

บทที่ 4

ผลการสำรวจสถานการณ์ของธุรกิจร้านอาหารต้มยำในประเทศไทย

ผลการสำรวจสถานการณ์ของธุรกิจร้านอาหารต้มยำในประเทศไทย ผู้วิจัยจะกล่าวถึง คุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำ ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับกิจกรรมร้านอาหารต้มยำ และ ปัญหาอุปสรรคของกิจการร้านอาหารต้มยำที่ต้องเผชิญในประเทศไทย เพื่อนำมาประกอบการ วิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจร้านอาหารต้มยำในประเทศไทยต่อไป

คุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำ

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำในประเทศไทยที่ให้ สัมภาษณ์ในฐานะที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการศึกษารั้งนี้ จำนวน 110 ราย โดยมีคุณลักษณะส่วน บุคคลได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส สัญชาติคู่สมรส และภูมิลำเนาเดิม ดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.1)

เพศ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ร้อยละ 56.4 เป็นผู้ประกอบการเพศหญิง และร้อยละ 43.6 เป็นผู้ประกอบการเพศชาย

สถานภาพ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้วและอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 89.9 และมีสถานภาพสมรสแล้วแต่เป็นหม้าย ร้อยละ 4.6 ในขณะที่มีผู้ให้ข้อมูลที่มีสถานภาพสมรสโสด ร้อยละ 5.5

คู่สมรส พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว และมีคู่สมรสที่มีสัญชาติไทยจาก ประเทศไทย ร้อยละ 76.4 และมีคู่สมรสที่เป็นคนสัญชาติมาเลเซีย ร้อยละ 18.2

ภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเป็นคนมุสลิมเชื้อสายมลายูและมีสัญชาติไทยจากจังหวัด ชายแดนใต้ ได้แก่ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลประมาณสองในห้าย้ายถิ่นข้าม แดนมาเป็นผู้ประกอบการย้ายถิ่นในประเทศไทยจากถิ่นต้นทางมาจากจังหวัดปัตตานี ร้อยละ 41.8 และมีถิ่นต้นทางมาจากจังหวัดยะลา ร้อยละ 35.5 และจังหวัดนราธิวาส ร้อยละ 13.6 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามมีผู้ให้ข้อมูลบางส่วนมีย้ายถิ่นมาเป็นผู้ประกอบการย้ายถิ่นจากถิ่นต้นทางที่ อยู่นอกเขตจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งพวกเขามีถิ่นต้นทางมาจากจังหวัดพัทลุง และนครศรีธรรมราช ร้อยละ 3.6

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	48	43.6
หญิง	62	56.4
สถานภาพ		
โสด	6	5.5
สมรส	99	89.9
หม้าย	5	4.6
คู่สมรส		
คนสัญชาติมาเลเซีย	20	18.2
คนสัญชาติไทย	84	76.4
ไม่มีคู่สมรส	6	5.5
ภูมิลำเนา		
ปัตตานี	46	41.8
ยะลา	39	35.5
นราธิวาส	15	13.6
สงขลา	6	5.5
อื่นๆ	4	3.6
รวม	110	100.0

ในจำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำ จำนวน 110 ราย มีผู้ประกอบการร้อยละ 37.3 ที่เคยทำงานในกิจการร้านอาหารต้มยำของครอบครัวในประเทศมาเลเซียมาก่อนที่จะเปิดกิจการร้านอาหารต้มยำของตนเอง รองลงมา คือ เคยเป็นลูกจ้างร้านอาหารต้มยำในประเทศมาเลเซียมาก่อน ร้อยละ 30.9 และ เคยเป็นเจ้าของร้านอาหารต้มยำมาก่อนแต่ย้ายร้านมาจากที่อื่น ร้อยละ 24.5 อย่างไรก็ตามมีผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำที่ไม่เคยประกอบอาชีพนี้มาก่อน ร้อยละ 7.3 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพเดิมก่อนเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำ

อาชีพเดิม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยประกอบอาชีพ	8	7.3
เจ้าของกิจการร้านอาหารต้มยำ	27	24.5
ลูกจ้างร้านอาหารต้มยำ	34	30.9
กิจการร้านอาหารต้มยำครอบครัว	41	37.3
รวม	110	100.0

การเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่เมื่อมาประกอบกิจการร้านอาหารต้มยำ พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำในจำนวน 110 ราย มีความเห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเขาดีขึ้น ร้อยละ 75.5 รองลงมาคือ การประกอบกิจการร้านอาหารต้มยำทำให้พวกเขามีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมที่เป็นลูกจ้าง ร้อยละ 60.0 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพอื่น

การเปลี่ยนแปลง	จำนวน	ร้อยละ (n=110)
ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น	83	75.5
รายได้เพิ่มขึ้น	66	60.0
ทำงานสบายขึ้น	21	19.1
สบายใจขึ้น	38	34.5
ไม่มีความเห็น	27	24.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แรงบันดาลใจที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำตัดสินใจมาดำเนินธุรกิจร้านอาหารต้มยำในปัจจุบันนั้น อันดับแรก คือ ร้อยละ 30.0 ผู้ประกอบการเห็นความสำเร็จของการดำเนินกิจการร้านอาหารต้มยำของนายจ้างและผู้อื่นประสบความสำเร็จเลยอยากที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำเอง รองลงมาคือ ร้อยละ 28.2 พวกเขาไม่อยากจะจ้างใคร พวกเขาอยากเป็นเจ้าของกิจการของตัวเอง และร้อยละ 20.0 พวกเขามีความรู้ในการขาย/ ให้บริการร้านอาหารต้มยำ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของแรงบันดาลใจที่ทำให้ท่านมาทำร้านอาหารต้มยำ

แรงบันดาลใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อยากจะจ้างใคร อยากเป็นเจ้าของกิจการของตัวเอง	31	28.2
ไม่เคยคิดอยากทำกิจการนี้มาก่อน แต่เห็นคนอื่นทำแล้วประสบความสำเร็จ เลยทำบ้าง	33	30.0
รับช่วงกิจการต่อจากครอบครัว	12	10.9
มีความรู้ในการขาย/ ให้บริการ ประเภทนี้	22	20.0
เป็นกิจการที่ไม่ต้องใช้ความรู้หรือทักษะมาก	2	1.8
เป็นกิจการที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนมาก	1	0.9
อื่นๆ	9	8.2
รวม	110	100.0

ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการร้านอาหารต้มยำ

ในจำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำ จำนวน 110 ราย พบว่า ลักษณะของร้านอาหารต้มยำของผู้ประกอบการมีความหลากหลาย ได้แก่ ร้านอาหารต้มยำที่มีลักษณะร้านแบบตึกแถว ร้อยละ 37.3 รองลงมา ได้แก่ ร้านแบบห้อง/ หน้าร้านเช่า ร้อยละ 21.8 ร้านแบบแผงริมถนน ร้อยละ 19.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของสถานที่ดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบัน

ลักษณะของร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ตึกแถว	41	37.3
บ้านมีบริเวณ	11	10.0
ห้อง/ หน้าร้านเช่า	24	21.8
แผงริมถนน	21	19.1
อื่น	13	11.8
รวม	110	100.0

ลักษณะความเป็นเจ้าของร้านอาหารต้มยำ พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำร้อยละ 88.2 เป็นผู้เช่าสถานที่ร้านอาหารต้มยำในการดำเนินกิจการ มีเพียงจำนวนเล็กน้อยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำเป็นเจ้าของสถานที่ตั้งร้านอาหาร ร้อยละ 3.6 (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ตั้งของร้าน

ความเป็นเจ้าของ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นของตนเอง	4	3.6
เช่า	2	1.8
เช่า	97	88.2
อื่นๆ	7	6.4
รวม	110	100.0

ความเป็นเจ้าของกิจการร้านอาหารต้มยำ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ร้อยละ 86.4 เป็นเจ้าของกิจการเองร่วมกับคู่สมรส มีเพียงร้อยละ 1.9 ที่ดำเนินกิจการร้านอาหารต้มยำร่วมหุ้นส่วนกับผู้อื่น (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของความเป็นเจ้าของกิจการร้านอาหารต้มยำในปัจจุบัน

ความเป็นเจ้าของ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการทำเอง	89	86.4
เจ้าของกิจการกับหุ้นส่วน	2	1.9
อื่นๆ	12	11.7
รวม	110	100.0

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ (n=110)
เงินส่วนตัว	108	98.1
เงินครอบครัวญาติ	54	49.0
อื่นๆ	4	3.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของท่านได้ความรู้ในการขายหรือให้บริการในกิจการร้านอาหารต้มยำนี้มาจากที่ไหน

ความรู้	จำนวน	ร้อยละ
คนในครอบครัว/ญาติ	51	46.4
ได้รับความรู้จากประสบการณ์การทำงานเป็นลูกจ้างในร้านอาหารต้มยำมาก่อน	45	40.9
เข้าเรียน/อบรมหลักสูตรการขาย/บริการจากหน่วยงาน	1	0.9
อื่นๆ	13	101.8
รวม	110	100.0

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของการทำบัญชีของกิจการ

การทำบัญชีของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
การทำบัญชี		
ไม่มีการทำบัญชี	15	13.6
มีการทำบัญชี	95	86.4
รวม	110	100.0
ลักษณะการทำบัญชี		
จดยรับรายจ่ายแบบง่ายๆ	65	70.0
ทำบัญชีแยกประเภทตามรายรับ รายจ่าย ต้นทุน กำไร ขาดทุน	30	33.0
รวม	95	100.0
วัตถุประสงค์การทำบัญชี		
เพื่อให้รู้รายรับรายจ่ายต้นทุน กำไร	92	95.8
อื่นๆ	3	4.2
รวม	95	100.0

