจจะมีสารที่ไปกระตุ้นต่อมน้ำลาย) จนมาเป็นก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้น แต่จะกล่าวกันว่าคนเมืองสุโขทัยแต่โบราณก็จะเรียกว่า “ก๋วยเตี๋ยวไทย”แต่คนต่างถิ่นโดยทั่วไปก็จะเรียกเต็มยศว่า ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้น ส่วนที่ต่างจากถิ่นอื่นก็คือการปรุงด้วยน้ำมะนาวถั่วลิสงป่นและถั่วฝักยาวเป็นสูตรหลัก ซึ่งก็คล้ายกับก๋วยเตี๋ยวของเมืองกำแพงเพชรที่เรียกว่า “ก๋วยเตี๋ยวกังราว” เพียงต่างกันที่สุโขทัยใส่หมูแดงเพิ่มเข้าไปและก๋วยเตี๋ยวกังราวปรุงรสด้วยหัวไชโป๊กับกุ้งแห้ง และในลักษณะที่คล้ายกันก็จะมีที่เมืองใต้ พบที่เมืองนครศรีธรรมราช ก็จะใช้หมูสามชั้นต้มหันใส่แทนหมูแดง แต่จะเปลี่ยนจาก

ถั่วฝักยาวมาเป็นผักบุ้งแทนคล้ายถั่วฝักยาวที่ใส่ผักบุ้ง และถั่วฝักยาวเรีอรังสิตเมืองปทุมธานีก็จะเหมือนของอยุธยาเช่นกัน

ถั่วฝักยาวของไทยมีมาแต่โบราณในชื่อ “ถั่วฝักยาวผัด” มาถึงในสมัยนายกรัฐมนตรึจอมพล ป. พิบูลสงคราม มีนโยบายนำประเทศเข้าสู่อารยธรรมสมัยใหม่ วันที่ 22 เดือนมิถุนายนพ.ศ. 2482 จึงเปลี่ยนชื่อประเทศสยาม มาเป็นประเทศไทย และท่านชอบกินถั่วฝักยาวผัดอยู่แล้ว จึงเสนอให้ใช้คำใหม่ว่า “ถั่วฝักยาวผัดไทย” ตามชื่อใหม่ของประเทศ ความต่างของถั่วฝักยาวผัดไทย สูตรสุโขทัย ก็คือการนำเครื่องปรุงของถั่วฝักยาวน้ำมาใช้ใส่ไข่และน้ำส้มสายชูมาปรุงรส ส่วนในภาคอื่นอาจใช้น้ำมะขามเปียก ซอสพริก หรือซอสมะเขือเทศหรืออย่างถั่วฝักยาวเส้นจันทร์ แล้วแต่ถิ่นฐานความชอบ เย็นตาโฟหรือถั่วฝักยาวสอดแดงหน้าจะมาจากคำจีนว่า “แยงเต้าฟู” คำว่า แยง หมายถึง ลักษณะการปรุงอาหารคล้ายยา คำว่า เต้าฟู หมายถึง เต้าหู้ รวมความแล้วก็คือ ยาเต้าหู้ ฉะนั้นเย็นตาโฟก็หน้าจะหมายถึงถั่วฝักยาวต้มยำ โดยมีเต้าหู้และผักบุ้งใส่ซอสให้มีรส 4 รส (“ตำนานเส้น” ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึงอาหารจำพวกเส้นถั่วฝักยาวที่พบได้ในชาติอื่น นอกเหนือจากในอาหารไทย ดังนี้

1. อาหารจีน ส่วนใหญ่เป็นถั่วฝักยาวน้ำ ถั่วฝักยาวแห้ง มีหลายรูปแบบและหลายรสชาติตามภาคต่างๆของประเทศ
2. อาหารญี่ปุ่น อาหารที่ทำด้วยเส้นถั่วฝักยาวของประเทศญี่ปุ่นมีหลายแบบ ได้แก่ โชบะ ที่มีลักษณะของเส้นที่ใหญ่กว่าเส้นบะหมี่ธรรมดา ทำจากบักวีตผสมแป้งสาลี , ราเม็ง ทำจากแป้งสาลีผสมไข่ นิยมทำเป็นถั่วฝักยาวน้ำ มีหลายแบบตามเครื่องที่ราดบนหน้า หรือ อุด้ง ทำจากแป้งสาลีผสมเกลือ และน้ำ ไม้ใส่ไข่
3. อาหารเกาหลี มีเส้นที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น เส้นเนงเมียน ทำจากบักวีตผสมแป้งมันฝรั่ง ดาวเมียน ทำจากแป้งมันเทศ เป็นต้น
4. อาหารเวียดนาม เรียกเส้นถั่วฝักยาวที่ทำจากแป้งข้าวเจ้าว่า ผอ ส่วนเส้นที่ทำจากแป้งข้าวเจ้าหมักเคลือบด้วย แป้งมันสำปะหลังเรียก จ่าว คนไทยเรียกจ่าวว่าถั่วฝักยาว
5. อาหารลาว พบทางชายแดนที่ติดกับจีน ซึ่งชาวไทลื้อและชนกลุ่มน้อยอื่นๆ มีข้าวซอยแบบเดียวกับชาวไทใหญ่และชาวไทลื้อในจีน
6. อาหารพม่า มีอาหารเส้นที่คล้ายข้าวซอยของทางภาคเหนือของไทย เรียกเข้าโซย ได้รับอิทธิพลจากชาวไทใหญ่
7. อาหารชาวมลายู ในสิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย มีอาหารเส้นเรียกหลักซา ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจาก lakhsha ในภาษาเปอร์เซีย หลักซาในแต่ละถิ่นจะต่างกันไป เช่น หลักซาในรัฐกลันตัน คล้ายขนมจีนน้ำยาของไทย ส่วนหลักซาป็นิ่งใช้เส้นหมี่ขาว หลักซาเลอมากใช้เส้นที่คล้ายจ่าวของเวียดนาม

8. อาหารฟิลิปปินส์ เรียกอาหารเส้นว่าปันสิต ซึ่งได้รับอิทธิพลจากคนจีนที่เข้ามาค้าขายในฟิลิปปินส์ คำว่าปันสิต มาจาก pan it sit ในภาษาจีนฮกเกี้ยน

9. อาหารอิตาลี อาหารเส้นที่มีชื่อเสียงคือพาสตา อาจจะมาจกชนมป่งสมัยกรีก-โรมันหรือจาก lakhsha ของชาวอาหรับ พาสตาของอิตาลีมีหลายแบบ แบบหนึ่งที่เป็นที่รู้จักทั่วไปคือมะกะโรนี (“ประวัติและชนิดเส้นก๋วยเตี๋ยว”, ม.ป.ป.)

#### 2.1.2 ชนิดของเส้นก๋วยเตี๋ยว

“ความเป็นมาก๋วยเตี๋ยว” (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึงชนิดของเส้นก๋วยเตี๋ยวว่า ชนิดของเส้นที่นำมาใช้ประกอบเป็นก๋วยเตี๋ยว สามารถจำแนกเป็นชนิดได้ดังนี้

2.1.2.1 เส้นหมี่ หรือภาษาท้องถิ่นบางที่เรียก "หมี่ขาว" หรือ "เส้นหมี่ขาว" เพื่อป้องกันการสับสนระหว่างบะหมี่ ทำมาจากแป้งข้าวเจ้า เป็นเส้นเรียวยาว ยาว มักใช้เครื่องจักรผลิต ก่อนนำมาทำอาหาร ต้องนำไปแช่น้ำเสียก่อน

2.1.2.2 เส้นเล็ก ลักษณะกว้างกว่าเส้นหมี่ และตัดเป็นท่อนๆ เพื่อความง่ายในการรับประทาน เมื่อลวกเสร็จแล้วจะเหนียวกว่าเส้นก๋วยเตี๋ยวอื่นๆ มักจะใช้น้ำไปทำผัดไทย ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวน้ำตก

2.1.2.3 เส้นใหญ่ มีขนาดความกว้างกว่าเส้นเล็ก ประมาณ 3-4 เท่าตัว เมื่อลวกเสร็จแล้วจะนิ่ม รับประทานง่าย มักนำไปทำก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ ผัดซีอิ้ว เย็นตาโฟ และราดหน้า

2.1.2.4 บะหมี่ ลักษณะเฉพาะตัวคือจะมีส่วนผสมของไข่จึงมีสีเหลือง ก่อนนำมาลวกจะต้องยีให้ก้อนบะหมี่คลายออก เพื่อไม่ให้เส้นติดกันเป็นก้อน ถ้าเป็นสีเขียว จะเรียกว่า "บะหมี่หยก" ซึ่งมีลักษณะเหมือนบะหมี่ธรรมดาทุกประการแต่จะใส่สีผสมอาหารให้เป็นสีเขียว มักจะนำไปใช้เป็นเส้นของ บะหมี่หมูแดง เย็นตาโฟ และบะหมี่เป็ด

2.1.2.5 ก๋วยจั๊บ เส้นมีลักษณะเป็นแผ่นสีเหลืองหรือสามเหลี่ยม เมื่อนำไปต้มในน้ำร้อนก็จะม้วนตัวเป็นหลอด

2.1.2.6 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

2.1.2.7 เกี๊ยมอี ลักษณะคล้ายหลอดช่อง มีสีขาว มักทำเป็นก๋วยเตี๋ยวเกี๊ยมอี

2.1.2.8 วุ้นเส้น เป็นเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ทำจากถั่วเขียว ลักษณะเด่นคือมีความใสคล้ายวุ้น

## 2.2 การทำธุรกิจร้านอาหาร

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหารนั้น ช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนและการจัดการสำหรับการทำธุรกิจดังกล่าวมากยิ่งขึ้น เพื่อนำข้อมูลนั้นมาประยุกต์ใช้กับการวางแผนการผลิต แอปพลิเคชัน ให้อำนวยความสะดวก และสามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจร้านอาหาร



ได้อย่างเหมาะสม โดยผู้จัดทำได้ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.2.1 ความหมายของการทำธุรกิจร้านอาหาร

ทฤษฎีการทำธุรกิจร้านอาหาร ได้มีคำกล่าวถึงความหมาย และประเภทการดำเนินธุรกิจเป็นคู่มือไว้ โดยมีเนื้อหาคือ (“คู่มือธุรกิจร้านอาหาร”.ม.ป.ป.) ธุรกิจร้านอาหาร หมายถึง สถานที่ที่มีการเก็บอาหารทั้งของสดหรือของแห้งเพื่อใช้ จัดเตรียม ประกอบอาหารและปรุงอาหารจนสำเร็จ และสามารถบริโภคได้ทันที โดยเป็นการ ให้บริการทั้งอาหารและเครื่องดื่มแก่ลูกค้าทั้งภายในร้านหรืออาจมีการให้บริการส่งกลับบ้าน

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารมีการแบ่งประเภทการให้บริการอยู่ 3 มิติ

#### มิติที่ 1 แบ่งตามขนาดของร้าน ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. ร้านอาหารขนาดเล็กไม่เกิน 50 ตารางเมตร ร้านอาหารประเภทนี้อาจไม่มีการบริการ เสิร์ฟอาหารถึงโต๊ะ โดยรูปแบบบริการจะคล้ายกับร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดทั่วไป
2. ร้านอาหารขนาดตั้งแต่ 50-200 ตารางเมตร ประเภทของร้านอาหารขนาดนี้อาจมี การบริการเล็กน้อย โดยมีการตกแต่งร้านเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดึงดูดความสนใจลูกค้า
3. ร้านอาหารขนาดตั้งแต่ 200 ตารางเมตรขึ้นไป การให้บริการของร้านอาหาร ประเภทนี้จะเป็นการให้บริการที่ต้องการความสมบูรณ์แบบในการให้บริการ และมีความคาดหวัง การบริการที่ดี โดยมีการบวกเพิ่มทิป และภาษีมูลค่าเพิ่ม เพิ่มเติมจากค่าอาหาร ซึ่งในแต่ละร้าน จะมีลูกค้าที่แตกต่างกันไป

#### มิติที่ 2 แบ่งตามลักษณะการให้บริการของร้าน โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

1. บริการแบบรวดเร็ว (Fast food) เป็นร้านที่มีบริการอาหารง่ายๆ มีการเตรียมอาหาร ว่าง ล้วงหน้า รวดเร็วและสะดวก เช่น ร้านอาหารข้าวแกง แสมเบอร์เกอร์หรือไก่ทอด เป็นต้น ทั้งแบบบริการด้วยตนเองหรือมีการบริการเสิร์ฟแบบง่ายๆ
2. บริการแบบทั่วไป (Casual Dining) เป็นลักษณะการให้บริการที่มีโต๊ะนั่งแต่ไม่มากนัก โดยจะให้บริการที่เน้นบรรยากาศสบายๆ เป็นกันเองไม่เป็นพิธีมากนัก
3. การให้บริการแบบ Luxury Restaurant เป็นร้านอาหารแบบหรูหรามีการใช้วัสดุอุปกรณ์ ในการตกแต่งร้านที่เป็นพิเศษ รวมถึงพนักงานที่ให้บริการผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ราคาอาหารและบริการจะอยู่ในระดับสูง

#### มิติที่ 3 แบ่งตามลักษณะแนวทางการบริหารของร้าน โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1. ร้านแบบมีสาขา
2. ร้านแบบไม่มีสาขา



### 2.2.2 กลุ่มลูกค้า

การกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนั้น นับเป็นสิ่งสำคัญมาก ในการกำหนดแนวทาง ของ ธุรกิจ หรือเอกลักษณ์ของร้านอาหาร และที่สำคัญยังเป็นกรอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจใน ขั้นตอน ต่อๆ ไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นทำเลที่ตั้ง การออกแบบตกแต่งร้านหรือรายการอาหาร เป็น ต้น ดังนั้นในการกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสำหรับธุรกิจร้านอาหารไทยนั้น จึงขึ้นอยู่กับ การกำหนดแนวคิดทางธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามการกำหนดกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมายอาจใช้หลักเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) เป็นกรอบเบื้องต้น ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้

1. อายุ เพศ อาชีพ รัษฎบรายได้และระดับการศึกษา
2. รสนิยมและพฤติกรรมการบริโภค
3. กำลังซื้อของผู้บริโภค
4. ระดับชั้นของสังคม
5. ศาสนา

วัฏจักรครอบครัว (Family Life Cycle) ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคที่ เปลี่ยนแปลงตามช่วงอายุ แบ่งได้ดังนี้

1. อายุ 15 - 19ปี โสด ชอบรับประทานอาหารนอกบ้านกับเพื่อนกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว
2. อายุ 20 - 24 ปี แต่งงานแล้ว ไม่มีบุตร ชอบรับประทานอาหารตามลำพังกับสามี/ภรรยา หรือกลุ่มเพื่อนตามลำพังในบางครั้ง
3. อายุ 25 - 34 ปี แต่งงานแล้ว บุตรยังเล็ก ชอบรับประทานอาหารตามลำพังกับสามี/ภรรยาและกับกลุ่มเพื่อนบ้าง
4. อายุ 35 - 44 ปี ครอบครัวที่มีบุตรกำลังโต ชอบรับประทานอาหาร กับสามี/ภรรยา รวมทั้งกับสมาชิกครอบครัวอื่นด้วย

ทั้งนี้ เมื่อได้ส่วนแบ่งของตลาดแล้ว ผู้ประกอบการจึงประเมินข้อดีของแต่ละส่วนตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมาย (Target Market) ได้ต่อไป เช่น เมื่อตัดสินใจเลือก เป้าหมายที่มีอายุระหว่างอายุ 15-19ปี แล้ว ผู้ประกอบการก็จะสามารถกำหนดกลยุทธ์และ ความพยายามทางการตลาดอย่างอื่น เพื่อตอบสนองประโยชน์ของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังกล่าวได้

### 2.2.3 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีดังนี้

2.2.3.1 ด้านการผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ อาหารซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลัก และถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการเลือกใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า โดยปัจจัยต่างๆ ในการพิจารณาได้แก่ รสชาติของอาหาร อุณหภูมิ ความหลากหลาย เครื่องปรุงที่ใช้ คุณค่าของ อาหาร

ลักษณะของอาหาร และเครื่องดื่ม

2.2.3.2 ด้านบริการ (Service) การบริการเป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งในการ พิจารณาเลือกใช้บริการของลูกค้านอกจากตัวอาหาร ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงซึ้งและให้ลูกค้าเห็นถึง ความแตกต่างจากการรับประทานอาหารที่บ้าน ซึ่งปัจจัยที่ควรคำนึงถึงได้แก่ ความใส่ใจจาก พนักงานที่ให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการต่าง ๆ ความรู้ในเรื่องอาหารที่ให้บริการ มิตรภาพ เวลาในการรอคอย การเตรียมที่จอดรถ และการจ่ายเงิน

2.2.3.3 ด้านบรรยากาศ (Environment) ปัจจัยนี้ถือเป็นปัจจัยเสริมที่สำคัญของธุรกิจร้านอาหาร การสร้างบรรยากาศที่ดีและแตกต่างช่วยให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึก ผ่อนคลายและเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดี โดยปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการสร้างบรรยากาศที่ดี ในร้านอาหาร ได้แก่ การตกแต่งทั้งภายในและภายนอก ความรื่นเริงของการปฏิบัติงานของ พนักงานในส่วนต่าง ๆ แสงสว่างภายในร้าน ระยะห่างระหว่างโต๊ะในการสร้างบรรยากาศความ เป็นส่วนตัว ความหนาแน่นของร้าน การระบายอากาศ และห้องน้ำซึ่งถือเป็นส่วนประกอบหนึ่ง ภายในร้านอาหารที่ไม่ควรมองข้าม

2.2.3.4 คุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหาร ควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

2.2.3.5 มีความรู้ด้านการประกอบอาหาร เนื่องจากในกรณีที่มีปัญหาขาดแคลนพ่อครัวแม่ครัว ผู้ประกอบธุรกิจควรมีความรู้ด้านการประกอบอาหาร เพื่อเป็นการแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าและช่วยให้กิจการดำเนินงานได้ราบรื่น นอกจากนี้ยังเป็นพื้นฐานที่ดีในการ คิดค้นเมนูอาหารใหม่ๆ อีกด้วย

2.2.3.6 มีความคิดสร้างสรรค์ สิ่งหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจร้านอาหารประสบ ความสำเร็จได้แก่ เมนูอาหารที่แปลกใหม่ และเป็นจุดขายของร้าน ซึ่งทำให้เป็นที่จดจำแก่ ผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจควรมีความคิดที่แปลกใหม่ และมีความเข้าใจในเทคนิคการปรุง อาหารเพื่อสร้างสรรค์เมนูอาหารที่เป็นจุดขายของร้าน

2.2.3.7 เป็นคนช่างสังเกต เพื่อสามารถรับรู้ได้ในเบื้องต้นถึงความต้องการ ของผู้บริโภคในบางกรณีที่ได้รับการบริการที่บกพร่องหรือรสชาติของอาหารไม่ตรงความ ต้องการแต่ผู้บริโภคไม่ได้มีการกล่าวบอก การที่ผู้ประกอบการสังเกตเห็นหรือ สามารถสอน พนักงานให้ใส่ใจสังเกตสิ่งเหล่านี้ จะสามารถทำให้เกิดการแก้ไขและพัฒนาอาหารและบริการให้ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้ในอนาคต

2.2.3.8 มีความอดทน ใจเย็น สุภาพ อ่อนโยน และอัธยาศัยดี ด้วยเหตุที่ผู้ มาใช้บริการร้านอาหารมีหลากหลายประเภท และความต้องการของลูกค้าแต่ละรายนั้นแตกต่างกัน ความอดทนใจเย็น สุภาพ อ่อนโยน มีส่วนช่วยให้การแก้ไขปัญหาต่างๆ เป็นได้ราบรื่น

2.2.3.9 มีความรู้ทางด้านการจัดการธุรกิจ เพื่อสามารถบริหารจัดการ ทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและเป็นระบบ

2.2.3.10 รูปแบบและขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจ การจัดตั้งธุรกิจและการบริหารจัดการ หากอยู่ในรูปของการระดมทุนเป็นหุ้นส่วนนิติ บุคคล จดทะเบียนกิจการกับกรมพัฒนาธุรกิจ การค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งวิธีการขอจดทะเบียน จะแตกต่างกันไปตามรูปแบบของธุรกิจ

#### 2.2.4 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ

การทำธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีแนวทางในการส่งเสริม หรือกลยุทธ์ธุรกิจที่แข็งแกร่ง เพื่อเพิ่มปริมาณลูกค้าและรายได้ให้ตรงตามเป้าหมาย โดยสามารถแสดงแนวทางการส่งเสริมหรือกลยุทธ์ได้ดังต่อไปนี้

##### 2.2.4.1 กลยุทธ์การบริการ-ลูกค้า

1. ควรมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจนเพื่อนำ มาใช้ ร่วมตัดสินใจ ในการกำหนดกลยุทธ์หลัก

2. สร้างเอกลักษณ์ของร้านให้เป็นที่รู้จักและจดจำแก่ลูกค้าสร้างจุดขาย เช่น สร้างมาตรฐานในการให้บริการและคุณภาพของรสชาติอาหารให้มีความ สม่ำเสมอ การให้บริการที่รวดเร็วและสุภาพ หรือ คัดสรรวัตถุดิบอย่างดีที่นำมาใช้ในการ ประกอบอาหารเพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่กิจการ

3. มีการสื่อสาร บอกกล่าว นำเสนอกิจกรรมต่างๆ ที่บ่งบอกถึง กลยุทธ์ที่แตกต่าง ผ่านทางเว็บไซต์ผ่านพับ และการอบรมพนักงานในขั้นตอนต่างๆ

4. ควรมีการสอบถามถึงความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอถึงรสชาติของอาหารและการบริการ เพื่อนำ มาปรับปรุงการให้บริการของกิจการให้ตรงตามความ ต้องการของลูกค้า

5. เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล เพื่อปรับปรุงการบริการเพิ่มเติม

##### 2.2.4.2 กลยุทธ์การบริการ-พนักงาน

1. มีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการมุ่งสู่เป้าหมายหลักของกิจการ

2. มีการระดมความคิดเห็นจากพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจาก เป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุด และทราบถึงความต้องการ และคำแนะนำจากลูกค้าเพื่อนำมา จัดทำแผนปรับปรุงของกิจการ เช่น การปรับปรุงรสชาติของอาหารให้ตรงความต้องการของ ลูกค้า ทำให้สามารถปรุงให้ถูกใจลูกค้าที่มาใช้บริการ

3. มีการอบรมพนักงานเพื่อให้พร้อมที่จะรับฟังความคิดเห็น และ เข้าใจถึง

ความต้องการของลูกค้า โดยมีการวัดผลความพึงพอใจของลูกค้าและนำมาปรับปรุง ทัศนคติและการให้บริการอย่างเป็นระบบ

4. มีแผนการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นรูปธรรม โดยกำหนดให้มีกลยุทธ์ด้านบริหารงานบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ของกิจการ

5. มีการจัดส่งอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะอย่างสม่ำเสมอ เช่นการฝึกอบรมการให้บริการแก่ลูกค้าของพนักงานอย่างถูกวิธี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของร้าน และ ความประทับใจให้แก่ลูกค้า

#### 2.2.4.3 กลยุทธ์การให้บริการด้านระบบ

1. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าแล้วออกแบบการให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

2. มีการวิจัยทางการตลาดเพื่อคิดค้นและสรรสร้างสินค้าและ รูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ ในการตอบสนองและติดตามความต้องการของลูกค้า

3. มีการคาดการณ์ตลาด และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อการวางแผนและ/หรือปรับเปลี่ยนแผนการให้บริการ เช่นการสำรวจตลาดของ วัตถุดิบ หรือ การสำรวจเมนูอาหารและบริการจากร้านอื่นๆ เพื่อนำมาปรับปรุงดัดแปลงให้เข้า กับกลยุทธ์ของร้าน

4. ใส่ใจต่อความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าในทุกกระบวนการ โดยถือว่าลูกค้าคือส่วนหนึ่งของทีมพัฒนาการบริการ โดยมีการติดตามผลการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

5. บริหารคุณภาพของบริการอย่างเป็นรูปธรรมทั้งกระบวนการ ตั้งแต่คุณภาพอาหาร จนถึงกระบวนการให้บริการ

6. พัฒนาคุณภาพในงานของพนักงานทุกคน เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับและเว็บไซต์ เป็นต้น

#### 2.2.4.4 ระบบการดำเนินงาน – พนักงาน

1. มีการแก้ไขปัญหาาร่วมกันทั้งทีมงานที่เกี่ยวข้องพนักงานมีความรู้และทักษะที่หลากหลายสามารถรับผิดชอบงานแทนกันได้

2. มีการประเมินผลงานภายในเป็นประจำโดยมีการเปรียบเทียบกับคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียง หรือร้านอาหารประเภทหรือระดับเดียวกัน โดยมีการวางแผนเพื่อ พัฒนาในระยะยาวให้เท่าเทียมมาตรฐานสากล

3. มีการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน เพื่อปรับปรุงและเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการของกิจการให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4. มีการจัดประชุมพนักงานอย่างเป็นทางการและสม่ำเสมอ อย่าง น้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำงาน

5. ควรมีการประชุมก่อนการให้บริการในแต่ละวัน เพื่อซักซ้อมและ ทำความเข้าใจถึงแนวทางและนโยบายของร้านในการให้บริการแก่ลูกค้า

จากการศึกษาการทำธุรกิจร้านอาหาร ทำให้เห็นได้ว่า ควรวางแผนกลยุทธ์ให้แข็งแกร่งเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งธุรกิจที่มีอยู่จำนวนมาก โดยผู้ศึกษาได้สังเกตเห็นถึงกลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์ของร้าน ให้เป็นที่รู้จักและจดจำแก่ลูกค้าสร้างจุดขาย ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการนำ แอปพลิเคชัน มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจร้านอาหารด้วย เพื่อสร้างเอกลักษณ์และจุดขายของร้าน

## 2.3 การผลิตแอปพลิเคชัน

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตแอปพลิเคชันนั้น ช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนและการผลิตแอปพลิเคชัน เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการวางแผนธุรกิจ โดยนำแอปพลิเคชัน มาเป็นเอกลักษณ์และจุดขายของธุรกิจ และประยุกต์ใช้กับธุรกิจร้านอาหารได้อย่างเหมาะสม โดยผู้จัดทำได้ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตแอปพลิเคชัน โดยได้มีทฤษฎีที่กล่าวถึงการพัฒนาแอปพลิเคชัน ซึ่งมีดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.3.1 ประเภทของแอปพลิเคชัน

คณาจักษ์ ชื่นชม (2553) ได้กล่าวถึงแอปพลิเคชันว่า แอปพลิเคชัน นั้นคือซอฟต์แวร์ ที่ใช้เพื่อช่วยในการทำงานของผู้ใช้ ดังนั้น แอปพลิเคชันจะต้องมีสิ่งที่เรียกว่า ส่วนติดต่อกับผู้ใช้งาน (User Interface : UI) ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของ แอปพลิเคชันออกเป็นประเภทย่อยๆ ตามสภาพแวดล้อมการทำงาน (Platform) ได้ดังนี้

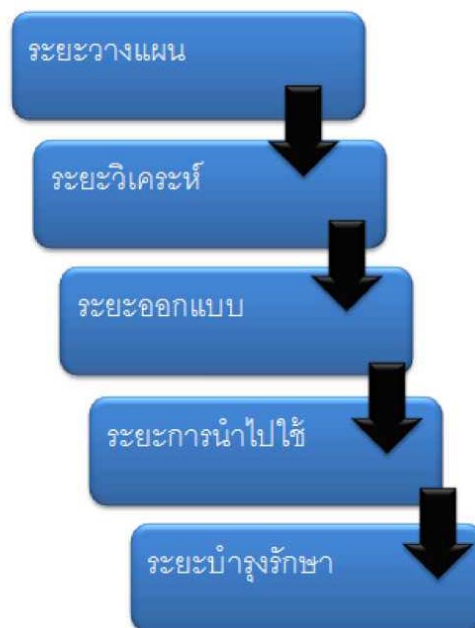
1. Desktop แอปพลิเคชัน คือแอปพลิเคชันที่ทำงานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ เช่น Microsoft office , Windows Media Player, Paint เป็นต้น
2. Mobile แอปพลิเคชัน คือแอปพลิเคชันที่ทำงานบน Mobile Device หรือ โทรศัพท์มือถือ เช่น IM+ เป็นต้น
3. Web แอปพลิเคชัน คือแอปพลิเคชันที่ทำงานบน WEB เช่น Gmail , Hotmail ,Google+ เป็นต้น โดย เว็บแอปพลิเคชัน อาจแบ่งออกได้อีกเป็น Internet แอปพลิเคชัน โดย Internet หมายถึง การใช้งาน เฉพาะภายในองค์กร ซึ่งตรงข้ามกับ Internet ที่เป็น World Wide Web

### 2.3.2 ขั้นตอนการพัฒนาแอปพลิเคชัน

การกำหนดระยะในวงจรการพัฒนาแอปพลิเคชันมีอยู่ หลายแบบ และในการดำเนินโครงการพัฒนาก็ไม่ได้มีลำดับก่อนหลังตามแผนเสียเลยทีเดียว ขึ้นอยู่กับสภาพการทำงานที่เกิดขึ้นจริง การพัฒนาแอปพลิเคชันที่เป็นการพัฒนาโปรแกรมขนาดเล็ก อาจแบ่งเป็นเพียง 3 ขั้นตอนพื้นฐาน คือ วิเคราะห์ความต้องการออกแบบโปรแกรม และการนำไปใช้ งานหรือการเขียนโปรแกรมขึ้นมาใช้งาน

แต่สำหรับโครงการขนาดใหญ่ที่ต้องจัดทำแผนพัฒนานั้น จะแบ่งระยะการพัฒนาเพิ่มเป็น 5-7 ระยะ ตามลักษณะโครงการและการทำงานของผู้พัฒนา ดังภาพ

ภาพที่ 2.1: ภาพแสดงโครงการและการทำงานของผู้พัฒนา



ที่มา: คณาธูช ชื่นชม. (2553). แอปพลิเคชันศูนย์รวมข่าวสารเครือข่ายออนไลน์สำหรับวิทยาลัย นวัตกรรมสื่อสารสังคมบนระบบปฏิบัติการไอโฟน. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.