ความเชื่อมโยงธุรกิจ

เมื่อพิจารณาถึงประเด็นความเชื่อมโยงของธุรกิจร้านอาหารต้มยำกับห่วงโซ่อุปทาน โดยพิจารณาจากแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการดำเนินกิจการร้านอาหารต้มยำ พบว่า การระบุแหล่งที่มาของวัตถุดิบหรือสินค้าที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำใช้นั้นไม่สามารถนำเสนอภาพความเชื่อมโยงอุปทานของร้านอาหารต้มยำกับห่วงโซ่อุปทานต่างๆ เท่าไรนัก เนื่องจาก ร้านอาหารต้มยำส่วนใหญ่ ร้อยละ 61.8 ซื้อวัตถุดิบในการดำเนินกิจการจากร้านค้าในพื้นที่เดียวกันกับร้านอาหารต้มยำ และ ร้อยละ 15.5 ที่ซื้อวัตถุดิบมาจากเขตเมืองอื่น แต่อยู่ในรัฐเดียวกันกับร้านอาหารต้มยำ ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศมาเลเซีย อย่างไรก็ตาม ร้อยละ 35.5 ร้านอาหารต้มยำในประเทศมาเลเซียมีการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานมาจากแหล่งวัตถุดิบจากประเทศไทย (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่มาของวัตถุดิบหรือสินค้า

แหล่งที่มาวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ (n=110)
ร้านค้าในพื้นที่เขต/เมืองเดียวกัน	68	61.8
ร้านค้าจากเขต/เมืองอื่น แต่ในรัฐเดียวกัน	17	15.5
มาจากประเทศไทย	39	35.5
ไม่ทราบ	13	11.8
มาจากหลากหลายแห่ง	27	24.5
อื่นๆ	35	31.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของแรงงานในกิจการ

คนทำงานในกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ+คนในครอบครัว	5	4.5
เจ้าของ+ลูกจ้าง	22	20.0
เจ้าของ+ลูกจ้าง+คนในครอบครัว	83	75.4
รวม	110	100.0

แรงงานที่ได้รับค่าจ้างและไม่ได้รับค่าจ้างในกิจการ พบว่า กิจการร้านอาหารต้มยำส่วนใหญ่ มีแรงงานจำนวน 2-5 คนในกิจการร้านอาหารต้มยำ ทั้งนี้ ร้อยละ 30.0 มีแรงงาน จำนวน 5 รายใน กิจการ รองลงมา คือ ร้อยละ 18.2 มีแรงงานจำนวน 4 คน อย่างไรก็ตาม มีกิจการร้านอาหารต้มยำ ร้อยละ 8.2 ที่มีแรงงานเพียง 2 คนเท่านั้น (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนคนทำงานในกิจการร้านอาหาร

คนทำงานในกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
2	9	8.2
3	16	14.5
4	20	18.2
5	33	30.0
6	14	12.7
7	3	2.7
8	8	7.3
9	3	2.7
มากกว่า 10	4	3.6
รวม	110	100.0

แรงงานในกิจการร้านอาหารต้มยำ พบว่า ร้านอาหารต้มยำมีการใช้แรงงานตนเอง (self-employment) และสมาชิกในครอบครัว เนื่องจากกิจการร้านอาหารต้มยำเป็นกิจการขนาดเล็กที่ให้บริการแก่ลูกค้า จึงใช้จำนวนแรงงานหรือคนทำงานในกิจการค่อนข้างน้อย จากการสำรวจพบว่า กิจการร้านอาหารต้มยำมีสมาชิกในครอบครัวอย่างน้อย 1 คน ทำงานในกิจการร้านอาหารในฐานะที่เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 20.0 และร้อยละ 60.9 เป็นกิจการที่มีเจ้าของกิจการและสมาชิกในครอบครัวทำงานในร้านอาหาร จำนวน 2 คน เนื่องจากกิจการร้านอาหารต้มยำเป็นกิจการของคู่สมรส ซึ่งมีคู่สมรสร่วมทำงานในกิจการในฐานะที่เป็นเจ้าของกิจการ อย่างไรก็ตาม มีสมาชิกในครอบครัวทำงานในกิจการร้านอาหารต้มยำ 3 - 4 คน ร้อยละ 19.1 (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนสมาชิกครอบครัวในกิจการ

สมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1	22	20.0
2	67	60.9
3	17	15.5
4	4	3.6
รวม	110	100.0

นอกจากแรงงานข้ามชาติที่เป็นคนมุสลิมจากประเทศไทยแล้ว กิจการร้านอาหารต้มยำยังมีการใช้แรงงานข้ามชาติจากประเทศอื่นๆ และแรงงานท้องถิ่นในประเทศมาเลเซียจำนวนเล็กน้อย ผลการสำรวจ พบว่า กิจการร้านอาหารต้มยำมีการใช้แรงงานท้องถิ่นที่เป็นคนมุสลิมเชื้อสายมลายู สัญชาติมาเลเซียในกิจการร้านอาหารต้มยำ ร้อยละ 16.4 ในขณะที่มีการใช้แรงงานข้ามชาติชาวอินโดนีเซีย เพียงร้อยละ 7.3 ซึ่งจะเป็นได้ว่ากิจการร้านอาหารต้มยำในประเทศมาเลเซียของผู้ประกอบการย้ายถิ่นที่เป็นคนมุสลิมจากประเทศไทยส่วนใหญ่ใช้แรงงานข้ามชาติที่เป็นคนมุสลิมสัญชาติไทยจากประเทศไทยเป็นหลักในการดำเนินกิจการร้านอาหารต้มยำในประเทศมาเลเซีย

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของแรงงานท้องถิ่นทำงานในกิจการร้านอาหารต้มยำ

แรงงานท้องถิ่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	92	83.6
1	9	8.2
2	6	5.5
3	2	1.8
4	1	0.9
รวม	110	100.0

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของแรงงานอินโดนีเซียทำงานในกิจการร้านอาหารต้มยำ

แรงงานอินโดนีเซีย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	102	92.7
1	3	2.7
2	2	1.8
3	1	0.9
4	2	1.8
รวม	110	100.0

จำนวนแรงงานในกิจการร้านอาหารต้มยำ พบว่า กิจการร้านอาหารต้มยำมีการใช้แรงงานในกิจการเฉลี่ย 5.05 คน โดยเป็นแรงงานมุสลิมเชื้อสายมลายูจากประเทศไทย เฉลี่ย 4.30 คน รองลงมา คือ แรงงานสมาชิกในครอบครัว เฉลี่ย 2.03 คน แรงงานท้องถิ่นในประเทศมาเลเซีย เฉลี่ย 0.28 คน และแรงงานมุสลิมเชื้อสายไทยจากประเทศไทย เฉลี่ย 0.31 คน ทั้งนี้ เนื่องจากกิจการร้านอาหารต้มยำส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการไทยมุสลิมเชื้อสายมลายู จึงนิยมจ้างแรงงานไทยมุสลิมเชื้อสายมลายูจากประเทศไทย (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนแรงงานในกิจการ จำแนกตามประเภทของแรงงานในกิจการ

ประเภทแรงงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
แรงงานชาติพันธุ์มลายู	4.30	2.08
แรงงานชาติพันธุ์ไทย	0.31	1.86
แรงงานท้องถิ่น	0.28	0.73
แรงงานอินโดนีเซีย	0.16	0.67
แรงงานในครอบครัว	2.03	0.71
แรงงานทั้งหมด	5.05	2.27

ความต้องการสินเชื่อของกิจการ

ปัญหาสำคัญประการหนึ่งของผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำในประเทศไทยคือ การเข้าถึงแหล่งสินเชื่อในประเทศไทย เมื่อพิจารณาประเด็นการกู้ยืมสินเชื่อปัจจุบันของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำ ร้อยละ 97.3 ไม่มีการกู้ยืมสินเชื่อ มีเพียงจำนวนเล็กน้อยที่ทำการกู้ยืมสินเชื่อ สาเหตุของการไม่กู้ยืมสินเชื่อ เพราะไม่มีความจำเป็นต้องกู้ยืมสินเชื่อ ร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการไม่รู้วิธีกู้ยืมสินเชื่อในประเทศไทย ร้อยละ 16.4 และ ไม่รู้แหล่งกู้ยืมสินเชื่อในประเทศไทย ร้อยละ 10.0 (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของการกู้ยืมสินเชื่อ

การกู้ยืมสินเชื่อ	จำนวน	ร้อยละ
การขอสินเชื่อเงิน		
มีการกู้	3	2.7
ไม่มีการกู้	107	97.3
รวม	110	100.0
สาเหตุของการไม่ได้กู้* (n=107)		
ไม่มีความจำเป็น	47	43.9
ไม่รู้วิธีกู้ในมาเลเซีย	18	16.8
ไม่รู้แหล่งกู้ในมาเลเซีย	11	10.3
อัตราดอกเบี้ยสูง	6	5.6
อื่นๆ	1	0.9
ไม่ระบุ	13	12.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านอาหารต้มยำในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา และ 3 ปีข้างหน้า

การศึกษาในส่วนนี้จะนำเสนอแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านอาหารต้มยำของผู้ประกอบการย้ายถิ่นในประเทศมาเลเซีย ผลการศึกษา พบว่า ธุรกิจร้านอาหารต้มยำส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ร้อยละ 79.1 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นหรือเพิ่มขึ้น โดยมีการเปลี่ยนแปลงกิจการ เรียงตามลำดับ ดังนี้ (1) มีการเพิ่มรายการอาหารมากขึ้น (2) มีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงร้านเพิ่มขึ้น (3) มีการเพิ่มอุปกรณ์เครื่องมือมากขึ้น (4) มีการเพิ่มคุณภาพและการบริการมากขึ้น และ (5) มีการเพิ่มจำนวนแรงงานมากขึ้น (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนแปลง	จำนวน	ร้อยละ
มีการเปลี่ยนแปลง	87	79.1
ไม่มีการเปลี่ยนแปลง	23	20.9
รวม	110	100.0
ทิศทางการเปลี่ยนแปลง	เพิ่มขึ้น	ลดลง
การเปลี่ยนแปลงชนิดของรายการอาหาร	59 (67.8)	0 (0.0)
การเปลี่ยนแปลงคุณภาพ/บริการ	37 (42.5)	0 (0.0)
การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับร้าน	57 (65.5)	0 (0.0)
การใช้อุปกรณ์เครื่องมือ	47 (54.0)	0 (0.0)
การใช้แรงงาน	41 (47.1)	1 (1.1)
รวม	86 (98.9)	1 (1.1)