มนตรี อินทโชติ (ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่า ในแต่ละระยะการพัฒนานั้นสามารถย้อนกลับมา นั้นตอนเดิมได้เสมอ หรืออาจย้อนมาเพิ่มตั้งแต่ระยะ เป็นต้น เพราะการพบปัญหาที่แท้จริงมา พร้อมกับการเพิ่มขั้นตอนการทำงานจริงในแต่ละระยะทำงาน หรือบางครั้งอาจพบเมื่อเริ่มต้นใช้งาน ระบบจริงแล้ว อย่างไรก็ตาม การกำหนด วงจรอาจมีลักษณะที่ต่างออกไปจากนี้ขึ้นกับมุมมอง การบริหารงานหรือสภาพที่เกิดขึ้นจริงขณะพัฒนาแอปพลิเคชัน

### 2.3.2.1 ระยะวางแผนโครงการ

วัตถุประสงค์ของระยะนี้คือ การกำหนดข้อสรุปความจำเป็นและแนวทาง สำหรับ การพัฒนา แอปพลิเคชันดังนั้นงานในระยะนี้จึงเน้นไปที่การกำหนดปัญหา ( Problem Definition ) โดยทำความเข้าใจกับปัญหาพร้อมนี้กำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหา จากนั้นจึง ศึกษาความเป็นไปได้ของการ พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อนแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น จากนั้นจึงกำหนด

ทางเลือกที่เหมาะสมพร้อมกำหนด แผนสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันในแผนนี้จะประกอบไปด้วย เป้าหมายของการดำเนินโครงการ ขอบเขตของโครงการ แนวทางการแก้ปัญหาที่เลือก และทรัพยากรที่ต้องใช้สำหรับพัฒนาโครงการ ระยะเวลาเป็นช่วงสั้นเมื่อเทียบกับระยะอื่นๆ ในวงจรการพัฒนาแอปพลิเคชัน แต่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นจุดที่ต้องตัดสินใจว่าต้องดำเนินการอย่างไรต่อไป ซึ่งเป็นผลต่อการเตรียมการต่างๆ สำหรับ การพัฒนาระบบ

### 2.3.2.2 ระยะเวลาวิเคราะห์

วัตถุประสงค์ของระยะนี้คือการศึกษาคำถามความเข้าใจกับระบบงานปัจจุบันอย่างละเอียด เพื่อกำหนด แนวทางสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชันงานในระยะนี้จึงเป็นการรวบรวมความต้องการเป็นหลัก (Requirement Gathering) โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้านความต้องการจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและ นำมาวิเคราะห์จนได้ข้อสรุปที่เป็นความต้องการที่แท้จริงให้ชัดเจน พร้อมเสนอแนวทางสำหรับการ ออกแบบแอปพลิเคชันออกมาเป็นแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการ

### 2.3.2.3 ระยะการออกแบบแอปพลิเคชัน

วัตถุประสงค์ของระยะนี้คือการออกแบบแอปพลิเคชันขึ้นมา โดยทั่วไปเป็นการกำหนดองค์ประกอบ และกระบวนการต่างๆ ของแอปพลิเคชันที่สอดคล้องกับความต้องการที่ได้วิเคราะห์มาแล้ว ให้มีความ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่แอปพลิเคชันทำงาน และอยู่ในขอบเขตที่กำหนด เช่น การออกแบบส่วน ประสานงานกับผู้ใช้ หรือ User Interface เป็นต้น

### 2.3.2.4 ระยะการบำรุงรักษาแอปพลิเคชัน

วัตถุประสงค์ของระยะนี้คือ กระทบทำให้ระบบสามารถใช้งานได้ยาวนาน สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ อนาคต งานในระยะนี้เป็นส่วนใหญ่อิงเป็นการป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อมีการใช้งานระบบ แล้ว การเพิ่มเติมความสามารถใหม่ๆ เข้าไป การแก้ไขข้อผิดพลาดที่ค้นพบ และปรับปรุงให้มี ประสิทธิภาพ

## 2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ภนิตา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ Satisfaction เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง จึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 กล่าวไว้ว่า “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่า “ควร” เช่น พึงใจ หมายความว่า พื่อใจ ชอบใจ และคำว่า “พอ” หมายความว่า เท่าที่ต้องการ ถูกชอบ เมื่อนำคำสอง



คำมาผสมกัน “พึงพอใจ” จะหมายถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ

#### 2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจต่างๆ พอสรุปดังนี้

ทวีพงษ์ หินคำ (2541) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถลดความตึงเครียดและตอบสนองตามความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถลดความเครียดและตอบสนองตามความต้องการของบุคคลได้ ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อ สิ่งนั้น

ธนิยา ปัญญาแก้ว (2541) ได้ให้ความหมายว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจจะเกี่ยวข้องกับลักษณะของงาน ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่ความพอใจในงานที่ทำ ได้แก่ ความสำเร็จ การยกย่อง ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า เมื่อปัจจัยเหล่านี้อยู่ต่ำกว่า จะทำให้เกิดความไม่พอใจงานที่ทำ ถ้าหากว่างานให้ความก้าวหน้า ความท้าทาย ความรับผิดชอบ ความสำเร็จ และการยกย่องแก่ผู้ปฏิบัติงานแล้ว พวกเขาจะพอใจและมีแรงจูงใจในการทำงานเป็นอย่างมาก

วิรุฬ พรรณทวี (2542) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่ง สิ่งใด อย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดี จะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่, พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

กาญจนา อรุณสุขจุฑา (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็น นามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้ เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

รัชนี คู่ไพจิตรต์กุล (2537) สรุปความพึงพอใจในงานเป็นความรู้สึกชอบหรือเป็นอารมณ์ในทางบวกที่มี ผลมาจากที่บุคคลประเมินประสบการณ์ในการทำงานหรืองานที่ตนหรือผู้อื่นทำ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ว่าความพึงพอใจเป็นความชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่องานที่ทำหรือที่ได้รับ เป็นความสอดคล้อง กันระหว่างความคาดหวังของบุคคลเกี่ยวกับงานและสิ่งที่เขาได้รับจากงาน นอกจากนี้ความพึงพอใจ เป็นความชอบในงานยังเป็นส่วนหนึ่งของความพึงพอใจในชีวิต และงานยังมีผลต่อความรู้สึกของ บุคคล

Maslow (1990) ได้สร้างทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นขึ้น โดยสรุปได้คือ คนมีความต้องการตลอดเวลาไม่มีสิ้นสุด เมื่อได้รับการตอบสนองจากความต้องการอย่างหนึ่งแล้วก็จะเกิดความต้องการในสิ่งอื่นต่อไป ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะทำให้เกิดการจูงใจที่จะกระทำ



พฤติกรรม ส่วนความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เกิดการจูงใจอีกต่อไป และความต้องการของคนมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูงตามลำดับความสำคัญ ในขณะที่ความต้องการขั้นต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการขั้นสูงก็ตามมา

Vroom (1964) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจกับทัศนคติเป็นคำที่มีความหมายคล้ายคลึงกันมากจนสามารถใช้แทนกันได้ โดยให้คำอธิบายความหมายของทั้งสองคำนี้ว่า หมายถึง ผลจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่ง นั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

ซึ่งจากความหมายที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปความหมายของความพึงพอใจได้ว่า เป็นความรู้สึกของบุคคล ในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่างๆ หรือเป็นความรู้สึก ที่พอใจต่อสิ่งทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ

#### 2.4.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความต้องการ

คณิต ดวงหัตถิ (2538) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความต้องการ โดยสามารถแบ่งเป็นหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

2.4.2.1 ทฤษฎีการปรับตัว (The Adjustment-Stress Theory) เป็นกระบวนการปฏิกิริยาที่บุคคลจะรู้ตัวและรู้ความต้องการของตนเอง ซึ่งจะพยายามควบคุมปัญหาและความกดดันต่างๆ รวมทั้งการปรับตัวกับความต้องการให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งถ้าสามารถปรับตัวได้ดีบุคคลก็อยู่อย่างมีความสุข แต่ถ้าหากการปรับตัวไม่ดีก็จะเพิ่มความกดดันจากงานและจะเกิดความวิตกกังวลรู้สึกไม่สบายใจ บางครั้งอาจจะเกิดเป็นความตื่นกลัวถ้าเป็นมากอาจจะมีอาการแทรกซ้อน เช่น การปวดหัว ปวดท้องหรืออาเจียน ไม่สามารถทำงานได้เต็มที่

2.4.2.2 ทฤษฎี (Intrapersonal-Comparison Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นความพึงพอใจในงาน โดยการที่เปรียบเทียบความต้องการหรือค่านิยม กับผลประโยชน์หรือรางวัลที่ได้รับจากการทำงานหรือ ผลงาน

2.4.2.3 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการมีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงขับเป็น หลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุดซึ่งอยู่เบื้องหลังพฤติกรรมมนุษย์ แบ่งความต้องการพื้นฐาน ของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่

1. มนุษย์มีความต้องการ และความต้องการมีอยู่เสมอ ไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการที่ได้รับการสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจสำหรับพฤติกรรมต่อไป ความ ต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของคนซ้ำซ้อนกัน บางทีความต้องการหนึ่ง ได้รับการตอบสนองแล้วยังไม่สิ้นสุดก็เกิดความต้องการด้านอื่นขึ้นอีก

4. ความต้องการของคนมีลักษณะเป็นลำดับขั้น ความสำคัญกล่าวคือเมื่อความต้องการใน ระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนอง

5. ความต้องการเป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเอง

2.4.2.4 ทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory) เป็นทฤษฎีที่ได้ศึกษาทำการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจ ในการทำงานของคุณ โดยศึกษาว่าคนเราต้องการอะไรจากงาน คำตอบก็คือ บุคคลต้องการ ความสุขจากการทำงาน ซึ่งเป็นได้ว่าความสุขจากการทำงานนั้น เกิดมาจากความพึงพอใจ หรือไม่ พึงพอใจในงานที่ทำ โดยความพึงพอใจในงานที่ทำหรือไม่พึงพอใจนั้น ไม่ได้มาจากกลุ่มเดียวกัน แต่มีสาเหตุมาจากปัจจัยสองกลุ่ม คือ ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน

#### 2.4.3 การวัดความพึงพอใจ

ในการวัดความพึงพอใจนั้น บุญเรือง ขจรศิลา (2529) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่าทัศนคติหรือ เจตคติเป็นนามธรรมเป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถที่จะวัดทัศนคติได้โดยอ้อม โดยวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้น การวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนขึ้นถ้าบุคคลเหล่านั้น แสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่วๆ ไป

ภนิตา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่แท้จริง

3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคล เป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง สังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

#### 2.4.3.1 ความพึงพอใจในบริการ

ความพึงพอใจในบริการ หมายถึง ภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็น ผลมาจากการเปรียบเทียบ การรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือ การให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

จึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในบริการ หมายความว่า ภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวก

ของบุคคลอื่นเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบ การรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการ หรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่

ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่

#### 2.4.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

พินิล เมฆสวัสดิ. (2549) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ในการนำเสนอบริการนั้นจะต้องมีผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้รับบริการถึงความเอาใจใส่ และความจริงใจต่อการส่งเสริมคุณภาพของผลลัพธ์บริการที่ส่งมอบให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช้
2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ใช้เกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่ต้องจ่ายออกไป โดยผู้ดำเนินการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการหรือผู้ใช้
3. สถานที่บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีสถานที่ที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน
4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ทั้งในด้านคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของการบริการ ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินการตัดสินใจ
5. ผู้ให้บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องตระหนักถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิด ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการหรือผู้ใช้เป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรม การให้บริการ และนำเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการ บริการ
6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมลงตัว ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของ

กิจการบริการ และ สื่อภาพลักษณ์นี้ออกไปสู่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้อีกด้วย

7. กระบวนการบริการ ผู้ดำเนินการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัว และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากรเทคโนโลยีเข้ามาร่วมเพื่อประสิทธิภาพในการบริการ และ ประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นต่อผู้รับบริการหรือผู้ใช้

#### 2.4.5 แนวทางการสร้างความพึงพอใจในการบริการ

นอกจากนั้น พิมล เมฆสวัสดิ์ (2549) ยังได้กล่าวถึงแนวทางในการสร้างความพึงพอใจ ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจในการบริการ จำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคุม, คัดไป เพื่อที่จะส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจในการบริการขึ้นได้ ดังนี้

1. ตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการอย่างสมรเสมอ ผู้บริหารการบริการจะต้องใช้เครื่องมือต่าง ๆ ที่มีในการสำรวจความต้องการ ค่านิยม และ ความคาดหวังของผู้ใช้ที่มีต่อการบริการขององค์กร ร่วมกับการฟังความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่เป็น ผู้ปฏิบัติโดยตรง ทั้งสองสิ่งจะทำให้ผู้ดำเนินการทราบถึงความคาดหวัง และความพึงพอใจในการบริการที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อที่จะได้นำไปพัฒนากระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ

2. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน ซึ่งผู้ดำเนินการจะต้องกำหนด ทิศทางและจุดยืนของหน่วยงานให้ชัดเจน นั่นคือ มีเป้าหมายที่จะตอบสนองต่อความคาดหวังของ ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยมีความสอดคล้องต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ และ ความพร้อมของผู้ให้บริการ ที่จะดำเนินการให้มีคุณภาพ

3. การกำหนดยุทธศาสตร์การบริการที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีการปรับเปลี่ยนการบริการที่มี อยู่ให้สอดคล้องกับเป้าหมาย ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อนของตนเอง รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้า มาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย

4. การพัฒนาคุณภาพและความสัมพันธ์ในกลุ่มบุคลากรให้บริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการทุกคนมี ความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน ความเอาใจใส่ โดยมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างเสริม คุณภาพในการให้บริการ

#### 2.4.6 แนวคิดเกี่ยวกับตัวกำหนดคุณภาพของการบริการ

นอกจากนั้น พิมล เมฆสวัสดิ์ (2549) ยังได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับตัวกำหนดคุณภาพของ การบริการว่า คุณภาพของการบริการนั้นมีความหมายหลายประการ คือ บริการดี ราคาจับได้ หรือ ความพอใจของ ผู้รับบริการ การบริการที่มีคุณภาพจะเกิดความประทับใจไปนาน การบริการที่ดีมี

คุณภาพจึง เหมือนกับการให้ประโยชน์สุข ซึ่งมีคุณค่าต่อชีวิต

คุณภาพของการบริการจึงเป็นมาตรการที่ใช้วัดระดับการบริการว่าดี ตรงกับความคาดหวัง ของ ผู้รับบริการเพียงใด กล่าวคือ ถ้าการบริการที่คาดหวังว่าจะได้รับมากกว่าการบริการที่เราได้รับจริงผล คือ คุณภาพของการบริการนั้นใช้ไม่ได้ แต่ถ้าการบริการที่คาดหวังว่าจะได้รับเท่ากัน การบริการที่ เราได้รับจริงผลก็คือ คุณภาพของการบริการนั้นน่าพอใจ และถ้าการบริการที่คาดหวังว่าจะได้รับ น้อยกว่าการบริการที่เราได้รับจริงผลก็คือ คุณภาพของการบริการนั้นดีเยี่ยม

ผลการค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณภาพของการบริการ ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด คุณภาพของการบริการที่สามารถนำไปใช้ได้กับการบริการทั่วไปมี 10 ประการ ดังนี้

1. ไว้วางใจได้ หมายความว่า การบริการนั้น ต้องคงเส้นคงวาและไว้วางใจ
2. ความพร้อม หมายถึง การบริการที่พร้อมทุกเวลา ผู้ให้บริการมีความเต็มใจและได้เตรียมตัวที่จะให้บริการอยู่เสมอ
3. ความสามารถ หมายถึง ผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะและความรู้ในการให้บริการ
4. ความสามารถในการเข้าถึง หมายความว่า จะต้องง่ายต่อการติดต่อ ไม่มีพิธีการซับซ้อนไม่เสียเวลารอคอยนาน
5. ความมีอัธยาศัย หมายถึง ความสุภาพอ่อนน้อม เป็นมิตร และเข้าใจความรู้สึกลูกค้า
6. การสร้างสัมพันธ์ คือ การติดต่อให้ข่าวสาร
7. เชื่อถือได้ หมายถึง การบริการนั้นมีความซื่อตรง เชื่อถือ และไว้วางใจได้
8. มั่นคงปลอดภัย หมายถึง การบริการจะต้องไม่เป็นที่สงสัย
9. รู้จักและเข้าใจลูกค้า หมายถึง พยายามทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
10. พยายามให้สิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้ หมายถึง เน้นเป็นพิเศษในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นรูปธรรม ตลอดจนสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่สามารถสัมผัสได้

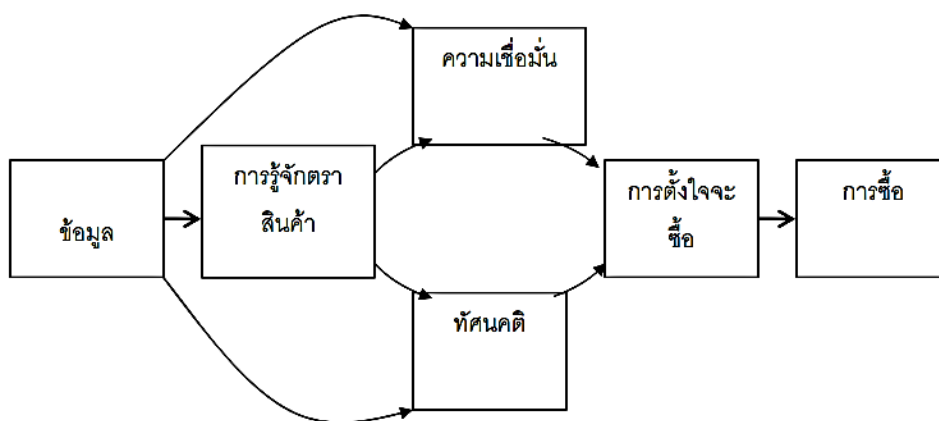
## 2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการจัดทำธุรกิจร้านอาหาร จำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการคิด ตัดสินใจ และเลือกใช้บริการอย่างหนึ่ง ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค จึงเป็นทฤษฎีหนึ่งที่เป็นต่องานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดังนี้

ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมี (2547) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

Howard (1994) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจว่า กระบวนการตัดสินใจเป็นขั้นตอนของการประมวลผลข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการ ข้อมูลสินค้า หรือการบริการจะมีผลกระทบต่อความรู้สึก ความเชื่อมั่น และทัศนคติต่อตราสินค้า ดังรูปที่ 2.2

ภาพที่ 2.2: ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า



### 2.5.1 ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

นักการตลาดวิเคราะห์และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจะได้รู้จักและเข้าใจผู้บริโภคและสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดให้เป็นไปได้โดยมีประสิทธิภาพสูงสุด และหาหนทางแก้ปัญหาทางการตลาดต่างๆ ให้ประสบผลสำเร็จอย่างดีที่สุด ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค จำแนกได้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

1. ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคและแนวโน้มความต้องการสินค้าของผู้บริโภคในอนาคตเพื่อการปรับปรุงโปรแกรมการตลาดหรือส่วนการตลาด
2. ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการลงทุน
3. ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น โดยการศึกษา รูปแบบความต้องการ การกระตุ้นและการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ ตรงกับปริมาณที่ต้องการ ตรงกับเวลาและสถานที่ ๆ ต้องการ รวมทั้งเงื่อนไขอื่น ๆ

5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่าง ๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่งชั้นกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะ ค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอ ก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินผลหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำ ผลลัพธ์ที่ซื้อนั้นมาใช้ และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลลัพธ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยใครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นเป็นแนวทางในการวิจัย รวมถึงนำข้อมูลมาเปรียบเทียบเพื่อวิเคราะห์และอภิปรายถึงผลการวิจัย โดยมีรายการงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ยุวดา เทียงธรรมทัฬห (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “แผนธุรกิจ : ร้านก๋วยเตี๋ยวชามโต” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลา พร้อมอาหารจานด่วน ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวชามโตมีความเป็นไปได้ ทั้งทางการตลาดเพราะตลาดมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกลยุทธ์การตลาดที่บริษัทฯ ใช้ คือ ความหลากหลายของรายการอาหาร และความโดดเด่นด้านการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีความเป็นไปได้ทางการผลิตเพราะมีการวางแผนงานที่ครอบคลุมทั้งด้านการควบคุมคุณภาพอาหารและวัตถุดิบ เนื่องจากผู้บริหารของบริษัทฯ มีธุรกิจต้นที่เป็นวัตถุดิบหลักของการผลิตก๋วยเตี๋ยวนอกกับทางบริษัทฯ มีตัวชี้วัดผลงานที่ชัดเจนในทุกๆด้าน ทำให้ได้เปรียบกิจการอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกัน อีกทั้ง

มีความเป็นไปได้ทางด้านการเงินและผลตอบแทนจากการลงทุน โดยมีระยะเวลาในการคืนทุนอยู่ที่ 9 เดือน ซึ่งสั้นกว่าการดำเนินธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ลงทุน NPV เท่ากับ 20% ในขณะที่ค่า ROA มีค่าเท่ากับ 69.94% ในปีแรก และปีต่อมาเท่ากับ 70.07% และ 54.97% ตามลำดับ โดยอัตราส่วนผลตอบแทนจากเงินทุนที่ใช้ลงทุนทั้งหมด (ROI) เท่ากับ 135.15 ในปีแรก และ 297.4 และ 352.76 ในปีถัดไปตามลำดับ

ปิยวรรณ ประชุมพันธุ์ (ม.ป.ป.) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมในการใช้บริการสั่งอาหารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการโปรแกรมต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการโปรแกรมต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มการใช้งานของผู้บริโภคในการใช้บริการโปรแกรมต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่ใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดตัวอย่าง ที่ 400 ตัวอย่างและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และไค์สแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และ ค่าสัมประสิทธิ์ Gamma เพื่อหาทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการศึกษา พบว่า ระดับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ นั้น เป็นการใช้เพื่อสั่งซื้ออาหารจานด่วนจำนวนมากที่สุด และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสั่งอาหารทางโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต การรับรู้เทคโนโลยี และการซื้อเมื่อมีการส่งเสริมการขาย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 246 คน มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 168คน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 191คน มีรายรับต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท เป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 127คน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารทางโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ การส่งเสริมการขายเมื่อสั่งซื้ออาหารผ่านโทรศัพท์มือถือ ข้อเสนอแนะจากการวิจัย บริษัทผู้ให้บริการ

แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือควรจะมีการประชาสัมพันธ์ไปในสื่อที่ประชาชนเพศชายใช้บ่อย ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้มีอายุมากทราบว่า การใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเป็นสิ่งที่ใช้ง่าย ไม่ยุ่งยาก และมีความสะดวกในการใช้งาน และมีความปลอดภัยในการใช้งานควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้มีการศึกษาน้อย ทราบว่า การใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเป็นสิ่งที่ใช้ง่าย ควรทำสื่อเป็นภาษาไทย และเป็นภาษาที่อ่านเข้าใจง่าย ไม่เป็นทางการมากนักควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้มีรายได้น้อย ทราบว่า การใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเป็นสิ่งที่ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม และราคาถูกกว่าการโทรศัพท์ หรือเดินทางไปซื้อด้วยตนเอง ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่ยังไม่ได้ใช้สมาร์ตโฟน ได้เข้ามาเริ่มใช้สมาร์ตโฟน เพราะสามารถอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ โดยมี



ข้อเสนอแนะในการทำครั้งต่อไป คือ ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความพึงพอใจของ  
ผู้ให้บริการในแอปพลิเคชันประเภทต่างๆ



### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้จัดทำได้มีการกำหนดระเบียบและวิธีการวิจัยโครงการ ที่ครอบคลุมการศึกษาวิธีการเก็บข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีหัวข้อดังนี้

- 3.1 วิธีการศึกษาที่นำมาใช้
- 3.2 เครื่องมือและเทคนิคศึกษาที่ใช้
- 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 สถานที่เก็บข้อมูล
- 3.5 การออกแบบเครื่องมือเก็บข้อมูล
- 3.6 สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์
- 3.7 วิธีการและกรรมวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 วิธีการศึกษาที่นำมาใช้

##### 3.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.1.1 ค้นคว้าข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียง ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหาร ที่ผสมผสานและการผลิต แอปพลิเคชัน สำหรับอำนวยความสะดวกในการสั่งอาหาร เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา

3.1.1.2 ค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ อินเทอร์เน็ต หรือสิ่งตีพิมพ์ต่างๆทั้งทางด้านธุรกิจร้านอาหาร ที่ผสมผสานและการผลิต แอปพลิเคชัน สำหรับอำนวยความสะดวกในการสั่งอาหาร เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา

3.1.1.3 สอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิค และด้านเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องความเหมาะสม และให้คำแนะนำในการผลิต แอปพลิเคชัน สำหรับอำนวยความสะดวกในการสั่งอาหาร