สาเหตุที่กิจการร้านอาหารต้มยำมีการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นในเชิงคุณภาพและปริมาณของรายการอาหาร การผลิต และการบริการในร้านอาหารต้มยำมีหลากหลายสาเหตุ โดยสามารถเรียงลำดับสาเหตุได้แก่ สาเหตุอันดับแรก คือ มีการเปลี่ยนแปลงกิจการทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าร้านอาหารต้มยำที่มีการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ 62.1 รองลงมาคือ กิจการร้านอาหารต้มยำมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการเหล่านี้จึงต้องขยายกิจการรองรับการเติบโตของกิจการ ร้อยละ 58.6 เหตุผล ลำดับสาม คือ ตลาดร้านอาหารต้มยำมีการแข่งขันกันสูง ร้อยละ 42.5 ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำจึงต้องมีการปรับตัวให้สามารถแข่งขันกับร้านอาหารต้มยำอื่นๆ ในตลาดเดียวกัน (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุของการเปลี่ยนแปลง

สาเหตุการเปลี่ยนแปลง	จำนวน	ร้อยละ (n=87)
ความต้องการของลูกค้าตลาดเปลี่ยนไป	54	62.1
ตลาดมีการแข่งขันรุนแรง	37	42.5
กิจการมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง	51	58.6
ต้องการรักษาเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด	15	17.2
ต้องการลดต้นทุน	1	1.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปัญหาอุปสรรคที่กิจการร้านอาหารต้มยำต้องเผชิญในปัจจุบัน

ปัญหาด้านสินค้าที่ขาย ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับสินค้าที่ขาย ร้อยละ 67.3 ปัญหาอันดับแรกที่กิจการร้านอาหารต้มยำเผชิญในปัจจุบัน คือ การที่สินค้าและวัตถุดิบที่ใช้ในกิจการมีราคาสูงขึ้น ซึ่งทำให้ต้นทุนในการดำเนินกิจการร้านอาหารต้มยำเพิ่มขึ้น รองลงมา คือ ปัญหาการหาแรงงานทำงานในร้านอาหารต้มยำยาก กิจการร้านอาหารต้มยำต้องใช้แรงงานเป็นปัจจัยในการผลิตที่สำคัญอย่างหนึ่ง ผู้ประกอบการหาลูกจ้างเพื่อทำงานในกิจการยาก จึงต้องใช้แรงงานจากประเทศไทยเป็นหลักในการดำเนินกิจการ (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาด้านการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาอุปสรรค		
ไม่มีปัญหา	36	32.7
มีปัญหา	74	67.3
สาเหตุของปัญหา*		
สินค้า/วัตถุดิบขาดแคลน/มีไม่สม่ำเสมอ	6	8.1
สินค้า/วัตถุดิบราคาสูงขึ้น	61	82.4
คนส่งสินค้า/วัตถุดิบไม่ตรงเวลา	3	4.0
หาคนงานยาก	15	20.2
อื่นๆ	4	5.4

*หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง ความสำเร็จของกิจการร้านอาหารต้มยำประการสำคัญอย่างหนึ่งคือทำเลที่ตั้งร้าน ประเด็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ผลการศึกษา พบว่า ประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ประกอบการมีปัญหาด้านที่ตั้งร้านอาหารต้มยำของพวกเขา โดยปัญหาที่สำคัญเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งคือ ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำทำการเช่าช่วงร้านอาหารมาจากคนสัญชาติมาเลเซียเพื่อการดำเนินกิจการ ซึ่งมีปัญหาเกี่ยวกับสัญญาเช่าที่และหรือเช่าร้าน รองลงมา คือ ปัญหาสาธารณูปโภคเกี่ยวกับ น้ำ ไฟฟ้า และที่จอดรถของกิจการที่ไม่สะดวกสบายเท่าที่ควร (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านที่ตั้ง

ปัญหาด้านที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาอุปสรรค		
ไม่มีปัญหา	53	48.2
มีปัญหา	57	51.8
สาเหตุของปัญหา* (n=57)		
ทำเลที่ตั้งกิจการไม่ดี ทำให้ขายสินค้าได้น้อย	8	14.0
ขาดสาธารณูปโภค (เช่น น้ำ/ไฟฟ้า/ที่จอดรถ)	21	36.8
ถูกเรียกค่าคุ้มครองจากนักเลง/คนคุมพื้นที่	2	3.5
ค่าเช่า/ค่าเช่าสถานที่ประกอบกิจการแพงเกินไป	8	14.0
ถูกเจ้าหน้าที่เทศกิจไล่จับ	3	5.2
ต้องจ่ายเงินใต้โต๊ะให้เจ้าหน้าที่	1	1.7
การเช่าที่ร้าน	24	42.1

*หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปัญหาด้านการตลาด ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำมากกว่าครึ่งเห็นว่ามีปัญหาด้านการตลาด โดยปัญหาที่สำคัญด้านการตลาดมีสาเหตุ ดังนี้ จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีกิจการร้านอาหารต้มยำเป็นจำนวนมากในประเทศมาเลเซีย ซึ่งทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง ธุรกิจร้านอาหารต้มยำมีจำนวนมากทำให้มีการแข่งขันในตลาดเดียวกันสูงขึ้น ทำให้ลูกค้ามีปริมาณลดลง (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาอุปสรรค		
ไม่มีปัญหา	43	39.1
มีปัญหา	67	60.9
สาเหตุของปัญหา* (n=67)		
จำนวนคู่แข่งเพิ่มขึ้น	47	70.1
ลูกค้าน้อยลง	3	4.4
อื่นๆ	15	22.3

*หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปัญหาด้านการเงิน ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำประมาณครึ่งหนึ่งประสบปัญหาเกี่ยวกับการเงิน โดยส่วนใหญ่มีสาเหตุเนื่องจากพวกเขาไม่สามารถกู้เงินเพื่อลงทุนกิจการเพิ่มในประเทศมาเลเซีย อันดับที่สอง คือ การขาดเงินทุนหมุนเวียนภายในร้านอาหารต้มยำ (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาด้านการเงิน

ปัญหาอุปสรรค	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	51	46.4
มีปัญหา	59	53.6
สาเหตุของปัญหา* (n=59)		
ไม่สามารถกู้เงินเพื่อลงทุน	25	42.3
ขาดเงินทุนหมุนเวียน	18	30.5
อื่นๆ	8	13.5

*หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากปัญหาอุปสรรคที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำต้องเผชิญในการดำเนินธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีที่พึ่งคือ สมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะ คู่สมรสของผู้ประกอบการ กิจกรรมร้านอาหารต้มยำเป็นกิจกรรมครอบครัวที่มีผู้ประกอบการและคู่สมรสดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงมีการปรึกษารื้อกับคู่สมรสของตนเอง รวมถึง พี่น้อง และพ่อแม่ของผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำก็ยังคงมีการพึ่งพาเพื่อนของตนเอง ซึ่งไม่ใช่สมาชิกในครอบครัวด้วย ทั้งนี้ ไม่มีผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำที่เคยพึ่งพาความช่วยเหลือจากองค์กรที่เป็นทางการ เช่น ธนาคาร สถาบันการเงิน หน่วยงานของรัฐ เป็นต้น (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของที่พึ่งเวลาเดือนร้อน

การพึ่งพา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีที่พึ่ง	8	7.2
มีที่พึ่ง	45	40.9
ไม่เคยมีปัญหา	24	21.8
ไม่มีความเห็น	30	21.1
รวม	110	100.0

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่พึ่งเวลาเดือนร้อน

แหล่งที่พึ่ง	จำนวน	ร้อยละ
คู่สมรส	29	64.4
พี่น้อง	6	13.3
พ่อแม่	6	13.3
เพื่อน	9	20.0
สถาบัน/องค์กร	0	0.0
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

สาเหตุแห่งความสำเร็จ	จำนวน	ร้อยละ (n=110)
ทำเลที่ตั้งกิจการดี	83	75.4
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	84	76.3
มีเครือข่ายดี	32	29.0
โชคดี	14	12.7
เศรษฐกิจดี ลูกค้ามีกำลังซื้อ	32	29.0
บริหารจัดการดี	12	10.9
มีแหล่งเงินทุนสนับสนุน	12	10.9
มีหน่วยงานสนับสนุน	0	0.0
ปัจจัยอื่นๆ	16	14.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ประเด็นความคาดหวังเกี่ยวกับกิจการร้านอาหารต้มยำ ผู้ประกอบการเห็นว่ากิจการของตนเองเป็นแหล่งรายได้เพื่อเลี้ยงตนเองและบุตร มากกว่าการดำเนินกิจการให้ธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้าเติบโต ดังจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 49.1 คาดหวังให้กิจการตนเองมีรายได้เลี้ยงตนเอง รองลงมา คือ ร้อยละ 38.2 ผู้ประกอบการคาดหวังให้กิจการตนเองมีรายได้เพียงพอต่อการส่งลูกเรียนจบ ในขณะที่มีเพียงร้อยละ 8.2 ที่คาดหวังให้กิจการมีความเจริญก้าวหน้า ขยายกิจการให้ใหญ่ขึ้น (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของความคาดหวัง

ความคาดหวัง	จำนวน	ร้อยละ
ทำกิจการพอมีรายได้เลี้ยงตนเอง	54	49.1
ทำกิจการให้มีความเจริญก้าวหน้า	9	8.2
ทำกิจการพอมีรายได้ส่งลูกเรียนจบ	42	38.2
อื่นๆ	4	3.6
ไม่ระบุ	1	0.9
รวม	110	100.0

ในขณะที่ประเด็นแนวโน้มของกิจการร้านอาหารตั๋มยำในช่วง 3 ปีหน้า สามารถ จำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ร้อยละ 56.4 ของผู้ประกอบการที่ยังไม่มีความแน่ใจในอนาคตข้างหน้าของกิจการ เพราะผู้ประกอบการไม่มีการวางแผนธุรกิจว่าจะขยายกิจการหรือเปลี่ยนแปลงกิจการ กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ประกอบการที่ไม่คิดจะเปลี่ยนแปลงหรือคงกิจการร้านอาหารเหมือนเดิม ร้อยละ 19.1 กลุ่มที่ 3 คือ ผู้ประกอบการที่คิดว่าจะลดขนาดและการบริการร้านอาหารลง อย่างไรก็ตามมีเพียง 1 รายที่คิดว่าจะปรับลดขนาดและการบริการลงเท่านั้น และกลุ่มที่ 4 คือ ผู้ประกอบการร้อยละ 23.6 มีความคิดว่าจะขยายร้านหรือเพิ่มการบริการในร้านอาหารตั๋มยำให้มากยิ่งขึ้น เพราะผู้ประกอบการกลุ่มนี้ต้องการเพิ่มรายได้จากการขยายร้านและขยายการบริการให้มากขึ้น (ตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวโน้มกิจการ

แนวโน้มกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ขยายร้าน/ บริการเพิ่ม	26	23.6
ขาย/ ให้บริการเท่าเดิม	21	19.1
ลดขนาดร้าน	1	0.9
ไม่แน่ใจ	62	56.4
รวม	110	100.0

และเมื่อพิจารณาถึงแผนการขยายกิจการร้านอาหารตั๋มยำของผู้ประกอบการที่ต้องการขยายร้านและบริการเพิ่มในจำนวน 26 ราย พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารตั๋มยำมีแผนการจ้างแรงงานเพื่อรองรับการขยายตัวของกิจการร้านอาหารเพิ่มขึ้น ร้อยละ 57.7 และมีการเพิ่มเงินลงทุนในกิจการมากยิ่งขึ้น ร้อยละ 57.7 อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการประมาณหนึ่งในสามของผู้ประกอบการที่ต้องการขยายกิจการยังไม่มีแผนการที่ชัดเจนในการขยายกิจการของตนเอง (ตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของแผนการขยายกิจการ

แผนการขยายกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
การจ้างงาน		
จ้างแรงงานเพิ่ม	15	57.7
ไม่แน่ใจ	9	34.6
ไม่ระบุ	2	7.7
การลงทุน		
ลงทุนเพิ่ม	15	57.7
ไม่ต้องเพิ่ม	1	3.8
ไม่แน่ใจ	10	38.5
รวม	26	100.0

เมื่อพิจารณาประเด็นแหล่งเงินทุนเพื่อขยายกิจการของผู้ประกอบการที่มีความต้องการขยายกิจการ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีความต้องการที่จะขยายกิจการและเพิ่มการบริการนั้น ส่วนใหญ่จะคาดว่าจะใช้เงินลงทุนที่เป็นเงินเก็บออมของตนเอง ร้อยละ 65.0 รองลงมา ผู้ประกอบการยังไม่สามารถระบุได้ว่าจะหาเงินลงทุนเพิ่มจากแหล่งไหน ร้อยละ 23.1 และร้อยละ 7.7 ผู้ประกอบการคาดว่าจะยืมเงินลงทุนจากญาติพี่น้องของตนเองเพื่อขยายกิจการของตน ในขณะที่มีผู้ประกอบการรายเดียวเท่านั้น ที่คาดว่าจะขอกู้สินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์เพื่อขยายกิจการ (ตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งเงินทุนในการเพิ่มเงินลงทุน

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
เงินออมส่วนตัว	17	65.0
ยืมญาติ พี่น้อง	2	7.7
กู้ธนาคารพาณิชย์	1	3.8
ไม่ระบุ	6	23.1
รวม	26	100.0

เนื่องจากแรงกดดันของการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารต้มยำมีสูงขึ้น ผู้ประกอบการเห็นว่าในอนาคต 3 ปีข้างหน้า ต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการแข่งขัน เนื่องจากไม่มีผู้ประกอบการรายใดเห็นว่าไม่ต้องปรับตัวในอนาคต 3 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการร้านอาหารต้มยำควรต้องมีการปรับตัวเพื่อลดแรงกดดันจากการแข่งขันในตลาดร้านอาหารต้มยำ เรียงลำดับ ดังนี้ ต้องขายสินค้า/บริการในกิจการร้านอาหารให้มีหลากหลายมากยิ่งขึ้น ร้อยละ 49.1 รองลงมา คือ ต้องทำการปรับปรุงร้านอาหารเดิมให้ดีขึ้น ร้อยละ 44.5 ต้องย้ายกิจการโดยหาทำเลที่ตั้งใหม่ ร้อยละ 42.7 และต้องขยายกลุ่มลูกค้าในกิจการร้านอาหารต้มยำให้เพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 37.3 (ตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวโน้มการปรับตัวเพื่อลดแรงกดดันจากการแข่งขันร้านอาหารต้มยำ

การปรับตัว	จำนวน	ร้อยละ (n=110)
ขายสินค้าที่มีมูลค่าสูง	15	13.6
ขยายกลุ่มลูกค้า	41	37.3
หาทำเลที่ตั้งใหม่	47	42.7
ลดต้นทุนค่าแรง	6	5.5
ขายสินค้าที่หลากหลาย	54	49.1
ปรับปรุงร้าน	49	44.5
มีโปรโมชั่น	3	2.7
ไม่ต้องปรับตัว	0	0.0
ไม่มีความเห็น	5	4.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เมื่อตอบถามถึงความต้องการให้รัฐบาลไทยช่วยเหลือผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมากกว่าครึ่งมีความต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือ และประเด็นที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำต้องการให้รัฐบาลเข้าไปช่วยเหลือ สามารถเรียงลำดับได้ดังต่อไปนี้ ลำดับแรก คือ การให้สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ รองลงมา คือ ใบอนุญาตทำงานสำหรับแรงงานไทยที่เข้าไปทำงานอย่างไม่มีผิดกฎหมายในประเทศมาเลเซีย ลำดับที่ 3 คือ การจัดหาสถานที่ค้า/ ที่ตั้งกิจการ ลำดับที่ 4 คือ ความรู้เกี่ยวกับการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มจำนวนลูกค้า (ตารางที่ 4.33)