##### 3.1.2 การศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ข้อมูล

ในปัจจุบัน สมาร์ทโฟน หรือ Tablet เป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผู้คนใช้กันอย่างแพร่หลายและใช้ได้อย่างสะดวกสบาย ซอฟต์แวร์ประยุกต์ หรือ ที่เรียกว่า แอปพลิเคชัน ก็เป็นส่วนหนึ่งของ สมาร์ทโฟน ที่เป็นเครื่องมือในการช่วยอำนวยความสะดวกได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น การติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูล การใช้งานในสำนักงาน การดูหนัง ฟังเพลง และสิ่งบันเทิงต่างๆ แผนที่ และการนำทาง รวมถึงการสั่งซื้อสินค้าและอาหารต่างๆด้วย ร้านก๋วยเตี๋ยวเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีให้เห็นมากมาย และเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากคนไทย เสมือนเป็นอาหารหลักของคนไทยอีกชนิด

หนึ่ง ที่เป็นที่นิยมสำหรับทุกเพศ ทุกวัย ก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารที่หาทานได้ง่าย มีให้เลือกหลากหลายประเภท หลากหลายรสชาติ และมีวัตถุดิบที่แตกต่างกันไป ลูกค้าน่าสามารถเลือกสรรประเภท หรือเลือกวัตถุดิบในการสั่งเมนูก๋วยเตี๋ยวประเภทต่างๆ ซึ่งโดยทั่วไป ผู้ขายอาจจะใช้วิธีจัดเมนูต่างๆใส่กระดาดหรือใช้วิธีการจำ โดยไม่จดบันทึกไว้ ซึ่งหลายๆครั้งที่ไม่ว่าจะจดหรือจำ ก็ทำให้เกิดการผิดพลาดในการสื่อสารได้ ทำให้ลูกค้าได้รับก๋วยเตี๋ยวไม่ตรงตามความต้องการ ผู้จัดทำโครงการ ได้มีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคก๋วยเตี๋ยว เมื่อสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ในรูปแบบเกมทำก๋วยเตี๋ยว ที่ให้ผู้บริโภคเลือกประเภทของก๋วยเตี๋ยว รวมถึงเลือกวัตถุดิบของก๋วยเตี๋ยวตามความต้องการของตนเอง เมื่อเสร็จสิ้นการเล่น เกม แอปพลิเคชัน จะส่งข้อมูลก๋วยเตี๋ยวที่ผู้บริโภคเลือกสรร ให้กับผู้ขายก๋วยเตี๋ยว ทางผู้จัดทำมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อระบบการสั่งก๋วยเตี๋ยวผ่าน แอปพลิเคชัน นี้

### 3.1.3 การเลือกใช้โปรแกรมในการสร้างงาน

จากการจัดทำโครงการในครั้งนี้ ผู้จัดทำได้เลือกเครื่องมือในการผลิต แอปพลิเคชัน สำหรับอำนวยความสะดวกในการสั่งอาหารดังนี้

1. โปรแกรม JDK
2. โปรแกรม Eclipse IDE for Java Developers
3. โปรแกรม Android SDK
4. โปรแกรม Adobe Photoshop CS4

### 3.1.4 การประเมินคุณภาพของสื่อ

เมื่อได้ แอปพลิเคชัน สำหรับอำนวยความสะดวกในการสั่งอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงนำไปตรวจสอบหาคุณภาพ โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่านเป็นผู้ประเมิน ได้แก่

1. ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน แอปพลิเคชัน
2. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว

### 3.1.5 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้ แอปพลิเคชัน ในการสั่งอาหาร

เมื่อผลิต แอปพลิเคชัน สำหรับอำนวยความสะดวกในการสั่งอาหาร เสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงนำมาใช้ในการวิจัยโครงการ ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างมาจำนวน 400 คน เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่กำลังเลือกรับประทานก๋วยเตี๋ยวภายในร้านอาหาร โดยกลุ่มตัวอย่างจะได้ทำแบบสอบถามเรื่องการใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน สั่งอาหาร

### 3.2 เครื่องมือและเทคนิคศึกษาที่ใช้

3.2.1 แบบสอบถามศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ แอปพลิเคชันสั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์  
สมาร์ตโฟน

ส่วนที่ 4 ปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลอง  
การทำก๋วยเตี๋ยว

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆของท่าน ต่อแอปพลิเคชันเป็นระบบสั่งอาหาร ในรูปแบบ  
เกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว

#### 3.2.2 โปรแกรมที่ใช้ในการผลิตแอปพลิเคชัน

1. โปรแกรม JDK
2. โปรแกรม Eclipse IDE for Java Developers
3. โปรแกรม Android SDK
4. โปรแกรม Adobe Photoshop CS4

### 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาความพึงพอใจในการใช้ แอปพลิเคชัน ในการศึกษารั้งนี้ คือ ประชากร หมายถึง บุคคลทั่วไปในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ใช้สมาร์ตโฟนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่  
เจาะจง

### 3.4 สถานที่เก็บข้อมูล

เนื่องจากการศึกษานี้ ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันในการสั่ง  
ก๋วยเตี๋ยว ผู้ศึกษาจึงเลือกสถานที่เก็บข้อมูลตามสถานที่ต่างๆ ได้แก่ บริเวณสถานศึกษา , บริษัท และ  
ห้างสรรพสินค้า โดยสังเกตจากผู้ที่กำลังใช้งานสมาร์ตโฟนอยู่ในขณะนั้น

### 3.5 การออกแบบเครื่องมือเก็บข้อมูล

#### 3.5.1 แอปพลิเคชัน

การจัดทำ แอปพลิเคชัน สำหรับสั่งอาหาร มีขั้นตอนการพัฒนาดังนี้

##### 3.5.1.1 กำหนดเนื้อหาและขอบเขตของโครงการ

ผู้จัดทำโครงการได้ทำการศึกษาและหาข้อมูลเกี่ยวกับก๋วยเตี๋ยว และ การจัดทำ แอปพลิเคชัน เพื่ออำนวยความสะดวกในร้านอาหาร เพื่อนำมาจัดทำสื่อดังกล่าว และกำหนดเนื้อหา และขอบเขตของโครงการ

##### 3.5.1.2 ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาและค้นคว้าข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง ผู้จัดทำโครงการได้ทำการศึกษาตาม หมวดหมู่ แบ่งเป็นการศึกษางานทางด้านอุตสาหกรรมบันเทิง และการผลิตสื่อ แอปพลิเคชัน ที่ใช้ อำนวยความสะดวกในการสั่งอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ให้จัดทำถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า

##### 3.5.1.3 จัดเตรียมทรัพยากร

ผู้จัดทำโครงการได้ทำการจัดเตรียมทรัพยากรต่างๆเพื่อรองรับการการทำงาน ทั้งใน ส่วนของ อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และโปรแกรมที่ใช้ในการผลิต แอปพลิเคชัน

##### 3.5.1.4 พัฒนาโครงการตามที่ได้ออกแบบไว้

ในการออกแบบการผลิตสื่อทั้งสองประเภท มีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. กำหนดรายละเอียดของวัตถุดิบก๋วยเตี๋ยวที่จะใช้ใน แอปพลิเคชัน
2. ออกแบบหน้าจอต่างๆ ใน แอปพลิเคชัน ในรูปแบบของ Flow Chart
3. จัดทำแอปพลิเคชันตามรูปแบบที่กำหนดไว้
4. ทดสอบการทำงานและปรับปรุงคุณภาพ โดยทดสอบและตรวจสอบการทำงาน

เพื่อ

5. หาข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นของโครงการ และแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้ได้งานที่มี

ประสิทธิภาพ

### 3.6 สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์

สถิติที่ใช้สำหรับโครงการนั้น จะใช้การหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำไปทำการเลือกกลุ่ม ตัวอย่างเพื่อทำให้เกิดความน่าเชื่อถือที่ได้ทางข้อมูล ซึ่งใช้สูตรทางสถิติดังนี้

### 3.6.1 การหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

$n$  = จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

$p$  = สัดส่วนของประชากร

$Z$  = ระดับความมั่นใจ (ความเชื่อมั่น)

$e$  = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

จากกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มเลือกการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบไม่มีพารามิเตอร์ ที่กลุ่มตัวอย่าง 45% จากประชากรทั้งหมดที่มีความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 จะได้

$p$  = 0.45 (จาก 45% ของประชากรทั้งหมด)

$Z$  = 1.96 (จากระดับความเชื่อมั่น 95%)

$e$  = 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{0.45(1-0.45)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 380$$

จากการแทนค่า จะได้ค่า  $n$  (กลุ่มตัวอย่าง) ออกมาจำนวน 380 คน ซึ่งผู้วิจัยเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

### 3.7 วิธีการและกรรมวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการใช้อัตราส่วนพื้นฐาน โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) แสดงค่าของข้อมูลออกมาเป็นร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายถึงข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ได้แก่

3.7.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.7.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

3.7.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน

3.7.4 การวิเคราะห์ปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลอง การทำถ้วยเดียว

3.7.5 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะอื่นๆของท่าน ต่อแอปพลิเคชันเป็นระบบสั่งอาหาร ใน รูปแบบเกมจำลองการทำถ้วยเดียว



## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำกายเตี้ย มีกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามดังต่อไปนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยแบบสำรวจ
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก
- 4.3 การวิเคราะห์ 5C's (Marketing Planning Framework)
- 4.4 การวิเคราะห์ SWOT ขององค์การ
- 4.5 การวิเคราะห์ TOWS ขององค์การ
- 4.6 สรุปการประเมินโอกาสและความเสี่ยง

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยแบบสำรวจ

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยแบบสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม และเลือกวิธีเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง สำหรับกลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟนเท่านั้น เป็นจำนวนทั้งหมด 400 ชุด โดยกระจายไปตามพื้นที่ต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักเรียน อายุตั้งแต่ 16-18 ปี ตามโรงเรียนต่างๆ
- กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักศึกษา อายุตั้งแต่ 19-22 ปี ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ
- กลุ่มที่ 3 กลุ่มคนทำงาน อายุตั้งแต่ 23-30 ปี ตามสถานที่ทำงานต่างๆ
- กลุ่มที่ 4 กลุ่มอื่นๆ ที่มีการใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน

แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปบนคอมพิวเตอร์ รวมทั้งทำการศึกษาหาข้อมูลสถิติเพิ่มเติมในการประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำกายเตี้ย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึก

การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร ตามขอบเขตของงานวิจัยนี้ โดยจะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านกายเตี้ย
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน



ส่วนที่ 4 ปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำ  
ก๋วยเตี๋ยว

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆของท่าน ต่อแอปพลิเคชันเป็นระบบสั่งอาหาร ในรูปแบบเกม  
จำลองการทำก๋วยเตี๋ยว

4.1.1 ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จากการเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้รับผลของแบบสอบถามใน  
ส่วนข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจำแนกเป็นตารางแสดงจำนวนคน และคิดเป็นร้อยละ แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

| เพศ        | ความถี่ | ร้อยละ |
|------------|---------|--------|
| ชาย        | 120     | 30     |
| หญิง       | 280     | 70     |
| รวมทั้งหมด | 400     | 100    |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่  
เป็นเพศหญิง 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาเป็นเพศชาย 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

| อายุ                | ความถี่ | ร้อยละ |
|---------------------|---------|--------|
| 16-18 ปี            | 120     | 30     |
| 19-22 ปี            | 120     | 30     |
| 23-30 ปี            | 110     | 27.5   |
| ตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป | 50      | 12.5   |
| รวมทั้งหมด          | 400     | 100    |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่  
มีอายุระหว่าง 16-18 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และ อายุระหว่าง 19-22 ปี จำนวน 120  
คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 23-30 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5  
และช่วงอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

| อาชีพ                 | ความถี่ | ร้อยละ |
|-----------------------|---------|--------|
| นักเรียน/นักศึกษา     | 220     | 55     |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 70      | 17.5   |
| พนักงานเอกชน          | 100     | 25     |
| ธุรกิจส่วนตัว         | 10      | 2.5    |
| รวมทั้งหมด            | 400     | 100    |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา คือ พนักงานเอกชน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ระดับการศึกษา    | ความถี่ | ร้อยละ |
|------------------|---------|--------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 110     | 27.5   |
| ปริญญาตรี        | 210     | 52.5   |
| ปริญญาโท         | 70      | 17.5   |
| ปริญญาเอก        | 10      | 2.5    |
| รวมทั้งหมด       | 400     | 100    |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมา มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ปริญญาโท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และ ปริญญาเอก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

| รายได้ต่อเดือน      | ความถี่ | ร้อยละ |
|---------------------|---------|--------|
| น้อยกว่า 15,000 บาท | 250     | 62.5   |
| 15,001 – 20,000 บาท | 90      | 22.5   |
| 20,001 – 25,000 บาท | 50      | 12.5   |
| มากกว่า 25,000 บาท  | 10      | 2.5    |
| รวมทั้งหมด          | 400     | 100    |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

#### 4.1.2 ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

จากการเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้รับผลของแบบสอบถามในส่วนข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ซึ่งจำแนกเป็นตารางแสดงจำนวนคน และคิดเป็นร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

| คุณชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยวหรือไม่ |         |
|----------------------------------|---------|
|                                  | รวม     |
| ชอบ                              | 75%     |
| ไม่ชอบ                           | 2.5%    |
| เฉยๆ                             | 22.5%   |
| รวมทั้งหมด                       | 100.00% |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา คือ รู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 22.5 และไม่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

| ความถี่ในการรับประทานก๋วยเตี๋ยว |         |
|---------------------------------|---------|
|                                 | รวม     |
| 1 ครั้ง/สัปดาห์                 | 15%     |
| 2-3 ครั้ง/สัปดาห์               | 62.5%   |
| นานๆครั้ง                       | 22.5%   |
| รวมทั้งหมด                      | 100.00% |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่รับประทานก๋วยเตี๋ยว 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา คือ รับประทานก๋วยเตี๋ยว นานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ 1 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

| เหตุผลที่เลือกรับประทานก๋วยเตี๋ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) |        |      |
|---|--------|------|
|   | ร้อยละ | รวม  |
| ความชอบส่วนตัว  | 65     | 100% |
| สะดวกในการหาร้าน  | 35     | 100% |
| ราคาย่อมเยา   | 12.5   | 100% |
| สามารถเลือกวัตถุดิบที่ชอบได้                              | 22.5   | 100% |
| สามารถปรุงรสชาติเองได้                                    | 37.5   | 100% |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกรับประทานก๋วยเตี๋ยว ว่าเป็นความชอบส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมา มีผู้ที่ให้เหตุผลว่าสามารถปรุงรสชาติได้เอง คิดเป็นร้อยละ 37.5 ผู้ที่ให้เหตุผลว่าสะดวกในการหาร้าน คิดเป็น

ร้อยละ 35 ผู้ที่ให้เหตุผลว่าสามารถเลือกว่าดีที่ชอบได้ คิดเป็นร้อยละ 22.5 ผู้ที่ให้เหตุผลว่าราคา  
ย่อมเยา คิดเป็นร้อยละ 12.5 และ ผู้ที่ให้เหตุผลอื่นๆ เช่น เปื้อนข้าว คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

| ประเภทก๋วยเตี๋ยวที่ชอบรับประทาน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) |        |      |
|---|--------|------|
|   | ร้อยละ | รวม  |
| ก๋วยเต๋วน้ำใส   | 17.5   | 100% |
| ก๋วยเต๋วน้ำตก   | 57.5   | 100% |
| ก๋วยเต๋วยื่นตาไฟ  | 25     | 100% |
| ก๋วยเต๋วยัดน้ำพริกเผา                                   | 35     | 100% |
| ก๋วยเต๋วยัดน้ำมะนาวสด                                   | 60     | 100% |

จากตารางที่ 4.9: พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่  
ชอบรับประทานก๋วยเต๋วยัดน้ำมะนาวสด คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา มีผู้ที่ชอบทานก๋วยเต๋วน้ำตก  
คิดเป็นร้อยละ 57.5 ผู้ที่ชอบทานก๋วยเต๋วยัดน้ำพริกเผา คิดเป็นร้อยละ 35 ผู้ที่ชอบทานก๋วยเต๋วย  
ื่นตาไฟ คิดเป็นร้อยละ 25 และผู้ที่ชอบทานก๋วยเต๋วน้ำใส คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

| สถานที่ของร้านก๋วยเตี๋ยวที่ท่านรับประทานบ่อยที่สุด |         |
|--|---------|
|  | รวม     |
| ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์                       | 30%     |
| ร้านก๋วยเต๋วยริมถนน                                | 42.5%   |
| ร้านก๋วยเตี๋ยวร้านอาหารในที่ทำงาน/สถานศึกษา        | 27.5%   |
| รวมทั้งหมด   | 100.00% |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วน  
ใหญ่สถานที่ของร้านก๋วยเตี๋ยวที่รับประทานบ่อยที่สุด คือ ร้านก๋วยเต๋วยริมถนน คิดเป็นร้อยละ 42.5

รองลงมา คือ ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 30 และ ร้านก๋วยเตี๋ยวโรงอาหารในที่ทำงาน/สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

| ราคาก๋วยเตี๋ยวที่ท่านเคยรับประทาน เป็นประจำ |         |
|---|---------|
|   | รวม     |
| 20-29 บาท                                   | 10%     |
| 30-39 บาท                                   | 65%     |
| 40-49 บาท                                   | 20%     |
| 50-59 บาท                                   | 5%      |
| รวมทั้งหมด                                  | 100.00% |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่รับประทานก๋วยเตี๋ยวในช่วงราคา 30-39 บาท คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมา คือ ช่วงราคา 40-49 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 ช่วงราคา 20-29 บาท คิดเป็นร้อยละ 10 และ ช่วงราคา 50-59 บาท คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

| ราคาก๋วยเตี๋ยวที่ท่านคิดว่าเหมาะสม |         |
|------------------------------------|---------|
|                                    | รวม     |
| 20-29 บาท                          | 17.5%   |
| 30-39 บาท                          | 80%     |
| 40-49 บาท                          | 2.5%    |
| รวมทั้งหมด                         | 100.00% |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ คิดว่าราคาก๋วยเตี๋ยวที่เหมาะสม คือ ช่วงราคา 30-39 บาท คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา คือ ช่วงราคา 20-29 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.5 และ ช่วงราคา 40-49 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

#### 4.1.3 ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน

จากการเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้รับผลของแบบสอบถามใน ส่วนข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ซึ่งจำแนกเป็นตารางแสดงจำนวนคน และคิด เป็นร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.13: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน

| วัตถุประสงค์ที่คุณเลือกใช้สมาร์ทโฟน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) |        |      |
|---|--------|------|
|   | ร้อยละ | รวม  |
| เพื่อการติดต่อ ผ่านการโทร-ข้อความ                           | 47.5   | 100% |
| เพื่อการติดต่อผ่าน Social network                           | 82.5   | 100% |
| เพื่อค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต                              | 60     | 100% |
| เพื่อใช้แอปพลิเคชันต่างๆอำนวยความสะดวก                      | 60     | 100% |
| เพื่อบันทึกภาพ/วิดีโอ                                       | 37.5   | 100% |

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วน ใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่เลือกใช้สมาร์ทโฟน เพื่อการติดต่อผ่าน Social network คิดเป็นร้อยละ 82.5 รองลงมา คือ เพื่อค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต และเพื่อใช้แอปพลิเคชันต่างๆอำนวยความสะดวก คิด เป็นร้อยละ 60 และ เพื่อบันทึกภาพ/วิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 37.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน

| คุณเคยใช้แอปพลิเคชัน ประเภทเกมจำลองการทำอาหาร หรือไม่ |         |
|---|---------|
|   | รวม     |
| เคย   | 67.5%   |
| ไม่เคย  | 32.5%   |
| รวมทั้งหมด  | 100.00% |

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เคยใช้แอปพลิเคชัน ประเภทเกมจำลองการทำอาหาร คิดเป็นร้อยละ 67.5 และไม่เคยใช้แอปพลิเคชัน ประเภทเกมจำลองการทำอาหาร คิดเป็นร้อยละ 32.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้ออปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน

| คุณเคยใช้แอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์หรือไม่ |         |
|---|---------|
|   | รวม     |
| เคย   | 30%     |
| ไม่เคย  | 70%     |
| รวมทั้งหมด  | 100.00% |

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ ไม่เคยใช้แอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 70 และเคยใช้แอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์หรือ คิดเป็นร้อยละ 30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้ออปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน

| ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์ |         |
|--|---------|
|  | รวม     |
| นานๆครั้ง  | 100%    |
| รวมทั้งหมด                                       | 100.00% |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า จากตารางที่ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้ออปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์ทั้งหมด 120 คน มีความถี่ในการใช้ออปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 100



ตารางที่ 4.17: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน

| เหตุผลที่คุณไม่เลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ |         |
|--|---------|
|  | รวม     |
| ไม่ทราบว่ามีการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร             | 55%     |
| ไม่มีเหตุผลจำเป็นในการใช้งาน                       | 20%     |
| เลือกใช้การสั่งอาหารผ่านทาง Call center แทน        | 22.5%   |
| ใช้งานยาก  | 2.5%    |
| รวมทั้งหมด   | 100.00% |

จากตารางที่ 4.17 พบว่า จากตารางที่ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยใช้แอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์ทั้งหมด 280 คน ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ไม่เลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ คือ ไม่ทราบว่ามีการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา คือ เลือกใช้การสั่งอาหารผ่านทาง Call center แทน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ไม่มีเหตุผลจำเป็นในการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 20 และ ใช้งานยาก คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

4.1.4 ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำการค้า

จากการเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้รับผลของแบบสอบถามในส่วนข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ซึ่งจำแนกเป็นตารางแสดงจำนวนคน และคิดเป็นร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.18: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำการค้า

| คุณเคยใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ขณะอยู่ในร้านอาหารหรือไม่ |         |
|--|---------|
|  | รวม     |
| เคย  | 85%     |
| ไม่เคย   | 15%     |
| รวมทั้งหมด   | 100.00% |

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เคยใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนขณะอยู่ในร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 85 และไม่เคยใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนขณะอยู่ในร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว

| คุณเคยใช้แอปพลิเคชัน สำหรับสั่งอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวหรือไม่ |         |
|---|---------|
|   | รวม     |
| เคย   | 5%      |
| ไม่เคย  | 95%     |
| รวมทั้งหมด  | 100.00% |

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้แอปพลิเคชัน สำหรับสั่งอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 95 และเคยใช้แอปพลิเคชัน สำหรับสั่งอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว

| หากมีแอปพลิเคชันเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว คุณสนใจใช้บริการหรือไม่ |         |
|---|---------|
|   | รวม     |
| สนใจ  | 95%     |
| ไม่สนใจ   | 5%      |
| รวมทั้งหมด  | 100.00% |

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีความสนใจใช้บริการหากมีแอปพลิเคชันเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 95 และ ไม่สนใจใช้บริการหากมีแอปพลิเคชันเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำกายเตี่ยว

| หากมีร้านกายเตี่ยว ที่นำเอาแอปพลิเคชันเกมจำลองการทำกายเตี่ยว มาเป็นระบบสั่งอาหาร ท่านจะใช้บริการร้านนั้นหรือไม่ |         |
|---|---------|
|   | รวม     |
| ใช้บริการ   | 70%     |
| ลองถามเพื่อน/คนรู้จักที่เคยไปก่อน จึงจะตัดสินใจ   | 30%     |
| รวมทั้งหมด  | 100.00% |

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ จะใช้บริการหากมีร้านกายเตี่ยว ที่นำเอาแอปพลิเคชันเกมจำลองการทำกายเตี่ยว มาเป็นระบบสั่งอาหาร คิดเป็นร้อยละ 30 และจะลองถามเพื่อน/คนรู้จักที่เคยไปก่อน จึงจะตัดสินใจหากมีร้านกายเตี่ยว ที่นำเอาแอปพลิเคชันเกมจำลองการทำกายเตี่ยว มาเป็นระบบสั่งอาหาร คิดเป็นร้อยละ 30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำกายเตี่ยว

| ท่านคิดว่าสถานที่ใด ที่เหมาะสมกับการให้บริการร้านกายเตี่ยว ที่ใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำกายเตี่ยว มาเป็นระบบสั่งอาหารของร้าน |         |
|---|---------|
|   | รวม     |
| ร้านกายเตี่ยวในอาคารพาณิชย์   | 35%     |
| ร้านกายเตี่ยวในห้างสรรพสินค้า   | 55%     |
| ร้านกายเตี่ยวร้านอาหารในที่ทำงาน/สถานศึกษา  | 5%      |
| รวมทั้งหมด  | 100.00% |

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่คิดว่าสถานที่ที่เหมาะสมกับการให้บริการร้านกายเตี่ยว ที่ใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร คือ ร้านกายเตี่ยวในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา คือ ร้านกายเตี่ยวในอาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 35 และร้านกายเตี่ยวร้านอาหารในที่ทำงาน/สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว

| ท่านต้องการใช้ข้อมูลอะไรบ้าง ในแอปพลิเคชันสั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) |        |      |
|--|--------|------|
|  | ร้อยละ | รวม  |
| ข้อมูลเบื้องต้นของร้าน   | 50     | 100% |
| โปรโมชั่นของร้าน   | 80     | 100% |
| เมนูในร้าน   | 65     | 100% |
| แนะนำเมนูเด็ด  | 45     | 100% |
| ระบบสั่งอาหารในร้าน  | 40     | 100% |
| ระบบสั่งอาหารล่วงหน้า  | 35     | 100% |

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ข้อมูลที่ต้องการให้มีในแอปพลิเคชันสั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว คือ โปรโมชั่นของร้าน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือ เมนูในร้าน คิดเป็นร้อยละ 65 ข้อมูลเบื้องต้นของร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 แนะนำเมนูเด็ด คิดเป็นร้อยละ 45 ระบบสั่งอาหารในร้าน คิดเป็นร้อยละ 40 และ ระบบสั่งอาหารล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 35 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว

| ท่านต้องการให้เกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยวยู้อยู่ในรูปแบบใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) |        |      |
|--|--------|------|
|  | ร้อยละ | รวม  |
| มีตัวละครที่แทนตนเอง   | 40     | 100% |
| เลือกขนาดชามได้  | 60     | 100% |
| เลือกประเภทของก๋วยเตี๋ยวได้  | 65     | 100% |
| เลือกใส่/ไม่ใส่ เส้นก๋วยเตี๋ยวประเภทต่างๆ                                      | 55     | 100% |
| เลือกใส่/ไม่ใส่ ลูกชิ้นประเภทต่างๆได้  | 50     | 100% |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.24 (ต่อ): จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำการค้า

| ท่านต้องการให้เกมจำลองการทำการค้าอยู่ในรูปแบบใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) |        |      |
|---|--------|------|
|   | ร้อยละ | รวม  |
| เลือกใส่/ไม่ใส่ เนื้อสัตว์ต่างๆได้                                      | 50.5   | 100% |
| เลือกใส่/ไม่ใส่ ผักต่างๆได้   | 58     | 100% |
| เลือกปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการได้  | 45     | 100% |
| เลือกปริมาณน้ำซุปรที่ต้องการได้   | 35     | 100% |
| เลือกระดับความเผ็ดได้ (กรณีสั่งต้มยำ)                                   | 45.5   | 100% |
| คำนวณราคาเมื่อเลือกวัตถุดิบต่างๆ  | 65     | 100% |
| บอกเวลาอาหารจะมาถึง   | 50.5   | 100% |
| สามารถส่งล่วงหน้าก่อนเดินทางไปถึงร้านได้                                | 50     | 100% |
| ระบุวันที่ และเวลาไปรับประทานได้  | 30     | 100% |
| อื่นๆ เช่น ทุกรูปแบบ  | 2.5    | 100% |

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ต้องการให้เกมจำลองการทำการค้าอยู่ในรูปแบบ คือ เลือกประเภทของก๋วยเตี๋ยวได้ และคำนวณราคาเมื่อเลือกวัตถุดิบต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมา คือ เลือกขนาดซามได้ คิดเป็นร้อยละ 60 เลือกใส่/ไม่ใส่ผักต่างๆได้ คิดเป็นร้อยละ 58 เลือกใส่/ไม่ใส่ เส้นก๋วยเตี๋ยวประเภทต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 55 เลือกใส่/ไม่ใส่ เนื้อสัตว์ต่างๆได้ บอกเวลาอาหารจะมาถึง คิดเป็นร้อยละ 50.5 เลือกใส่/ไม่ใส่ ลูกชิ้นประเภทต่างๆได้ สามารถส่งล่วงหน้าก่อนเดินทางไปถึงร้านได้ คิดเป็นร้อยละ 50 เลือกระดับความเผ็ดได้ (กรณีสั่งต้มยำ) คิดเป็นร้อยละ 45.5 เลือกปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการได้ คิดเป็นร้อยละ 45 มีตัวละครที่แทนตนเอง คิดเป็นร้อยละ 40 เลือกปริมาณน้ำซุปรที่ต้องการได้ คิดเป็นร้อยละ 35 ระบุวันที่ และเวลาไปรับประทานได้ คิดเป็นร้อยละ 30 และอื่นๆ เช่น ต้องการทุกรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว

| หากมีร้านก๋วยเตี๋ยวที่นำเอาแอปพลิเคชันมาใช้ในการสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว ท่านคิดว่าราคาของก๋วยเตี๋ยวลดราคาใดที่เหมาะสมกับร้านดังกล่าว |         |
|--|---------|
|  | รวม     |
| ต่ำกว่า 20 บาท   | 2.5     |
| 20-29 บาท  | 2.5     |
| 30-39 บาท  | 12.5    |
| 40-49 บาท  | 57.5    |
| 50-59 บาท  | 20      |
| มากกว่า 60 บาท   | 5       |
| รวมทั้งหมด   | 100.00% |

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่คิดว่าหากมีร้านก๋วยเตี๋ยวที่นำเอาแอปพลิเคชันมาใช้ในการสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว ราคาของก๋วยเตี๋ยวที่เหมาะสมกับร้านดังกล่าว คือ ช่วง 40-49 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมา คือ ช่วงราคา 30-39 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.5 ช่วงราคา 50-59 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 ราคามากกว่า 60 บาท คิดเป็นร้อยละ 5 ช่วงราคา 20-29 บาท และต่ำกว่า 20 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

#### 4.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาเป็นเพศชาย 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16-18 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และ อายุระหว่าง 19-22 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 23-30 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา คือ พนักงานเอกชน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา คือ รายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 จากการเก็บแบบสอบถามในส่วนของคุณลักษณะทั่วไป

ของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ส่วนใหญ่ชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา คือ เฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 22.5 ความถี่ในการรับประทานก๋วยเตี๋ยว ส่วนใหญ่จะรับประทาน 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา คือ 1 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15 เหตุผลที่เลือกรับประทานก๋วยเตี๋ยวที่คนส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเลือกคือ เป็นความชอบส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมา คือ สะดวกในการหาร้าน คิดเป็นร้อยละ 35 สำหรับประเภทของก๋วยเตี๋ยวที่ชอบรับประทาน ส่วนใหญ่รับประทานก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาวสด คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา คือ ก๋วยเตี๋ยวน้ำตก คิดเป็นร้อยละ 57.5 สถานที่ของร้านก๋วยเตี๋ยวที่ส่วนใหญ่รับประทานบ่อยที่สุด คือ ร้านก๋วยเตี๋ยวมินิมอล คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 30 ราคาที่รับประทานเป็นประจำ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงราคา 30-39 บาท คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมา คือ ช่วงราคา 40-49 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนราคาที่เหมาะสมที่สุดอยู่ในช่วงราคา 30-39 บาท คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา คือ ช่วงราคา 20-29 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.5 จากการเก็บแบบสอบถามข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน โดยวัตถุประสงค์ที่เลือกใช้สมาร์ทโฟน ส่วนใหญ่เพื่อการติดต่อผ่าน Social network คิดเป็นร้อยละ 82.5 รองลงมา คือ เพื่อค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตและเพื่อใช้แอปพลิเคชันต่างๆอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 60 ส่วนจากการสอบถามเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน ประเภทเกมจำลองการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 67.5 และไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 32.5 และส่วนใหญ่ผู้ที่ไม่เคยใช้แอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 70 และผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 30 ซึ่งผู้ที่เคยใช้ทั้งหมด มีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ มีเหตุผลส่วนใหญ่ คือ ไม่ทราบว่ามีแอปพลิเคชันสั่งอาหาร คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา คือ เลือกใช้การสั่งอาหารผ่านทาง Call center แทน คิดเป็นร้อยละ 22.5 การใช้แอปพลิเคชันสมาร์ทโฟนขณะอยู่ในร้านอาหาร ส่วนใหญ่ มีผู้เคยทำ คิดเป็นร้อยละ 85 และผู้ไม่เคยทำ คิดเป็นร้อยละ 15 ซึ่งส่วนใหญ่ ไม่เคยใช้แอปพลิเคชัน สำหรับสั่งอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 95 และเคยใช้แอปพลิเคชัน สำหรับสั่งอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 5 และหากมีแอปพลิเคชันเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว คนส่วนใหญ่สนใจที่จะใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 95 และไม่สนใจใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 5 แต่ถ้าหากมีร้านก๋วยเตี๋ยว ที่นำเอาแอปพลิเคชันเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว มาเป็นระบบสั่งอาหาร มีผู้สนใจใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 70 และไม่สนใจใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 30 สถานที่ที่เหมาะสมกับการให้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว ที่ใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว มาเป็นระบบสั่งอาหารของร้าน ส่วนใหญ่เป็นร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา คือ ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 35 หากมีแอปพลิเคชันสั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว ข้อมูลส่วนใหญ่ที่ต้องการให้มี คือ โปรโมชั่นของร้าน คิดเป็นร้อยละ

ละ 80 รongลงมา คือ เมนูในร้าน คิดเป็นร้อยละ 65 และรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว ความต้องการส่วนใหญ่เป็นแบบสามารถเลือกประเภทของก๋วยเตี๋ยวได้และสามารถคำนวณราคาเมื่อเลือกวัตถุดิบต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 65 รongลงมา คือ สามารถเลือกขนาดชามได้ คิดเป็นร้อยละ 60 และหากมีร้านก๋วยเตี๋ยวที่นำเอาแอปพลิเคชันมาใช้ในการสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว ส่วนใหญ่คิดว่าราคาที่เหมาะสมอยู่ในช่วงราคา 40-49 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.5 รongลงมา คือ 50-59 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 สำหรับข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ว่า เกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่จะนำเข้ามาใช้ในเป็นระบบสั่งอาหารของร้านก๋วยเตี๋ยว ถ้านำมาใช้งานจริง ความเร็วคือสิ่งสำคัญที่สุด เพราะถ้าหากผู้ใช้บริการสั่งผ่านแอปพลิเคชันมาในปริมาณที่เยอะ และพร้อมๆกันหลายคน จะทำให้ไม่เกิดความสะดวกในการสั่งอาหารสำหรับในด้านการใช้งานแอปพลิเคชันนั้น ไม่จำเป็นต้องทำเยอะมากๆ แต่ควรทำให้เข้าใจง่าย นำใช้งาน ให้ผู้ใช้สามารถใช้เป็นตั้งแต่ครั้งแรก ระบบไม่ผิดพลาด และรวดเร็ว

#### 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกคุณกิตติภณ วอไชสง ผู้จัดการร้านราตหน้าอาหฬว ซึ่งเป็นเจ้าของร้านราตหน้าอาหฬว ได้ลงทุนเปิดร้านราตหน้าอาหฬวขึ้นมา โดยเป็นร้านราตหน้าที่มีสูตรเฉพาะไม่เหมือนใครตั้งแต่รุ่นคุณพ่อ เมื่อประมาณ 50 กว่าปีที่แล้ว กลับมาขายอีกครั้ง มีจุดเด่นความอร่อยจากเส้นผัดน้ำมันมีกลิ่นหอมอ่อนๆ น้ำราตรสกลมกล่อม และที่เด็ดจากเนื้อหมูนุ่ม ซึ่งแม้ราตหน้าจะเป็นอาหารที่ความถี่ในการกินจะน้อย อย่างมากสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง แต่เมื่อเทียบกับความต้องการของลูกค้า และคู่แข่งที่ยังน้อย จึงมีช่องว่างที่เราจะแทรกตัวไปได้ โดยร้านราตหน้าอาหฬวบอกถึงหัวใจสำคัญของการทำให้สำเร็จ คือต้องทำไปพร้อมๆ กัน 5 ด้าน คือ ระบบบริหาร ตัวสินค้า บุคลากร โปรโมชัน และการเงิน หากตัวใดตัวหนึ่งบกพร่องจะกระทบด้านอื่นๆ ตามไปด้วย ดังนั้น จึงต้องพยายามทำทั้ง 5 ด้านให้พร้อมที่สุด

สำหรับแผนส่งเสริมการตลาด ทางร้านจะออกงานแสดงสินค้าและแนะนำแบรนด์อย่างต่อเนื่อง รวมถึง จัดโปรโมชันและออกเมนูใหม่เสมอ อีกทั้ง ยังได้รับคัดเลือกจากธนาคารกสิกรไทย ให้เป็นหนึ่งในธุรกิจที่จะได้รับการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อลงทุนแฟรนไชส์ โดยวางเป้าหมาย จะขยายในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เพิ่มอีกหลายสาขา

สิ่งสำคัญสำหรับร้านราตหน้าอาหฬว คือ การลงทุนทำระบบสั่งอาหาร โดยผ่าน IPAD ซึ่งถือเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างหนึ่งที่จะเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าร้านราตหน้าอาหฬว โดย IPAD จะเป็นของร้านราตหน้าอาหฬว เมื่อลูกค้าเข้ามาที่ร้าน จะสามารถดูเมนูอาหารต่างๆผ่าน IPAD และกดเลือกเมนูที่ต้องการจาก IPAD จากนั้นระบบจะส่งข้อมูลที่ลูกค้าต้องการเข้าไปยังเครื่องในครัว ปรากฏให้พ่อครัวรับทราบ และลงมือทำเมนูดังกล่าวออกมาบริการลูกค้าในทันที



จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงวิธีการพัฒนาระบบการสั่งอาหารอย่างเหมาะสมและได้เห็นการเลือกใช้งานของระบบได้อย่างเข้าใจมากขึ้น ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับโครงการของผู้วิจัยได้ และได้สรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

- ลูกค้ำให้ความสนใจในระบบสั่งอาหารผ่าน IPAD และในกลุ่มลูกค้ำส่วนใหญ่ สามารถใช้งานได้ทันทีที่จับ IPAD ขึ้นมา ซึ่งถือว่าการตอบสนองอย่างเหมาะสมสำหรับการนำระบบสั่งอาหารมาใช้ใน IPAD

- ระบบสั่งอาหารไม่ใช่เป็นเพียงโปรแกรม แต่จำเป็นต้องใส่ใจความพึงพอใจของผู้ใช้อยู่เสมอ

- ผู้ใช้ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนไปสู่ภาคธุรกิจและพันธมิตรทางการค้า

### 4.3 การวิเคราะห์ 5C's (Marketing Planning Framework)

#### 4.3.1 สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อโครงการ (Environment-Context)

- ในด้านการเมือง ปัจจุบัน รัฐบาลมีนโยบายให้ใช้ WIFI ฟรี และประเทศไทยอยู่ในยุคแห่งการพัฒนาระบบเทคโนโลยีให้ก้าวไปสู่โลกแห่งเทคโนโลยียุคใหม่ที่กำลังจะเข้ามาในอนาคตอันใกล้นี้ และเนื่องจากการประมูระบบการสื่อสารได้เสร็จสิ้นลงไปอย่างเรียบร้อยแล้ว และหน่วยงานการสื่อสารและโทรคมนาคมของรัฐ ก็ได้ขยาย Gateway เพื่อรองรับการรวมตัวกันของ ASEAN ซึ่งจะส่งผลต่อการสื่อสารข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ซึ่งส่งผลบวกในการที่คนส่วนใหญ่มีการใช้สมาร์ตโฟนและใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆในการอำนวยความสะดวก แต่จะส่งผลในขณะที่ยังมีคนบางส่วนไม่ได้ใช้สมาร์ตโฟนและไม่ค่อยถนัดในการใช้งานหรือเล่นเกมผ่านแอปพลิเคชัน

- ในด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากเศรษฐกิจในปัจจุบันยังอยู่ในยุคที่ต้องจับตา ซึ่งส่งผลบวกในเรื่องของการที่คนไทยบางส่วนชอบอะไรที่สะดวกสบาย จึงทำให้เกิดการเลือกใช้แอปพลิเคชันต่างๆบนสมาร์ตโฟนเพื่ออำนวยความสะดวก แต่ในแง่ผลลบคนบางส่วนก็ไม่ได้ใช้สมาร์ตโฟน อันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ไม่ได้เอื้ออำนวยต่อการใช้จ่าย

- ในด้านเทคโนโลยี ในยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีพัฒนาขึ้นเร็วมาก และมีความสามารถที่จะรองรับการทำงานผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนได้อย่างง่ายดาย ซึ่งในแง่ผลบวก จะส่งผลให้คนส่วนใหญ่มีการใช้สมาร์ตโฟนและใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆในการอำนวยความสะดวก แต่ในแง่ผลลบคนบางส่วนยังตามไม่ค่อยทันเทคโนโลยี แม้จะมีสมาร์ตโฟนก็ตาม

#### 4.3.2 การวิเคราะห์ผู้บริโภค (Unmet Needs-Consumer)

- ผู้บริโภค คือ กลุ่มคนที่ชอบก๋วยเตี๋ยว โดยมีพฤติกรรมคือ ชอบสรรหาก๋วยเตี๋ยวเพื่อรับประทานอยู่เสมอ โดยความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง คือ ความโดดเด่นที่นอกเหนือจากรสชาติของก๋วยเตี๋ยวแล้ว ก็ยังไม่มีใครนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการสั่งก๋วยเตี๋ยว

- จุดเด่นของผู้บริโภคในปัจจุบันก็คือการมีร้านอาหารให้รับประทานตลอดเวลา ยิ่ง

ไปกว่านั้น ถ้าเป็นการที่ทานอาหารได้ในจำนวนไม่จำกัด จะยิ่งเป็นที่ต้องการ เพราะจะทำให้ผู้บริโภคให้ความรู้สึกว่าคุณกับเงินที่เสียไป และการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคนั้น ยิ่งจะเป็นสิ่งที่ยังขาดผู้ตอบสนอง ยิ่งเป็นการนำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาช่วยในการสั่งอาหารให้ตรงตามความต้องการแล้ว จะยิ่งเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่มีความต้องการในลักษณะนี้

#### 4.3.3 การวิเคราะห์ทางด้านผู้ช่วยสนับสนุน (Common Goals-Collaborator)

- การใช้พันธมิตรในบริษัทที่เกี่ยวข้องหรือสามารถช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้  
 อย่างเช่น บริษัทน้ำปลา บริษัทน้ำตาล บริษัทเครื่องใช้สแตนเลส บริษัทลูกชิ้น เป็นต้น ในแง่บวก อาจจะมาช่วยสนับสนุนในเรื่องของการให้เงินในการพัฒนาแอปพลิเคชันหรือให้การสนับสนุนเป็นตัวสินค้าเนื่องจากบนหน้าแอปพลิเคชัน ที่เป็นตัวเกม จะมีการวางสินค้าหรือวัตถุดิบจากพันธมิตร ประกอบในฉากด้วย ส่วนในแง่ลบ อาจจะเป็นที่ร้านเพิ่งเปิดใหม่ ยังไม่มีชื่อและดูไม่ค่อยมีความน่าเชื่อถือ

- การใช้ Account จากสื่อออนไลน์อย่าง Facebook เข้ามาช่วยการสร้างสื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์และบอกกล่าวข่าวสารต่างๆ

- การใช้ Social Network เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารต่างๆ

#### 4.3.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Vulnerabilities-Competitor)

ในตลาดร้านอาหาร มีร้านก๋วยเตี๋ยวมากมายหลายรูปแบบเลยทีเดียว ที่แข่งขันกันในทุกๆรูปแบบ แต่ในตลาดแอปพลิเคชันนั้นยังถือว่าไม่มีเจ้าตลาด และยังเป็นแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในรูปแบบเกมที่ใช้จำลองการทำอาหารและสามารถใช้ในการสั่งอาหารได้จริงแล้วนั้น ก็ยังไม่มีใครที่จะเป็นคู่แข่งที่เหมือนกันเลยทีเดียว แต่จะแบ่งคู่แข่งเป็น ทางตรงและทางอ้อม ดังนี้

- คู่แข่งทางตรง ได้แก่ ร้านก๋วยเตี๋ยวทั่วไป ซึ่งอาจจะมีชื่อเสียงและมีฐานลูกค้ามาก  
 สัมมาเป็นระยะเวลาานาน

- คู่แข่งทางอ้อม ได้แก่ ร้านอาหารที่มีการใช้งานระบบสั่งอาหารด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ต่างๆ

ตารางที่ 4.26: ตารางวิเคราะห์คู่แข่ง

| ปัจจัยหลักในการสร้าง<br>ความสำเร็จ<br>(Key Competitive Success<br>Factors) |                            | จุดแข็งของ<br>คุณ<br>(Your<br>Strengths) |      | จุดแข็งของคุณและบริษัทคู่แข่ง<br>(You and Your Competitors Strengths) |      |                          |      |                          |      |
|--|----------------------------|--|------|---|------|--------------------------|------|--------------------------|------|
| ปัจจัย (Factors)   | การให้น้ำหนัก<br>(Weights) |  |      | คู่แข่ง (Competitors)   |      |                          |      |                          |      |
|  |                            |  |      | ชายสี่<br>บะหมี่เกี่ยว  |      | ก๋วยเตี๋ยว<br>อนุสาวรีย์ |      | ก๋วยเตี๋ยวปลา<br>เยาวราช |      |
| 1. คุณภาพ<br>(Quality)   | .30                        | 9  | 2.70 | 8   | 2.40 | 7                        | 2.10 | 9                        | 2.70 |
| 2. การบริการ<br>(Customer<br>Service)                                      | .30                        | 9  | 2.70 | 6   | 1.80 | 8                        | 2.40 | 7                        | 2.10 |
| 3. การจัดจำหน่าย<br>(Availability)   | .10                        | 8  | 0.80 | 7   | 0.70 | 7                        | 0.70 | 8                        | 0.80 |
| 4. ราคา (Price)  | .10                        | 7  | 0.70 | 8   | 0.80 | 9                        | 0.90 | 6                        | 0.60 |
| 5. การผลิตแบบ<br>เต็มขั้น (Full-line)                                      | .10                        | 5  | 0.50 | 8   | 0.80 | 7                        | 0.70 | 7                        | 0.70 |
| 6. ชื่อเสียง<br>(Reputation)   | .05                        | 7  | 0.35 | 8   | 0.40 | 8                        | 0.40 | 9                        | 0.45 |
| 7. การขนส่ง<br>(Georg/Freight)   | .05                        | 5  | 0.25 | 7   | 0.35 | 8                        | 0.40 | 6                        | 0.30 |
|  |                            |  | 8.00 |   | 7.25 |                          | 7.60 |                          | 7.65 |
| Total Strategic<br>Muscle  | 100%                       |  | .26  |   | .24  |                          | .25  |                          | .25  |

จากตารางจะเห็นได้ว่าร้านก๋วยเตี๋ยวคู่แข่งนั้นมีจุดแข็งในแต่ละด้านที่ต่างกันไป แต่ยังไม่มีความสำคัญในเรื่องของการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ร่วมด้วย รวมถึงการนำสื่อออนไลน์ สังคมออนไลน์ ไปสู่การสร้างกลุ่มสังคม เพื่อจะได้เกิดเป็นร้านก๋วยเตี๋ยวที่ใช้แอปพลิเคชัน ประเภทเกมจำลองการทำอาหาร ในการสั่งอาหาร

ดังนั้น ยังมีโอกาสสำหรับร้านก๋วยเตี๋ยวที่ใช้แอปพลิเคชันดังกล่าวนี้ ที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดี

#### 4.3.5 การวิเคราะห์ปัจจัยในองค์การ (Competency-Company)

- จุดเด่นของผู้สร้างสรรค์ คือ มีความชำนาญในด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ศึกษาและตามทันเทคโนโลยีสมัยใหม่อยู่เสมอ รวมถึงการเข้าใจและเข้าถึงสังคมเครือข่าย (Social Network) และ แอปพลิเคชันเป็นอย่างดี
- จุดอ่อนของผู้สร้างสรรค์ คือ การขาดข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับร้านอาหารต่างๆ และ ข้อมูลภายนอกอื่นๆ จึงจำเป็นที่จะต้องหารพันธมิตร หรือศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม
- สินค้าและบริการ คือ ก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาว จะเป็นก๋วยเตี๋ยวที่ใช้มะนาวสด ไม่ใช่ น้ำพริกเผา ไม่ใช่ถ้วย มีจุดเด่นอยู่ตรงที่ คิดราคาตามน้ำหนักของวัตถุดิบที่ลูกค้าต้องการ ส่วนเส้นและน้ำซุ๊ป สามารถเติมได้ไม่จำกัด ส่วนบริการเสริมที่จะนำเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า คือ แอปพลิเคชัน เกมทำก๋วยเตี๋ยบบนสมาร์ตโฟน ที่ให้ลูกค้าได้ทำก๋วยเตี๋ยวตามความต้องการ และกดส่งมาที่ร้านได้

#### 4.4 การวิเคราะห์ SWOT ขององค์การ

##### จุดแข็ง (Strengths)

- เป็นก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาว ที่ใช้มะนาวสด ซึ่งหายาก เพราะปกติจะเจอแต่ใส่ น้ำพริกเผา หรือ ใส่ถ้วย
- ราคาจะคิดราคาตามน้ำหนักของวัตถุดิบที่เลือกใส่ ส่วนเส้นและน้ำซุ๊ป สามารถเติมได้ไม่จำกัด

- การสั่งก๋วยเตี๋ยวมาน แอปพลิเคชัน

- สถานที่ตั้งดี

##### จุดอ่อน (Weakness)

- เป็นร้านเปิดใหม่ ยังไม่ค่อยมีคนรู้จัก
- แอปพลิเคชันที่ใช้ อาจจะไม่เสถียรและมีข้อผิดพลาดของระบบในบางครั้ง

##### โอกาส (Opportunities)

- คนไทยส่วนใหญ่มีการใช้สมาร์ตโฟนและใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆเพื่ออำนวยความสะดวก

- คนไทยชอบอะไรที่สะดวกสบาย
- ร้านก๋วยเตี๋ยวมะนาวสลดหายาก

#### ภัยคุกคาม (Threats)

- คู่แข่งหลายร้านที่เหนือกว่า เพราะมีชื่อเสียงมายาวนาน

### 4.5 การวิเคราะห์ TOWS ขององค์การ

สรุปผลของการวิเคราะห์ที่ได้ ดังนี้

#### กลยุทธ์ SO กลยุทธ์เชิงรุก

- ให้ลูกค้าสั่งก๋วยเตี๋ยวผ่านแอปพลิเคชัน เกมทำก๋วยเตี๋ยว บนสมาร์ตโฟน โดยในแอปพลิเคชัน จะเป็นคล้ายๆเกมทำอาหาร ให้ลูกค้าสามารถเลือกเส้น เลือกสิ่งที่ต้องการจะใส่ และปรุงเป็นก๋วยเตี๋ยวได้ตามความต้องการ และสามารถเล่นได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม เพราะในแอปพลิเคชันจะสามารถให้ระบุนเวลามารับก๋วยเตี๋ยวได้

- คำนวณราคาตามน้ำหนักของวัตถุดิบที่เลือกใส่ ส่วนเส้นและน้ำซุ๊ป สามารถเติมได้ไม่

จำกัด

#### กลยุทธ์ ST กลยุทธ์เชิงป้องกัน

- คัดเลือกวัตถุดิบที่ดี สด สะอาด

- สร้างเอกลักษณ์ให้เป็นที่จดจำ โดยเน้นพิชิตใจลูกค้า ด้วยความโดดเด่นไม่ซ้ำใครในเรื่องการให้เติมเส้นและน้ำซุ๊ปได้ไม่จำกัดและสั่งก๋วยเตี๋ยวผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน

#### กลยุทธ์ WO กลยุทธ์เชิงแก้ไข

- ใช้การประชาสัมพันธ์ ผ่าน Social Network เยอะๆ
- ปรับปรุงแอปพลิเคชันให้ดีขึ้นสม่ำเสมอ

#### กลยุทธ์ WT กลยุทธ์เชิงรับ

- วางแผนต่อยอดเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของแอปพลิเคชัน
- วางแผนประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

### 4.6 สรุปการประเมินโอกาสและความเสี่ยง

โครงการธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกได้ ผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม บนสมาร์ตโฟน สามารถสรุปโอกาสและความเสี่ยงได้ ดังนี้

จุดเด่น คือ การที่ก๋วยเตี๋ยวคิดราคาตามน้ำหนักของวัตถุดิบที่ใส่ในก๋วยเตี๋ยว แต่ลูกค้าสามารถเติมเส้นและน้ำซุ๊ปได้ไม่จำกัด โดยลูกค้าจ่ายเพียงแค่ค่าวัตถุดิบตามน้ำหนักที่ต้องการเท่านั้น และด้วยความที่ร้านก๋วยเตี๋ยวเป็นเสมือนร้านก๋วยเตี๋ยวที่ให้ลูกค้าสามารถได้เลือกทำก๋วยเตี๋ยวได้ จึง

เปิดโอกาสให้โครงการมีความเป็นไปได้ที่จะนำเทคโนโลยีเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน โดยเป็นแอปพลิเคชันรูปแบบเกม ซึ่งจะเป็นเกมจำลองการทำอาหาร ซึ่งในที่นี้ คือเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว ซึ่งลูกค้าสามารถปรับแต่ง เลือกสรร กำหนดวัตถุดิบต่างๆที่ต้องการ ผ่านแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเอง

ความเสี่ยงของโครงการ คือ เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ในเรื่องของธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว ซึ่งอาจทำให้เป็นรองในเรื่องของความเชื่อถือหรือชื่อเสียงไม่เหมือนคู่แข่งที่เปิดมานานและมีชื่อเสียงมาก่อน นอกจากนี้ยังไม่ได้เป็นผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมมาก่อนจึงอาจทำให้เป็นรองในเรื่องของการทำประชาสัมพันธ์หรือผูกกับโปรโมชั่นบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟนได้

การบริหารจัดการส่วนต่างๆ จึงควรดูวางแผนและเลือกใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม เพราะว่าการสร้างแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนเพื่อให้บริการเกี่ยวกับร้านอาหารนั้น จะสามารถสร้างช่องทางการตลาดที่มีผู้ใช้เป็นจำนวนมากได้ จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึก ถึงแม้อุตสาหกรรมแอปพลิเคชันจะมีความเสี่ยงมาก แต่ผลตอบแทนจากการค้ากำไรสูง หากแอปพลิเคชันดังกล่าวประสบความสำเร็จ

## บทที่ 5

### การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

ในการดำเนินการทำธุรกิจ ต้องมีการวางแผนการทำงานต่างๆ โดยผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อของการกำหนดรูปแบบธุรกิจดังนี้

- 5.1 ชื่อบริษัท
- 5.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย
- 5.3 รูปแบบธุรกิจ
- 5.4 การวิเคราะห์ลูกค้า (Customer Analysis)
- 5.5 การจัดการองค์การ
- 5.6 การวิเคราะห์ 4P/ 4C
- 5.7 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด
- 5.8 แผนการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อ (Media Plan)

#### 5.1 ชื่อบริษัท

ชื่อร้าน : “ทำเดี่ยว” (Thumb เดี่ยว)

ร้านก๋วยเตี๋ยวที่โดดเด่นด้วยการไม่จำกัดปริมาณเส้นและน้ำซุ๊ป คิดราคาก๋วยเตี๋ยวตามปริมาณวัตถุดิบที่ลูกค้าสั่ง โดยนำเอาเทคโนโลยีแอปพลิเคชันประเภทเกม เข้ามาเป็นตัวช่วยในการสั่งอาหารที่ลูกค้า สามารถเลือกหรือไม่เลือกวัตถุดิบ และสามารถเลือกปริมาณวัตถุดิบแต่ละชนิดได้ อีกทั้งยังเป็น การฝึกกฎการสั่งก๋วยเตี๋ยวแบบเดิมๆ ที่อาจจะมีการผิดพลาด ลูกค้าไม่ ได้ตามที่สั่ง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย และรู้สึกเหมือนได้ทำก๋วยเตี๋ยวชามนั้นด้วยตนเอง ด้วยการที่ใช้การส่งข้อมูล โดยแอปพลิเคชัน ผ่านเครือข่าย จึงทำให้เกิดความผิดพลาดในการสื่อสารน้อยลง หรือไม่มีเลย โดยผู้วิจัย บ่งการบริหารธุรกิจออกเป็น

#### 5.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

5.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำเทคโนโลยีในธุรกิจก๋วยเตี๋ยว

5.2.2 พันธกิจ (Mission)

ร้านก๋วยเตี๋ยวที่ให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในการทำก๋วยเตี๋ยวของตนเอง

5.2.3 เป้าหมาย (Goals)

ตารางที่ 5.1: ตารางแสดงเป้าหมายของธุรกิจแบ่งตามช่วงเวลา

| เป้าหมาย     | ระยะสั้น (1-2 ปี)  | ระยะยาว (5-10 ปี)  |
|--------------|--|--|
| การตลาด      | สร้างฐานผู้บริโภคได้ เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีโปรโมชั่นเพิ่มมากขึ้น | กำหนดกลุ่มของผู้บริโภคโดยกำหนดเฉพาะเจาะจง และให้เลือกให้โปรโมชั่นให้ตรงตามกลุ่มผู้บริโภค |
| การให้บริการ | เพิ่มสาขาให้กับร้านค้า โดยที่ลูกค้าสามารถเลือกสาขาได้ผ่านแอปพลิเคชัน     | มีบริการ Delivery และ สร้างเฟรนไชต์เป็นของตัวเอง   |

### 5.3 รูปแบบของธุรกิจ

ร้าน “ทำเต็ยว” (Thumb เต็ยว) เป็นธุรกิจร้านก๋วยเต็ยวที่ไม่จำกัดปริมาณเส้นและน้ำซุ๊ป คิดราคาก๋วยเต็ยวตามปริมาณวัตถุดิบที่ลูกค้าสั่ง โดยนำเอาเทคโนโลยีแอปพลิเคชันประเภทเกม เข้ามาเป็นตัวช่วยในการสั่งอาหารที่ลูกค้า สามารถเลือกหรือไม่เลือกวัตถุดิบ และสามารถเลือกปริมาณวัตถุดิบแต่ละชนิดได้

ร้าน “ทำเต็ยว” (Thumb เต็ยว) มีรูปแบบการให้บริการในการสั่งอาหาร ผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม โดยพื้นฐานหลักมาจากเกมการทำอาหาร ให้ลูกค้าได้เลือกใส่วัตถุดิบที่ต้องการ ในปริมาณที่ต้องการ และทางร้านจะจัดทำก๋วยเต็ยวตามรูปแบบที่ลูกค้าสั่ง โดยแอปพลิเคชันดังกล่าว มีรูปแบบดังนี้

#### 5.3.1 “ทำเต็ยว” (Thumb เต็ยว)’s Story

เป็นเมนูที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของร้าน “ทำเต็ยว” (Thumb เต็ยว) นำเสนอแนวคิดหลักในการสร้างธุรกิจให้มาเป็นร้านก๋วยเต็ยวที่ผสมผสานเทคโนโลยี และให้ข้อมูลพื้นฐานของร้านให้กับลูกค้าได้รับรู้ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เวลาเปิด-ปิดร้าน สาขาที่ให้บริการ

#### 5.3.2 Menu

เป็นเมนูของแอปพลิเคชันที่นำเสนอเมนูต่างๆของร้าน โดยมีรูปถ่ายตัวอย่างของแต่ละเมนู และอธิบายถึงวัตถุดิบและวิธีการปรุง ที่ทำให้เกิดก๋วยเต็ยวแต่ละเมนูได้ เพื่อเป็นรูปตัวอย่างก่อนลูกค้าจะลงมือทำก๋วยเต็ยวผ่านแอปพลิเคชันด้วยตนเอง

#### 5.3.3 Promotion

เป็นเมนูของแอปพลิเคชันที่แสดงโปรโมชั่นประจำเดือนของร้าน ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงอัปเดตทุกๆ 1 เดือน เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย และดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจมากขึ้น



### 5.3.4 Game

เป็นเมนูหลักของแอปพลิเคชัน ทำหน้าที่ในการสั่งสินค้าให้ลูกค้า โดยอยู่ในรูปแบบ แอปพลิเคชันประเภทเกม ที่ให้ผู้เล่นได้จำลองการทำกายเดียว เลือกใส่วัตถุดิบที่ตนเองชอบ ใน ปริมาณที่ต้องการ โดยใน Game จะประกอบไปด้วย 3 ส่วนหลัก คือ

- เลือกประเภทกายเดียว
- เลือกวัตถุดิบและปริมาณ
- เลือกประเภทการสั่งสินค้า

ทั้งนี้เมื่อลูกค้าได้สั่งรายการอาหารผ่านแอปพลิเคชันเรียบร้อยแล้ว เจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิค จะ นำข้อมูลจากแอปพลิเคชันที่ลูกค้าได้สั่งการออกมา ส่งต่อให้กับฝ่ายบริการ เพื่อจัดทำกายเดียวส่งให้ ลูกค้าต่อไป ในส่วนของการชำระเงิน จะคำนวณจากแอปพลิเคชันที่ลูกค้าสั่งเช่นกัน

### 5.3.5 Customize

เป็นเมนูการปรับแต่งอื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากเมนูวัตถุดิบหลัก เช่น การเลือกหรือสั่งจอง วัตถุดิบพิเศษเฉพาะล่วงหน้า หรือเลือกสั่งวัตถุดิบอื่นๆเพิ่มเติมนอกเหนือจากวัตถุดิบหลักได้ รวมถึง การสั่งจองมุมในร้านผ่านกล้อง Social Cam ที่สามารถมองเห็นทุกมุมในร้าน เป็นต้น

### 5.3.6 Database

ฐานข้อมูลในการเก็บข้อมูลลูกค้า เช่น ประวัติลูกค้า ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทร รวมถึงการจดจำ ข้อมูลความชอบ หรือรายการอาหาร วัตถุดิบ ที่ลูกค้าสั่งเป็นประจำ เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าในการ ใช้บริการในครั้งต่อไป

### 5.3.7 Function อื่นๆ

การกำหนดเมนู Function อื่นๆ จะเพิ่มเติมและพัฒนาเพิ่มเข้ามาในแอปพลิเคชันเรื่อยๆ เพื่อให้เป็นลูกเล่น สิ่งอำนวยความสะดวก หรือสิ่งดึงดูดใจลูกค้า เช่น การสร้างจาก blue screen การแสดงความคิดเห็นหรือร่วมโหวตวัตถุดิบต่างๆ การเชื่อมต่อกับระบบ Social network ของลูกค้า เพื่อแชร์ข้อมูลต่างๆ เป็นต้น

## 5.4 การวิเคราะห์ลูกค้า (Customer Analysis)

การวิเคราะห์ STP (Segment, Target, Positioning)

Segmentation : - คนทั่วไปที่ทานกายเดียว

- Target :
- คนที่ชอบทานกายเดียว
  - คนที่ชอบทำอาหาร
  - คนที่ชอบความสะดวกสบาย
  - คนที่ชอบเล่นเกมผ่าน แอปพลิเคชันlication บนสมาร์ตโฟน

Position : - คนที่อยากทานก๋วยเตี๋ยวที่ตรงตามความต้องการของตน

What : ให้ลูกค้าสั่งก๋วยเตี๋ยวผ่าน แอปพลิเคชันlication เกมทำก๋วยเตี๋ยว บนสมาร์โฟน

Why : ตอบสนองลูกค้าที่ชอบทำอาหารและต้องการความสะดวกสบาย

Who : ลูกค้าที่ชอบทานก๋วยเตี๋ยว

How : ให้ลูกค้าสั่งก๋วยเตี๋ยวผ่าน แอปพลิเคชันlication เกมทำก๋วยเตี๋ยว บนสมาร์โฟน โดยใน แอปพลิเคชัน จะเป็นคล้ายๆ เกมทำอาหาร ให้ลูกค้าสามารถเลือกเส้น เลือกสิ่งที่ต้องการจะใส่ และปรุงเป็นก๋วยเตี๋ยวได้ตามความต้องการ และสามารถเล่นได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม เพราะใน แอปพลิเคชัน สามารถระบุเวลามารับก๋วยเตี๋ยวได้

## 5.5 การจัดการองค์การ

การจัดการองค์การหรือการบริหารร้านเป็นไปในรูปแบบวางโครงสร้างขององค์กรที่ชัดเจนในการแบ่งหน้าที่งานแต่ละฝ่ายออกมา เพื่อไม่ให้มีงานที่ซ้ำซ้อน สะดวกในการให้บริการต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากที่สุด โดยการจัดการองค์การถูกแบ่งออกเป็น 5 แผนก คือ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชี ฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายบริการ

### 5.5.1 โครงสร้างองค์กร

#### - ฝ่ายบริหาร

หน้าที่รับผิดชอบ : ดูแลด้านบริหารธุรกิจ และการประสานงาน

คุณสมบัติ : ปริญญาตรี ด้านมัลติมีเดีย และปริญญาโท ด้านการบริหาร

อัตรารายได้ : 20,000 บาท

#### - ฝ่ายการเงินและบัญชี

หน้าที่รับผิดชอบ : จัดเก็บข้อมูลทางการเงิน สรุปผลรายได้ในแต่ละเดือน

คุณสมบัติ : ปวช.การบัญชี

อัตรารายได้ : 9,000 บาท

#### - ฝ่ายบริการ

หน้าที่รับผิดชอบ : ให้บริการลูกค้า รับออเดอร์ เซิร์ฟอาหาร

คุณสมบัติ : ปวช. / ม.6 ขึ้นไป (หรือเทียบเท่า)

อัตรารายได้ : 9,000 บาท

ตารางที่ 5.2: แสดงรายละเอียดและอัตราเงินเดือนในบริษัท

| ตำแหน่งงาน                    | ฝ่ายงาน        | จำนวน | อัตราเงินเดือน<br>(บาท / คน /<br>เดือน) | เงินเดือนรวม<br>(บาท / เดือน) | เงินเดือนรวม<br>(บาท / ปี) |
|-------------------------------|----------------|-------|---|-------------------------------|----------------------------|
| หุ้นส่วนผู้จัดการ             | ฝ่าย<br>บริหาร | 1     | 20,000                                  | 20,000.00                     | 240,000.00                 |
| ฝ่ายการเงินและ<br>บัญชี       | ฝ่ายบัญชี      | 1     | 9,000                                   | 9,000.00                      | 108,000.00                 |
| พ่อครัว/แม่ครัว               | ฝ่ายบริการ     | 1     | 8,000                                   | 8,000.00                      | 96,000.00                  |
| ผู้จัดการฝ่ายบริการ           |                | 1     | 12,000                                  | 12,000.00                     | 144,000.00                 |
| ฝ่ายบริการ                    |                | 2     | 8,000                                   | 16,000.00                     | 192,000.00                 |
| <b>รวมอัตราเงินเดือนต่อปี</b> |                |       |   |                               | <b>780,000.00</b>          |

## 5.6 การวิเคราะห์ 4P/ 4C

### 5.6.1 การวิเคราะห์ 4P

#### Product

รสชาติที่หาทานที่อื่นไม่ได้ และได้รับความสะดวกสบายจากการใช้ แอปพลิเคชัน สั่งอาหาร

#### Price

ราคาที่คุ้มค่า

#### Place

หาง่าย มีที่จอดรถ

#### Promotion

มีการแจกรางวัลผ่าน แอปพลิเคชัน เกมทำถ้วยเต๋ยว เช่น ส่วนลด ของแถมเล็กๆน้อยๆ

### 5.6.2 การวิเคราะห์ 4C

#### Consumer

ถ้วยเต๋ยวอร่อย , น้ำซุปร่อย , ไม่ต้องปรุงก็อร่อย , ของสด , เลือกได้ , ได้ตรงตามที่สั่ง

#### Cost

ราคาถูก , คุ้มค่าราคา , เสียค่าเดินทางน้อย หรือคุ้มค่าการเดินทาง

#### Convenience

หาซื้อง่าย เดินทางสะดวก , ต่อคิวไม่ยาว , ได้เร็ว , สั่งง่าย , ร้านไม่แออัด ไม่ร้อน นั่งสบาย , มีที่จอดรถ

### Communication

พ่อครัว พนักงานเสิร์ฟ และเจ้าของร้าน บริการดี อธิบายดี , มีเจ้าเดียว , มีโปรโมชั่น , สั่งอาหารผ่าน แอปพลิเคชัน lication เกมทำถ้วยเดียว บนสมาร์ทโฟนได้

## 5.7 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

### 5.7.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากการทำธุรกิจร้านอาหาร ต้องให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบที่ใช้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์อาหารที่สมบูรณ์แบบ และได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด จึงต้องกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจในรูปแบบดังนี้

- มีวัตถุดิบหลากหลายและมีการคัดสรรแต่วัตถุดิบที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง
- มีวัตถุดิบทั้งในฤดูกาลและนอกฤดูกาลเพิ่มเติมพิเศษในโอกาสต่างๆ
- มีการจัดวางอาหารในตู้โชว์ให้สดใหม่ดูน่ารับประทาน
- ใช้อุปกรณ์ที่ไม่มีสารตะกั่ว หรือสารพิษตกค้าง
- ใช้เครื่องปรุงรสที่สดใหม่ สะอาด

### 5.7.2 กลยุทธ์ด้านราคา

นอกเหนือจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบ นั่นคือการกำหนดราคา ซึ่งราคาเป็นปัจจัยแรกๆที่เป็นสิ่งตัดสินใจในการเลือกรับบริการของผู้บริโภค ซึ่งการตั้งราคาของธุรกิจร้าน “ทำเดี่ยว” (Thumb เดี่ยว) ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- กำหนดราคาจากปริมาณของวัตถุดิบที่ลูกค้าเลือกผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม
- การกำหนดราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบในแอปพลิเคชัน โดยคำนึงถึงที่ตั้งของร้าน
- กำหนดราคาโดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งราคาจะไม่สูงมากเกินไป
- มีการจัดโปรโมชั่นต่างในแต่ละเดือน ไม่ซ้ำกัน เช่น การลด 10 % , การแถมเครื่องดื่มฟรี

เป็นต้น

### 5.7.3 กลยุทธ์ด้านการให้บริการ

เนื่องจากร้าน “ทำเดี่ยว” (Thumb เดี่ยว) ได้นำเอาเทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของการสั่งอาหาร ซึ่งเป็นการวางแผนกลยุทธ์หนึ่งซึ่งให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของการให้บริการ ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด โดยกำหนดได้ดังนี้

- เน้นการบริการที่รวดเร็วและตรงต่อเวลา
- บริการลูกค้าตามคิวและไม่ให้ลูกค้ารอนาน

- เน้นความถูกต้องแม่นยำของก๋วยเตี๋ยวที่ลูกค้าสั่ง
- มีการเลือกหรือสั่งจองวัตถุดิบพิเศษเฉพาะล่วงหน้า หรือเลือกสั่งวัตถุดิบอื่นๆเพิ่มเติม นอกเหนือจากวัตถุดิบหลักได้
- มีการจองมุมในร้านโดยผ่านแอปพลิเคชันได้
- มีการสร้างลูกเล่นด้วยการสร้างฉาก Blue screen ภายในร้าน เพื่อการบอกต่อและแชร์ลง Social media
- เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้นในปีต่อไป จะมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง ดังนี้
  1. เปิดเฟรนไชส์ : เป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วในสังคม
  2. การบริการอาหาร delivery : เป็นการบริการอาหารจัดส่งถึงบ้าน เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายอีกทางหนึ่ง

#### 5.7.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

- การประชาสัมพันธ์
  1. แจกใบปลิวไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เช่น ทีมมหาวิทยาลัย ที่โรงเรียน ที่บ้าน
  2. เป็นสปอนเซอร์หรือลงโฆษณา
  3. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Network ต่างๆ เช่น facebook fanpage
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามความเหมาะสม

### 5.8 แผนการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อ(Media Plan)

- #### 5.8.1 กำหนดสิ่งที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้
- ข้อมูลเกี่ยวกับร้านและตำแหน่งที่ตั้ง
  - เมนูก๋วยเตี๋ยวต่างๆที่มี
  - แอปพลิเคชันที่ใช้สั่งก๋วยเตี๋ยว
  - โปรโมชั่นต่างๆ
- #### 5.8.2 กำหนดวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ
- เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับร้านและตำแหน่งที่ตั้ง
  - เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์เมนูก๋วยเตี๋ยว ให้กลุ่มเป้าหมายเห็นภาพและเกิดความสนใจ และอยากที่จะเข้ามาลองชิม
  - เพื่ออธิบายวิธีการใช้แอปพลิเคชันเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า
  - เพื่อประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่างๆ ให้ดึงดูดลูกค้า

### 5.8.3 จัดทำแผนการใช้สื่อทั้งปี

5.8.3.1 ประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Network ทุกช่องทาง ซึ่งในปัจจุบันนี้การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญต่อการทำธุรกิจ ซึ่งการสื่อที่นิยมที่สุดในปัจจุบัน คือ Social Network การจัดทำธุรกิจนี้ จึงให้ความสำคัญกับการใช้สื่อดังกล่าว โดยมีแผนการประชาสัมพันธ์ดังนี้

- มีกิจกรรมให้เล่นเกมผ่านทางเว็บไซต์ facebook ของทางร้าน เพื่อให้ลูกค้าลุ้นรับประทานฟรี และสอดแทรกการประชาสัมพันธ์ร้านอีกช่องทางหนึ่ง
- มีช่วงพิเศษที่จะให้ผู้เข้าชมแอปพลิเคชัน สามารถรับบัตรส่วนลดจากหน้าแอปพลิเคชัน เพื่อนำมาใช้ลดค่าอาหารที่ร้านได้

5.8.3.2 ประชาสัมพันธ์ป้ายโฆษณา แม้ว่าในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาอาจจะไม่เข้าถึงเท่า Social Network โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟนแล้ว แต่จะมีบางจุดที่สามารถนำป้ายโฆษณาไปประชาสัมพันธ์ได้ โดยอาจจะวางไว้ในจุดที่เหมาะสมแก่การประชาสัมพันธ์ โดยจะมีการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- ประชาสัมพันธ์ให้ลองโหลดแอปพลิเคชันมาใช้งาน ซึ่งเมื่อโหลดแอปพลิเคชันแล้ว ภายในแอปพลิเคชันจะบอกรายละเอียดทุกอย่างไว้อยู่แล้ว
- ประชาสัมพันธ์ Social Network ของทางร้าน เพื่อให้เป็นอีกช่องทางที่จะทำให้ผู้บริโภครับข่าวสารต่างๆ และข้อมูลของร้าน

5.8.3.3 ประชาสัมพันธ์ผ่านรายการโทรทัศน์ อาจจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในอนาคตที่ร้านเป็นที่รู้จักในระดับหนึ่ง ซึ่งสามารถทำให้มีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นวงกว้างขึ้นอีกได้

## บทที่ 6 งบการเงิน

ในการจัดทำแผนธุรกิจของโครงการธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกได้ ผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม บนสมาร์ตโฟน แผนการเงินของธุรกิจถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของแผนธุรกิจ นอกเหนือจากการวางแผนการบริการและการจัดการองค์กร แผนการเงินเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการวิเคราะห์ต่อความเป็นไปได้และความสำเร็จของธุรกิจด้วย ผู้วิจัยจึงจัดทำแผนการเงินหรืองบการเงินเพื่อได้ทราบและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ดังกล่าว โดยกำหนดหัวข้อไว้ดังต่อไปนี้

- 6.1 สมมติฐานในการลงทุนเบื้องต้น
- 6.2 ที่มาของเงิน
- 6.3 การประมาณการยอดขาย
- 6.4 การประมาณการต้นทุนการผลิต
- 6.5 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย
- 6.6 ประมาณการงบการเงิน
- 6.7 วิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน
- 6.8 สรุปผลตอบแทนทางการเงิน

### 6.1 สมมติฐานในการลงทุนเบื้องต้น

เนื่องจากโครงการธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกได้ ผ่านแอปพลิเคชันประเภทเกม บนสมาร์ตโฟน เป็นธุรกิจที่ไม่ได้มีที่ดินหรืออาคารเป็นของตนเอง โดยเน้นรูปแบบสถานที่ที่ลงทุนธุรกิจในอาคารพาณิชย์แบบเช่า เงินลงทุนเบื้องต้นของโครงการจึงมีมูลค่าไม่สูงมาก การลงทุนของธุรกิจที่เป็นสินทรัพย์ถาวร จึงเป็นสินทรัพย์ประเภทวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในร้านก๋วยเตี๋ยว ซึ่งแสดงได้ดังตาราง

ตารางที่ 6.1: ตารางแสดงรายการวัสดุอุปกรณ์ในการลงทุนร้านก๋วยเตี๋ยว

| ลำดับ | รายการ         | จำนวน   | การใช้งาน  | ราคาต่อหน่วย | ราคา       | อายุ  |
|-------|----------------|---------|--|--------------|------------|-------|
| 1     | โต๊ะอาหาร      | 20 ชุด  | 1 ชุด ประกอบด้วย โต๊ะไม้ 1 ตัว เก้าอี้ไม้ 4 ตัว                | 650 บาท      | 13,000 บาท | 15 ปี |
| 2     | ชามก๋วยเตี๋ยว  | 100 ใบ  | ชามสำหรับใส่ก๋วยเตี๋ยว   | 30 บาท       | 3,000 บาท  | 5 ปี  |
| 3     | ช้อน           | 100 คัน | ช้อนสั้น   | 2 บาท        | 200 บาท    | 5 ปี  |
| 4     | ตะเกียบ        | 100 คู่ | ตะเกียบพลาสติก สามารถล้างใช้งานซ้ำได้                          | 5 บาท        | 500 บาท    | 5 ปี  |
| 5     | พวงเครื่องปรุง | 20 ชุด  | 1 ชุด ประกอบด้วย พวงหิ้ว 1 ชิ้น แก้วพร้อมฝาปิด 4 ใบ            | 70 บาท       | 1,400 บาท  | 5 ปี  |
| 6     | แก้ว           | 100 ใบ  | ใส่น้ำดื่ม   | 5 บาท        | 500 บาท    | 5 ปี  |
| 7     | ภาชนะใส่อาหาร  | 4 ใบ    | สำหรับใส่อาหารให้ลูกค้า  | 30 บาท       | 120 บาท    | 5 ปี  |
| 8     | เคาท์เตอร์     | 1 ชุด   | สำหรับตั้งคอมพิวเตอร์รับออเดอร์ - คัดเงิน                      | 5,000 บาท    | 5,000 บาท  | 10 ปี |
| 9     | คอมพิวเตอร์    | 1 ชุด   | สำหรับรับข้อมูลจากแอปพลิเคชัน และระบบเก็บข้อมูลร้าน เชื่อมเงิน | 35,000 บาท   | 35,000 บาท | 5 ปี  |
| 10    | ป้ายเมนูอาหาร  | 1 ป้าย  | บอกรายการอาหารและราคา  | 2,000 บาท    | 2,000 บาท  | 5 ปี  |
| 11    | รูปภาพอาหาร    | 20      | ประดับตกแต่งร้าน   | 50 บาท       | 1,000 บาท  | 5 ปี  |
| 12    | ตู้แช่เย็น     | 1 ตู้   | เก็บอาหาร  | 32,000 บาท   | 32,000 บาท | 5 ปี  |
| 13    | หม้อก๋วยเตี๋ยว | 1 หม้อ  | สำหรับปรุงอาหาร  | 2,000 บาท    | 2,000 บาท  | 5 ปี  |
| 14    | ตะกร้อลวกเส้น  | 1 อัน   | ตะกร้อสำหรับลวกเส้น  | 100 บาท      | 100 บาท    | 5 ปี  |
| 15    | ทัพพี          | 1 อัน   | ทัพพีขนาดใหญ่ สำหรับตักน้ำซุป                                  | 100 บาท      | 100 บาท    | 5 ปี  |
| 16    | ตู้ใส่วัตถุดิบ | 1 ตู้   | ตู้กระจกสำหรับใส่วัตถุดิบ                                      | 4,000 บาท    | 4,000 บาท  | 10 ปี |
| 17    | ชามใส่วัตถุดิบ | 5 ใบ    | ชามสำหรับใส่วัตถุดิบ   | 30 บาท       | 150 บาท    | 5 ปี  |
| 18    | กระบอง         | 1 อัน   | ใส่น้ำ แขกผัดสด  | 50 บาท       | 50 บาท     | 5 ปี  |

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 6.1(ต่อ): ตารางแสดงรายการวัสดุอุปกรณ์ในการลงทุนร้านก๋วยเตี๋ยว

| ลำดับ   | รายการ       | จำนวน | การใช้งาน                      | ราคาต่อหน่วย       | ราคา      | อายุ  |
|---|--------------|-------|--------------------------------|--------------------|-----------|-------|
| 19  | ซิงค์ล้างจาน | 2 อัน | ซิงค์ล้างภาชนะและอุปกรณ์ต่างๆ  | 1,500 บาท          | 3,000 บาท | 10 ปี |
| 20  | เตาแก๊ส      | 1 อัน | สำหรับต้มน้ำลวกเส้น และน้ำซุ๊ป | 1,000 บาท          | 1,000 บาท | 10 ปี |
| 21  | มีด          | 2 อัน | สำหรับหั่นผัก และวัตถุดิบต่างๆ | 50 บาท             | 100 บาท   | 5 ปี  |
| 22  | เขียง        | 1 อัน | สำหรับรองหั่นวัตถุดิบต่างๆ     | 100 บาท            | 100 บาท   | 5 ปี  |
| <b>รวมอุปกรณ์ เครื่องมือ และของตกแต่งในการขายสินค้า</b> |              |       |                                | <b>104,320 บาท</b> |           |       |

หลังจากการประเมินราคาสินทรัพย์และจำนวนที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินกิจการ ทำให้สามารถประมาณเงินลงทุนทั้งหมดได้ ซึ่งเป็นจำนวนเงิน 104,320 บาท และนอกจากการลงทุนสินทรัพย์ถาวรแล้ว ในธุรกิจร้านอาหาร จำเป็นต้องมีเงินทุนหมุนเวียนในการจัดซื้อวัตถุดิบมาปรุงผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการลงทุนเบื้องต้นของธุรกิจร้าน “ทำเดี่ยว” ได้ดังตาราง

ตารางที่ 6.2: สมมติฐานการลงทุนเบื้องต้น

| รายการ                                    | แหล่งที่มา          |                  | รวม                 |
|---|---------------------|------------------|---------------------|
|   | ส่วนของผู้เจ้าของ   | เจ้าหนี้(กู้ยืม) |                     |
| <b>งบลงทุน</b>                            |                     |                  |                     |
| สินทรัพย์ถาวร<br>ค่าวัสดุอุปกรณ์ในร้านค้า | 104,320.00          | 0.00             | 104,320.00          |
| สินทรัพย์หมุนเวียน<br>เงินสด              | 2,000,000.00        | 0.00             | 2,000,000.00        |
| <b>รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น</b>          | <b>2,104,320.00</b> | <b>0.00</b>      | <b>2,104,320.00</b> |



ตารางที่ 6.4: การประมาณยอดขายสถานการณ์ปกติ (Most likely Case) สำหรับร้าน “ทำเดี่ยว” ในปีที่ 1

| รายการ                                   | ราคาสินค้า<br>(บาท/หน่วย) | จำนวนขาย<br>(หน่วย/วัน) | จำนวนขาย<br>(หน่วย/ปี) | มูลค่ารายได้<br>(บาท/ปี) |
|--|---------------------------|-------------------------|------------------------|--------------------------|
| <b>รายได้จากกลุ่มที่ 1 : ก๋วยเตี๋ยว</b>  |                           |                         |                        |                          |
| ก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาวหมู                  | 40                        | 70                      | 25,550.00              | 1,022,000.00             |
| ก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาวทะเล                 | 45                        | 70                      | 25,550.00              | 1,149,750.00             |
| รวมรายได้จากกลุ่มที่ 1 : ก๋วยเตี๋ยว      |                           | 140                     | 51,100.00              | 2,171,750.00             |
| <b>รายได้จากกลุ่มที่ 2 : เครื่องดื่ม</b> |                           |                         |                        |                          |
| น้ำเปล่า                                 | 15                        | 50                      | 18,250.00              | 273,750.00               |
| น้ำอัดลม                                 | 20                        | 50                      | 18,250.00              | 365,000.00               |
| รวมรายได้จากกลุ่มที่ 2 : เครื่องดื่ม     |                           | 100                     | 36,500.00              | 638,750.00               |
| <b>รวมมูลค่ารายได้ต่อปีทั้งหมด</b>       |                           |                         |                        | <b>2,810,500.00</b>      |

นอกจากการคาดการณ์ในสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case) ยังจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ที่จัดทำเพื่อพิจารณาหาโอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจ โดยแบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ

1. กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) คือกรณีที่เกิดจากปัจจัยทางด้านต่างๆที่สนับสนุนธุรกิจได้ตามเป้าหมาย โดยภาพรวมแล้วทำให้ธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณ 50%
2. กรณีแย่มากที่สุด (Worst Case) คือกรณีที่เกิดปัจจัยปัญหาทางด้านต่างๆที่ส่งผลต่อธุรกิจ ทำให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามเป้าหมาย โดยภาพรวมแล้วทำให้มีรายได้ลดลง 50 %

ซึ่งการคาดการณ์ทั้ง 2 กรณี จะแสดงรายละเอียดดังตารางดังนี้

ตารางที่ 6.5: การประมาณยอดขายสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case) สำหรับร้าน “ทำเดี่ยว” ในปีที่ 1

| รายการ                                   | ราคาสินค้า<br>(บาท/หน่วย) | จำนวนขาย<br>(หน่วย/วัน) | จำนวนขาย<br>(หน่วย/ปี) | มูลค่ารายได้<br>(บาท/ปี) |
|--|---------------------------|-------------------------|------------------------|--------------------------|
| <b>รายได้จากกลุ่มที่ 1 : ก๋วยเตี๋ยว</b>  |                           |                         |                        |                          |
| ก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาวหมู                  | 40                        | 105                     | 38,325.00              | 1,533,000.00             |
| ก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาวทะเล                 | 45                        | 105                     | 38,325.00              | 1,724,625.00             |
| รวมรายได้จากกลุ่มที่ 1 : ก๋วยเตี๋ยว      |                           | 210                     | 76,650.00              | 3,257,625.00             |
| <b>รายได้จากกลุ่มที่ 2 : เครื่องดื่ม</b> |                           |                         |                        |                          |
| น้ำเปล่า                                 | 15                        | 75                      | 27,375.00              | 410,625.00               |
| น้ำอัดลม                                 | 20                        | 75                      | 27,375.00              | 547,500.00               |
| รวมรายได้จากกลุ่มที่ 2 : เครื่องดื่ม     |                           | 150                     | 54,750.00              | 958,125.00               |
| <b>รวมมูลค่ารายได้ต่อปีทั้งหมด</b>       |                           |                         |                        | <b>4,215,750.00</b>      |

ตารางที่ 6.6: การประมาณยอดขายสถานการณ์แย่มากที่สุด (Worst Case) สำหรับร้าน “ทำเดี่ยว” ปีที่ 1

| รายการ                                   | ราคาสินค้า<br>(บาท/หน่วย) | จำนวนขาย<br>(หน่วย/วัน) | จำนวนขาย<br>(หน่วย/ปี) | มูลค่ารายได้<br>(บาท/ปี) |
|--|---------------------------|-------------------------|------------------------|--------------------------|
| <b>รายได้จากกลุ่มที่ 1 : ก๋วยเตี๋ยว</b>  |                           |                         |                        |                          |
| ก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาวหมู                  | 40                        | 35                      | 12,775.00              | 511,000.00               |
| ก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาวทะเล                 | 45                        | 35                      | 12,775.00              | 574,875.00               |
| รวมรายได้จากกลุ่มที่ 1 : ก๋วยเตี๋ยว      |                           | 70                      | 25,550.00              | 1,085,875.00             |
| <b>รายได้จากกลุ่มที่ 2 : เครื่องดื่ม</b> |                           |                         |                        |                          |
| น้ำเปล่า                                 | 15                        | 25                      | 9,125.00               | 136,875.00               |
| น้ำอัดลม                                 | 20                        | 25                      | 9,125.00               | 182,500.00               |
| รวมรายได้จากกลุ่มที่ 2 : เครื่องดื่ม     |                           | 50                      | 18,250.00              | 319,375.00               |
| <b>รวมมูลค่ารายได้ต่อปีทั้งหมด</b>       |                           |                         |                        | <b>1,405,250.00</b>      |

และจากข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คาดการณ์แนวโน้มปี 2557 คาดว่าเศรษฐกิจประเทศ (GDP) จะมีการขยายตัวในอัตรา 4.5 ขณะที่การขยายตัวของ SMEs (GDP SMEs) จะอยู่ที่ร้อยละ 4.3-4.7 ดังนั้นผู้วิจัยจึงคาดการณ์อัตราการเติบโตอยู่ที่ 4.5% 4.7% และ 4.3% สำหรับสถานการณ์ปกติ ดีเยี่ยม และแย่ ตามลำดับ

ตารางที่ 6.7: การประมาณยอดขาย สำหรับร้าน “ทำเดี่ยว” ในปีที่ 1 – ปีที่ 5

| ประมาณการยอดขาย(บาท) | Most Likely Case | Best Case (+50%) | Worst Case (-50%) |
|----------------------|------------------|------------------|-------------------|
| ปีที่ 1              | 2,810,500.00     | 4,215,750.00     | 1,405,250.00      |
| ปีที่ 2              | 2,936,972.50     | 4,413,890.25     | 1,465,675.75      |
| ปีที่ 3              | 3,069,136.26     | 4,621,343.09     | 1,528,699.81      |
| ปีที่ 4              | 3,207,247.39     | 4,838,546.22     | 1,594,433.90      |
| ปีที่ 5              | 3,351,573.53     | 5,065,957.89     | 1,662,994.56      |

#### 6.4 การประมาณการต้นทุนการผลิต

การทำธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว “ทำเดี่ยว” มีต้นทุนการผลิตนอกเหนือจากค่าสาธารณูปโภคและค่าวัตถุดิบอื่นๆ นั่นคือ ค่าใช้จ่ายในการผลิตและพัฒนาแอปพลิเคชัน โดยการประมาณต้นทุนการผลิต ผู้วิจัยได้ประมาณการต้นทุนการผลิตทั้งหมดไว้ดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.8: ตารางแสดงรายละเอียดเงินเดือนพนักงาน

| ตำแหน่งงาน             | ฝ่ายงาน    | จำนวน | อัตราเงินเดือน (บาท/คน/เดือน) | เงินเดือนรวม (บาท / เดือน) | เงินเดือนรวม (บาท / ปี) |
|------------------------|------------|-------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| หุ้นส่วนผู้จัดการ      | ฝ่ายบริหาร | 1     | 20,000                        | 20,000.00                  | 240,000.00              |
| ฝ่ายการเงินและบัญชี    | ฝ่ายบัญชี  | 1     | 9,000                         | 9,000.00                   | 108,000.00              |
| พ่อครัว/แม่ครัว        | ฝ่ายบริการ | 1     | 8,000                         | 8,000.00                   | 96,000.00               |
| ผู้จัดการฝ่ายบริการ    |            | 1     | 12,000                        | 12,000.00                  | 144,000.00              |
| ฝ่ายบริการ             |            | 2     | 8,000                         | 16,000.00                  | 192,000.00              |
| รวมอัตราเงินเดือนต่อปี |            |       |                               |                            | 780,000.00              |

ตารางที่ 6.9: รายการวัตถุดิบอาหารที่ซื้อมาขายในแต่ละวัน สำหรับกัวยเตี่ยวในปีที่ 1 กรณี  
สถานการณ์ปกติ (Most likely Case)

| รายการ   | จำนวน<br>ต่อวัน | ราคาต่อหน่วย<br>(บาท/กิโลกรัม) | ราคารวมต่อวัน   | ราคาต่อ 1 ปี      |
|--|-----------------|--------------------------------|-----------------|-------------------|
| <b>ประเภทเส้น</b>                              |                 |                                |                 |                   |
| เส้นใหญ่                                       | 3               | 20                             | 60.00           | 21,900.00         |
| เส้นเล็ก                                       | 3               | 25                             | 75.00           | 27,375.00         |
| เส้นหมี่ขาว                                    | 3               | 30                             | 90.00           | 32,850.00         |
| เส้นบะหมี่                                     | 3               | 30                             | 90.00           | 32,850.00         |
| <b>วัตถุดิบสำหรับกัวยเตี่ยวต้มยำมะนาว(หมู)</b> |                 |                                |                 |                   |
| ตับหมู   | 1               | 70                             | 70.00           | 25,550.00         |
| เนื้อหมู                                       | 2               | 90                             | 180.00          | 65,700.00         |
| ลูกชิ้นหมู                                     | 4               | 70                             | 280.00          | 102,200.00        |
| <b>วัตถุดิบสำหรับกัวยเตี่ยวต้มยำมะนาว(หมู)</b> |                 |                                |                 |                   |
| ลูกชิ้นปลา                                     | 4               | 70                             | 280.00          | 102,200.00        |
| กุ้ง   | 1.5             | 100                            | 150.00          | 54,750.00         |
| หมึก   | 1.5             | 100                            | 150.00          | 54,750.00         |
| <b>ผัก</b>                                     |                 |                                |                 |                   |
| ผักชีฝรั่ง                                     | 1               | 20                             | 20.00           | 7,300.00          |
| ผักกาดขาว                                      | 7               | 8                              | 56.00           | 20,440.00         |
| <b>เครื่องต้มยำ</b>                            |                 |                                |                 |                   |
| กระตูดน้ำซุ๊ป                                  | 1               | 90                             | 90.00           | 32,850.00         |
| หัวไชเท้า                                      | 2               | 10                             | 20.00           | 7,300.00          |
| <b>เครื่องปรุง</b>                             |                 |                                |                 |                   |
| มะนาว  | 70              | 2.5                            | 175.00          | 63,875.00         |
| น้ำตาล   | 2               | 25                             | 50.00           | 18,250.00         |
| น้ำปลา   | 2               | 20                             | 40.00           | 14,600.00         |
| พริกป่น  | 0.5             | 70                             | 35.00           | 12,775.00         |
| กระเทียมเจียว                                  | 1               | 70                             | 70.00           | 25,550.00         |
| น้ำส้มสายชู                                    | 2               | 16                             | 32.00           | 11,680.00         |
| <b>รวม</b>                                     |                 |                                | <b>2,013.00</b> | <b>734,745.00</b> |

ตารางที่ 6.10: รายการต้นทุนประเภทเครื่องดื่ม ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์ปกติ (Most likely Case)

| รายการ          | ปริมาณต่อวัน | ราคาต่อหน่วย | ต้นทุน 1 วัน | ต้นทุน 1 ปี       |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|
| น้ำอัดลมขวดแก้ว | 50           | 5            | 250          | 91,250.00         |
| น้ำเปล่า        | 50           | 3.5          | 175          | 63,875.00         |
| น้ำแข็ง         | 20           | 3            | 60           | 21,900.00         |
| <b>รวม</b>      |              |              | <b>425</b>   | <b>177,025.00</b> |

ตารางที่ 6.11: ประมาณต้นทุนการผลิต กรณีสถานการณ์ปกติ (Most likely Case) ปีที่ 1 – ปีที่ 5

| รายการ                        | ปีที่ 1           | ปีที่ 2           | ปีที่ 3             | ปีที่ 4             | ปีที่ 5             |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>ต้นทุนผลิตสินค้า (บาท)</b> |                   |                   |                     |                     |                     |
| ค่าอาหารซื้อมาเพื่อการขาย     | 734,745.00        | 767,808.53        | 802,359.91          | 838,466.10          | 876,197.08          |
| ค่าเครื่องดื่ม                | 177,025.00        | 184,991.13        | 193,315.73          | 202,014.93          | 211,105.61          |
| ค่าแอฟฟิเคชั่น                | 30,000.00         | 30,000.00         | 30,000.00           | 30,000.00           | 30,000.00           |
| <b>รวมต้นทุนการผลิตสินค้า</b> | <b>941,770.00</b> | <b>982,799.65</b> | <b>1,025,675.63</b> | <b>1,070,481.04</b> | <b>1,117,302.68</b> |

ตารางที่ 6.12: รายการวัตถุดิบที่ซื้อมาขายในแต่ละวัน ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case)

| รายการ                                       | จำนวนต่อวัน | ราคาต่อหน่วย<br>(บาท/กิโลกรัม) | ราคารวมต่อวัน | ราคาต่อ 1 ปี |
|--|-------------|--------------------------------|---------------|--------------|
| <b>ประเภทเส้น</b>                            |             |                                |               |              |
| เส้นใหญ่                                     | 4.5         | 20                             | 90.00         | 32,850.00    |
| เส้นเล็ก                                     | 4.5         | 25                             | 112.50        | 41,062.50    |
| เส้นหมี่ขาว                                  | 4.5         | 30                             | 135.00        | 49,275.00    |
| เส้นบะหมี่                                   | 4.5         | 30                             | 135.00        | 49,275.00    |
| <b>วัตถุดิบสำหรับก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาวหมู</b> |             |                                |               |              |
| ตับหมู                                       | 1.5         | 70                             | 105.00        | 38,325.00    |
| เนื้อหมู                                     | 3           | 90                             | 270.00        | 98,550.00    |
| ลูกชิ้นหมู                                   | 6           | 70                             | 420.00        | 153,300.00   |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.12 (ต่อ): รายการวัตถุดิบอาหารที่ซื้อมาขายในแต่ละวัน สำหรับกบฏเดี่ยวในปีที่ 1 กรณี  
สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case)

| รายการ                                       | จำนวนต่อวัน | ราคาต่อหน่วย<br>(บาท/กิโลกรัม) | ราคารวมต่อวัน   | ราคาต่อ 1 ปี        |
|--|-------------|--------------------------------|-----------------|---------------------|
| <b>วัตถุดิบสำหรับกบฏเดี่ยวต้มยำมะนาวหุม)</b> |             |                                |                 |                     |
| ลูกชิ้นปลา                                   | 6           | 70                             | 420.00          | 153,300.00          |
| กุ้ง   | 2.25        | 100                            | 225.00          | 82,125.00           |
| หมึก   | 2.25        | 100                            | 225.00          | 82,125.00           |
| <b>ผัก</b>                                   |             |                                |                 |                     |
| ผักชีฝรั่ง                                   | 1.5         | 20                             | 30.00           | 10,950.00           |
| ผักกาดขาว                                    | 10.5        | 8                              | 84.00           | 30,660.00           |
| <b>เครื่องต้มยำ</b>                          |             |                                |                 |                     |
| กระตูดน้ำซุปล                                | 1.5         | 90                             | 135.00          | 49,275.00           |
| หัวไชเท้า                                    | 3           | 10                             | 30.00           | 10,950.00           |
| <b>เครื่องปรุง</b>                           |             |                                |                 |                     |
| มะนาว  | 105         | 2.5                            | 262.50          | 95,812.50           |
| น้ำตาล                                       | 3           | 25                             | 75.00           | 27,375.00           |
| น้ำปลา                                       | 3           | 20                             | 60.00           | 21,900.00           |
| พริกป่น                                      | 0.75        | 70                             | 52.50           | 19,162.50           |
| กระเทียมเจียว                                | 1.5         | 70                             | 105.00          | 38,325.00           |
| น้ำส้มสายชู                                  | 3           | 16                             | 48.00           | 17,520.00           |
| <b>รวม</b>                                   |             |                                | <b>3,019.50</b> | <b>1,102,117.50</b> |



ตารางที่ 6.13: รายการต้นทุนประเภทเครื่องดื่มน้ำ ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case)

| รายการ          | ปริมาณต่อวัน | ราคาต่อหน่วย | ต้นทุน 1 วัน | ต้นทุน 1 ปี       |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|
| น้ำอัดลมขวดแก้ว | 75           | 5            | 375          | 136,875.00        |
| น้ำเปล่า        | 75           | 3.5          | 262.5        | 95,812.50         |
| น้ำแข็ง         | 30           | 3            | 90           | 32,850.00         |
| <b>รวม</b>      |              |              | <b>637.5</b> | <b>265,537.50</b> |

ตารางที่ 6.14: ประมาณต้นทุนการผลิต กรณีสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case) ในปีที่ 1 – ปีที่ 5

| รายการ                        | ปีที่ 1             | ปีที่ 2             | ปีที่ 3             | ปีที่ 4             | ปีที่ 5             |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>ต้นทุนผลิตสินค้า (บาท)</b> |                     |                     |                     |                     |                     |
| ค่าอาหารซื้อมาเพื่อการขาย     | 1,102,117.50        | 1,149,508.55        | 1,198,937.42        | 1,250,491.73        | 1,304,262.87        |
| ค่าเครื่องดื่มน้ำ             | 265,537.50          | 276,955.61          | 288,864.70          | 301,285.89          | 314,241.18          |
| ค่าแอมพลิเคชั่น               | 30,000.00           | 30,000.00           | 30,000.00           | 30,000.00           | 30,000.00           |
| <b>รวมต้นทุนการผลิตสินค้า</b> | <b>1,397,655.00</b> | <b>1,456,464.17</b> | <b>1,517,802.12</b> | <b>1,581,777.62</b> | <b>1,648,504.05</b> |

ตารางที่ 6.15: รายการวัตถุดิบที่ซื้อมาในแต่ละวัน ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์แย่ (Worst Case)

| รายการ   | จำนวนต่อวัน | ราคาต่อหน่วย<br>(บาท/กิโลกรัม) | ราคารวมต่อวัน | ราคาต่อ 1 ปี |
|--|-------------|--------------------------------|---------------|--------------|
| <b>ประเภทเส้น</b>                              |             |                                |               |              |
| เส้นใหญ่                                       | 1.5         | 20                             | 30.00         | 10,950.00    |
| เส้นเล็ก                                       | 1.5         | 25                             | 37.50         | 13,687.50    |
| เส้นหมี่ขาว                                    | 1.5         | 30                             | 45.00         | 16,425.00    |
| เส้นบะหมี่                                     | 1.5         | 30                             | 45.00         | 16,425.00    |
| <b>วัตถุดิบสำหรับก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาว(หมู)</b> |             |                                |               |              |
| ตับหมู   | 0.5         | 70                             | 35.00         | 12,775.00    |
| เนื้อหมู                                       | 1           | 90                             | 90.00         | 32,850.00    |
| ลูกชิ้นหมู                                     | 2           | 70                             | 140.00        | 51,100.00    |
| <b>วัตถุดิบสำหรับก๋วยเตี๋ยวต้มยำมะนาว(หมู)</b> |             |                                |               |              |
| ลูกชิ้นปลา                                     | 2           | 70                             | 140.00        | 51,100.00    |
| กุ้ง   | 0.75        | 100                            | 75.00         | 27,375.00    |
| หมึก   | 0.75        | 100                            | 75.00         | 27,375.00    |
| <b>ผัก</b>                                     |             |                                |               |              |
| ผักชีฝรั่ง                                     | 0.5         | 20                             | 10.00         | 3,650.00     |
| ผักกาดขาว                                      | 3.5         | 8                              | 28.00         | 10,220.00    |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.15 (ต่อ): รายการวัสดุที่ซื้อมาในแต่ละวัน ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์แย่ (Worst Case)

| รายการ                  | จำนวนต่อวัน | ราคาต่อหน่วย<br>(บาท/กิโลกรัม) | ราคารวมต่อวัน   | ราคาต่อ 1 ปี      |
|-------------------------|-------------|--------------------------------|-----------------|-------------------|
| <b>เครื่องต้มน้ำซूप</b> |             |                                |                 |                   |
| กระตูดน้ำซूप            | 0.5         | 90                             | 45.00           | 16,425.00         |
| หัวไชเท้า               | 1           | 10                             | 10.00           | 3,650.00          |
| <b>เครื่องปรุง</b>      |             |                                |                 |                   |
| มะนาว                   | 35          | 2.5                            | 87.50           | 31,937.50         |
| น้ำตาล                  | 1           | 25                             | 25.00           | 9,125.00          |
| น้ำปลา                  | 1           | 20                             | 20.00           | 7,300.00          |
| พริกป่น                 | 0.25        | 70                             | 17.50           | 6,387.50          |
| กระเทียมเจียว           | 0.5         | 70                             | 35.00           | 12,775.00         |
| น้ำส้มสายชู             | 1           | 16                             | 16.00           | 5,840.00          |
| <b>รวม</b>              |             |                                | <b>1,006.50</b> | <b>367,372.50</b> |

ตารางที่ 6.16: รายการต้นทุนประเภทเครื่องต้ม ในปีที่ 1 กรณีสถานการณ์แย่ (Worst Case)

| รายการ          | ปริมาณต่อวัน | ราคาต่อหน่วย | ต้นทุน 1 วัน | ต้นทุน 1 ปี      |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|------------------|
| น้ำอัดลมขวดแก้ว | 25           | 5            | 125          | 45,625.00        |
| น้ำเปล่า        | 25           | 3.5          | 87.5         | 31,937.50        |
| น้ำแข็ง         | 10           | 3            | 30           | 10,950.00        |
| <b>รวม</b>      |              |              | <b>212.5</b> | <b>88,512.50</b> |

ตารางที่ 6.17: ประมาณต้นทุนการผลิต กรณีสถานการณ์แย่ (Worst Case) ในปี 1 – ปี 5

| รายการ                        | ปีที่ 1           | ปีที่ 2           | ปีที่ 3           | ปีที่ 4           | ปีที่ 5           |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>ต้นทุนผลิตสินค้า (บาท)</b> |                   |                   |                   |                   |                   |
| ค่าอาหารซื้อมาเพื่อการขาย     | 367,372.50        | 383,169.52        | 399,645.81        | 416,830.58        | 434,754.29        |
| ค่าเครื่องดื่ม                | 88,512.50         | 92,318.54         | 96,288.23         | 100,428.63        | 104,747.06        |
| ค่าแอฟฟลิเคชั่น               | 30,000.00         | 30,000.00         | 30,000.00         | 30,000.00         | 30,000.00         |
| <b>รวมต้นทุนการผลิตสินค้า</b> | <b>485,885.00</b> | <b>505,488.06</b> | <b>525,934.04</b> | <b>547,259.21</b> | <b>569,501.35</b> |

### 6.5 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

ต้นทุนในการทำธุรกิจร้าน “ทำเดี่ยว” นอกจากต้นทุนในการซื้อวัตถุดิบมาทำอาหาร และต้นทุนเครื่องดื่มแล้ว ในร้านยังมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการบริหารและขาย ซึ่งประกอบไปด้วย เงินเดือนบุคลากร, ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา และค่าเสื่อมราคาของวัสดุอุปกรณ์ในร้าน ซึ่งสามารถแสดงราคาได้ดังตาราง

ตารางที่ 6.18: ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย ในปี 1 – ปี 5

| รายการ                                     | ปีที่ 1           | ปีที่ 2           | ปีที่ 3           | ปีที่ 4           | ปีที่ 5           |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย(บาท)</b> |                   |                   |                   |                   |                   |
| เงินเดือนบุคลากร                           | 780,000           | 780,000           | 780,000           | 780,000           | 780,000           |
| ค่าเช่าอาคารพาณิชย์                        | 120,000.00        | 120,000.00        | 120,000.00        | 120,000.00        | 120,000.00        |
| ค่าไฟฟ้า                                   | 8,400.00          | 8,778.00          | 9,173.01          | 9,585.80          | 10,017.16         |
| ค่าน้ำประปา                                | 3,600.00          | 3,762.00          | 3,931.29          | 4,108.20          | 4,293.07          |
| ค่าเสื่อมราคาของวัสดุอุปกรณ์               | 3,000.00          | 3,000.00          | 3,000.00          | 3,000.00          | 3,000.00          |
| <b>รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย</b>   | <b>912,000.00</b> | <b>912,540.00</b> | <b>913,104.30</b> | <b>913,693.99</b> | <b>914,310.22</b> |

## 6.6 ประมาณการงบการเงิน

การประมาณการงบการเงินจะเริ่มต้นจากการจัดการงบกำไรขาดทุนของร้าน เพื่อที่จะคาดการณ์ความสามารถในการทำกำไรของร้านในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า โดยมี 3 แนวทาง คือ กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) กรณีสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case) และกรณีแย่งที่สุด (Worst Case)

ตารางที่ 6.19: งบกำไรขาดทุน กรณีสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case) ในปี 1

| ร้านทำเดี่ยว<br>งบกำไรขาดทุน - กรณีสถานการณ์ปกติ<br>สำหรับปี 2558 |                       |             | หน่วย :<br>บาท    |
|---|-----------------------|-------------|-------------------|
| <b>รายได้</b>   |                       |             |                   |
| รายได้จากการขายถ้วยเดี่ยว   | 2,171,750.00          | 77.27%      |                   |
| รายได้จากการขายเครื่องดื่ม  | 638,750.00            | 22.73%      |                   |
| <b>รวมรายได้</b>  | <b>2,810,500.00</b>   | <b>100%</b> |                   |
| <b>ค่าใช้จ่าย</b>   |                       |             |                   |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายถ้วยเดี่ยว                                  | (734,745.00)          | 39.57%      |                   |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายเครื่องดื่ม                                 | (177,025.00)          | 9.53%       |                   |
| ค่าแอฟฟลิเคชั่น   | (30,000.00)           | 1.62%       |                   |
| ค่าเสื่อมราคา   | (3,000.00)            | 0.16%       |                   |
| เงินเดือนพนักงาน  | (780,000.00)          | 42.01%      |                   |
| ค่าเช่าอาคารพาณิชย์   | (120,000.00)          | 6.46%       |                   |
| ค่าไฟฟ้า  | (8,400.00)            | 0.45%       |                   |
| ค่าน้ำประปา   | (3,600.00)            | 0.19%       |                   |
| <b>รวมค่าใช้จ่าย</b>  | <b>(1,856,770.00)</b> | <b>100%</b> |                   |
| <b>กำไรสุทธิ</b>  |                       |             | <b>953,730.00</b> |

ตารางที่ 6.20: งบกำไรขาดทุน เปรียบเทียบ 5 ปี กรณีสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case)

|                                   | ร้านทำเดี่ยว  |                |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
|-----------------------------------|---|----------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|
|                                   | งบกำไรขาดทุนแบบเปรียบเทียบ 5 ปี - กรณีสถานการณ์ปกติสำหรับปี 2558 – 2562 |                |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
|                                   | ปี 2558   |                | ปี 2559             |                | ปี 2560             |                | ปี 2561             |                | ปี 2562             |                |
| <b>รายได้</b>                     |   |                |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
| รายได้จากการขายถ้วยเดี่ยว         | 2,171,750.00  | 77.27%         | 2,269,478.75        | 77.27%         | 2,371,605.29        | 77.27%         | 2,478,327.53        | 77.27%         | 2,589,852.27        | 77.27%         |
| รายได้จากการขายเครื่องดื่ม        | 638,750.00  | 22.73%         | 667,493.75          | 22.73%         | 697,530.97          | 22.73%         | 728,919.86          | 22.73%         | 761,721.26          | 22.73%         |
| <b>รวมรายได้</b>                  | <b>2,810,500.00</b>   | <b>100%</b>    | <b>2,936,972.50</b> | <b>100%</b>    | <b>3,069,136.26</b> | <b>100%</b>    | <b>3,207,247.39</b> | <b>100%</b>    | <b>3,351,573.53</b> | <b>100%</b>    |
| <b>ค่าใช้จ่าย</b>                 |   |                |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายถ้วยเดี่ยว  | 734,745.00  | 39.57%         | 767,808.53          | 40.46%         | 802,359.91          | 41.34%         | 838,466.10          | 42.23%         | 876,197.08          | 43.11%         |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายเครื่องดื่ม | 177,025.00  | 9.53%          | 184,991.13          | 9.75%          | 193,315.73          | 9.96%          | 202,014.93          | 10.17%         | 211,105.61          | 10.39%         |
| ค่าแอฟฟลิเคชั่น                   | 30,000.00   | 1.62%          | 30,000.00           | 1.58%          | 30,000.00           | 1.55%          | 30,000.00           | 1.51%          | 30,000.00           | 1.48%          |
| ค่าเสื่อมราคา                     | 3,000.00  | 0.16%          | 3,000.00            | 0.16%          | 3,000.00            | 0.15%          | 3,000.00            | 0.15%          | 3,000.00            | 0.15%          |
| เงินเดือนพนักงาน                  | 780,000.00  | 42.01%         | 780,000.00          | 41.10%         | 780,000.00          | 40.19%         | 780,000.00          | 39.29%         | 780,000.00          | 38.38%         |
| ค่าเช่าอาคารพาณิชย์               | 120,000.00  | 6.46%          | 120,000.00          | 6.32%          | 120,000.00          | 6.18%          | 120,000.00          | 6.04%          | 120,000.00          | 5.90%          |
| ค่าไฟฟ้า                          | 8,400.00  | 0.45%          | 8,400.00            | 0.44%          | 8,400.00            | 0.43%          | 8,400.00            | 0.42%          | 8,400.00            | 0.41%          |
| ค่าน้ำประปา                       | 3,600.00  | 0.19%          | 3,600.00            | 0.19%          | 3,600.00            | 0.19%          | 3,600.00            | 0.18%          | 3,600.00            | 0.18%          |
| <b>รวมค่าใช้จ่าย</b>              | <b>1,856,770.00</b>   | <b>100.00%</b> | <b>1,897,799.65</b> | <b>100.00%</b> | <b>1,940,675.63</b> | <b>100.00%</b> | <b>1,985,481.04</b> | <b>100.00%</b> | <b>2,032,302.68</b> | <b>100.00%</b> |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                  | <b>953,730.00</b>   |                | <b>1,039,172.85</b> |                | <b>1,128,460.63</b> |                | <b>1,221,766.36</b> |                | <b>1,319,270.84</b> |                |

ตารางที่ 6.21: งบกำไรขาดทุน กรณีสถานการณ์แย่ (Worst Case) ในปีที่ 1

| <b>ร้านทำเดี่ยว</b>                    |                       |                 |
|--|-----------------------|-----------------|
| <b>งบกำไรขาดทุน - กรณีสถานการณ์แย่</b> |                       |                 |
| <b>สำหรับปี 2558</b>                   |                       |                 |
|  |                       | หน่วย : บาท     |
| <b>รายได้</b>                          |                       |                 |
| รายได้จากการขายถ้วยเดี่ยว              | 1,085,875.00          | 77.27%          |
| รายได้จากการขายเครื่องดื่ม             | 319,375.00            | 22.73%          |
| <b>รวมรายได้</b>                       | <b>1,405,250.00</b>   | <b>100%</b>     |
| <b>ค่าใช้จ่าย</b>                      |                       |                 |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายถ้วยเดี่ยว       | (367,372.50)          | 26.22%          |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายเครื่องดื่ม      | (88,512.50)           | 6.32%           |
| ค่าแอฟฟลิเคชั่น                        | (30,000.00)           | 2.14%           |
| ค่าเสื่อมราคา                          | (3,000.00)            | 0.21%           |
| เงินเดือนพนักงาน                       | (780,000.00)          | 55.68%          |
| ค่าเช่าอาคารพาณิชย์                    | (120,000.00)          | 8.57%           |
| ค่าไฟฟ้า                               | (8,400.00)            | 0.60%           |
| ค่าน้ำประปา                            | (3,600.00)            | 0.26%           |
| <b>รวมค่าใช้จ่าย</b>                   | <b>(1,400,885.00)</b> | <b>100%</b>     |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                       |                       | <b>4,365.00</b> |

ตารางที่ 6.22: งบกำไรขาดทุน เปรียบเทียบ 5 ปี กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case)

| ร้านทำเดี่ยว   |                     |             |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
|--|---------------------|-------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|
| งบกำไรขาดทุนแบบเปรียบเทียบ 5 ปี - กรณีสถานการณ์แย่สำหรับปี 2558 - 2562 |                     |             |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
|  | ปี 2558             |             | ปี 2559             |                | ปี 2560             |                | ปี 2561             |                | ปี 2562             |                |
| <b>รายได้</b>  |                     |             |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
| รายได้จากการขายถ้วยเดี่ยว  | 1,085,875.00        | 77.27%      | 1,132,567.63        | 77.27%         | 1,181,268.03        | 77.27%         | 1,232,062.56        | 77.27%         | 1,285,041.25        | 77.27%         |
| รายได้จากการขายเครื่องดื่ม   | 319,375.00          | 22.73%      | 333,108.13          | 22.73%         | 347,431.77          | 22.73%         | 362,371.34          | 22.73%         | 377,953.31          | 22.73%         |
| <b>รวมรายได้</b>   | <b>1,405,250.00</b> | <b>100%</b> | <b>1,465,675.75</b> | <b>100%</b>    | <b>1,528,699.81</b> | <b>100%</b>    | <b>1,594,433.90</b> | <b>100%</b>    | <b>1,662,994.56</b> | <b>100%</b>    |
| <b>ค่าใช้จ่าย</b>  |                     |             |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายถ้วยเดี่ยว                                       | 367,372.50          | 26.22%      | 383,169.52          | 26.97%         | 399,645.81          | 27.74%         | 416,830.58          | 28.51%         | 434,754.29          | 29.29%         |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายเครื่องดื่ม                                      | 88,512.50           | 6.32%       | 92,318.54           | 6.50%          | 96,288.23           | 6.68%          | 100,428.63          | 6.87%          | 104,747.06          | 7.06%          |
| ค่าแอฟฟริเคชั่น  | 30,000.00           | 2.14%       | 30,000.00           | 2.11%          | 30,000.00           | 2.08%          | 30,000.00           | 2.05%          | 30,000.00           | 2.02%          |
| ค่าเสื่อมราคา  | 3,000.00            | 0.21%       | 3,000.00            | 0.21%          | 3,000.00            | 0.21%          | 3,000.00            | 0.21%          | 3,000.00            | 0.20%          |
| เงินเดือนพนักงาน   | 780,000.00          | 55.68%      | 780,000.00          | 54.91%         | 780,000.00          | 54.13%         | 780,000.00          | 53.34%         | 780,000.00          | 52.54%         |
| ค่าเช่าอาคารพาณิชย์  | 120,000.00          | 8.57%       | 120,000.00          | 8.45%          | 120,000.00          | 8.33%          | 120,000.00          | 8.21%          | 120,000.00          | 8.08%          |
| ค่าไฟฟ้า   | 8,400.00            | 0.60%       | 8,400.00            | 0.59%          | 8,400.00            | 0.58%          | 8,400.00            | 0.57%          | 8,400.00            | 0.57%          |
| ค่าน้ำประปา  | 3,600.00            | 0.26%       | 3,600.00            | 0.25%          | 3,600.00            | 0.25%          | 3,600.00            | 0.25%          | 3,600.00            | 0.24%          |
| <b>รวมค่าใช้จ่าย</b>   | <b>1,400,885.00</b> | <b>100%</b> | <b>1,420,488.06</b> | <b>100.00%</b> | <b>1,440,934.04</b> | <b>100.00%</b> | <b>1,462,259.21</b> | <b>100.00%</b> | <b>1,484,501.35</b> | <b>100.00%</b> |
| <b>กำไรสุทธิ</b>   | <b>4,365.00</b>     |             | <b>45,187.69</b>    |                | <b>87,765.77</b>    |                | <b>132,174.69</b>   |                | <b>178,493.21</b>   |                |



ตารางที่ 6.23: งบกำไรขาดทุน กรณีสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case) ในปีที่ 1

| <b>ร้านค้าเดี่ยว</b>                           |                       |                     |
|--|-----------------------|---------------------|
| <b>งบกำไรขาดทุน - กรณีสถานการณ์ที่ดีที่สุด</b> |                       |                     |
| <b>สำหรับปี 2558</b>                           |                       |                     |
|  |                       | หน่วย : บาท         |
| <b>รายได้</b>                                  |                       |                     |
| รายได้จากการขายถ้วยเดี่ยว                      | 3,257,625.00          | 77.27%              |
| รายได้จากการขายเครื่องดื่ม                     | 958,125.00            | 22.73%              |
| <b>รวมรายได้</b>                               | <b>4,215,750.00</b>   | <b>100%</b>         |
| <b>ค่าใช้จ่าย</b>                              |                       |                     |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายถ้วยเดี่ยว               | (1,102,117.50)        | 47.66%              |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายเครื่องดื่ม              | (265,537.50)          | 11.48%              |
| ค่าแอฟฟลิเคชั่น                                | (30,000.00)           | 1.30%               |
| ค่าเสื่อมราคา                                  | (3,000.00)            | 0.13%               |
| เงินเดือนพนักงาน                               | (780,000.00)          | 33.73%              |
| ค่าเช่าอาคารพาณิชย์                            | (120,000.00)          | 5.19%               |
| ค่าไฟฟ้า                                       | (8,400.00)            | 0.36%               |
| ค่าน้ำประปา                                    | (3,600.00)            | 0.16%               |
| <b>รวมค่าใช้จ่าย</b>                           | <b>(2,312,655.00)</b> | <b>100%</b>         |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                               |                       | <b>1,903,095.00</b> |

ตารางที่ 6.24: งบกำไรขาดทุน เปรียบเทียบ 5 ปี กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case)

| ร้านทำเดี่ยว  |                     |             |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
|---|---------------------|-------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|
| งบกำไรขาดทุนแบบเปรียบเทียบ 5 ปี – กรณีสถานการณ์ดีที่สุดสำหรับปี 2558 - 2562 |                     |             |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
|   | ปี 2558             |             | ปี 2559             |                | ปี 2560             |                | ปี 2561             |                | ปี 2562             |                |
| <b>รายได้</b>   |                     |             |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
| รายได้จากการขายถ้วยเดี่ยว   | 3,257,625.00        | 77.27%      | 3,410,733.38        | 77.27%         | 3,571,037.84        | 77.27%         | 3,738,876.62        | 77.27%         | 3,914,603.82        | 77.27%         |
| รายได้จากการขายเครื่องดื่ม  | 958,125.00          | 22.73%      | 1,003,156.88        | 22.73%         | 1,050,305.25        | 22.73%         | 1,099,669.59        | 22.73%         | 1,151,354.07        | 22.73%         |
| <b>รวมรายได้</b>  | <b>4,215,750.00</b> | <b>100%</b> | <b>4,413,890.25</b> | <b>100%</b>    | <b>4,621,343.09</b> | <b>100%</b>    | <b>4,838,546.22</b> | <b>100%</b>    | <b>5,065,957.89</b> | <b>100%</b>    |
| <b>ค่าใช้จ่าย</b>   |                     |             |                     |                |                     |                |                     |                |                     |                |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายถ้วยเดี่ยว  | 1,102,117.50        | 47.66%      | 1,153,917.02        | 48.55%         | 1,208,151.12        | 49.43%         | 1,264,934.23        | 50.30%         | 1,324,386.13        | 51.16%         |
| วัตถุดิบทางตรงในการขายเครื่องดื่ม   | 265,537.50          | 11.48%      | 278,017.76          | 11.70%         | 291,084.60          | 11.91%         | 304,765.57          | 12.12%         | 319,089.56          | 12.33%         |
| ค่าแอฟฟลิเคชั่น   | 30,000.00           | 1.30%       | 30,000.00           | 1.26%          | 30,000.00           | 1.23%          | 30,000.00           | 1.19%          | 30,000.00           | 1.16%          |
| ค่าเสื่อมราคา   | 3,000.00            | 0.13%       | 3,000.00            | 0.13%          | 3,000.00            | 0.12%          | 3,000.00            | 0.12%          | 3,000.00            | 0.12%          |
| เงินเดือนพนักงาน  | 780,000.00          | 33.73%      | 780,000.00          | 32.82%         | 780,000.00          | 31.91%         | 780,000.00          | 31.02%         | 780,000.00          | 30.13%         |
| ค่าเช่าอาคารพาณิชย์   | 120,000.00          | 5.19%       | 120,000.00          | 5.05%          | 120,000.00          | 4.91%          | 120,000.00          | 4.77%          | 120,000.00          | 4.64%          |
| ค่าไฟฟ้า  | 8,400.00            | 0.36%       | 8,400.00            | 0.35%          | 8,400.00            | 0.34%          | 8,400.00            | 0.33%          | 8,400.00            | 0.32%          |
| ค่าน้ำประปา   | 3,600.00            | 0.16%       | 3,600.00            | 0.15%          | 3,600.00            | 0.15%          | 3,600.00            | 0.14%          | 3,600.00            | 0.14%          |
| <b>รวมค่าใช้จ่าย</b>  | <b>2,312,655.00</b> | <b>100%</b> | <b>2,376,934.79</b> | <b>100.00%</b> | <b>2,444,235.72</b> | <b>100.00%</b> | <b>2,514,699.80</b> | <b>100.00%</b> | <b>2,588,475.69</b> | <b>100.00%</b> |
| <b>กำไรสุทธิ</b>  | <b>1,903,095.00</b> |             | <b>2,036,955.47</b> |                | <b>2,177,107.37</b> |                | <b>2,323,846.42</b> |                | <b>2,477,482.20</b> |                |

## 6.7 วิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน

ในการคาดการณ์ความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจนั้น จำเป็นต้องนำงบการเงินมาวิเคราะห์ เพื่อ  
ดูผลตอบแทนทางการเงินที่คาดว่าจะธุรกิจจะได้รับ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกวิเคราะห์ดังนี้

- จุดคุ้มทุน (Break Even Point)
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(Net Present Value: NPV)
- อัตราผลตอบแทนโครงการ(Internal Rate of Return: IRR)

### 6.7.1 จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

ในการทำธุรกิจ สิ่งที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจว่าธุรกิจมีความเป็นไปได้ในการทำกำไร คือ  
ความคุ้มทุน ซึ่งจะเป็นตัวชี้แนะว่าควรมีต้นทุนและยอดขายเท่าไร ซึ่งจุดคุ้มทุนนี้หาได้จากสูตร

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน (บาท)} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน}} \\ \text{โดย อัตรากำไรส่วนเกิน (\%)} &= \frac{\text{กำไรส่วนเกิน} \times 100}{\text{มูลค่าขาย}} \end{aligned}$$

ตารางที่ 6.25: จุดคุ้มทุน เปรียบเทียบ 3 สถานการณ์

| รายการ                     | กรณีปกติ<br>(Most Likely Case) | กรณีดีที่สุด<br>(Best Case) | กรณีแย่<br>(Worst Case) |
|----------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| รวมรายได้ (1)              | 2,810,500.00                   | 4,215,750.00                | 1,405,250.00            |
| <b>ต้นทุนแปรผัน</b>        |                                |                             |                         |
| ค่าอาหารซื้อมาเพื่อการขาย  | 734,745.00                     | 1,102,117.50                | 367,372.50              |
| ค่าเครื่องดื่ม             | 177,025.00                     | 265,537.50                  | 88,512.50               |
| ค่าไฟฟ้า                   | 8,400.00                       | 8,400.00                    | 8,400.00                |
| ค่าน้ำประปา                | 3,600.00                       | 3,600.00                    | 3,600.00                |
| <b>รวมต้นทุนแปรผัน (2)</b> | <b>923,770.00</b>              | <b>1,379,655.00</b>         | <b>467,885.00</b>       |
| <b>ต้นทุนคงที่</b>         |                                |                             |                         |
| เงินเดือนบุคลากร           | 780,000                        | 780,000                     | 780,000                 |
| ค่าเช่าอาคาร               | 120,000.00                     | 120,000.00                  | 120,000.00              |
| ค่าเสื่อมราคาในสินทรัพย์   | 3,000.00                       | 3,000.00                    | 3,000.00                |
| <b>รวมต้นทุนคงที่ (3)</b>  | <b>903,000.00</b>              | <b>903,000.00</b>           | <b>903,000.00</b>       |
| กำไรส่วนเกิน (1-2)         | 1,886,730.00                   | 2,836,095.00                | 937,365.00              |
| <b>จุดคุ้มทุน (บาท)</b>    | <b>1,345,121.72</b>            | <b>1,342,276.00</b>         | <b>1,353,731.74</b>     |

จากตารางที่ 6.25 เป็นการแสดงจำนวนเงินในการทำรายได้ให้ถึงจุดที่ธุรกิจอยู่ในจุดคุ้มทุน ซึ่งเราสามารถนำจุดคุ้มทุนนี้ เพื่อหารระยะเวลาคืน (Pay-back Period) ได้ดังนี้

ตารางที่ 6.26: ระยะเวลาคืนทุน

| รายการ               | กรณีสถานการณ์ปกติ<br>(Most Likely Case) | กรณีสถานการณ์ที่ดีที่สุด<br>(Best Case) | กรณีสถานการณ์แย่<br>(Worst Case) |
|----------------------|---|---|----------------------------------|
| จุดคุ้มทุน (บาท)     | 1,345,121.72                            | 1,342,276.00                            | 1,353,731.74                     |
| ระยะเวลาคืนทุน (ปี)  | 1.07                                    | 0.71                                    | 2.13                             |
| ระยะเวลาคืนทุน (วัน) | 1 ปี 25 วัน                             | 8 เดือน 20 วัน                          | 2 ปี 1 เดือน 18 วัน              |

#### 6.7.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือส่วนเกินของมูลค่าปัจจุบันในกระแสเงินสดสุทธิกับเงินทุนเริ่มแรก ซึ่งหาได้จาก

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV)} = \text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิตลอดอายุโครงการลงทุน} - \text{เงินลงทุนเริ่มแรก}$$

หากค่า NPV มีค่าเป็นบวก แสดงว่าสามารถลงทุนกิจการนั้น และหาก NPV มีค่าเป็นลบ แสดงว่าไม่ควรลงทุนกิจการนั้น เนื่องจากผลตอบแทนการลงทุนมีน้อย และจากข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คาดการณ์แนวโน้มปี 2557 คาดว่าเศรษฐกิจประเทศ (GDP) จะมีการขยายตัวในอัตรา 4.5 ขณะที่การขยายตัวของ SMEs (GDP SMEs) จะอยู่ที่ร้อยละ 4.3-4.7 ดังนั้นผู้วิจัยจึงคาดการณ์อัตราดอกเบี้ยโตอยู่ที่ 4.5% 4.7% และ 4.3% สำหรับสถานการณ์ปกติ ดีเยี่ยม และแย่ ตามลำดับ และสำหรับอัตราคิดลด (Discount Rate) ใช้ตามอัตราผลตอบแทนที่ต้องการคือ 10% และเงินลงทุนของร้านเท่ากับ 3,000,000 บาท

เนื่องจากการลงทุนกิจการร้าน “ทำเตี๋ยว” สามารถทำรายได้ได้อย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงกำหนดการพิจารณา NPV สำหรับ 15 ปีข้างหน้า ซึ่งแสดงได้ดังตาราง

ตารางที่ 6.26: มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) กรณีสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case)

|          | ยอดขาย    | PV สำหรับปี | PV สะสม    | เงินลงทุน   | NPV        |
|----------|-----------|-------------|------------|-------------|------------|
| ปีที่ 1  | 2,810,500 | 2,555,000   | 2,389,392  | (3,000,000) | (610,608)  |
| ปีที่ 2  | 2,936,973 | 2,427,250   | 4,816,642  | (3,000,000) | 1,816,642  |
| ปีที่ 3  | 3,069,136 | 2,305,888   | 7,122,530  | (3,000,000) | 4,122,530  |
| ปีที่ 4  | 3,207,247 | 2,190,593   | 9,313,123  | (3,000,000) | 6,313,123  |
| ปีที่ 5  | 3,351,574 | 2,081,063   | 11,394,186 | (3,000,000) | 8,394,186  |
| ปีที่ 6  | 3,502,394 | 1,977,010   | 13,371,196 | (3,000,000) | 10,371,196 |
| ปีที่ 7  | 3,660,002 | 1,878,160   | 15,249,356 | (3,000,000) | 12,249,356 |
| ปีที่ 8  | 3,824,702 | 1,784,252   | 17,033,608 | (3,000,000) | 14,033,608 |
| ปีที่ 9  | 3,996,814 | 1,695,039   | 18,728,647 | (3,000,000) | 15,728,647 |
| ปีที่ 10 | 4,176,670 | 1,610,287   | 20,338,934 | (3,000,000) | 17,338,934 |
| ปีที่ 11 | 4,364,621 | 1,529,773   | 21,868,707 | (3,000,000) | 18,868,707 |
| ปีที่ 12 | 4,561,028 | 1,453,284   | 23,321,992 | (3,000,000) | 20,321,992 |
| ปีที่ 13 | 4,766,275 | 1,380,620   | 24,702,612 | (3,000,000) | 21,702,612 |
| ปีที่ 14 | 4,980,757 | 1,311,589   | 26,014,201 | (3,000,000) | 23,014,201 |
| ปีที่ 15 | 5,204,891 | 1,246,010   | 27,260,210 | (3,000,000) | 24,260,210 |

ตารางที่ 6.27: มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case)

|         | ยอดขาย    | PV สำหรับปี | PV สะสม    | เงินลงทุน   | NPV        |
|---------|-----------|-------------|------------|-------------|------------|
| ปีที่ 1 | 4,215,750 | 3,832,500   | 3,147,880  | (3,000,000) | 147,880    |
| ปีที่ 2 | 4,413,890 | 3,647,843   | 6,795,723  | (3,000,000) | 3,795,723  |
| ปีที่ 3 | 4,621,343 | 3,472,083   | 10,267,807 | (3,000,000) | 7,267,807  |
| ปีที่ 4 | 4,838,546 | 3,304,792   | 13,572,599 | (3,000,000) | 10,572,599 |
| ปีที่ 5 | 5,065,958 | 3,145,561   | 16,718,160 | (3,000,000) | 13,718,160 |
| ปีที่ 6 | 5,304,058 | 2,994,002   | 19,712,163 | (3,000,000) | 16,712,163 |
| ปีที่ 7 | 5,553,349 | 2,849,746   | 22,561,908 | (3,000,000) | 19,561,908 |
| ปีที่ 8 | 5,814,356 | 2,712,440   | 25,274,348 | (3,000,000) | 22,274,348 |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.27(ต่อ): มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case)

|          | ยอดขาย    | PV สำหรับปี | PV สะสม    | เงินลงทุน   | NPV        |
|----------|-----------|-------------|------------|-------------|------------|
| ปีที่ 9  | 6,087,631 | 2,581,750   | 27,856,098 | (3,000,000) | 24,856,098 |
| ปีที่ 10 | 6,373,749 | 2,457,356   | 30,313,454 | (3,000,000) | 27,313,454 |
| ปีที่ 11 | 6,673,316 | 2,338,956   | 32,652,411 | (3,000,000) | 29,652,411 |
| ปีที่ 12 | 6,986,961 | 2,226,261   | 34,878,672 | (3,000,000) | 31,878,672 |
| ปีที่ 13 | 7,315,349 | 2,118,996   | 36,997,668 | (3,000,000) | 33,997,668 |
| ปีที่ 14 | 7,659,170 | 2,016,899   | 39,014,567 | (3,000,000) | 36,014,567 |
| ปีที่ 15 | 8,019,151 | 1,919,721   | 40,934,288 | (3,000,000) | 37,934,288 |

ตารางที่ 6.28: มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) กรณีสถานการณ์ย่ำแย่ (Worst Case)

|          | ยอดขาย    | PV สำหรับปี | PV สะสม    | เงินลงทุน   | NPV         |
|----------|-----------|-------------|------------|-------------|-------------|
| ปีที่ 1  | 1,405,250 | 1,277,500   | 1,083,291  | (3,000,000) | (1,916,709) |
| ปีที่ 2  | 1,465,676 | 1,211,302   | 2,294,593  | (3,000,000) | (705,407)   |
| ปีที่ 3  | 1,528,700 | 1,148,535   | 3,443,128  | (3,000,000) | 443,128     |
| ปีที่ 4  | 1,594,434 | 1,089,020   | 4,532,148  | (3,000,000) | 1,532,148   |
| ปีที่ 5  | 1,662,995 | 1,032,589   | 5,564,737  | (3,000,000) | 2,564,737   |
| ปีที่ 6  | 1,734,503 | 979,082     | 6,543,819  | (3,000,000) | 3,543,819   |
| ปีที่ 7  | 1,809,087 | 928,348     | 7,472,166  | (3,000,000) | 4,472,166   |
| ปีที่ 8  | 1,886,878 | 880,242     | 8,352,409  | (3,000,000) | 5,352,409   |
| ปีที่ 9  | 1,968,013 | 834,630     | 9,187,038  | (3,000,000) | 6,187,038   |
| ปีที่ 10 | 2,052,638 | 791,381     | 9,978,419  | (3,000,000) | 2,564,737   |
| ปีที่ 11 | 2,140,901 | 750,373     | 10,728,792 | (3,000,000) | 7,728,792   |
| ปีที่ 12 | 2,232,960 | 711,490     | 11,440,282 | (3,000,000) | 8,440,282   |
| ปีที่ 13 | 2,328,978 | 674,622     | 12,114,904 | (3,000,000) | 9,114,904   |
| ปีที่ 14 | 2,429,124 | 639,664     | 12,754,568 | (3,000,000) | 9,754,568   |
| ปีที่ 15 | 2,533,576 | 606,518     | 13,361,086 | (3,000,000) | 10,361,086  |

จากตารางจะเห็นได้ว่า NPV ส่วนใหญ่เป็นค่าบวก ดังเช่นในปีที่ 5 NPV มีค่าเท่ากับ 8,394,186 บาท, 13,718,160 บาท และ 2,564,737 บาท สำหรับกรณี Most Likely Case, Best Case และ Worst Case ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าร้าน “ทำเตี๋ยว” สามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง และควรลงทุนกับร้านนี้

#### 6.7.3 อัตราผลตอบแทนโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

การคำนวณอัตราผลตอบแทนโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) ผู้วิจัยสามารถคำนวณเพียงใน 5 ปีข้างหน้า โดยเกณฑ์การพิจารณาของว่า IRR คือ ถ้า IRR มากกว่า 15.80% แสดงว่าควรลงทุนในธุรกิจนั้น ซึ่งธุรกิจร้าน “ทำเตี๋ยว” สามารถคำนวณค่า IRR ได้ดังนี้

ตารางที่ 6.29: ตารางแสดงค่า IRR เทียบ 3 สถานการณ์

|         | Most Likely Case |         | Best Case  |         | Worst Case |        |
|---------|------------------|---------|------------|---------|------------|--------|
|         | ยอดขาย           | IRR     | ยอดขาย     | IRR     | ยอดขาย     | IRR    |
| ปีที่ 0 | -3,000,000       |         | -3,000,000 |         | -3,000,000 |        |
| ปีที่ 1 | 2,810,500        | 29.21%  | 4,215,750  | 82.51%  | 1,405,250  | 3.86%  |
| ปีที่ 2 | 2,936,973        | 97.21%  | 4,413,890  | 158.26% | 1,465,676  | 58.92% |
| ปีที่ 3 | 3,069,136        | 121.35% | 4,621,343  | 179.48% | 1,528,700  | 81.74% |
| ปีที่ 4 | 3,207,247        | 128.95% | 4,838,546  | 186.20% | 1,594,434  | 91.62% |
| ปีที่ 5 | 3,351,574        | 131.87% | 5,065,958  | 189.28% | 1,662,995  | 95.17% |

#### 6.8 สรุปผลตอบแทนทางการเงิน

จากการคาดการณ์การเงินเชิงร้าน และการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน ทั้งในสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case), สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case) และ สถานการณ์แย่ๆ (Worst Case) ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาสรุปเป็นตารางผลตอบแทนทางการเงิน ได้ดังนี้

ตารางที่ 6.30: การวิเคราะห์ผลสรุปทางการเงิน

| รายการ           | สถานการณ์ปกติ<br>(Most Likely Case) | สถานการณ์ที่ดีที่สุด<br>Best Case (+50%) | สถานการณ์ย่ำแย่<br>Worst Case (-50%) |
|------------------|-------------------------------------|--|--------------------------------------|
| <b>ยอดขาย</b>    |                                     |  |                                      |
| ปีที่ 1          | 2,810,500.00                        | 4,215,750.00                             | 1,405,250.00                         |
| ปีที่ 2          | 2,936,972.50                        | 4,413,890.25                             | 1,465,675.75                         |
| ปีที่ 3          | 3,069,136.26                        | 4,621,343.09                             | 1,528,699.81                         |
| ปีที่ 4          | 3,207,247.39                        | 4,838,546.22                             | 1,594,433.90                         |
| ปีที่ 5          | 3,351,573.53                        | 5,065,957.89                             | 1,662,994.56                         |
| จุดคุ้มทุน (บาท) | 1,345,121.72                        | 1,342,276.00                             | 1,353,731.74                         |
| ระยะเวลาคืนทุน   | 1 ปี 25 วัน                         | 8 เดือน 20 วัน                           | 2 ปี 1 เดือน 18 วัน                  |
| <b>NPV</b>       |                                     |  |                                      |
| ปีที่ 5          | 8,394,186                           | 13,718,160                               | 2,564,737                            |
| ปีที่ 10         | 17,338,934                          | 27,313,454                               | 2,564,737                            |
| ปีที่ 15         | 24,260,210                          | 37,934,288                               | 10,361,086                           |
| IRR              | 131.87%                             | 189.28%                                  | 95.17%                               |



## บทที่ 7

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 7.1 การประเมินและสรุปโครงการ

จากการหาข้อมูลประกอบทั้งหมด จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชื่นชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยว และมีความถี่ในการรับประทานก๋วยเตี๋ยวยู่ในระดับ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ซึ่งเห็นได้ว่าธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเป็นที่นิยมในระดับหนึ่ง

ในปัจจุบันประชาชนล้วนแต่ใช้สมาร์ทโฟนในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนี้ ส่วนใหญ่มีสมาร์ทโฟนเป็นของตนเอง และชื่นชอบการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ที่จะมีร้านก๋วยเตี๋ยวที่มีการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ทั้งนี้จากการสำรวจความต้องการใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกได้ ที่มีการนำแอปพลิเคชันประเภทเกมมาใช้ในการจัดการและการบริการของร้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจและเลือกที่ลองเข้ารับบริการ เสริมกับจุดเด่นของร้านที่ให้บริการเส้นและน้ำซุ่ยยิ่งเสริมความสนใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

จุดเด่นของคนเราก็คือการมีร้านอาหารให้รับประทานตลอดเวลา ยิ่งไปกว่านั้น ถ้าเป็นการที่ทานอาหารได้ในจำนวนไม่จำกัด จะยิ่งเป็นที่ต้องการ เพราะจะทำให้ผู้บริโภคให้ความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป และการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคนั้น ยิ่งจะเป็นสิ่งที่ยังขาดผู้ตอบสนอง ยิ่งเป็นการนำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาช่วยในการสั่งอาหารให้ตรงตามความต้องการแล้ว จะยิ่งเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่มีความต้องการในลักษณะนี้

#### 7.2 การบริหารความเสี่ยง

เนื่องจากการทำธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว โดยการคิดราคาเฉพาะค่าวัตถุดิบตามน้ำหนักที่ต้องการใส่ในแต่ละชาม ส่วนเส้นกับน้ำซุ่ยเติมได้ไม่จำกัด และยังมี การนำเทคโนโลยีเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน ประเภทเกมจำลองการทำอาหารเข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวกนั้น จะมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง แต่การลงทุนที่ไม่มากนักและผลตอบแทนหากประสบความสำเร็จก็มีความคุ้มค่า ดังนั้น ทางผู้วิจัยจึงได้มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงออกเป็น 2 รูปแบบ เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

##### 7.2.1 กรณีที่ได้ผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case)

ในกรณีที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีหรือมีแอปพลิเคชันลักษณะเดียวกันที่มีอำนาจทางการค้าที่สูงกว่า รวมถึงความยุ่งยากต่อผู้ใช้ที่ไม่สามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้สะดวกดังจุดประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวก ซึ่งมีผลต่อจำนวนผู้ใช้ที่ลดลง ทางโครงการมีแผนรับมือไว้ ดังนี้

- การเพิ่มวิธีหรือกระบวนการที่จะทำให้แอปพลิเคชันดังกล่าว เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งาน และง่าย

ต่อการใช้งาน รวมถึงมีมาตรการในการหาวิธีอธิบายให้ผู้ใช้เข้าใจและใช้งานได้สะดวก

- การมุ่งเน้นการทำให้กลุ่มผู้ใช้มีความสนุกมากยิ่งขึ้น และมุ่งเน้นการแพร่กระจายไปตาม Social Network ต่างๆ
- มีการนำวัตถุดิบจากยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เข้ามาร่วมในรายการวัตถุดิบให้ลูกค้าได้เลือกบริโภค เพื่อร่วมใช้การประชาสัมพันธ์แบบเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังให้ผู้ใช้ได้ร่วมโหวตวัตถุดิบที่ชื่นชอบ เพื่อในครั้งต่อไปจะได้รู้ความต้องการของผู้ใช้และนำวัตถุดิบดังกล่าวมาใช้ในร้านต่อไป
- เพิ่มกิจกรรมแบบการส่งต่อ โดยการแนะนำเพื่อนให้เข้ามาลองใช้แอปพลิเคชันหลายๆ หรือ กิจกรรมที่จะทำให้กลุ่มผู้บริโภคได้รู้จักและลองเข้ามาใช้งานแอปพลิเคชัน เพื่อให้กลุ่มผู้ใช้เพิ่มมากขึ้น ทั้งหมดเป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้ยอดผู้ใช้นั้นพัฒนาเพิ่มสูงขึ้นในปีแรก และปีที่สองเป็นต้นไป ก็สามารถกลับมาขายในส่วนของธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวได้เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

#### 7.2.2 กรณีที่ได้ผลกำไรมากที่สุด (Best Case)

ในกรณีที่มีกลุ่มผู้ใช้นิยมใช้แอปพลิเคชันเป็นจำนวนมาก จะเกิดความสนใจต่อกลุ่มผู้ใช้ อื่นๆ ที่จะเข้ามาใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการทำกำไรที่มากขึ้น ได้มีแผนพัฒนาไว้ ดังนี้

- ขยายกิจการ โดยการเปิดสาขาเพิ่ม และจะเป็นอีกหนึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะสามารถเลือกสาขาที่จะเข้าไปรับประทานได้จากแอปพลิเคชัน หรือแม้แต่การค้นหาสาขาที่ใกล้เคียงกับตำแหน่งที่อยู่ ณ ปัจจุบันของลูกค้า
- มีบริการแบบ Delivery ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกได้ โดยผ่านแอปพลิเคชันว่าจะใช้บริการรับประทานก๋วยเตี๋ยวที่ร้านหรือให้บริการส่งให้ถึงที่
- เพิ่มกิจกรรมที่สามารถให้ลูกค้าได้เล่นแข่งขันเพื่อนำไปสู่การได้รางวัลเป็นส่วนลดหรืออื่นๆ ทั้งหมดเป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้มีการขยายกิจการ รวมถึงเพิ่มกลุ่มลูกค้าและผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้นในช่วง ปีที่สาม และปีที่สี่ เป็นต้นไป

### 7.3 อภิปรายผล

7.3.1 จากการตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าส่วนใหญ่ไม่เคยใช้ แอปพลิเคชัน สำหรับสั่งอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 95 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการการสั่งอาหารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ ปิยวรรณ ประชุมพันธ์ (2556) ระดับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือานั้น เป็นการใช้เพื่อสั่งซื้ออาหารจานด่วนจำนวนมากที่สุด เพราะจากการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้บริโภค มีความต้องการในเรื่องของความสะดวกรวดเร็ว ในการอำนวยความสะดวก เพื่อความรวดเร็วในการใช้งานและสั่งอาหาร เพื่อผู้บริโภคต้องการความสะดวกรวดเร็ว ทั้งการสั่งอาหารและขั้นตอนการผลิตอาหารจนถึงมือผู้บริโภค

ภายในเวลาอันสั้น หรืออาจจะเป็นเพราะแอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ยังไม่มีผู้ผลิตขึ้นมาเพื่อให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้งานหรือยังเป็นสิ่งใหม่สำหรับผู้บริโภค

7.3.2 จากการตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าข้อมูล ในแอปพลิเคชันสั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยวที่คนส่วนใหญ่ต้องการ คือ โปรโมชั่นของร้าน คิดเป็นร้อยละ 80 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการการสั่งอาหารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ ปิยวรรณ ประชุมพันธุ์ (2556) พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารทางโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ การส่งเสริมการขายเมื่อสั่งซื้ออาหารผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งถือว่าการส่งเสริมการขายสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เพราะนอกจากจะทำให้ผู้บริโภคที่ใช้งานแอปพลิเคชันอยู่เดิม ใช้งานมากยิ่งขึ้น ยังทำให้ผู้ที่ไม่เคยใช้งาน หันมาสนใจใช้งานเพราะมีการส่งเสริมการขายหรือโปรโมชั่นด้วย

7.3.3 จากการตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าได้มีการให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านการใช้งานแอปพลิเคชันนั้น ไม่จำเป็นต้องทำเยอะมากๆ แต่ควรทำให้เข้าใจง่าย นำใช้งาน ให้ผู้ใช้สามารถใช้เป็นตั้งแต่ครั้งแรก ระบบไม่ผิดพลาด และรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการการสั่งอาหารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ ปิยวรรณ ประชุมพันธุ์ (2556) พบว่าข้อเสนอแนะจากงานวิจัยควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้มีการศึกษาน้อย ทราบว่า การใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเป็นสิ่งที่เข้าใจง่าย ควรทำสื่อเป็นภาษาไทย และเป็นภาษาที่อ่านเข้าใจง่าย ไม่เป็นทางการมากนักควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้มีรายได้น้อย ทราบว่า การใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเป็นสิ่งที่ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม และราคาถูกกว่าการโทรศัพท์ หรือเดินทางไปซื้อด้วยตนเอง ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่ยังไม่ได้ใช้สมาร์ทโฟน ได้เข้ามาเริ่มใช้สมาร์ทโฟน เพราะสามารถอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ โดยมีข้อเสนอแนะในการทำครั้งต่อไป คือ ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในแอปพลิเคชันประเภทต่างๆ

#### 7.4 แนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะ

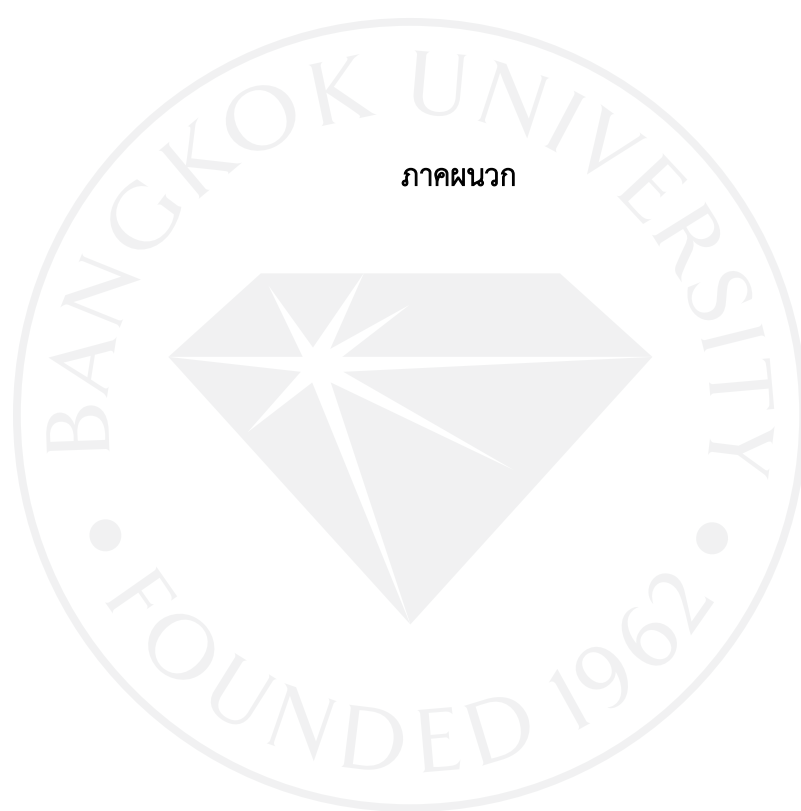
7.4.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของพฤติกรรมต่างๆของร้านอาหาร เพื่อจะได้นำมาพัฒนาในส่วนของแอปพลิเคชันที่จะตอบสนองต่อผู้บริโภคต่อไป

7.4.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมสำหรับการที่จะสร้างตลาดใหม่ที่มีมูลค่ามากขึ้นให้แก่แอปพลิเคชัน และการดำเนินการร้านก๋วยเตี๋ยวในลักษณะนี้ได้อีกด้วย

## บรรณานุกรม

- กาญจนา อรุณสุขรุจี. (2546). *ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของ สหกรณ์ การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ก้วยเตี่ยว. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://th.wikipedia.org/wiki/>.
- ก้วยเตี่ยวเรือ. (2555). สืบค้นจาก <http://www.bannoodle.com/index.php?mo=59&action=page&id=230421>.
- คณิต ดวงหัตถ์. (2538). *สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวนใน เขตเมืองและเขตชนบทของจังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- คณาจ ชื่นชม. (2553). *แอปพลิเคชันศูนย์รวมข่าวสารเครือข่ายออนไลน์สำหรับวิทยาลัยนวัตกรรมการ สื่อสารสังคมบนระบบปฏิบัติการไอโฟน*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ความเป็นมาของเส้นก้วยเตี่ยว. (2553). สืบค้นจาก [http://www.isryp.com/?page\\_id=29](http://www.isryp.com/?page_id=29).
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัทซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมี. (2547). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เนท.
- ตลาดสมาร์ตโฟนแข่งเดือดเปิดศึกชิงเจ็ดหมื่นล้าน. (2555). *ฐานเศรษฐกิจ*. สืบค้นจาก [http://www.thannews.th.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=133513:-7&catid=85:2009-02-08-11-22-45&Itemid=417](http://www.thannews.th.com/index.php?option=com_content&view=article&id=133513:-7&catid=85:2009-02-08-11-22-45&Itemid=417).
- ตำนานเส้น. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://atcloud.com/stories/67823>.
- ทวีพงษ์ หินคำ. (2541). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารงานสุขาภิบาลใต้ จังหวัด เชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนิยา ปัญญาแก้ว. (2541). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของข้าราชการครูในจังหวัด เชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเรือง ขจรศิลา. (2529). *วิธีวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประวัติและชนิดเส้นก้วยเตี่ยว. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://www.xn--12c4bxbbw0hxdqef.com/record.html>.
- ปวีร์ศรี เหลืองทองคำ. (2553). *ระบบการจัดการร้านอาหาร Restaurant Management System*. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.

- ปิยวรรณ ประชุมพันธ์. (2556). *พฤติกรรมการใช้บริการการส่งอาหารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่*.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- พิมล เมฆสวัสดิ. (2549). *การประเมินคุณภาพการบริการสำนักงานหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภนิดา ชัยปัญญา. (2541). *ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจกรรมไร่นาสวนผสมภายใต้โครงสร้างและระบบการเกษตรของจังหวัดเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยอด ก้วยเตียวเป็ด. (2556). *ความเป็นมาของกล้วยเตียว*. สืบค้นจาก  
<http://drducks.igetweb.com/index.php?mo=59&action=page&id=756042>.
- รัชณี คุุ่ไฟจิตต์กุล. (2537). *ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานกับภาวะวิตกกังวลในกลุ่มวิศวกรโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิต อุ๋อัน. (2553). *การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วิรุฬ พรรณทวี. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เศรษฐกิจทำเงิน สร้างแอปพลิเคชันทำเงิน*. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://chaiyatip7.blogspot.com/2012/04/blog-post.html>.
- สมลักษณ์ ฤทธิเรือง และจิตติมา รอดแดง. (2548). *เว็บแอปพลิเคชันเพื่อการจัดการโครงการงานพิเศษระดับปริญญาตรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อิน บิซซิเนส เวิร์ลด์.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Principle of marketing* (7<sup>th</sup> ed.). New York: Prentice Hall, Inc.
- Maslow, A.H. (1990). *Motivation and personality*. New York: Haper and Row.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley & Sons.



## แบบสอบถาม

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
แอปพลิเคชันสั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำถ้วยเดียว

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลและระดับความคิดเห็นของท่าน

**ส่วนที่ 1 :** ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

### 1. เพศ

- ชาย  หญิง

### 2. อายุ

- 16-18 ปี  19 – 22 ปี  
 23 – 30 ปี  ตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป

### 3. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา  ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 บริษัทเอกชน  ธุรกิจส่วนตัว  
 รับจ้างทั่วไป  อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### 4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  
 ปริญญาโท  ปริญญาเอก

### 5. รายได้ต่อเดือน

- น้อยกว่า 15,000 บาท  15,001 – 20,000 บาท  
 20,001 – 25,000 บาท  มากกว่า 25,000 บาท

## ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยว

### 6. คุณชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยวหรือไม่

- ชอบ  ไม่ชอบ  
 เฉยๆ

### 7. ความถี่ในการรับประทานก๋วยเตี๋ยว

- ทุกวัน  1 ครั้ง/สัปดาห์  
 2-3 ครั้ง/สัปดาห์  นานๆครั้ง

### 8. เหตุผลที่เลือกรับประทานก๋วยเตี๋ยว(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ความชอบส่วนตัว  สะดวกในการหาร้าน  
 ราคาเยี่ยมเยา  สามารถเลือกวัตถุดิบที่ชอบได้  
 สามารถปรุงรสชาติได้เอง  อื่นๆ โปรดระบุ.....

### 9. ประเภทก๋วยเตี๋ยวที่ชอบรับประทาน(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ก๋วยเตี๋ยวน้ำใส  ก๋วยเตี๋ยวน้ำตก  ก๋วยเตี๋ยวเย็นตาโฟ  
 ก๋วยเตี๋ยวดมยำน้ำพริกเผา  ก๋วยเตี๋ยวดมยामะนาวสด  อื่นๆ โปรดระบุ.....

### 10. สถานที่ของร้านก๋วยเตี๋ยวที่ท่านรับประทานบ่อยที่สุด

- ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์  ร้านก๋วยเตี๋ยวมินิมอล  
 ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า  ร้านก๋วยเตี๋ยวโรงอาหารในที่ทำงาน/สถานศึกษา  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

### 11. ราคา ก๋วยเตี๋ยวที่ท่านเคยรับประทานเป็นประจำ

- ต่ำกว่า 20 บาท  20 – 29 บาท  
 30 – 39 บาท  40 – 49 บาท  
 50 – 59 บาท  มากกว่า 60 บาท

### 12. ราคา ก๋วยเตี๋ยวที่ท่านคิดว่าเหมาะสม

- ต่ำกว่า 20 บาท  20 – 29 บาท  
 30 – 39 บาท  40 – 49 บาท  
 50 – 59 บาท  มากกว่า 60 บาท



**ส่วนที่ 3 : พฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน**

**13. วัตถุประสงค์ที่คุณเลือกใช้สมาร์ทโฟน(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- เพื่อการติดต่อ ผ่านการโทร-ข้อความ     เพื่อการติดต่อผ่าน Social network  
 เพื่อค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต     เพื่อใช้แอปพลิเคชันต่างๆอำนวยความสะดวก  
 เพื่อบันทึกภาพ/วิดีโอ     อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**14. คุณเคยใช้แอปพลิเคชัน ประเภทเกมจำลองการทำอาหาร หรือไม่**

- เคย     ไม่เคย

**15. คุณเคยใช้แอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์หรือไม่**

- เคย     ไม่เคย (ข้ามไปข้อ 17)

**16. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์**

- ทุกวัน     1 ครั้ง/สัปดาห์     2-3 ครั้ง/สัปดาห์     อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**17. เหตุผลที่คุณไม่เลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- ไม่ทราบว่ามีแอปพลิเคชันสั่งอาหาร  
 ไม่มีเหตุผลจำเป็นในการใช้งาน  
 เลือกใช้การสั่งอาหารผ่านทาง Call center แทน  
 ใช้งานยาก  
 อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

**ส่วนที่ 4 : ปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำ  
 ก๋วยเตี๋ยว**

**18. คุณเคยใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน ขณะอยู่ในร้านอาหารหรือไม่**

- เคย     ไม่เคย

**19. คุณเคยใช้แอปพลิเคชัน สำหรับสั่งอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวหรือไม่**

- เคย     ไม่เคย

**20. หากมีแอปพลิเคชันเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว คุณสนใจใช้บริการหรือไม่**

- สนใจ     ไม่สนใจ เพราะ.....

**21. หากมีร้านก๋วยเตี๋ยว ที่นำเอาแอปพลิเคชันเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว มาเป็นระบบสั่งอาหาร  
 ท่านจะใช้บริการร้านนั้นหรือไม่**

- ใช้บริการ     ไม่ใช้บริการ เพราะ.....  
 ลองถามเพื่อน/คนรู้จักที่เคยไปก่อน จึงจะตัดสินใจ  
 อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

22. ท่านคิดว่าสถานที่ใด ที่เหมาะสมกับการให้บริการร้านอาหารก๋วยเตี๋ยว ที่ใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว มาเป็นระบบสั่งอาหารของร้าน

- ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์       ร้านก๋วยเตี๋ยวริมถนน
- ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า       ร้านก๋วยเตี๋ยวโรงอาหารในที่ทำงาน/สถานศึกษา
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

23. ท่านต้องการใช้ข้อมูลอะไรบ้าง ในแอปพลิเคชันสั่งอาหารในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ข้อมูลเบื้องต้นของร้าน       โปรโมชั่นของร้าน
- เมนูในร้าน       แนะนำเมนูเด็ด
- ระบบสั่งอาหารในร้าน       ระบบสั่งอาหารล่วงหน้า
- อื่นๆ ระบุ.....

24. ท่านต้องการให้เกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยวอยู่ในรูปแบบใด(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีตัวละครที่แทนตนเอง       เลือกขนาดชามได้
- เลือกประเภทของก๋วยเตี๋ยวได้       เลือกใส่/ไม่ใส่ เส้นก๋วยเตี๋ยวประเภทต่างๆได้
- เลือกใส่/ไม่ใส่ ลูกชิ้นประเภทต่างๆได้       เลือกใส่/ไม่ใส่ เนื้อสัตว์ต่างๆได้
- เลือกใส่/ไม่ใส่ ผักต่างๆได้       เลือกปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการได้
- เลือกปริมาณน้ำซุซที่ต้องการได้       เลือกระดับความเผ็ดได้ (กรณีสั่งต้มยำ)
- คำนวนราคาเมื่อเลือกวัตถุดิบต่างๆ       บอกเวลาอาหารจะมาถึง หลังยืนยันการสั่ง
- สามารถสั่งล่วงหน้าก่อนเดินทางไปถึงร้านได้
- ระบุวันที่ และเวลาไปรับประทานได้
- อื่นๆ .....

25. หากมีร้านก๋วยเตี๋ยวที่นำเอาแอปพลิเคชันมาใช้ในการสั่งอาหาร ในรูปแบบเกมจำลองการทำก๋วยเตี๋ยว ท่านคิดว่าราคาของก๋วยเตี๋ยวราคาใดที่เหมาะสมกับร้านดังกล่าว

- ต่ำกว่า 20 บาท       20 – 29 บาท
- 30 – 39 บาท       40 – 49 บาท
- 50 – 59 บาท       มากกว่า 60 บาท



## ประวัติผู้เขียน

|                  |                       |
|------------------|-----------------------|
| ชื่อ – นามสกุล   | นางสาวปวีณ์สุตา บุษชา |
| วัน เดือน ปีเกิด | 20 มิถุนายน 2532      |
| อีเมลล์          | b_pawee@hotmail.com   |

## ประวัติการศึกษา

|             |  |
|-------------|--|
| 2555 – 2557 | นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต<br>มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร                              |
| 2551 – 2555 | วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ประยุกต์ –<br>มัลติมีเดีย<br>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร |
| 2548 – 2551 | มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช จังหวัด<br>นครศรีธรรมราช   |

## ประสบการณ์ทำงาน

|                 |  |
|-----------------|--|
| 2555 – ปัจจุบัน | สำนักงานกิจการนักศึกษา สังกัดสำนักงานอธิการบดี<br>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, นักบริการการศึกษา |
|-----------------|--|

## ผลงานวิชาการ

|      |   |
|------|---|
| 2555 | International Conference on Learning Innovation in<br>Science and<br>Technology 2012, Critical thinking and analyzing skills<br>improvement: Moral and ethical developments |
|------|---|

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 18 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2557

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ปวิณ์ สุ่มา นุช อยู่บ้านเลขที่ 466  
ชอย - ถนน รัชดาภิเษก ตำบล/แขวง ในเมือง  
อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช รหัสไปรษณีย์ 80000  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7550300375  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก  
หลักสูตร นิเทศศาสตร์นานาชาติ สาขาวิชา ปรีณารัฐกิจบัณฑิตและการผลิต คณะ บัณฑิตวิทยาลัย  
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากัน โดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ ธุรกิจร้าน ก๋วยเตี๋ยว เลือกได้ ผ่านแอปพลิเคชันประเภทกลุ่มบนส์มาร์เก็ตเพลส (Customize noodle shop with order and voting application)

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตร์นานาชาติ ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า "สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีการกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะที่ตนเองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกจำหน่าย เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( น.ส. ปวีณฉวีดา บุชา )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( ดร. ชนชนา ชิตสุภาวดี )  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุด

ลงชื่อ.....พยาน  
( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์ )  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
( จันทนา งามวราภรณ์ )