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของความต้องการช่วยเหลือจากภาครัฐบาล

ความช่วยเหลือ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ต้องการความช่วยเหลือ	35	31.8
ต้องการความช่วยเหลือ	69	66.3
รูปแบบความช่วยเหลือ* (n=69)		
ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย/ การให้บริการใหม่	6	8.7
ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ	6	8.7
ความรู้เกี่ยวกับการขยายฐานลูกค้า/ เพิ่มจำนวนลูกค้า	20	29.0
จัดหาสถานที่ค้าขาย/ ตั้งกิจการ	25	36.2
ให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ	51	73.9
ใบอนุญาตทำงาน	48	69.5

*หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สรุป

ผลจากการสำรวจสถานภาพธุรกิจร้านอาหารต้มยำในประเทศมาเลเซียของผู้ประกอบการย้ายถิ่นจากประเทศไทยแสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการย้ายถิ่นนั้นส่วนใหญ่เป็นคนมุสลิมเชื้อสายมลายูจากจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยจากจังหวัด ปัตตานี ยะลา และ นราธิวาส และมีคนมุสลิมเชื้อสายไทยจากจังหวัดสงขลา พัทลุง และนครศรีธรรมราชบางส่วน ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจครอบครัวที่มีคู่สมรสเป็นผู้ประกอบการและใช้แรงงานในครอบครัวร่วมด้วย ผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยทำงานในร้านอาหารต้มยำมาก่อน และมีประสบการณ์จากการทำงานมาก่อนในร้านอาหารต้มยำมาจนตัดสินใจประกอบกิจการของตัวเอง ซึ่งการเป็นผู้ประกอบกิจการนั้น ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองดีขึ้น เนื่องจากมีรายได้จากการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น

ลักษณะของกิจการร้านอาหารต้มยำมีลักษณะหลากหลาย ได้แก่ เป็นตึกแถว ห้อง/ หน้าร้านเช่า และเป็นแผงริมถนน เป็นต้น ผู้ประกอบการอาศัยการเช่าสถานที่ตั้งร้านจากผู้อื่น มีส่วนน้อยที่เป็นเจ้าของสถานที่ตั้งเอง เป็นกิจการที่เป็นเจ้าของคนเดียวกับคู่สมรส ไม่มีหุ้นส่วนกิจการ ผู้ประกอบการอาศัยเงินทุนของตนเองในการสร้างกิจการ รวมถึงการขอยืมเงินจากครอบครัวเพื่อลงทุนสร้างกิจการ ความรู้ในการดำเนินกิจการมาจากประสบการณ์ในร้านอาหารต้มยำของครอบครัวและนายจ้าง

การเชื่อมโยงธุรกิจร้านอาหารต้มยำกับห่วงโซ่อุปทานนั้น พบว่า แหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการดำเนินกิจการของร้านอาหารต้มยำมีเพียงหนึ่งในสามที่มีการเชื่อมโยงมาจากวัตถุดิบจากประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบภายในประเทศมาเลเซีย ในขณะที่แรงงานภายในกิจการนั้นส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัวรวมกับการจ้างลูกจ้าง แรงงานที่จ้างในกิจการส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากประเทศไทยที่เป็นคนมุสลิมเชื้อสายมลายูจากจังหวัดชายแดนใต้

ความต้องการสินเชื่อ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีความต้องการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นที่ต้องกู้ยืม เงินทุนในการสร้างและดำเนินกิจการเป็นเงินทุนส่วนตัวที่สะสมของผู้ประกอบการ รวมถึงการขอยืมเงินจากครอบครัวของผู้ประกอบการ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงธุรกิจร้านอาหารต้มยำ พบว่า ธุรกิจร้านอาหารต้มยำมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการมีการเพิ่มรายการอาหารมากขึ้น มีการเพิ่มคุณภาพและการบริการเพิ่มขึ้น มีการปรับปรุงร้าน มีการเพิ่มการใช้อุปกรณ์เครื่องมือ มีการเพิ่มการใช้แรงงานในกิจการ สำหรับสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป และกิจการมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ปัญหาอุปสรรคของการประกอบกิจการโดยสรุปมีดังนี้

ลำดับที่ 1 ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ สินค้า/ วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น

ลำดับที่ 2 ปัญหาด้านด้านการตลาด ได้แก่ จำนวนร้านอาหารต้มยำคู่แข่งเพิ่มขึ้น

ลำดับที่ 3 ปัญหาด้านการเงิน ได้แก่ ความไม่สามารถกู้ยืมเงินเพื่อลงทุน

ลำดับที่ 4 ปัญหาด้านที่ตั้ง ได้แก่ การเช่าที่ตั้งร้าน

ดังนั้น ประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณาก่อนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ที่เป็นภาพสะท้อนจากการสำรวจสถานภาพของธุรกิจร้านอาหารต้มยำในประเทศมาเลเซีย กลุ่มเป้าหมายของแผนการส่งเสริมธุรกิจร้านอาหารต้มยำในประเทศมาเลเซียนี้คือผู้ประกอบการร้านอาหารต้มยำในปัจจุบันซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายเดิมในประเทศมาเลเซีย