

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุน
ธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

A STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN BUSINESS ENVIRONMENT
AND INVESTMENT DECISIONS FOR GENERAL RESTAURANT BUSINESS
IN MUANG DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE

ปิ่นแก้ว เทอ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

พ.ศ. 2565

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
และการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัย

ปิ่นแก้ว เทอ

สาขาวิชา

การบริหารธุรกิจ

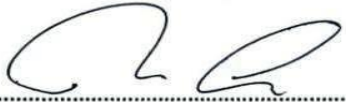
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

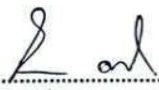
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร. ครุชา รัตนคำรงอักษร

คณะกรรมการสอบ

..... T. Ah ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทศพงษ์ อวิโรธนานนท์)

.....  กรรมการ
(อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร. ครุชา รัตนคำรงอักษร)

.....  กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กมลทิพย์ คำใจ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อนุมัติให้ดำเนินการค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ

.....  คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กมลฉัตร พลวัน)
วันที่ ๕ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๔
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

: การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
และการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัย

: ปิ่นเกื้อ เหม

สาขาวิชา

: การบริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

: อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร. รัชดา รัตนดำรงอักษร

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และทดสอบอิทธิพลปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานที่ใช้แบบสอบถามจำนวน 189 ชุด และแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 30 ราย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านอาหารทั่วไป และได้ใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยคือ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับ Y ด้วยการวิเคราะห์การทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบเพียร์สัน (Pearson Correlations Coefficient) ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 31 – 40 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และดำเนินกิจการระยะเวลามากกว่า 5 ปี จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ขณะที่การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ และสังคมและวัฒนธรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในคือ การจัดการส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในขณะที่การเงิน การตลาด และการบริหารทรัพยากรบุคคลไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ, การตัดสินใจลงทุน, ธุรกิจร้านอาหารทั่วไป

The Title : A Study of the Relationship between Business Environment and Investment Decisions for General Restaurant Business in Muang District, Chiang Mai Province

The Author : Binge He

Program : Business Administration

Independent Study Advisors : Darucha Rattanadumrongaksorn Ph.D Chairperson

ABSTRACT

This research was to study the relationship between business environment and investment decision of restaurants business operators in the area of Muang District, Chiang Mai and to assess the influence of business environment factors, both external and internal environment, that affect the investment decision in general restaurant business in Muang District, Chiang Mai Province. This integrated research used 189 questionnaires and interviews with 30 restaurant operators in Muang District, Chiang Mai Province. Descriptive statistics: frequencies; percentages; means; and standard deviations was used to describe the characteristics of entrepreneurs such as genders, ages, educational levels, a period of restaurants' operation. Inferential statistics was also applied to test the research hypothesis. The Pearson Correlations Coefficient was used to test the relationship between the X and Y variables. Most entrepreneurs were male, aged between 31-40 years old, graduated with a bachelor's degree, and have operated the restaurants for more than five years. For hypothesis testing, the results show that technology is the external environmental factor that affects the decision to invest in the restaurant businesses, while politics, law, economy, social, and culture do not affect the decision to invest. The internal environment factor is management which affects their decision, while finance, marketing, and human resource management do not affect the decision to invest in the general restaurant business in Muang District, Chiang Mai, with statistically significant at the 0.05 level.

Keywords : Business Environment, Investment Decisions, General Restaurant Business

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสำเร็จลุล่วงและประสบความสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร. ดร.ชา รัตน์ดำรงอักษร อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้กรุณาและสละเวลาให้คำปรึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ตลอดจนคณะกรรมการทั้งการสอบเปิดและปิดเล่ม การค้นคว้าอิสระทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์เกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหาร คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ของคณะวิทยาการจัดการ และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ต่าง ๆ ได้นำมาปรับใช้ประกอบการศึกษาในครั้งนี้ และความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ทำให้การจัดทำค้นคว้าอิสระเรื่องนี้เป็นไปอย่างราบรื่น

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พ้าวีกร อินลวง อาจารย์ ดร. มนนิรดา ทองเกิด และอาจารย์ ดร. ภัทรานิษฐ์ กิตติ์ธินันท์ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญในการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ในการศึกษาเรื่องนี้

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม รวมถึงความช่วยเหลือจากครอบครัว และเพื่อน ๆ ทุกท่าน ที่ช่วยให้การศึกษาเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ซึ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป และผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจร้านอาหารทั่วไป อนึ่ง หากการศึกษาในครั้งนี้มีข้อบกพร่องประการใดก็ต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ปิ่นแก้ว เทอ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ข
ABSTARCT.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามเพื่อการวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ประโยชน์การวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
ร้านอาหารประเภทต่าง ๆ.....	9
สภาพแวดล้อมภายนอก.....	9
สภาพแวดล้อมภายใน.....	22
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
รูปแบบการวิจัย.....	41
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	41
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	45
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
ผลการวิเคราะห์ตามเครื่องมือแบบสัมภาษณ์.....	51
ผลการวิเคราะห์ตามเครื่องมือแบบสอบถาม.....	55
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	74
สรุปผลการวิจัย.....	74
อภิปรายผลการวิจัย.....	76
ข้อเสนอแนะของการวิจัย.....	78
บรรณานุกรม.....	80
ภาคผนวก.....	83
ภาคผนวก ก แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์.....	84
ภาคผนวก ข การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	93
ประวัติผู้วิจัย.....	108

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
3.1	คำศัพท์ประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค.....	49
4.1	จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล.....	55
4.2	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย สภาพแวดล้อมภายนอกในภาพรวม.....	58
4.3	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย สภาพแวดล้อมภายนอกในด้านการเมืองและกฎหมาย.....	59
4.4	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย สภาพแวดล้อมภายนอกในด้านเศรษฐกิจ.....	60
4.5	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย สภาพแวดล้อมภายนอกในด้านสังคมและวัฒนธรรม.....	61
4.6	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย สภาพแวดล้อมภายนอกในด้านเทคโนโลยี.....	62
4.7	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย สภาพแวดล้อมภายในในภาพรวม.....	64
4.8	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย สภาพแวดล้อมภายในของปัจจัยการจัดการ.....	65
4.9	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย สภาพแวดล้อมภายในด้านการเงิน.....	66
4.10	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย สภาพแวดล้อมภายในด้านการตลาด.....	67
4.11	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย สภาพแวดล้อมภายในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล.....	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.12	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจลงทุน	69
4.13	เกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์.....	70
4.14	แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	71
4.15	แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	72
4.16	สรุปสมมติฐาน.....	73

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	สัดส่วนอุตสาหกรรมที่มีแหล่งการจ้างงานมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562.....	2
1.2	3 อันดับ ประเภทธุรกิจที่ผู้ประกอบการลงทุนทำธุรกิจในประเทศไทยมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562.....	2
1.3	4 อันดับ ภูมิภาคของประเทศไทยที่มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562.....	3
1.4	3 จังหวัด ภาคเหนือของประเทศไทยที่มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562.....	4
2.1	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	40

บทที่ 1

บทนำ

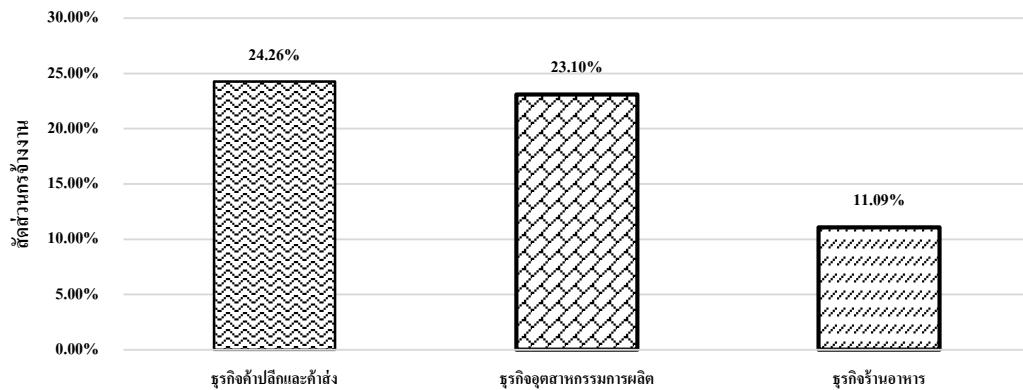
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์และรูปแบบของอาหารมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลง ทั้งจากสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ความเชื่อ และปัจจัยอื่น ๆ กลายเป็นธุรกิจแขนงหนึ่งที่อยู่คู่กับสังคมมนุษย์มานาน ทั้งนี้ในช่วง 4 ถึง 5 ปีที่ผ่านมาธุรกิจร้านอาหารมีการขยายตัวจากการลงทุนของผู้ประกอบการทั้งรายเดิมและรายใหม่ที่เข้ามาทำตลาด โดยในปี พ.ศ. 2563 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) คาดว่าธุรกิจร้านอาหารจะมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 4.37 ถึง 4.41 แสนล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 1.40 ถึง 2.40 จากปี พ.ศ. 2562 ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดธุรกิจร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารถือเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว (Hospitality Industry) โดยสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยสูงถึง 430,762 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 ที่มีจำนวน 419,801 ล้านบาท อันเนื่องมาจากเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) เข้ามามีบทบาทในการประกอบธุรกิจร้านอาหารรวมถึงกระแสความนิยมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (Digitalization) ที่ได้เพิ่มทางเลือกของการเข้าถึงการบริการร้านอาหารในแพลตฟอร์ม (Platform) ทั้งบนเว็บไซต์ (Website) และบนแอปพลิเคชัน (Application) โดยไม่ได้จำกัดแค่เพียงการให้บริการแบบมีหน้าร้านอย่างเดียว (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563 อ้างถึงใน มาร์เก็ตเทียร์, 2564)

ยิ่งไปกว่านั้นธุรกิจร้านอาหารยังเป็นศูนย์กลางของการจ้างงานของประเทศไทย โดยจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2563 ในเรื่องภาวะการทำงานของประชากรในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2562 เฉพาะนอกภาคเกษตรกรรมนั้น พบว่า ธุรกิจร้านอาหารสามารถสร้างงานให้กับประชากรในประเทศไทยได้ถึงร้อยละ 11.09 ซึ่งสูงเป็นอันดับที่ 3 โดยรองจากธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตร้อยละ 23.10 และธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งร้อยละ 24.26 ดังรายละเอียดที่แสดงภาพที่ 1.1 ด้านล่าง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563)

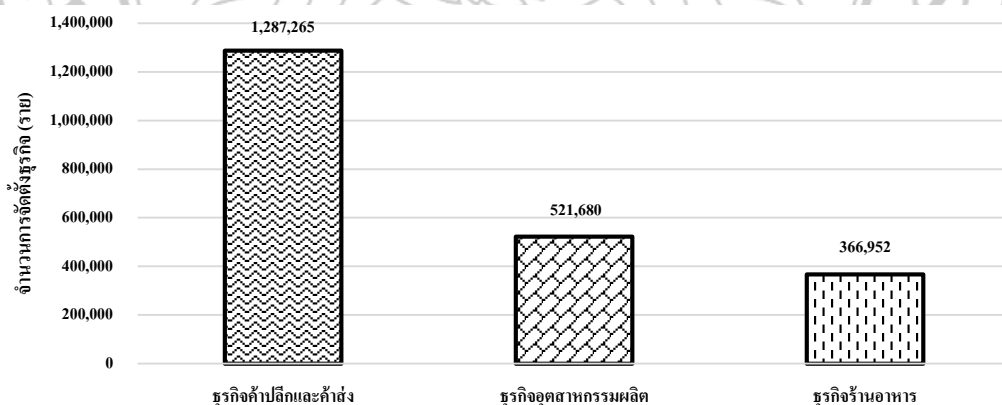
สัดส่วนอุตสาหกรรมที่มีแหล่งการจ้างงานมากที่สุด 3 อันดับแรก ประจำปี พ.ศ. 2562



ภาพที่ 1.1 สัดส่วนอุตสาหกรรมที่มีแหล่งการจ้างงานมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563

เมื่อพิจารณาจำนวนธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562 พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 366,952 ราย ซึ่งสูงเป็นอันดับที่ 3 โดยลำดับที่ 1 คือ ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง จำนวน 1,287,265 ราย และลำดับที่ 2 คือ ธุรกิจอุตสาหกรรมผลิต จำนวน 521,680 ราย ตามระเบียนภาพที่ 1.2 ด้านล่าง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

3 อันดับ ประเภทธุรกิจที่ผู้ประกอบการลงทุนทำธุรกิจในประเทศไทยมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562

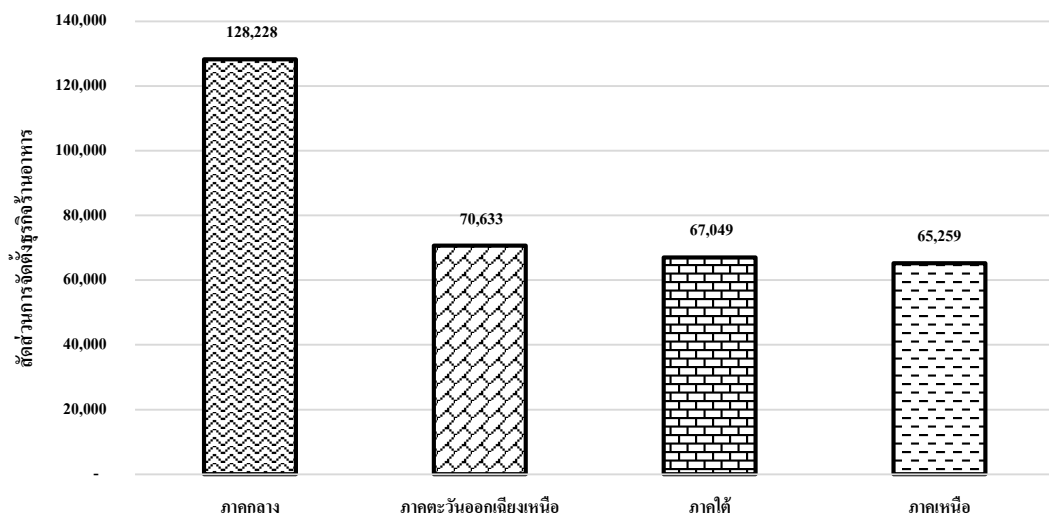


ภาพที่ 1.2 3 อันดับ ประเภทธุรกิจที่ผู้ประกอบการลงทุนทำธุรกิจในประเทศไทยมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563

หากพิจารณาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเป็น 4 ภูมิภาคแรกในปี พ.ศ. 2562 พบว่า ภาคเหนือ มีจำนวน 65,259 ราย สูงเป็นลำดับที่ 4 รองลงมาคือ ภาคใต้ จำนวน 67,049 ราย อยู่ในลำดับที่ 3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 70,633 ราย อยู่ในลำดับที่ 2 และภาคกลางจำนวน 128,228 ราย ซึ่งสูงเป็นลำดับที่ 1 ตามรายละเอียดภาพที่ 1.3 ด้านล่าง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

4 อันดับ ภูมิภาคของประเทศไทยที่มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562

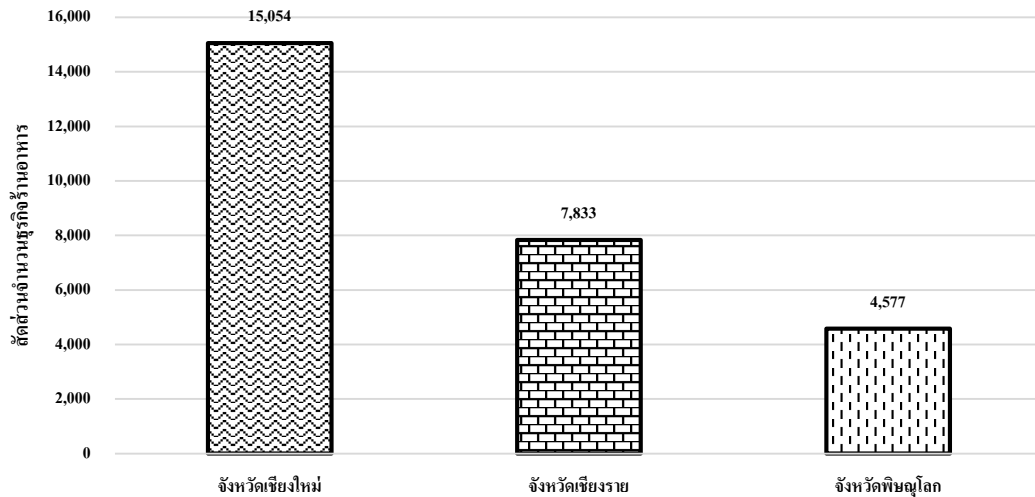


ภาพที่ 1.3 4 อันดับ ภูมิภาคของประเทศไทยที่มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563

เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ประกอบการทำธุรกิจร้านอาหารในภาคเหนือ พบว่า จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 15,054 ราย สูงเป็นลำดับที่ 1 รองลงมาลำดับที่ 2 คือ จังหวัดเชียงราย มีจำนวน 7,833 ราย และลำดับที่ 3 คือ จังหวัดพิษณุโลก มีจำนวน 4,577 ราย ตามภาพที่ 1.4 ด้านล่าง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

3 จังหวัด ภาคเหนือของประเทศไทยมีผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562



ภาพที่ 1.4 3 จังหวัด ภาคเหนือของประเทศไทยที่มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมากที่สุด ประจำปี พ.ศ. 2562

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563

ดังนั้น จากบทบาทของธุรกิจร้านอาหารที่มีความสำคัญต่อความเจริญทางเศรษฐกิจ และเกิดการจ้างงานจำนวนมากภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ในการเริ่มต้นธุรกิจ (Business Start – up) ผนวกกับการศึกษาค้นคว้าจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่นำเสนอผลการค้นคว้าทางธุรกิจโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

จากภาพรวมของธุรกิจร้านอาหารดังที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัย การตัดสินใจลงทุนในธุรกิจร้านอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ โดยเฉพาะร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป โดยเน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการลงทุนในอนาคตและเพื่อเผยแพร่ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าว ให้แก่ ผู้สนใจลงทุนในธุรกิจร้านอาหาร ได้นำไปประกอบการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจร้านอาหาร ภายใต้ ปัจจัยแวดล้อมที่ใกล้เคียงกัน โดยผลการวิจัยจะช่วยสร้างความเข้าใจปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งจะใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – structured Interview) จำนวน 30 รายเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมดจำนวน 189 ราย

คำถามเพื่อการวิจัย

1. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่
2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่ ถ้ามีคืออะไรบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1 (H_1) คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. สมมติฐานที่ 2 (H_2) คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 370 ราย โดยอ้างอิงจากข้อมูลการสัมภาษณ์ของคุณชวลิต น่อนเจริญ ตำแหน่งประธานชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่ (2562) หรือ

หมายเลขโทรศัพท์ 053 – 213 – 693

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) แล้ว คำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนตามสูตรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 189 ราย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่

- 1) การเมืองและกฎหมาย (Policy and Law)
- 2) เศรษฐกิจ (Economy)
- 3) สังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture)
- 4) เทคโนโลยี (Technology)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน คือ การจัดการ (Management) ได้แก่

- 1) ด้านการเงิน (Finance)
- 2) ด้านการตลาด (Marketing)
- 3) ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ ระดับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาวิจัยครั้งนี้ตั้งแต่ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2564

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ใช้พื้นที่ในการศึกษา คือ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์การวิจัย

1. ทำให้เข้าใจถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน นั่นคือ การจัดการ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่ต้องการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ขึ้นมา

3. สามารถนำผลการวิจัยไปสร้างแผนการบริหารจัดการธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหารทั่วไปของผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก
2. สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งประกอบด้วย การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี
3. สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่สามารถควบคุมได้ด้วยการจัดการของธุรกิจร้านอาหารทั่วไปคือ การจัดการ ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล
4. การตัดสินใจลงทุน หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์
5. การตลาด หมายถึง การดำเนินการเพื่อที่จะนำสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการไปสู่ผู้บริโภค การตลาดมีส่วนสำคัญในการกำหนดตัวสินค้าและบริการที่จะผลิตออกมาโดยอยู่บนพื้นฐานของความต้องการของผู้บริโภค
6. ร้านอาหาร หมายถึง สถานที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีที่นั่งพื้นที่และพนักงานให้บริการเสิร์ฟอาหารและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าผู้มาใช้บริการเฉพาะที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่
7. ร้านอาหารทั่วไป หมายถึง ร้านอาหารขนาดเล็ก 1-2 คูหา ที่รับประทานอาหารอยู่ในอาคาร ประเภทอาหารที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นอาหารประจำถิ่น หรือเป็นอาหารเฉพาะ เช่น ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง ส้มตำ ฯลฯ

จากความเป็นมาและความสำคัญ คำถามของการวิจัย สมมติฐานการวิจัย และวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมทั้งขอบเขตของการวิจัย และคำนิยามศัพท์เฉพาะในงานวิจัยนี้ นำไปสู่การค้นคว้าเอกสาร รวบรวมเอกสารรวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำเสนอในบทที่ 2 ต่อไป

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุน
ธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ร้านอาหารประเภทต่าง ๆ
2. สภาพแวดล้อมภายนอก
 - 2.1 นิยามสภาพแวดล้อมภายนอก
 - 2.2 ความสำคัญสภาพแวดล้อมภายนอก
 - 2.3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก
 - 2.3.1 การเมืองและกฎหมาย
 - 2.3.2 เศรษฐกิจ
 - 2.3.3 สังคมและวัฒนธรรม
 - 2.3.4 เทคโนโลยี
3. สภาพแวดล้อมภายใน
 - 3.1 นิยามสภาพแวดล้อมภายใน
 - 3.2 ความสำคัญสภาพแวดล้อมภายใน
 - 3.3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน คือ การจัดการ
 - 3.3.1 ด้านการเงิน
 - 3.3.2 ด้านการตลาด
 - 3.3.3 ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

จากหัวข้อต่าง ๆ ที่นำเสนอข้างต้นนั้น สามารถอธิบายแต่ละหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

ร้านอาหารประเภทต่าง ๆ

จากรายงานสรุปผลการสำรวจข้อมูลพื้นฐานทางสุขาภิบาลอาหารของร้านอาหารทั่วประเทศ โดยสำนักงานโครงการสุขาภิบาลอาหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้ให้ความหมายของร้านอาหารประเภทต่าง ๆ โดยจำแนกออกเป็น 5 ประเภท (กรมอนามัย, 2532 อ้างถึงใน อิศริย์ ดิยะพิพัฒน์, 2564)

ประเภทที่ 1 ห้องอาหารในโรงแรม หมายถึง ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรม

ประเภทที่ 2 ภัตตาคาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ 2 คูหาขึ้นไป ที่รับประทานอาหารภายในอาคารพนักงานแต่งกายมีฟอร์ม

ประเภทที่ 3 สวนอาหาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ ที่รับประทานอาหารส่วนใหญ่อยู่นอกอาคารบรรยากาศเป็นแบบธรรมชาติ พนักงานแต่งกายมีเครื่องแบบ หรือที่เรียกว่า “แบบฟอร์ม”

ประเภทที่ 4 ร้านอาหารทั่วไป หมายถึง ร้านอาหารขนาดเล็ก 1-2 คูหา ที่รับประทานอาหารอยู่ในอาคาร ประเภทอาหารที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นอาหารประจำวัน หรือเป็นอาหารเฉพาะ เช่น ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง ส้มตำ ฯลฯ

ประเภทที่ 5 ร้านเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือไอศกรีม หมายถึง ร้านที่จำหน่ายเฉพาะเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือไอศกรีม เท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามความเข้าใจและทัศนคติการรับรู้ของคนทั่วไปมักจำแนกการใช้คำว่า “ภัตตาคารและร้านอาหาร”

สภาพแวดล้อมภายนอก

1. นิยามสภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และคู่แข่งเทคโนโลยีและปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2544)

สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง สภาพแวดล้อมทั่วไปที่อยู่ภายนอกองค์กร ได้แก่ การเมืองและกฎหมาย (Political) เศรษฐกิจ (Economic) สังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural) เทคโนโลยี (Technology) อุตสาหกรรมการแข่งขันและปัจจัยอื่น ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีผลกระทบกับธุรกิจเพื่อประเมินโอกาสและอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ (สุธีรา อะทะวงษา, 2551)

สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ขององค์กร เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปที่มีผลต่อระบบการตลาดการสร้างโอกาสหรืออุปสรรคสำหรับองค์กร และปัจจัยเหล่านี้รวมถึงช่วงกว้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการ ได้แก่ การเมืองและกฎหมาย

(Political and Law) เศรษฐกิจ (Economic) สังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural) เทคโนโลยี (Technology) (นฤมล พึ่งทอง, 2557)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าสภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง กระบวนการตรวจสอบและประเมินการเปลี่ยนแปลงทั้งการเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี เพื่อให้ผู้บริหารทราบถึงโอกาส และอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

2. ความสำคัญของสภาพแวดล้อมภายนอก

ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องขึ้นอยู่กับความสามารถในการกำหนดทิศทางผู้บริหารการกำหนดกลยุทธ์ และการปรับสภาพการดำเนินงานขององค์กร ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการตื่นตัวและตระหนักต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ตลอดเวลา โดยจุดมุ่งหมายของการตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายนอกนั้น เพื่อพัฒนาโอกาสที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจและการหลีกเลี่ยง หรือการลดผลกระทบจากอุปสรรคต่าง ๆ ที่องค์กรอาจต้องเผชิญ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่ผู้บริหารจะต้องกระทำเป็นอันดับแรกโดยจะต้องมุ่งวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคตให้ถูกต้องและใกล้เคียงที่สุด เพราะข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จะนำมาประกอบการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ ทั้งนี้ เพื่อกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกมีความสำคัญดังนี้ (สุธีรา อะทะวงษา, 2551)

ประการที่ 1 ช่วยให้ผู้บริหารสามารถประเมินถึงสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นว่าสภาพแวดล้อมใดบ้างที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานในธุรกิจ

ประการที่ 2 ช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมีการตัดสินใจในทิศทางที่ถูกต้องโดยอาศัยข้อมูลและการวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล

ประการที่ 3 ช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดทิศทางและปรับการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น

ประการที่ 4 ช่วยให้ผู้บริหารสามารถประเมินถึงโอกาสและอุปสรรคที่ธุรกิจกำลังเผชิญอยู่และสามารถวางแผนกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

ประการที่ 5 ช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาโอกาสที่อาจก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจและการหลีกเลี่ยงผลกระทบจากอุปสรรคต่าง ๆ

3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

3.1 การเมืองและกฎหมาย

ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่องค์กรที่แข่งขันและกลุ่มผลประโยชน์ที่ต้องปฏิบัติตามปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมรวมทั้งวิธีการและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับกฎหมายและข้อบังคับระหว่างประเทศต่าง ๆ ซึ่งมักจะแสดงให้เห็นถึงวิธีการที่องค์กรธุรกิจพยายามโน้มน้าวให้เข้าใจกฎหมายและระเบียบที่มีผลต่อทุกประเภทของกฎหมายและระเบียบในการแข่งขัน ประการที่สองการต่อต้านการผูกขาดกฎหมายภาษีและกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจต้องวิเคราะห์อย่างระมัดระวังกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรต้องปฏิบัติตามและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถพัฒนากลยุทธ์ นโยบายของรัฐบาลจะส่งผลกระทบต่อสถานการณ์แข่งขัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์ทางการเมือง

ทั้งนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเมืองและกฎหมาย โดยผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการทดสอบและสนับสนุนถึงสมมติฐานที่ว่า การเมืองและกฎหมายเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจมีดังต่อไปนี้

ชัยวุฒิ ดั่งสมชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินการดำเนินงานและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 65 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดำเนินการทดสอบผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ราย พบว่า การเมืองและกฎหมายมีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการดำเนินงานและผลกระทบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

นฤมล พึ่งทอง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริหารองค์กร และหัวหน้าแผนกต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายตลาดฝ่ายบุคลากร และฝ่ายการส่งออก ทั้งสิ้นจำนวน 384 ราย พบว่า การเมืองและกฎหมายมีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการส่งออก

กนกวรรณ ศรีนวล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมการลงทุนและแรงจูงใจในการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ดำเนินการทดสอบกับนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ 400 ราย พบว่า การเมืองและกฎหมาย มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุน

ศิริญา ตังณุมิตร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ดำเนินการทดสอบผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 370 ราย พบว่า การเมืองและกฎหมายมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่วัดจากการประเมินของการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุล ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในด้านเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร

พริดา พงษ์วัฒนสุข และสันติธร ภูริภักดี (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายนอกและคุณลักษณะของผู้ประกอบการไร้มันสำปะหลัง อำเภอเสาวชัย จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการไร้มันสำปะหลังในพื้นที่อำเภอเสาวชัย จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 334 ราย พบว่า การเมืองและกฎหมาย มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการไร้มันสำปะหลัง อำเภอเสาวชัย จังหวัดกาญจนบุรี

ศิริพงษ์ นาริวงษ์ และณัฏฐ์ กุลิษฐ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขายและปล่อยเช่า จำนวน 400 ราย พบว่า การเมืองและกฎหมาย มีความสัมพันธ์ทิศทางต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

สุบิน ชะรอยรัมย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการ ธุรกิจการค้าชายแดน กรณีศึกษาอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลในเขตการค้าชายแดนอำเภอสะเดา จำนวน 203 ราย พบว่า การเมืองและกฎหมาย มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจ

แวยูแอ แวปา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน กรณีศึกษาอำเภอเบตงจังหวัดยะลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจการค้า

ชายแดน ในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา จำนวน 113 ราย พบว่า การเมืองและกฎหมาย มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน

ศุภกฤต หลิมเลิศรัตน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนที่มีต่อความสามารถและโอกาสของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการที่จัดตั้งธุรกิจใหม่ จากฐานข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 210 ราย พบว่า การเมืองและกฎหมาย มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความสามารถในการเริ่มต้นธุรกิจและ โอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ

พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชานนท์ และวีรพล ทวีพันธ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มพนักงานบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองของแก่น กลุ่มบุคคลที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่นและในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กลุ่มบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า ปัจจัยการเมืองและกฎหมาย รัฐบาลได้สนับสนุนธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เกี่ยวกับแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่หรือธุรกิจที่จะขยายกิจการส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีเงินหมุนเวียนในธุรกิจและมีโอกาสที่จะขยายธุรกิจให้มากขึ้น

ในขณะเดียวกัน ได้มีนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า การเมืองและกฎหมาย ไม่ใช่ปัจจัยที่สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจ คือ ธนัชชา บินดุเหล็ม และชุติมา หวังเบญหมัด (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 280 ราย พบว่า การเมืองและกฎหมาย ประกอบด้วย ด้านความมั่นคงของกิจการ ด้านการยอมรับนับถือ และด้านการมีชื่อเสียงไม่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จากการทบทวนวรรณกรรมของปัจจัยการเมืองและกฎหมาย สามารถสรุปได้ว่ายังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนถึงสมมติฐานที่ว่า การเมืองและกฎหมาย เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจ เนื่องจากมีนักวิชาการบางรายสนับสนุนและปฏิเสธสมมติฐานดังกล่าว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบว่า การเมืองและกฎหมาย เป็นปัจจัย

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ หรือไม่ อย่างไร เพื่อหาข้อสรุปในการศึกษารั้งนี้

3.2 เศรษฐกิจ

สภาวะทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศมีอิทธิพลต่อสภาวะการดำเนินงานของ ธุรกิจและอุตสาหกรรม ดังนั้น องค์กรต้องศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยทางเศรษฐกิจใน การดำเนินงานขององค์กรรวมทั้งการคาดการณ์ว่าองค์กรอาจต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับ แนวโน้มทางเศรษฐกิจในระยะยาว การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจทำให้กลยุทธ์ดังกล่าวสามารถ ใช้งานได้มีประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558)

ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น (Gross Domestic Product: GDP) หมายถึง มูลค่าตลาดของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ถูกผลิตในประเทศ สำหรับช่วงเวลาหนึ่ง ๆ โดยปกติกำหนดระยะเวลา 1 ปี ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสามารถใช้เป็นตัวบ่งชี้ถึงมาตรฐานการครองชีพของประชากรในประเทศนั้น ๆ

ข้อ 2 อัตราดอกเบี้ย (Interest Rates) เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจ เพราะเป็นต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการลงทุนของธุรกิจ

ข้อ 3 อัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rates) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการมีเสถียรภาพ ของเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงของอัตราเงินเฟ้อต่อการเปลี่ยนแปลงในอัตราดอกเบี้ยและอัตรา แลกเปลี่ยน ซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ราคาสินค้าที่จำหน่ายในตลาดและอำนาจซื้อ ของผู้บริโภค

ข้อ 4 อัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Rates) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบอย่างมากต่อการ ดำเนินธุรกิจ เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนในปัจจุบันมีความผันผวนมาก ผู้ประกอบการในฐานะ ผู้ส่งออกหรือผู้นำเข้าหรือผู้กู้ยืมเงินจากต่างประเทศ ต่างต้องตระหนักถึงอัตราแลกเปลี่ยนระหว่าง ค่าเงินบาทเมื่อเปรียบเทียบกับเงินสกุลอื่น

ทั้งนี้ จากการศึกษาและค้นคว้าในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ซึ่งผลการศึกษา เจริญประจักษ์ของนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการทดสอบและสนับสนุนถึงสมมติฐานที่ว่า เศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจมีดังต่อไปนี้

ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานและผลกระทบจาก สภาพแวดล้อมทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่ง เป็นการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการ ทดสอบกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 65 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดำเนินการทดสอบผู้ประกอบการวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ราย พบว่า ปัจจัยเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการดำเนินงานและผลกระทบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

นฤมล พึ่งทอง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร ที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างของผู้บริหารองค์กรและหัวหน้าแผนกต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายตลาดฝ่ายบุคลากร และฝ่ายการส่งออก จำนวน 384 ราย พบว่า เศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย

กนกวรรณ ศรีนวล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมการลงทุนและแรงจูงใจในการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการ จำนวน 400 ราย พบว่า เศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุน

ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 370 ราย พบว่า เศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

พริดา พงษ์วัฒนสุข และสันติธร ภูริภักดี (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายนอกและคุณลักษณะของผู้ประกอบการไร่มั่นสำปะหลัง อำเภอเสาวชัย จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการไร่มั่นสำปะหลังในพื้นที่อำเภอเสาวชัย จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 334 ราย พบว่า เศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการไร่มั่นสำปะหลัง อำเภอเสาวชัย จังหวัดกาญจนบุรี

ศิริพงษ์ นาริวัณ และณัฏฐ์ กุลิสร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขายและปล่อยเช่า จำนวน 400 ราย พบว่า เศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

สุบิน ชะรอยรัมย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน กรณีศึกษาอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลในเขต

การค้าขายแดนในอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำนวน 203 ราย พบว่า เศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความคาดหวังของผู้ประกอบการ

แววเฮ แวปา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าขายแดน กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าขายแดน ในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา จำนวน 113 ราย พบว่า เศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าขายแดน

พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชานนท์ และวีรพล ทวีนนท์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มพนักงานบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองของแก่น กลุ่มบุคคลที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่นและในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กลุ่มบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า ปัจจัยเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 2 ของปี 2561 ขยายตัวจากไตรมาสแรกอยู่ที่ร้อยละ 1.0 และแนวโน้มเศรษฐกิจไปในทิศทางบวก ถึงแม้ราคาสินค้าการเกษตรอาจปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อย ซึ่งอาจทำให้มีต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้น

ในทางกลับกัน มีนักวิชาการต่าง ๆ ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า เศรษฐกิจ ไม่ใช่ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจ คือ ธนัชชา บินคูเหล็ก และชุติมา หวังเบญจหมัด (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 280 ราย พบว่า เศรษฐกิจ ไม่มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากการทบทวนวรรณกรรมของปัจจัยเศรษฐกิจ สามารถสรุปได้ว่ายังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนถึงสมมติฐานที่ว่า เศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุน เนื่องจากมีนักวิชาการบางรายสนับสนุนและปฏิเสธสมมติฐานดังกล่าว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบว่า เศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่ อย่างไร เพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้

3.3 สังคมและวัฒนธรรม

ปัจจุบันสังคมและวัฒนธรรมถือเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบสำคัญต่อทั้งผลิตภัณฑ์ บริการ ตลาด และลูกค้าของธุรกิจ ธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจที่หวังกำไรจากการลงทุน และธุรกิจที่ไม่หวังผลกำไรจากการลงทุน ในทุกอุตสาหกรรมไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยตัวแปรสภาพแวดล้อมดังกล่าว โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม ประชากรศาสตร์ และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงนั้น ก่อให้เกิดโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงานให้แก่องค์กร เนื่องจากโลกทุกวันนี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากรุนแรง โดยแนวโน้มสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตการทำงาน การผลิต และการบริโภค ล้วนก่อให้เกิดประเภทของลูกค้าที่มีความต้องการในสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป องค์กรแต่ละแห่งจำเป็นต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อฉกฉวยโอกาสจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนไป และพยายามหลีกเลี่ยงอุปสรรคจากปัจจัยสภาพแวดล้อมดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (สุดใจ ดิลกวรรณนพ, 2558)

ทั้งนี้ จากการศึกษาในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรม ผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการทดสอบ และสนับสนุนถึงสมมติฐานที่ว่า สังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจ มีดังนี้

ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานการดำเนินงานและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 65 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดำเนินการทดสอบผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ราย พบว่า สังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการดำเนินงานและผลกระทบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

นฤมล พึ่งทอง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารองค์กร และหัวหน้าแผนต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายตลาด ฝ่ายบุคลากร และฝ่ายการส่งออก จำนวน 384 ราย พบว่า สังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย

กนกวรรณ ศรีนวล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจในการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็น วิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการ จำนวน 400 ราย พบว่า สังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ศิริญา ดั่งนฤมิตร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 370 ราย พบว่า สังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่ได้วัดจากการประเมินของการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุล ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร

พริดา พงษ์วัฒนสุข และสันติธร ภูริภักดี (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายนอกและ คุณลักษณะของผู้ประกอบการไร่มันสำปะหลัง อำเภอเสาวชัย จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นการวิจัย เชิงปริมาณ ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการไร่มันสำปะหลัง จำนวน 334 ราย พบว่า สังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ไร่มันสำปะหลัง อำเภอเสาวชัย จังหวัดกาญจนบุรี

ศิริพงษ์ นาริวัณษ์ และณัฏย์ กุลิสร์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดย ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขาย-ปล่อยเช่า จำนวน 400 คน พบว่า สังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของ นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

สุบิน ชะรอยรัมย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวัง ของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน กรณีศึกษาอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิง ปริมาณ ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลใน เขตการค้าชายแดน อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำนวน 203 ราย พบว่า สังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจ

แวยูแอ แวปา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของ ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ ได้ ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน ในอำเภอเบตง จังหวัด

ยะลา จำนวน 113 ราย พบว่า สังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน

ศุภกฤต หลิมเลิศรัตน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อม เกื้อหนุนที่มีต่อความสามารถและโอกาสของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการที่จัดตั้งใหม่จากฐานข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 210 ราย พบว่า สังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความสามารถในการเริ่มต้นธุรกิจและโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ

พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชานนท์ และวีรพล ทวีพันธ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มพนักงานบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองของแก่น กลุ่มบุคคลที่เข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่นและในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กลุ่มบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ได้ส่งผลดีต่อธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันคนส่วนใหญ่เริ่มมีการออกมารับประทานอาหารนอกบ้านกันมากขึ้นและสังคมส่วนใหญ่หันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพหรือการเลือกสรรสิ่งที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ยิ่งส่งผลดีต่อธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพเป็นอย่างมากในการตอบสนองความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นของลูกค้า

จากการทบทวนวรรณกรรมของปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมข้างต้น พบว่า สังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะยืนยันถึงความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยการทดสอบว่า สังคมและวัฒนธรรม ถือเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่ อย่างไร

3.4 เทคโนโลยี

เทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อหลายภาคส่วนของสังคมและธุรกิจ ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่สำคัญ ๆ จะปรากฏให้เห็นในเรื่องของผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตและวัตถุดิบในส่วนของคุณค่าของเทคโนโลยีจะรวมความถึงสถาบันและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ ๆ และถ่ายทอดความรู้ดังกล่าวให้เป็นรูปธรรม โดยก่อให้เกิดผลลัพธ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ และวัตถุดิบใหม่ (Ireland, Hitt, and Hoskisson, 2009)

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วธุรกิจมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Porter and Cunningham, 2004) ความสำคัญของการพยายามพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพราะความสำเร็จในการพัฒนาเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาดและอัตราผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นธุรกิจควร ตรวจสอบปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างต่อเนื่อง เพื่อศึกษาหาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาทดแทนเทคโนโลยีที่ธุรกิจใช้ในการดำเนินงานปัจจุบัน ทั้งนี้ เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Lavie, 2006)

ทั้งนี้ จากการศึกษาและค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี โดยผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการทดสอบ และสนับสนุนถึงสมมติฐานที่ว่าเทคโนโลยี เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจ มีดังต่อไปนี้

ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณโดยได้ดำเนินการทดสอบกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 65 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดำเนินการทดสอบผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ราย พบว่า เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการดำเนินงานและผลกระทบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ธนัชชา บินดุเหล้ม และชุติมา หวังเบญจหมัด (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 280 ราย พบว่า เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กนกวรรณ ศรีนวล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมการลงทุนและแรงจูงใจในการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการ 400 คน พบว่า เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุน

ศิริญา ดังนฤมิตร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 370 ราย พบว่า เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่วัดจากการประเมินของการปฏิบัติงานของ องค์การแบบสมดุล ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านเรียนรู้ และการเติบโตขององค์กร

พริดา พงษ์วัฒนสุข และสันติธร ภูริภักดี (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายนอกและคุณลักษณะของผู้ประกอบการไร่มั่นสำปะหลัง อำเภอเสาวชัย จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการไร่มั่นสำปะหลัง จำนวน 334 ราย พบว่า เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการไร่มั่นสำปะหลัง อำเภอเสาวชัย จังหวัดกาญจนบุรี

ศิริพงษ์ นาริวัณ และณัฏย์ กุลิษฐ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ ได้ดำเนินการทดสอบกับนักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขาย-ปล่อยเช่า จำนวน 400 ราย พบว่า เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชาพันธ์ และวีรพล ทวีนันท์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มพนักงานบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองของแก่น กลุ่มบุคคลที่เข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่นและในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กลุ่มบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า ปัจจุบันสังคมได้ให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปได้ง่ายยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ การติดต่อสอบถามข้อมูลผ่านระบบแอปพลิเคชัน เช่น ไลน์ (Line) หรือ เฟสบุ๊คส์ (Facebook) รวมถึงการชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking) ในโทรศัพท์มือถือ หรือการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน มีนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า เทคโนโลยีไม่ใช่ปัจจัยสภาพแวดล้อมในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจมีดังนี้

สุบิน ชะรอยรัมย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน กรณีศึกษาอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลในเขตการค้าชายแดน อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำนวน 203 ราย พบว่า เทคโนโลยี ไม่มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อความคาดหวังของผู้ประกอบการ

แวยูแอ แวปา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ดำเนินการทดสอบกับผู้ประกอบการภาคบริการผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา กลุ่มตัวอย่าง 113 ราย พบว่า เทคโนโลยี ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความคาดหวังของผู้ประกอบการ ได้แก่ กำไร ยอดขาย และความยั่งยืนในธุรกิจ

จากการทบทวนวรรณกรรมของปัจจัยเทคโนโลยี สามารถสรุปได้ว่ายังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนถึงสมมติฐานที่ว่า เทคโนโลยี เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อระดับการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบว่า เทคโนโลยี เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่ อย่างไร เพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้

สภาพแวดล้อมภายใน

1. นิยามสภาพแวดล้อมภายใน

สภาพแวดล้อมภายในองค์กร หมายถึง เป็นการตรวจสอบสมรรถนะของกิจการที่ช่วยบ่งบอกถึงจุดแข็งที่จะใช้ให้เป็นประโยชน์กับจุดอ่อนที่จะต้องปรับแก้ไข ทำให้กลยุทธ์ที่กำหนดมีความชัดเจน (วิชชัย ฤทธิสอน และอภิชาติ วิบูลย์กุล, 2555)

สภาพแวดล้อมภายในองค์กร หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ เช่น จริยธรรม วิธีการทำงานของผู้บริหารและบุคลากร รูปแบบการจัดการของฝ่ายบริหาร และวิธีการมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ซึ่งผู้บริหารต้องมีการกำหนดร่วมกันกับพนักงานในองค์กร ส่งผลให้มีการสร้างจิตสำนึก การตระหนักและรับรู้เรื่องความเสี่ยง และการควบคุมพนักงานทุกคนในองค์กร (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557)

สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง เป็นแรงผลักดันภายในธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการจัดการและการดำเนินงานของธุรกิจซึ่งธุรกิจสามารถควบคุมและจัดการสภาพแวดล้อมลักษณะนี้ให้ เป็นไปตามแนวทางที่ต้องการได้ในการจัดการผู้บริหารต้องศึกษาปัจจัยเหล่านี้เพื่อประเมินจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakness) ขององค์การ สภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ โครงสร้างองค์การ

กลยุทธ์องค์การบุคลากร วัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น (พงษ์พัฒน์ วัฒนพงศ์ศิริ และสุริย์พร สลับสี, 2562)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง การวิเคราะห์ปัจจัยภายในธุรกิจที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้ด้วยการจัดการในธุรกิจของตน เช่น ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนของการบริหารธุรกิจ และกำหนดกลยุทธ์ในธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ

2. ความสำคัญสภาพแวดล้อมภายใน

พอตเตอร์ (Porter, 1981 อ้างถึงใน นฤมล พึ่งทอง, 2557) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อมภายในองค์กรอยู่ภายใต้การควบคุมของทุกด้านรวมถึงการจัดการ การผลิต การตลาด การเงิน การวิจัย ระบบข้อมูลบุคลากร การสื่อสาร การลงทุน การดำเนินงานองค์กรอาคารและที่ตั้ง เข้าใจข้อดีและข้อเสียของการจัดการคุณภาพองค์กรและดังนั้นจึงเข้าใจข้อดีและข้อเสียขององค์กรเมื่อเทียบกับคู่ค้า ผลการแข่งขันที่สำคัญที่บริษัทสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่จุดอ่อนของสภาพแวดล้อมเสมือนจริงที่ตรงกับการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในองค์กรควรพิจารณาอยู่ด้วย 5 เหตุผลคือ

ข้อ 1 ต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งหรือข้อมูลภายในอุตสาหกรรมเดียวกันในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ดังนั้นจึงต้องมีข้อมูลที่ถูกต้อง อย่างเช่น การเปรียบเทียบองค์กรของตัวเองซึ่งดีกว่าองค์กรอื่น ๆ ซึ่งเป็นไปไม่ได้สำหรับองค์กรที่จะใช้วิธีนั้นในองค์กรมีโอกาสที่จะพัฒนาความสามารถภายใน

ข้อ 2 การวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียขององค์กรโดยใช้ดัชนีชี้วัดองค์กรที่สามารถเปรียบเทียบกับองค์กรอื่น ๆ เรียกว่า มาตรฐานการทดสอบเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของบุคลากร และถูกต้องสะท้อนให้เห็นถึงข้อมูลบุคลากร คู่แข่งคือรายได้การขายการผลิตหรือคู่แข่งขององค์กรอื่น ๆ ที่มีมาตรฐาน ISO 14000 – ISO 9001 เป็นองค์กรที่เราไม่มีมาตรฐานเดียวกันกับองค์กรอื่น ๆ

ข้อ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จที่อธิบายไว้ในห่วงโซ่มูลค่าเพราะแต่ละองค์กรมีปัจจัยความสำเร็จที่แตกต่างกันซึ่งมุ่งเน้นการผลิตการจำแนกลูกค้าตามความรับผิดชอบที่แตกต่างกันของลูกค้ารวมถึงกิจกรรมพื้นฐานและกิจกรรมสนับสนุนด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการนำวัตถุดิบเข้าสู่การผลิตการแปรรูปการกระจายการขนส่งการตลาด การขายการบริการลูกค้าและอื่น ๆ กิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนกิจกรรมหลักได้แก่การจัดซื้อการจัดซื้อเทคโนโลยีการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคล โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร และอื่น ๆ เป็นต้น

ข้อ 4 นโยบายการบริหารขององค์กรโดยเกิดจากผู้บริหารองค์กรจะเป็นผู้กำหนดขึ้น เช่นวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการดำเนินงานทางธุรกิจโครงสร้างขององค์กรทางการบริหารปรัชญาและวัฒนธรรมตลอดจนนโยบายฝ่ายต่าง ๆ

ข้อ 5 การมีส่วนผสมทางการตลาดที่ถือเป็นส่วนที่สำคัญในการเลือกตลาดเป้าหมายซึ่งสามารถนำมาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้

3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน คือ การจัดการ

เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กรส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีหลักการจัดการ (Principles of Management) ในการควบคุมการดำเนินงานของทุกองค์กรให้บรรลุในวิสัยทัศน์องค์กรที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ โดยหน้าที่ของการจัดการจะต้องประกอบไปด้วย 5 ข้อที่สำคัญคือ

ข้อ 1 การวางแผน (Planning) ประกอบด้วย กิจกรรมทางการจัดการทั้งหมดที่สัมพันธ์กับการเตรียมงานเพื่ออนาคตขององค์กร งานหน้าที่หลักรวมถึง การพยากรณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ การวางแผนกลยุทธ์ การกำหนดนโยบาย และการกำหนดเป้าหมาย

ข้อ 2 การจัดองค์กร (Organizing) กิจกรรมทางการจัดการทั้งหมดที่แสดงออกมาในรูปของความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ ขอบเขตงานหลักรวมถึงการออกแบบโครงสร้างองค์กร คำบรรยายลักษณะงาน การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะของผู้ปฏิบัติงาน ขนาดการควบคุม การมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว การประสานงาน การออกแบบงาน และการวิเคราะห์งาน

ข้อ 3 แรงจูงใจ (Motivation) เกี่ยวข้องกับอิทธิพลที่มีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมมนุษย์โดยตรง รวมถึงภาวะผู้นำ การติดต่อสื่อสาร คณะทำงาน การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การมอบหมายอำนาจหน้าที่ การเพิ่มหน้าที่ความรับผิดชอบในงาน ความพึงพอใจในการทำงาน ความต้องการที่จะกระทำให้บรรลุผลสำเร็จ การเปลี่ยนแปลงองค์กร ขวัญกำลังใจของพนักงาน และขวัญกำลังใจของผู้บริหาร

ข้อ 4 การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) กล่าวคือ กิจกรรมการบริหารทรัพยากรบุคคลมีศูนย์กลางอยู่ที่บุคคล หรือการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งครอบคลุมการดำเนินการเรื่องค่าจ้างและเงินเดือน ผลประโยชน์ของพนักงาน การสัมภาษณ์ การว่าจ้าง การไล่ออก การฝึกอบรม การพัฒนาการบริหาร ความปลอดภัยของพนักงาน การกระทำที่เป็นธรรม โอกาสการจ้างงานที่เท่าเทียมกัน ความสัมพันธ์กับสภาพการพัฒนางานอาชีพ การวิจัยส่วนบุคคล นโยบายด้านการเงิน กระบวนการร้องทุกข์ และการประชาสัมพันธ์

ข้อ 5 การควบคุม (Controlling) หมายถึง กิจกรรมทางด้านการจัดการทั้งหมดที่มีผลโดยตรงต่อความมั่นใจว่า ผลลัพธ์ที่แท้จริงเป็นไปตามแผนที่วางไว้ สาธารณสำคัญของการควบคุม รวมถึงการควบคุมคุณภาพ การควบคุมทางการเงิน การควบคุมทางด้านยอดขาย การควบคุมสินค้าคงเหลือ การควบคุมค่าใช้จ่าย และการวิเคราะห์ความแปรปรวน การให้รางวัล และการลงโทษ

จากการศึกษาและค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ โดยผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการทดสอบและสนับสนุนถึงสมมติฐานที่ว่า การจัดการเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจมีดังต่อไปนี้

ชัยวุฒิ ดั่งสมชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 65 ราย และเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยได้ดำเนินการทดสอบผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ราย พบว่า การจัดการ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการดำเนินงานและผลกระทบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

นฤมล พึ่งทอง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารองค์กรและหัวหน้าแผนกต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายตลาด ฝ่ายบุคลากร และฝ่ายการส่งออก จำนวน 384 ราย พบว่า การจัดการ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย

ศิริญา ตั้งนฤมิตร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 370 ราย พบว่า การจัดการ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่วัดจากการประเมินของการปฏิบัติงานขององค์กรแบบสมดุล ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร

ศิริพงษ์ นริวัณษ์ และณัฏฐ์ กุลิศร์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขายและปล่อยเช่า จำนวน 400 ราย พบว่า การจัดการ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชานนท์ และวีรพล ทวีนนท์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ມเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มพนักงานบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองของแก่น กลุ่มบุคคลที่เข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่นและในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กลุ่มบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า การจัดการองค์ในด้านการบริหารจัดการ ร้านอาหารและเครื่องดื่ມเพื่อสุขภาพเป็นร้านขนาดเล็ก มีลักษณะการดำเนินงานรูปแบบเจ้าของคนเดียว และมีโครงสร้างองค์กรที่ประกอบไปด้วย ผู้จัดการร้าน (เจ้าของร้าน) พ่อครัว พนักงานล้างจานและเตรียมวัตถุดิบ พนักงานเสิร์ฟและทำเครื่องดื่ມ จึงเป็นองค์กรที่ไม่ซับซ้อนและทำให้การบริหารงานเกิดความสะดวกและรวดเร็วอย่างมาก

ในขณะเดียวกัน มีนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า การจัดการ ไม่ใช่ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจ มีดังนี้

ธนัชชา บินคุหลิม และชุติมา หวังเบญญ์หมัด (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 280 ราย พบว่า การจัดการ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

นฤมล สุ่มสวัสดิ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ส่งผลงานเข้าร่วมการประกวด จำนวนทั้งสิ้น 181 ราย พบว่า การจัดการ ไม่ส่งผลต่อการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

จากการทบทวนวรรณกรรมของการจัดการข้างต้นนั้น สามารถสรุปได้ว่ายังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนถึงสมมติฐานที่ว่า การจัดการ เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจ เนื่องจากมีนักวิชาการบางรายสนับสนุนและปฏิเสธสมมติฐานดังกล่าว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบว่า การจัดการ เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่ อย่างไร เพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย ผู้วิจัยจึงตัดสินใจที่จะศึกษาปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการเห็นตรงกันว่า 3 ปัจจัยย่อยที่สำคัญสำหรับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในทางการจัดการคือ

3.1 ด้านการเงิน

ปัจจัยทางการเงินถือเป็นปัจจัยที่ได้มีการยอมรับว่า เป็นวิธีการวัดที่ดีที่สุดวิธีหนึ่งในการวัดตำแหน่งทางการแข่งขันทางธุรกิจ และสิ่งที่น่าดึงดูดใจทั้งหมดต่อนักลงทุน การกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนทางการเงินขององค์กรเป็นส่วนประกอบที่สำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงสภาพคล่อง ความสามารถในการก่อหนี้ เงินทุนหมุนเวียน ความสามารถในการทำกำไร การใช้ประโยชน์ในสินทรัพย์ กระแสเงินสด และส่วนของทุนของบริษัท ขณะเดียวกันด้านการเงินถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญมากที่สุดเครื่องมือหนึ่งสำหรับการประเมินจุดแข็งของธุรกิจ คือ การวิเคราะห์ทางการเงิน (Finance Analysis) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นผู้จัดการ ผู้ลงทุน และเจ้าหน้าที่ มักใช้บางส่วนของผลการวิเคราะห์การเงินเป็นจุดเริ่มต้นในการตัดสินใจทางการเงิน โดยเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับควรซื้อหรือขายหุ้น รวมถึงเจ้าหน้าที่จะใช้การวิเคราะห์การเงินในการตัดสินใจว่าสมควรจะให้กู้หรือไม่ การวิเคราะห์การเงินสามารถช่วยวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจว่าเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับผลประกอบการในปีที่ผ่านมา และเปรียบเทียบผลประกอบการกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน (สุจิต ติลกพรพรรณนท์, 2558)

ทั้งนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านการเงิน โดยผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการทดสอบและสนับสนุนถึงสมมติฐานที่ว่า ด้านการเงินเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจ ดังต่อไปนี้

ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 65 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ราย พบว่า ด้านการเงิน มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการดำเนินงานและผลกระทบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่

ธนัชชา บินคุหลิม และชุติมา หวังเบญหมัด (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง

คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 กิจการ พบว่า ด้านการเงิน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

นฤมล พึ่งทอง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร ที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารองค์กรและหัวหน้าแผนกต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายตลาด ฝ่ายบุคลากร และฝ่ายการส่งออก จำนวน 384 คน พบว่า ด้านการเงิน มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย

สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ 2 คน ผู้ซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน พบว่า แหล่งที่มาของเงินทุน และผลประกอบการถือเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี

พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชานนท์ และวิรพล ทวีนันท์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ມเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มพนักงานบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองของแก่น กลุ่มบุคคลที่เข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่นและในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กลุ่มบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า การประมาณทางการเงิน เป็นการประมาณการเพื่อให้ทราบว่าการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ມเพื่อสุขภาพ มีความเป็นไปได้ทางการเงินในเบื้องต้นเป็นอย่างไร โดยใช้การอ้างอิงจากการสอบถามผู้ประกอบการร้านอาหาร ทั้งนี้ การประมาณกระแสเงินสดสำหรับการเปิดกิจการและดำเนินการร้านอาหารและเครื่องดื่ມสุขภาพ ผู้ศึกษาได้งบประมาณไว้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 500,000 บาท โดยแหล่งเงินทุนมาจากตัวของเจ้าของทั้งหมด การประมาณรายได้ ใช้แนวคิดการประมาณรายได้จากค่าอาหาร ค่าเครื่องดื่ມและจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละวันและในส่วนของ การประมาณรายจ่ายใช้แนวคิดในการประมาณรายจ่ายจากเงินเดือนของพนักงาน และค่าสาธารณูปโภค

ในขณะเดียวกัน มีนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า ด้านการเงิน ไม่ใช่ ปัจจัยที่สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจ คือ สุกกฤต หลิมเลิศรัตน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนที่มีต่อความสามารถและโอกาส

ของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการที่จัดตั้งใหม่ จากฐานข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 210 ราย พบว่า ด้านการเงิน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการเริ่มต้นธุรกิจและโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรมของด้านการเงิน สามารถสรุปได้ว่ายังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนถึงสมมติฐานที่ว่า การเงิน เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบว่า ด้านการเงิน เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่ อย่างไร เพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้

3.2 ด้านการตลาด

ปัจจัยในด้านการตลาดสามารถอธิบายในลักษณะของกระบวนการในการกำหนดการตลาด การสร้างสรรค์ และการตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของลูกค้าในด้านสินค้าและบริการ โดยการตลาดมีหน้าที่พื้นฐานแตกต่างกันดังนี้ (Evans and Bergman, 1983 อ้างถึงใน สุนใจ ดิลกทรรศนทร์, 2558)

ข้อ 1 การวิเคราะห์ลูกค้า (Customer Analysis) การตรวจสอบและการประเมินผล ความปรารถนาและความต้องการลูกค้า ซึ่งรวมถึงการสำรวจลูกค้า การวิเคราะห์รายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้า การประเมินกลยุทธ์ทางด้านตำแหน่งการตลาด การพัฒนาข้อมูลลูกค้า และการกำหนดกลยุทธ์ที่ดีที่สุดสำหรับส่วนแบ่งทางการตลาดนั้น โดยข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ลูกค้าเป็นส่วนประกอบสำคัญในการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางภูมิศาสตร์ขององค์การของลูกค้า โดยมีผู้ซื้อ ผู้ขาย ตัวแทนจำหน่าย พนักงานขาย ผู้จัดการ พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ผู้ขายปัจจัยการผลิต และเจ้าหน้าที่ สามารถมีส่วนร่วมในการรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นมาระบุความต้องการของลูกค้า นั้นจะทำให้ องค์การประสบความสำเร็จในการดำเนินงานจะมีการติดตามอย่างต่อเนื่อง ในรูปแบบการซื้อของลูกค้าปัจจุบันและผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าในอนาคต

ข้อ 2 การขายสินค้าหรือบริการ (Selling Products or Service) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับความสามารถในการจำหน่ายสินค้าและบริการ การขายรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาด เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขายการบริหารการขาย ลูกค้าสัมพันธ์ และตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ ล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร

ข้อ 3 การวางแผนสินค้าและบริการ (Product and Service Planning) การวางแผนสินค้าและบริการรวมความถึงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การตลาดเพื่อการทดสอบ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การรับประกันสินค้า การกำหนดใบสำคัญแสดงสิทธิ์ในสินค้า รูปลักษณ์ของสินค้า รูปแบบของสินค้า และคุณภาพของสินค้า การนำผลิตภัณฑ์เก่าออกจากตลาด และการให้บริการแก่ลูกค้า เป็นต้น

ข้อ 4 การกำหนดราคา (Pricing) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก 5 กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา ได้แก่ ลูกค้า ภาครัฐบาล ผู้ขายปัจจัยการผลิต ตัวแทนจำหน่ายสินค้า และคู่แข่งในบางครั้งองค์การอาจดำเนินงานด้วยกลยุทธ์การรวมตัวไปข้างหน้า (Forward Integration) ในเบื้องต้น ทั้งนี้ เพื่อการควบคุมทางด้านราคาที่จะคิดกับผู้บริโภคได้ดีขึ้น ในขณะเดียวกัน ภาครัฐบาลสามารถกำหนดข้อบังคับในการกำหนดราคาสินค้าให้คงที่ การกำหนดราคาสินค้าหรือการตั้งราคาให้แตกต่าง ราคาขั้นต่ำ การกำหนดราคาต่อหน่วย ราคาที่โฆษณา และการควบคุมราคา

ข้อ 5 การจัดจำหน่าย (Distribution) มีความสำคัญมาก เนื่องจากธุรกิจต้องนำกลยุทธ์การพัฒนาตลาดหรือกลยุทธ์การรวมตัวไปข้างหน้ามาใช้ในการดำเนินงาน การตัดสินใจที่ซับซ้อนและท้าทายมากที่สุดของธุรกิจประการหนึ่ง คือ การจัดจำหน่ายสินค้า การที่พ่อค้าคนกลางมีความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ เพราะผู้ผลิตจำนวนมากมีปัญหาการขาดแคลนทางด้านทรัพยากรทางการเงินและความชำนาญที่จะ ตลาดโดยตรง สำหรับผู้ผลิตที่มีศักยภาพ ขายสินค้าให้แก่สาธารณชนได้โดยตรง โดยทั่วไปผู้ผลิตจะได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่า ด้วยวิธีการขยายและปรับปรุงการปฏิบัติการทางการผลิต

ข้อ 6 การวิจัยการตลาด (Market Research) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ การบันทึกข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่สัมพันธ์กับการตลาดของสินค้าและบริการ การวิจัยตลาดสามารถทำให้ทราบถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนที่วิกฤติขององค์การ และการวิจัยตลาดสามารถทำได้หลายระดับ หลากหลายเครื่องมือ หลายวิธีการ หลายแนวทาง และหลายเทคนิคในการเก็บรวบรวมข้อมูล กิจกรรมการวิจัยตลาดช่วยสนับสนุนหน้าทางธุรกิจหลักทั้งหมดในองค์การ องค์การที่มีทักษะการวิจัยตลาดอย่างดีเลิศถือเป็นจุดแข็งขององค์การในการนำไปกำหนดกลยุทธ์ขององค์การ

ข้อ 7 การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity Analysis) หน้าที่ทั้ง 7 ของการตลาด คือ การวิเคราะห์โอกาสหรือการวิเคราะห์ต้นทุนต่อผลตอบแทน (Cost Benefit Analysis) ซึ่งเป็นการประเมินโดยคำนึงถึงต้นทุน ผลตอบแทน และความเสี่ยง มาประกอบการตัดสินใจทางการตลาด วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนต่อผลตอบแทนกำหนดไว้ 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 คำนวณต้นทุนทั้งสิ้นประกอบการตัดสินใจ

ขั้นตอนที่ 2 ประเมินการผลตอบแทนทั้งสิ้นจากการตัดสินใจ

ขั้นตอนที่ 3 เปรียบเทียบต้นทุนทั้งสิ้นด้วยผลตอบแทนทั้งสิ้น

เมื่อผลตอบแทนที่คาดหวังมีค่ามากกว่าต้นทุนทั้งสิ้น โอกาสนั้นน่าสนใจยิ่งขึ้น บางครั้งปัจจัยตัวแปรที่รวมอยู่ในการวิเคราะห์ต้นทุนต่อผลตอบแทนไม่สามารถกำหนดในเชิงปริมาณหรือวัดได้ โดยทั่วไปการประมาณการที่สมเหตุสมผลสามารถนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการปฏิบัติได้ ซึ่งปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ ความเสี่ยง การวิเคราะห์ต้นทุนต่อผลตอบแทนควรปฏิบัติ เมื่อบริษัท ประเมินทางเลือกเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

ทั้งนี้ จากการศึกษาและค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาด โดยผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการทดสอบ และสนับสนุนถึงสมมติฐานที่ว่า ด้านการตลาด เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจมีดังต่อไปนี้

ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 65 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดำเนินการทดสอบผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ราย พบว่า ด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการดำเนินงานและผลกระทบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่

ธนัชชา บินคูเหล็ก และชุติมา หวังเบญหมัด (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 280 ราย พบว่า ด้านการตลาด ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นฤมล พึ่งทอง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารองค์กร และหัวหน้าแผนกต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายตลาด ฝ่ายบุคลากร และฝ่ายการส่งออก จำนวน 384 ราย พบว่า ด้านการตลาด มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกต่อการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย

สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ 2 คน ผู้ซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยการตลาด ได้แก่ คุณภาพสินค้า การมีส่วนร่วมของชุมชน การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การประชาสัมพันธ์ และโฆษณา ระบบแฟรนไชส์ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาด และการเลือกทำเลที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี

ศุภกฤต หลิมเลิศรัตน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อความสามารถและโอกาสของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการที่จัดตั้งใหม่จากฐานข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 210 ราย พบว่า ด้านการตลาด ที่ส่งผลต่อความสามารถในการเริ่มต้นธุรกิจและโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ

พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชานนท์ และวิรพล ทวีนันท์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ມเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มพนักงานบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองของแก่น กลุ่มบุคคลที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่นและในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กลุ่มบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า การกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 7P's) ของร้านประกอบด้วยดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่มเป็นอย่างมาก รองลงมาคือรสชาติของอาหารและรูปลักษณ์ของอาหาร ทั้งนี้ ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่าควรมีเมนูที่หลากหลาย ใช้วัตถุดิบที่สดใหม่และสะอาด มีการตกแต่งและนำเสนออาหารที่สะดุดตา รวมไปถึงรสชาติอาหารที่ดี

ราคา (Price) พบว่า การตั้งราคาพิจารณาจากต้นทุนของวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมไปถึงการพิจารณาจากแบบสอบถามที่ได้ทำการสำรวจมา คือ 50 – 200 บาท โดยราคาที่ตั้งจะต้องเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของอาหาร และราคาไม่สูงจนเกินไป เมื่อเทียบกับร้านอื่น ๆ

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในสถานที่ร้านที่สามารถหาเจอได้ง่าย และมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้าเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังควรมีพื้นที่ภายในร้านเพียงพอสำหรับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ จะทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้มากขึ้น นอกจากนี้การมีโปรโมชั่นตามโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด เทศกาลต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากขึ้น

บุคลากร (People) พบว่า พนักงานของร้านมียิ้มแย้ม สุภาพ เป็นกันเองและเอาใจใส่ลูกค้า และให้บริการแก่ลูกค้าที่ถูกต้องและรวดเร็ว

กระบวนการให้บริการ (Process) พบว่า การให้บริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอและการให้บริการที่รวดเร็วและแม่นยำเป็นปัจจัยสำคัญทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

และ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า ความสะอาดของห้องน้ำและความสะอาดภายในร้านมีผลต่อการเข้าไปใช้บริการของลูกค้ามากที่สุด

จากการทบทวนวรรณกรรมของด้านการตลาดข้างต้น พบว่า ด้านการตลาดถือเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะยืนยันถึงความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยการทดสอบว่า ด้านการตลาด เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่อย่างไร

3.3 ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลนับเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการได้ใช้กลยุทธ์ดำเนินการสรรหา คัดเลือก บรรจุบุคคล ที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ให้ปฏิบัติงานในองค์การ รวมถึงการพัฒนา การจ่ายค่าตอบแทน การธำรงรักษา และการพ้นจากงาน โดยมีจุดมุ่งหมายให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งของบุคคล องค์กร และสังคมโดยรวม ด้วยเหตุนี้บุคลากรในองค์การเป็นทรัพยากรบุคคล ที่ไม่ควรมองบุคลากรเป็นต้นทุน แต่ควรมีการพัฒนาให้ความรู้ ทักษะ ทักษะคิด ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และรู้จักปรับตัวต่อกระแสโลกาภิวัตน์ หรือควรเพิ่มคุณค่า คุณภาพให้แก่บุคลากร เพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องมีกระบวนการวางแผนทรัพยากรบุคคล (บุญเลิศ เย็นคงคา, 2549) ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การวางแผนกำลังคน (Human Resource Planning) มีข้อกำหนดว่า ต้องการกำลังคนในองค์การจะเป็นไปโดยไม่มีอุปสรรค โดยการวางแผนความต้องการ การวิเคราะห์ความต้องการทักษะบุคลากร คาดการณ์จำนวนบุคลากรที่ต้องการ การขยายและลดขนาดของแผนงาน เป็นต้น

ขั้นที่ 2 การสรรหา (Recruitment) โดยการประกาศรับสมัครพนักงานตามหนังสือหรือวารสารต่าง ๆ รวมถึงติดต่อโดยตรงกับสำนักงานจัดหางาน และสถาบันการศึกษา

ขั้นที่ 3 การคัดเลือก (Selection) กระบวนการคัดเลือกเกี่ยวกับการประเมินตัวผู้สมัครงานว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมหรือไม่ ได้แก่ การพิจารณาใบสมัคร การตรวจสอบอ้างอิง การสัมภาษณ์ เป็นต้น

ขั้นที่ 4 การแนะนำเข้าทำงานและการปฐมนิเทศ (Orientation) ถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้พนักงานมีความคุ้นเคยกับธุรกิจ พนักงานใหม่จะถูกแนะนำให้รู้จักกับเพื่อนร่วมงาน การรับรู้เป้าหมาย หรือนโยบายขององค์กร

ขั้นที่ 5 การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) เป็นการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน หรือทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานร่วมกับพนักงานอื่น ๆ หรือระบบงานขององค์กรได้อย่างดี นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการเตรียมการเพื่อเลื่อนขั้นหรือเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน

ขั้นที่ 6 การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) เพื่อเปรียบเทียบผลงานของพนักงานเข้ากับมาตรฐานที่วางไว้ ว่าการทำงานของพนักงานแต่ละคน มีประสิทธิภาพสูงหรือต่ำกว่ามาตรฐาน เพื่อพิจารณาในการแก้ไข หรือมอบหมายงานเหมาะสม

ขั้นที่ 7 การโยกย้าย การเลื่อนตำแหน่ง และการลดตำแหน่ง (Transfer, Promotion and Demotion) พนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานหรือภายหลังองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ผู้บริหารอาจจะพิจารณาโยกย้าย เลื่อนตำแหน่งงาน หรือลดตำแหน่งพนักงานเพื่อให้ทำงานได้เหมาะสม

ขั้นที่ 8 การพ้นจากงาน (Separation) เป็นการลาออก การไล่ออก การปลดออกหรือปลดเกษียณ ซึ่งมักเกิดในภาวะเศรษฐกิจถดถอย เพื่อลดค่าใช้จ่ายของธุรกิจลง

ทั้งนี้ ในปัจจุบันโลกของเรากำลังเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ที่เทคโนโลยีดิจิทัลจะเข้ามาเปลี่ยนแปลงการบริหารทรัพยากรบุคคลในยุคดั้งเดิม ดังนั้นผู้บริหาร และองค์กรจำเป็นต้องตื่นตัวและรับมืออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ จึงได้เกิดแนวคิดกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลแห่งยุคโลกาภิวัตน์ เนื่องจากในสังคมยุคโลกาภิวัตน์มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามาก จนเข้าสู่ยุคที่มนุษย์ได้มีการผลิตและการตอบสนองต่าง ๆ ที่ทำให้มีประสิทธิภาพขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้เกิดสภาพแวดล้อมทางธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ต้องการแข่งขันในทางการค้า และกิจกรรมต่าง ๆ ต้องขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้โลกก้าวเข้าสู่ยุคข่าวสารข้อมูล และเกิดสภาพการค้าเสรีที่ไร้พรมแดน รวมถึงการเคลื่อนย้ายทุนมนุษย์อย่างเสรี ในเมื่อการทำธุรกิจได้เปลี่ยนแปลง

ซึ่งส่งผลกระทบต่อการบริหารทรัพยากรบุคคลเปลี่ยนแปลงในศตวรรษหน้า โดยจะเรียนรู้ในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ เข็นคงคา, 2549)

ข้อ 1 ต้องรู้เรื่องธุรกิจ (Know the Business) ควรรู้เรื่องทางการเงินคือ งบประมาณการบริหารค่าตอบแทน เนื่องจากค่าตอบแทนถือเป็นค่าใช้จ่ายของธุรกิจ ต่อมาด้านเทคโนโลยีสามารถช่วยเก็บข้อมูลเพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงานและกลยุทธ์ ควรมีการใช้ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความเหมาะสมเข้ามาปฏิบัติงาน

ข้อ 2 ต้องเรียนรู้ความเป็นมืออาชีพ (Be Professional) ควรมีความชำนาญเรื่องการบริหารผลการปฏิบัติงาน การออกแบบธุรกิจ การพัฒนาธุรกิจ และการติดต่อสื่อสารภายในธุรกิจ

ข้อ 3 พร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นและเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง (Managing Change) กล่าวคือ ต้องเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กรอื่นที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ

เมื่อผู้ประกอบการได้เรียนรู้ทั้ง 3 ประเด็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์ข้างต้นนั้น ก็จะสามารถกำหนดแนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคลในเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการจะต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล และมีจิตสำนึกต่อคุณค่าและความเจริญเติบโตของทรัพยากรบุคคล ซึ่งจะต้องใช้ความสามารถของตน นำพาธุรกิจและสังคมให้เติบโตตามการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาได้อย่างมีสติ และมีความสมดุล โดยผู้ประกอบการที่มีบทบาทผู้นำทางยุทธศาสตร์ควรมีคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อไปนี้

ข้อ 1 ไม่ผูกติดยึดมั่นกับความเชื่อเดิมหรือทัศนคติของตน ควรเปิดโอกาสรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอของคนรุ่นใหม่ เพื่อนำไปปรับเปลี่ยนความคิด ทัศนคติ และกระบวนการทำงานในสถานะธุรกิจเกิดการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ ๆ

ข้อ 2 รู้จักปล่อยวางและชื่นชมการเติบโตของคนรุ่นใหม่ นั่นคือ การมอบหมายงานและการกระจายอำนาจ จะทำให้คนรุ่นใหม่มีโอกาสแสดงศักยภาพเต็มที่ แล้วเกิดประสบการณ์การทำงานจนสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้คนรุ่นใหม่ต่อ ๆ ไปได้

ข้อ 3 มีทักษะที่มองเห็นทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญของการบริหารจัดการ กล่าวคือ ต้องมีความรู้ความเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ เทคนิคความรู้ทางด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล การพัฒนาองค์กร และการบริหารเชิงกลยุทธ์

ข้อ 4 มีความสนใจ เข้าใจ และกล้าหาญในการผลักดันงานด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้เดินต่อไปในทิศทางที่ถูกต้อง ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญงานบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างจริงจังและรอบคอบ ซึ่งบางครั้งมีการลงทุนด้วยงบประมาณจำนวนมาก

ทั้งนี้ จากการศึกษาในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการทดสอบและสนับสนุนถึงสมมติฐานที่ว่า ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ถือเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจ มีดังต่อไปนี้

ธนชชา บินคูเหล็ม และชุติมา หวังเป็นหมัด (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่จดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา ประจำปี 2550 จำนวน 280 ราย พบว่า ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกของความสำเร็จวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

นฤมล พึ่งทอง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารองค์กร หัวหน้าแผนก และผู้ปฏิบัติงานตามสายงานของบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ จำนวน 384 ราย ได้พบว่า ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ส่งผลต่อการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย

ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 370 ราย พบว่า ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่วัดจากการประเมินของการปฏิบัติงานของ องค์กรแบบสมดุล ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ 2 คน ผู้ซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคล ได้แก่ การฝึกอบรมพนักงาน การหมุนเวียนของพนักงาน การจัดหาพนักงาน และการชำระรักษาพนักงานเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี

ศิริพงษ์ นาริวงษ์ และณัฏฐ์ กุลิษฐ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขายและปล่อยเช่า จำนวน 400 ราย พบว่า ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล มีความสัมพันธ์ที่ทางต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชาพันธ์ และวีรพล ทวีพันธ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มพนักงานบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองของขอนแก่น กลุ่มบุคคลที่เข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่นและในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กลุ่มบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลในด้านการวางแผนกำลังคน ได้มีการสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่จะเข้ามาทำงานภายในร้าน โดยการกำหนดคุณสมบัติและหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมของด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ข้างต้น พบว่าการบริหารทรัพยากรบุคคล เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะยืนยันความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยการทดสอบว่า ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่ อย่างไร

ดังนั้น จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในคือ การจัดการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ได้ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรและผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2.1 รวมถึงนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยดังภาพที่ 2.1

ในส่วนของบทถัดไปจะกล่าวถึงรูปแบบการวิจัย ขั้นตอนการวิจัย การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ขั้นตอนการเก็บข้อมูล และอื่น ๆ ซึ่งจะกล่าวต่อไปในบทที่ 3

ตารางที่ 2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

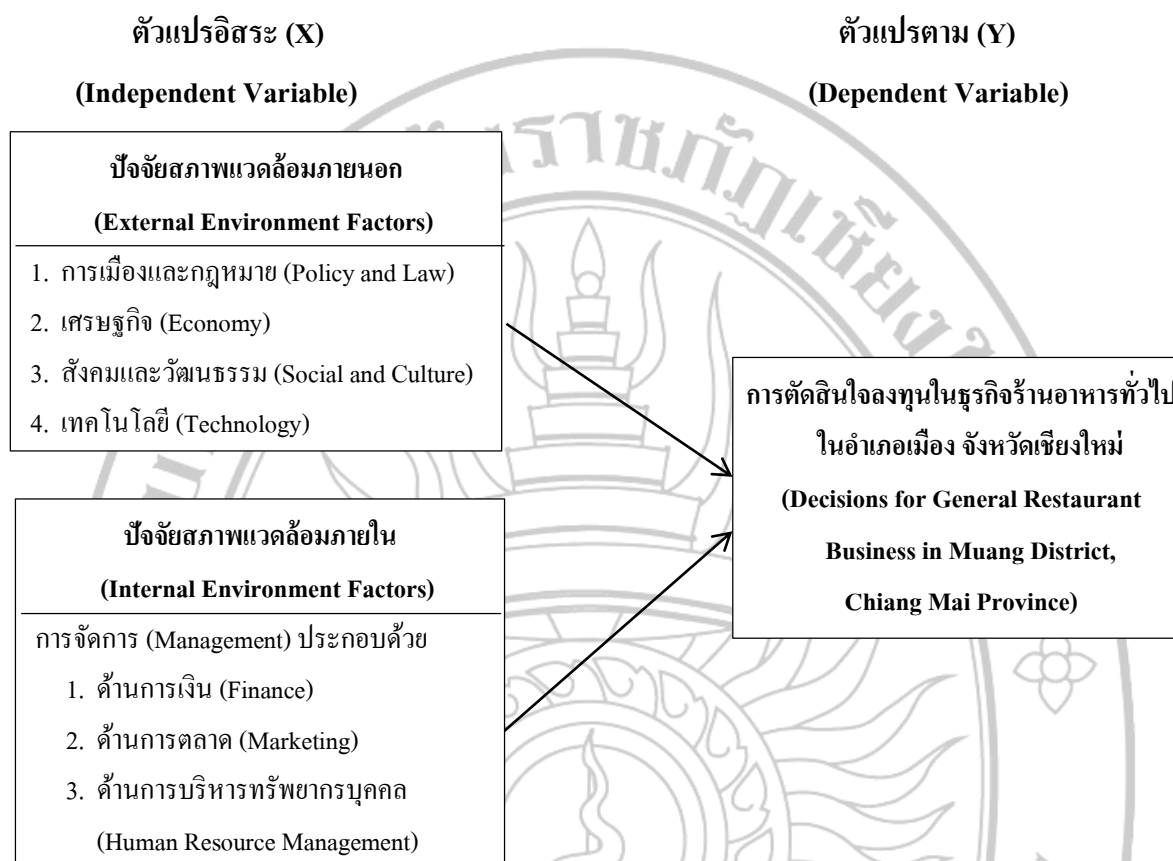
ชื่อผู้วิจัย	ปี	ประเภทการวิจัย		ตัวแปรที่ใช้งานวิจัย						
		เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	สภาพแวดล้อมภายนอก				สภาพแวดล้อมภายใน		
				กฎหมาย	การเมืองและเศรษฐกิจ	วัฒนธรรม	สังคมและสิ่งแวดล้อม	เทคโนโลยี	การจัดการ	การเงิน
ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย	2557	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ธัชชา บินคูเหล็ก และชุตินา หวังเบญหมัด	2557	✓		×	×	-	✓	✓	×	✓
นฤมล พึ่งทอง	2557	✓		✓	✓	✓	-	✓	✓	✓
กนกวรรณ ศรีนวล	2558	✓		✓	✓	✓	✓	✓	-	-
ศิริญา ตังนฤมิตร	2558	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง	2559		✓	-	-	-	-	-	✓	✓
นฤมล สุนสวัสดิ์	2560	✓	✓	-	-	-	-	-	×	-
พริดา พงษ์วัฒนสุข และสันติธร ภูริภักดี	2560	✓		✓	✓	✓	✓	✓	-	-
ศิริพงษ์ นาริวงษ์ และณัฏฐ์ กุลิสร์	2560	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	-

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ปี	ประเภทการวิจัย		ตัวแปรที่ใช้งานวิจัย							
		เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	สภาพแวดล้อมภายนอก				สภาพแวดล้อมภายใน			
				กฎหมาย	เศรษฐกิจ	วัฒนธรรม	สังคมและสิ่งแวดล้อม	เทคโนโลยี	การจัดการ	การเงิน	ทรัพยากรบุคคล
สุบิน ชะรอยรัมย์	2560	✓		✓	✓	✓		×	-	-	-
แวยูแซ แวป่า	2560	✓		✓	✓	✓		×	-	-	-
ศุภกฤต หลิมเลิศรัตน์	2561	✓		✓	-	✓		-	-	×	✓
พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชาพันธ์	2562	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
และวีรพล ทวีนนท์											

หมายเหตุการใส่เครื่องหมาย : เครื่องหมาย ถูก ✓ คือ ตรงกับสรุปผลงานวิจัยของเรา
 เครื่องหมาย ผิด ✗ คือ ไม่ตรงกับสรุปผลงานวิจัยของเรา
 เครื่องหมาย – คือ ไม่มีหรือไม่ศึกษางานวิจัยขอ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากภาพที่ 2.1 ข้างต้น แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Factors) ได้แก่ การเมืองและกฎหมาย (Policy and Law) เศรษฐกิจ (Economy) สังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) และ เทคโนโลยี (Technology) รวมทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment Factors) คือ การจัดการ (Management) ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Finance) ด้านการตลาด (Marketing) และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจลงทุนในธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Decisions for General Restaurant Business in Muang District, Chiang Mai Province)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษา 2 ประเด็น ได้แก่

ข้อ 1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อ 2 เพื่อทดสอบอิทธิพลปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถตอบสนองกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกรูปแบบเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research)

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีกระบวนการดำเนินการ 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) โดยได้ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสารประกอบการสอน บทความวิชาการเพื่อนำไปพัฒนารอบแนวคิด และกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการวิจัยโดยการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1) กำหนดประชากรและกลุ่มตัวที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งจะขอกล่าวรายละเอียดไว้ในหัวข้อถัดไปคือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2) สร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ประเภทแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – structured Interview) ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย

สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมภายใน คือ การจัดการ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล เหล่านี้นำมาสร้างข้อคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อให้ผู้รับการสัมภาษณ์ตอบคำถามในรูปแบบเดียวกัน โดยข้อคำถามแต่ละข้อจะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาการ แล้วจึงนำไปสัมภาษณ์กับ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และนำคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถามต่อไป

3) สร้างเครื่องมือแบบสอบถามในรูปแบบข้อคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Form Questionare) โดยนำประเด็นข้อคำถามมาจากนักวิชาการที่ได้พัฒนาข้อคำถามขึ้นมา และข้อสรุปจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการทั้งหมด แล้วจึงนำชุดแบบสอบถามมาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยด้วยการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการนำไปทดสอบกับกลุ่มประชากรแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try – out) ในการวิจัยครั้งนี้

4) การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ที่ผ่านได้การทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try – out) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

5) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) คือ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับ Y ด้วยการวิเคราะห์การทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบเพียร์สัน (Pearson Correlations Coefficient)

6) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในพื้นที่ (PEST) จะใช้การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

ขั้นตอนที่ 3 การสรุปผลและอภิปรายผล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงข้อมูล ในเชิงปริมาณมาสรุปผล และอภิปรายผล

ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอผลการวิจัย โดยนำเสนอผลการวิจัยที่มีเหตุผลประกอบตามหลักการและเป็นที่ยอมรับได้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 370 ราย ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก นอนเจริญ ประธานชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่ (โทร 053 – 213693) เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2563 และจากฐานข้อมูลชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่ (2562)

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ได้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาสร้างชุดแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้จำนวน 30 ราย แบ่งตามทางภูมิศาสตร์นั้นคือ พื้นที่ในเขตฝั่งเมืองชั้นใน (ในเขตกำแพงเชียงใหม่) ดังนี้

พื้นที่ด้านทิศเหนือ มีจำนวน 6 ราย ได้แก่

- 1) ร้านข้าวมันไก่ จำนวน 2 ราย
- 2) ร้านอาหารตามสั่ง จำนวน 4 ราย

พื้นที่ด้านทิศใต้ มีจำนวน 12 ราย ได้แก่

- 1) ร้านขนมจีน จำนวน 3 ราย
- 2) ร้านข้าวซอย จำนวน 3 ราย
- 3) ร้านหมูกระทะ จำนวน 2 ราย
- 4) ร้านหมูจุ่มและชาบู จำนวน 4 ราย

พื้นที่ด้านทิศตะวันออก มีจำนวน 6 ราย ได้แก่

- 1) ร้านอาหารจีน จำนวน 3 ราย
- 2) ร้านอาหารเจ จำนวน 2 ราย
- 3) ร้านอาหารอิตาเลียน จำนวน 1 ราย

พื้นที่ด้านทิศตะวันตก มีจำนวน 6 ราย ได้แก่

- 1) ร้านก๋วยเตี๋ยว จำนวน 3 ราย
- 2) ร้านข้าวแกง จำนวน 3 ราย

การสุ่มตัวอย่างและกำหนดขนาดตัวอย่าง กล่าวคือ ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) แล้วคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนตามสูตรของเกรซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ด้านล่าง

$$\text{จากสูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง หรือ } n = \frac{x^2 Np(1-p)}{e^2 (N-1) + x^2 p(1-p)}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร
 e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ ($5\% = 0.05$)
 x^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95 ($x^2 = 3.841$)
 p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบกำหนด $p = 0.5$)

สามารถแทนค่าในสูตร ดังนี้

$$\text{แทนค่า } n = \frac{3.841 \times 370 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{0.05^2 \times (370 - 1) + 3.841 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{335.29}{0.923 + 0.960} = 188.98 \approx 189$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เพื่อเก็บข้อมูลแบบสอบถามคือ 189 ราย แต่จากการตรวจสอบข้อมูลกลับพบว่า มีข้อมูลชุดแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่สมบูรณ์สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลได้จำนวน 159 ราย โดยมีค่าความคลาดเคลื่อน (Percentage Error) ร้อยละ 84.13 ($159/189 \times 100$) ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานได้ เพราะกลุ่มตัวอย่างที่เก็บได้จริงจากชุดแบบสอบถามจะต้องได้รับกลับคืนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 และมีการสูญหายของข้อมูลได้ไม่เกินร้อยละ 5 จึงจะเป็นข้อมูลที่เพียงพอและน่าเชื่อถือที่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ (สมชาย วรกิจเกษมกุล, 2554) ประกอบกับระยะเวลาในการศึกษาอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) และรัฐบาลของไทยได้ใช้มาตรการล็อกดาวน์ (Lock – down) ส่งผลให้ผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หลายแห่งไม่สามารถให้บริการแบบมีหน้าร้านได้และไม่สามารถรับภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จึงต้องเลิกกิจการไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – structured Interview) และแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทั้ง 2 เครื่องมือสามารถอธิบายการสร้างรูปแบบได้ดังนี้

เครื่องมือที่ 1 แบบสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – structured Interview) จำนวน 3 ข้อ โดยอาศัยจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในนั้นคือ การจัดการ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

เครื่องมือที่ 2 แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้นำประเด็นข้อคำถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนักวิชาการต่าง ๆ ประกอบกับข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาการ และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปมาดำเนินการปรับปรุงข้อคำถามให้เหมาะสมกับแบบสอบถาม โดยชุดแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้นว่าเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไป ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Form) จำนวน 1 ข้อ ที่ได้คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลักและผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไป ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Form) ซึ่งได้ปรับแบบสอบถามมาจากนักวิชาการต่าง ๆ ได้แก่ กนกวรรณ ศรีนวล (2558) ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) สุบิน ชะรอยรัมย์ (2560) แวยูเฮ แวปา (2560) และศุภกฤต หลิมเลิศรัตน์ (2560)

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพภายนอก ประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี รวมทั้งสิ้น 15 ข้อ โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Form) ที่ใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งได้ปรับแบบสอบถามจากนักวิชาการต่าง ๆ อาทิ นฤมล พึ่งทอง (2557) กนกวรรณ ศรีนวล (2558) ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) สุบิน ชะรอยรัมย์ (2560) แวยูเฮ แวปา (2560) และศุภกฤต หลิมเลิศรัตน์ (2560)

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน โดยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน คือ การจัดการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล รวมทั้งสิ้น 17 ข้อ ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะแบบปลายปิด (Close

Ended Form) ที่ปรับเปลี่ยนสอบถามจากนักวิชาการต่าง ๆ ได้แก่ นฤมล พึ่งทอง (2557) และศิริยา ตังนฤมิตร (2558) รวมถึงข้อเสนอแนะปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญในสายวิชาการ

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป เป็นข้อคำถามที่ได้จากบทสรุปในการตอบแบบสอบถามในส่วนของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (ส่วนที่ 3) และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (ส่วนที่ 4) โดยข้อคำถามมีลักษณะแบบปลายปิด (Close Ended Form) จำนวน 1 ข้อคำถาม โดยได้ปรับข้อคำถามจากคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาหลักและผู้เชี่ยวชาญในสายวิชาการ

ทั้งนี้ ข้อคำถามในส่วนที่ 3 จนถึง ส่วนที่ 5 นั้น ได้ใช้เกณฑ์การประเมินระดับความคิดเห็นจากมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่มีด้วยกัน 5 ระดับ โดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดช่วงชั้นด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายแต่ละช่วงชั้นได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตรการหาค่าอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

แล้วจึงกำหนดช่วงชั้นทั้ง 5 ระดับ ในรูปแบบเกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ยระดับความคิดทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน รวมถึงการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย
2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ / เฉย ๆ
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ เป็นการอธิบายเพิ่มเติมของผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไป ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ต้องการเสนอแนะเกี่ยวกับแนวคิดหรือนโยบายส่งเสริม ธุรกิจร้านอาหารทั่วไปให้ประสบความสำเร็จตามที่ผู้ประกอบการได้กำหนดวิสัยทัศน์ธุรกิจของตน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยทั้งชุดแบบสัมภาษณ์และชุดแบบสอบถาม ซึ่งอธิบายการตรวจสอบแต่ละเครื่องมืออย่างเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ 1 แบบสัมภาษณ์ โดยใช้การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการตรวจสอบว่าเนื้อหาของคำถามในชุดแบบสัมภาษณ์ได้ใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสม และชัดเจน รวมถึงยังครอบคลุมถึงสิ่งที่ต้องการจะวัดตามวรรณกรรมที่ผู้วิจัยได้ทบทวนมาแล้ว และนำไปสร้างชุดแบบสอบถามต่อไปได้ ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน +1 หมายถึง คำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

คะแนน -1 หมายถึง คำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ทั้งนี้ จะนำผลการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีความถูกต้องด้านเนื้อหาให้มากที่สุด โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$\text{สูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC)} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบ

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เมื่อคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้แล้วก็จะนำไปแปลผลคะแนนโดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

ค่า $IOC \geq 0.50$ หมายความว่า คำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
สามารถนำไปใช้ได้

ค่า $IOC < 0.50$ หมายความว่า คำถามไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
ต้องปรับปรุงและยังไม่สามารถนำไปใช้ได้

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC) ในภาพรวมคือ 6.36/9 เท่ากับ 0.71 ($IOC \geq 0.50$) ข้อคำถามของชุดแบบสัมภาษณ์ทั้งหมดจำนวน 9 ข้อนั้น ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปที่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ชุด และสามารถนำไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถามในการวิจัยต่อไป ทั้งนี้ ค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ได้แสดงอยู่ในภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ 2 แบบสอบถาม จะใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทั้งการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ก่อนดำเนินการเก็บข้อมูลจริง โดยมีขั้นตอนรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาการทั้ง 3 ท่านที่กล่าวไว้ข้างต้นนั้น ยังคงทำหน้าที่ประเมินคะแนนของชุดแบบสอบถามเช่นเดิม ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC) ในภาพรวมคือ 20.03/40 เท่ากับ 0.50 ($IOC \geq 0.50$) กล่าวคือ ข้อคำถามของชุดแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 40 ข้อนั้น ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสามารถนำไปใช้ในการทดสอบ (Try – out) กับกลุ่มประชากรแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด โดยค่าเฉลี่ยจากการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) แต่ละข้อคำถามจะแสดงอยู่ในภาคผนวก ข

ขั้นตอนที่ 2 การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับแก้สมบูรณ์แล้วออกไปทดสอบ (Try – out) กับกลุ่มประชากรอื่น ๆ จำนวน 30 ราย ซึ่งเป็นจำนวนขั้นต่ำที่สามารถใช้เป็นกลุ่มสำหรับทดสอบคุณภาพของเครื่องมือได้ และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha

Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการหาความเชื่อมั่น และจะพิจารณาว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคที่ได้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้หรือไม่ กล่าวคือ ควรอยู่ในระดับ 0.7 ขึ้นไป (George and Mallery, 2003) โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.1 ด้านล่าง

ตารางที่ 3.1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค

สภาพแวดล้อมภายนอก	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค	สภาพแวดล้อมภายใน	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค
การเมืองและกฎหมาย	0.87	การจัดการ	0.91
เศรษฐกิจ	0.90	- ด้านการเงิน	0.88
สังคมและวัฒนธรรม	0.87	- ด้านการตลาด	0.84
เทคโนโลยี	0.84	- ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	0.87
รวม	0.82	รวม	0.92

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่องนี้ได้ดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 2 ช่วงดังนี้

ช่วงที่ 1 การเก็บข้อมูลแบบออฟไลน์ (Offline) จะดำเนินการจัดเก็บเฉพาะข้อมูลชุดแบบสัมภาษณ์ที่มีกึ่งโครงสร้าง (Semi – structure Interview) จากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย ตามเขตผังเมืองชั้นใน (ในเขตกำแพงเมืองเชียงใหม่) โดยระหว่างทำการสัมภาษณ์ทุกครั้งจะมีการบันทึกเสียง นอกเหนือจากการเขียนคำสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการถอดบทสัมภาษณ์และการสรุปบทสัมภาษณ์จากผู้สัมภาษณ์ทั้งหมด ก่อนจะถูกนำไปใช้ในการสร้างข้อคำถามของชุดแบบสอบถามต่อไป

ช่วงที่ 2 การเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ (Online) กล่าวคือ เมื่อทำการสรุปบทสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย ข้างต้น จนได้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่สามารถสร้างแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปในเขตอำเภอ

เมือง จังหวัดเชียงใหม่ จนได้กลุ่มตัวอย่างที่สมบูรณ์จำนวน 159 ราย เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) จึงไม่สามารถลงพื้นที่จริงเพื่อทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ประกอบการโดยตรงและเก็บได้ไม่ครบถ้วนตามการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 189 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาจากการเก็บข้อมูลและได้ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลก่อนนำข้อมูลที่ได้รับมาดำเนินการลงรหัสข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ โดยผู้วิจัยได้กำหนดสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วนตามชุดแบบสอบถามดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของการแจกแจงข้อมูลของตัวแปร ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 คำถามปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ส่วนที่ 4 คำถามปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน และส่วนที่ 5 ข้อคำถามการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป โดยวิเคราะห์ด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อประเมินระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งใช้เกณฑ์การประเมินระดับความคิดเห็นจากมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับ Y ด้วยการวิเคราะห์การทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบเพียร์สัน (Pearson Correlations Coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน และการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป รวมไปถึงการทดสอบอิทธิพลปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 (0.95)

จากรูปแบบการวิจัย ขั้นตอนการดำเนินวิจัย เครื่องมือใช้ในการวิจัย กระบวนการจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย จึงนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ซึ่งจะกล่าวต่อไปในบทที่ 4

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปที่ประกอบธุรกิจเฉพาะพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยกันอยู่ 2 เครื่องมือ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม แล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามเครื่องที่ใช้การวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ตามเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ได้แก่
 - 1.1 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก
 - 1.2 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน
2. ผลการวิเคราะห์ตามเครื่องมือแบบสอบถาม ได้แก่
 - 2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
 - 2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก
 - 2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน
 - 2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจลงทุน
 - 2.5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากหัวข้อของผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ตามเครื่องมือแบบสัมภาษณ์

การศึกษาเรื่องนี้ได้ทำการสัมภาษณ์โดยใช้ชุดแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi – structured Interview) จากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย เฉพาะพื้นที่บริเวณประจวบกำแพงเมืองเชียงใหม่ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำเสนอบทสรุปการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีต่อการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจร้านอาหารทั่วไปดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การสัมพันธภาพเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

การเมืองและกฎหมาย (Political and Law) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ให้สัมพันธภาพกับผู้วิจัยว่า รัฐบาลไทยได้ประกาศออกกฎกระทรวงเกี่ยวกับสุขลักษณะของสถานที่จำหน่ายอาหาร พ.ศ. 2561 เพื่อควบคุมมาตรฐานการบริการร้านอาหารทุกแห่งให้ถูกสุขลักษณะอนามัยแก่ผู้บริโภค โดยเห็นว่าแม้เป็นกฎหมายที่ดีและสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคต่อรับประทานในร้านอาหารมากยิ่งขึ้น แต่สำหรับผู้ประกอบการมองว่า มีความยุ่งยากในการขอใบอนุญาตจัดตั้งธุรกิจจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่ต้องยื่นเอกสารหลายอย่างผ่านที่ทำการเท่านั้นและใช้เวลานานกว่าหน่วยงานจะออกใบอนุญาต ประกอบกับจะต้องให้หน่วยงานสาธารณสุขประจำท้องที่เข้ามาตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ เช่น พื้นที่ให้บริการ อุปกรณ์ประกอบอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค เช่น ห้องน้ำ น้ำดื่มฟรี และอื่น ๆ เพื่อออกหนังสือรับรองว่าร้านอาหารถูกสุขอนามัย ซึ่งก็ใช้เวลานานและผู้ประกอบการจะต้องส่งรายงานต่อหน่วยงานทุกครั้งเมื่อมีการเรียกถามหรือการประเมินอีกครั้ง ขณะเดียวกันหากร้านอาหารต้องการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็จำเป็นต้องไปขอใบอนุญาตขายที่กรมสรรพสามิตในพื้นที่ที่ผู้ประกอบการเปิดกิจการร้านอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการอยากเสนอให้หน่วยงานภาครัฐจัดทำเว็บไซต์เกี่ยวกับการจัดตั้งกิจการและการเสียภาษีสรรพสามิตในรูปแบบครบวงจร (One Stop Service) ซึ่งสวนทางกลับนโยบายที่รัฐบาลไทยพยายามส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เช่น การจดทะเบียนจัดตั้งง่าย การได้ยกเว้นเสียภาษี และการปล่อยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น

เศรษฐกิจ (Economy) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงจากการที่รัฐบาลไทยสั่งห้ามลดราคาน้ำมันปาล์มสำเร็จรูป เพื่อเพิ่มรายได้และยกระดับราคาปาล์มวัตถุดิบให้แก่เกษตรกร รวมถึงเหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น พายุโซนร้อนปาบึก (Pabuk) พายุโซนร้อนคาลิกิ (Kajiki) ส่งผลให้วัตถุดิบพวกอาหารทะเลสดและแห้ง เครื่องปรุงอาหาร และระบบขนส่งได้รับความเสียหาย จนในที่สุดผู้ประกอบการต้องปรับราคาอาหารทุกรายการสูงขึ้น เพื่อให้กิจการอยู่รอดต่อไปได้ ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (Corona Virus 2019) สายพันธุ์อื่นที่เริ่มระบาดในประเทศจีนและกำลังเริ่มระบาดในประเทศไทยจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้ทางการรัฐบาลจีนสั่งระงับเที่ยวบินจากประเทศจีนมาประเทศไทยและทัวร์จีนมาเที่ยวในประเทศไทย ส่งผลให้ยอดขายและรายได้จากการจำหน่ายอาหารแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่ของธุรกิจร้านอาหารทั่วไปมีจำนวนลดลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ผู้ประกอบการคาดหวังว่ารัฐบาลจะช่วยเยียวยาด้วยเงินชดเชยและพักการชำระหนี้ยืมอย่างต่ำ 3 ถึง 6 เดือนจากการลงทุนร้านอาหารไปก่อน เพื่อให้ธุรกิจของตนอยู่รอดต่อไปได้จนกว่าสถานการณ์จะกลับมาเป็นปกติ

สังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ให้สัมภาษณ์ถึงกระแสความนิยม (Trend) บริการการสั่งอาหารออนไลน์ (e-Resurant) ผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) ของผู้ให้บริการ เช่น แกร็บฟู้ดส์ (Grab Food) ฟู้ดส์แพนด้า (Food Panda) หรือไลน์แมน (Line Man) มีมากขึ้นอย่างน่าประหลาดใจ เพราะคิดว่าเป็นแค่กระแสนิยมในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ของพฤติกรรมกลุ่มวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ที่ต้องการความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเข้าถึงร้านอาหาร แต่เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Corona Virus 2019) ก่อนที่กระทรวงสาธารณสุขเปลี่ยนชื่อเป็นโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ทำให้รัฐบาลไทยเริ่มใช้นโยบายอยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ ด้วยการปิดประเทศ (Lockdown) โดยให้นักเรียนและนักศึกษาเรียนผ่านระบบออนไลน์ (Online System Learning) รวมถึงเจ้าหน้าที่ทำงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนปฏิบัติงานอยู่บ้าน (Work from Home) รวมไปถึงห้ามรับประทานอาหารภายในร้านอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการหลายแห่งเริ่มให้ความสนใจในช่องทางการให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ (e-Resurant) เพราะเล็งเห็นว่าจะสามารถชดเชยรายได้ที่สูญเสียจากกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวจีนได้ โดยนโยบายดังกล่าวจะเริ่มใช้ปลายเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ทั้งนี้ผู้ประกอบการเห็นพ้องต้องกันว่า สัดส่วนกลุ่มใช้บริการร้านอาหารออนไลน์จะมากกว่ากลุ่มใช้บริการร้านอาหารแบบมีหน้าร้าน อาจส่งผลให้ในอนาคตร้านอาหารทั่วไปทุกแห่งให้บริการรูปแบบร้านอาหารออนไลน์ (e-Resurant) ทั้งหมด

เทคโนโลยี (Technology) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่า การทำธุรกิจร้านอาหารทั่วไปควรทำในรูปแบบผสมผสานระหว่างการให้บริการแบบมีหน้าร้าน กับ การให้บริการออนไลน์ (e-Resurant)ควบคู่กันไป โดยเฉพาะการให้บริการร้านอาหารออนไลน์ (e-Resurant) นั้น ผู้ประกอบการต้องการให้หน่วยงานภาครัฐติดตั้งบริการอินเทอร์เน็ตฟรี (Free WI-FI) และสัญญาณอินเทอร์เน็ตต้องเสถียร เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค จนอยากกลับมาใช้บริการอีก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะต้องแบกรับค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตที่สูงมากและปัญหาลิ้นไม่เสถียรขณะให้บริการแก่ผู้บริโภค ซึ่งสวนทางกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) ที่ต้องการส่งเสริมผู้ประกอบการเรียนรู้และใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการและยกระดับรายได้ของผู้ประกอบการร้านอาหารให้อยู่รอดและเจริญเติบโตภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ

จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปต่อไปจะเป็นผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่สามารถนำเสนอได้ดังหัวข้อต่อไปนี้

2. ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายใน

การจัดการ (Management) จากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การจะจัดตั้งทำธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีทุน (Capital) อย่างเดียวไม่ได้ ควรจะต้องมีการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อไม่ให้เกิดความเสี่ยงในการบริหารธุรกิจจนต้องปิดกิจการหรือล้มละลายได้ โดยเริ่มตั้งแต่กำหนดพื้นที่ให้บริการเป็นสัดส่วนชัดเจน เช่น มุมประกอบอาหาร มุมรับประทานอาหาร พื้นที่จอดรถ เป็นต้น ต่อมำหนดจำนวนบุคลากรที่ต้องให้บริการโดยกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลให้ชัดเจน ประกอบกับบุคลากรทุกคนจะต้องผ่านการสรรหาจากผู้ประกอบการว่ามีคุณสมบัติที่ต้องการ มีการสอนงานหรือฝึกอบรมเพื่อรับมือกับปัญหาต่าง ๆ รวมไปถึงการกำหนดค่าจ้างที่ต้องพิจารณาผลงานเป็นหลัก นอกจากนี้ ต้องการการจัดการในด้านอื่น ๆ ประกอบไปด้วย

ด้านการเงิน (Finance) พยายามหาแหล่งสินเชื่อที่ดอกเบี้ยต่ำและระยะเวลาชำระหนี้สั้น ทำให้การใช้เงินสามารถเรียงลำดับว่าสิ่งใดสำคัญที่ต้องชำระก่อน รวมถึงนำสินทรัพย์และทุนมาแปลงสภาพเป็นเพื่อใช้ในการลงทุนขยายร้านหรือขยายสาขาให้มีกำไรจากการทำธุรกิจมากขึ้น และสามารถนำไปชำระหนี้สินและเก็บไว้ในยามฉุกเฉินได้

ด้านการตลาด (Marketing) ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนว่าจะจำหน่ายให้ผู้บริโภคกลุ่มใด และพยายามสร้างสรรค์รายการอาหารใหม่ ๆ หรือปรับปรุงรายการอาหารใหม่เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกเบื่อกับเมนูอาหารเดิม ๆ และต้องสอดคล้องกับราคาที่คุณบริโภคยินดีที่จะจ่าย ส่วนพื้นที่ให้บริการสามารถจอดรถเพียงพอ และต้องมีโปรโมชั่น (Promotion) เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคอยากเลือกใช้บริการ เช่น ส่วนลดค่าอาหาร ฟรีค่าส่งเมื่อสั่ง 100 บาทขึ้นไป

และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) ต้องระบุในใบประกาศรับสมัครว่าต้องการเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ และเงื่อนไขที่ผู้ประกอบการต้องการ เช่น ต้องมีสถานะโสด ต้องไม่มีประวัติคดีอาชญากรรม เป็นต้น เมื่อได้บุคลากรที่ต้องการแล้วก็ต้องสอนงานและสอนการปรับตัวให้เข้ากับสังคมในที่ทำงาน ซึ่งจะผู้ประกอบการจะวัดจากการทดลองงานของบุคลากร รวมถึงการให้ค่าตอบแทนก็จะให้เป็นรายเดือนและหากผลงานดีก็จะเพิ่มค่าตอบแทนให้ในปีถัดไป ส่วนสวัสดิการก็จะค่ารักษาพยาบาลและชุดทำงานให้ด้วย

จากผลการวิเคราะห์การให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นำไปสู่การสร้างชุดแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการจำนวน 159 ราย และเมื่อทำการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วก็จะสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเชิงพรรณนาและ เชิงอนุมานซึ่งจะกล่าวในหัวข้อต่อไป

ผลการวิเคราะห์ตามเครื่องมือแบบสอบถาม

ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมดจำนวน 159 ราย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน และข้อมูลความคิดเห็นการตัดสินใจลงทุน รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยแสดงผลการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างและวิเคราะห์ตารางแบบเชิงพรรณนา โดยใช้การแจกแจงความถี่และการหาค่าร้อยละของข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการกิจการ จึงได้ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

(n = 159)		
ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	80	50.30
หญิง	79	49.70
อายุ		
อายุ 21 – 30 ปี	32	20.10
อายุ 31 – 40 ปี	57	35.80
อายุ 41 – 50 ปี	41	25.80
อายุ 51 – 60 ปี	25	15.70
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	4	2.50

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n = 159)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	35	22.00
อนุปริญญา / ปวส.	49	30.80
ปริญญาตรี	68	42.80
สูงกว่าปริญญาตรี	7	4.40
ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการกิจการ		
น้อยกว่า 1 ปี	26	16.40
1 – 3 ปี	38	23.90
3 – 5 ปี	44	27.70
มากกว่า 5 ปี	51	32.10

จากตารางที่ 4.1 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 159 ราย มีดังต่อไปนี้

เพศ พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.30 และเพศหญิง จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.70

อายุ พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.80 ลำดับถัดมาอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.10 ลำดับถัดมาอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.70 และเป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.80 ลำดับถัดมาที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.00 และอันดับสุดท้ายมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.40

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เปิดดำเนินการระยะเวลามากกว่า 5 ปี มากที่สุด จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.10 รองลงมาคือ เปิดดำเนินการระยะเวลา 3 – 5 ปี จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.70 ลำดับถัดมาเปิดดำเนินการระยะเวลา 1 – 3 ปี จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.90 และอันดับสุดท้ายเปิดดำเนินการระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.40

ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.30 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.80 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.80 และได้ดำเนินการร้านอาหารทั่วไปมากกว่า 5 ปี จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.10

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้จำนวน 159 ราย นำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลในความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกของการประกอบธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ซึ่งจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ดังกล่าวต่อไป

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกประกอบด้วย การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น โดยเกณฑ์การประเมินผลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ / เฉย ๆ

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ทั้งนี้ จากการระบุหลักเกณฑ์การประเมินระดับความคิดเห็นข้างต้น สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.2 จนถึงตารางที่ 4.6 ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกในภาพรวม

(n = 159)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	
1. การเมืองและกฎหมาย	3.69	0.452	เห็นด้วย
2. เศรษฐกิจ	3.39	0.328	ไม่แน่ใจ / เฉย ๆ
3. สังคมและวัฒนธรรม	3.73	0.443	เห็นด้วย
4. เทคโนโลยี	4.14	0.372	เห็นด้วย
รวม	3.74	0.219	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.2 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการจำนวน 159 ราย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ($SD = 0.219$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นด้วยในระดับสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ($S.D = 0.372$) รองลงมาคือ สังคมและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ($S.D = 0.443$) และลำดับถัดมา การเมืองและกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ($S.D = 0.452$) ในขณะที่เศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ($S.D = 0.328$) อยู่ในระดับไม่แน่ใจหรือเฉย ๆ

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
สภาพแวดล้อมภายนอกในการเมืองและกฎหมาย

(n = 159)

การเมืองและกฎหมาย	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	
1. ท่านติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายด้านกฎหมาย เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ	3.96	0.706	เห็นด้วย
2. ท่านคิดว่ากฎหมายในประเทศไทยเกี่ยวกับธุรกิจ ร้านอาหารสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน	3.32	0.723	ไม่แน่ใจ / เฉย ๆ
3. ท่านคิดว่ากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินทาง ธุรกิจร้านอาหารของภาครัฐในปัจจุบัน เช่น กฎหมายการเสียภาษีการค้า กฎหมายการจ้าง แรงงาน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค การควบคุม ของคณะกรรมการอาหารและยา เอื้อต่อการทำ ธุรกิจร้านอาหาร	3.69	0.969	เห็นด้วย
4. ท่านคิดว่านโยบายสนับสนุนธุรกิจวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม (SMEs) ลดอัตราภาษีและ ส่งเสริมพัฒนาฝีมือแรงงาน เอื้อต่อการประกอบ ธุรกิจร้านอาหาร	3.80	0.744	เห็นด้วย
รวม	3.69	0.452	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.3 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
สภาพแวดล้อมภายนอกในการเมืองและกฎหมาย พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการจำนวน 159
ราย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 (SD = 0.452) และเมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นด้วยในระดับสูงสุดคือ การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายด้าน

กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D = 0.706) รองลงมาคือนโยบายสนับสนุนธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ลดอัตราภาษีและส่งเสริมพัฒนาฝีมือแรงงาน เอื้อต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 (S.D = 0.744) ลำดับถัดมา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินทางธุรกิจร้านอาหารของภาครัฐในปัจจุบัน เช่น กฎหมายการเสียภาษีการค้า กฎหมายการจ้างแรงงาน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค การควบคุมของคณะกรรมการอาหารและยา เอื้อต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 (S.D = 0.969) ขณะที่กฎหมายในประเทศไทยเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 (S.D = 0.723) อยู่ในระดับไม่แน่ใจหรือเฉย ๆ

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านเศรษฐกิจ

(n = 159)			
เศรษฐกิจ	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	
1. ท่านติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศ ไทยอย่างสม่ำเสมอ	3.92	0.763	เห็นด้วย
2. ท่านคิดว่าสถานะเศรษฐกิจของประเทศไทยใน ปัจจุบันส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	2.69	0.746	ไม่แน่ใจ / เฉย ๆ
3. ท่านคิดว่าภาวะและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ เปลี่ยนแปลงเอื้อต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	3.20	0.614	ไม่แน่ใจ / เฉย ๆ
4. ท่านคิดว่าต้นทุนของวัตถุดิบในการทำอาหาร ส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	3.73	0.633	เห็นด้วย
รวม	3.39	0.328	ไม่แน่ใจ / เฉย ๆ

จากตารางที่ 4.4 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านเศรษฐกิจ พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการจำนวน 159 ราย มีความคิดเห็นไม่แน่ใจหรือเฉย ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ($SD = 0.328$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่ผู้ประกอบการร้านค้ามีความคิดเห็นด้วยในระดับสูงสุดคือ การติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ($S.D = 0.763$) และต้นทุนของวัตถุดิบในการทำอาหาร ส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ($S.D = 0.633$) ขณะที่ภาวะและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงเอื้อต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ($S.D = 0.614$) และสถานะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 ($S.D = 0.746$) กลับมีความคิดเห็นไม่แน่ใจหรือเฉย ๆ

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านสังคมและวัฒนธรรม

สังคมและวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	
1. ท่านติดตามความต้องการหรือ Trend /Life style ของกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	3.47	0.593	เห็นด้วย
2. ท่านคิดว่าจำนวนประชากรของประเทศไทยในปัจจุบัน ส่งเสริมต่อธุรกิจร้านอาหาร	4.01	0.725	เห็นด้วย
3. ท่านคิดว่าระดับการศึกษาและรายได้ของผู้บริโภคในปัจจุบันส่งเสริมต่อธุรกิจร้านอาหาร	3.72	0.674	เห็นด้วย
รวม	3.73	0.443	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.5 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการจำนวน 159 รายมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 (SD = 0.443) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นด้วยในระดับสูงสุด คือ จำนวนประชากรของประเทศไทยในปัจจุบัน ส่งเสริมต่อธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D = 0.725) รองลงมาคือ ระดับการศึกษาและรายได้ของผู้บริโภคในปัจจุบันส่งเสริมต่อธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (S.D = 0.674) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และการติดตามความต้องการหรือ Trend /Life Style ของกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 (S.D = 0.593)

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านเทคโนโลยี

(n = 159)			
เทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	
1. ท่านมีการศึกษาและติดตามเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ	3.97	0.779	เห็นด้วย
2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ ส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	4.35	0.626	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3. ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในการทำธุรกิจร้านอาหารได้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น	4.40	0.703	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
4. ท่านคิดว่าเทคโนโลยีช่วยในการประหยัดต้นทุนในการทำธุรกิจร้านอาหาร	3.84	0.698	เห็นด้วย
รวม	4.14	0.372	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.6 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านเทคโนโลยี พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการจำนวน 159 ราย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ($SD = 0.372$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอย่างยิ่งมากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในการทำธุรกิจร้านอาหารได้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ($S.D = 0.703$) รองลงมาคือ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ($S.D = 0.626$) ในขณะที่การศึกษาและติดตามเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ($S.D = 0.779$) และเทคโนโลยีช่วยในการประหยัดต้นทุนในการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ($S.D = 0.698$) กลับอยู่ในระดับเห็นด้วย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษารั้งนี้จำนวน 159 ราย ต่อไปจะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในของการประกอบธุรกิจร้านอาหารทั่วไปดังนี้

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนั้นคือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน คือ การจัดการ อันประกอบไปด้วย ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น โดยเกณฑ์การประเมินผลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมีดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ / เฉย ๆ
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากการระบุหลักเกณฑ์การประเมินระดับความคิดเห็นข้างต้น สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.7 จนถึงตารางที่ 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
สภาพแวดล้อมภายในในภาพรวม

(n = 159)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	
การจัดการ ประกอบด้วย	3.86	0.386	เห็นด้วย
1. ด้านการเงิน	4.03	0.335	เห็นด้วย
2. ด้านการตลาด	4.10	0.352	เห็นด้วย
3. ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	3.87	0.341	เห็นด้วย
รวม	3.97	0.180	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.7 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในในภาพรวม พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการจำนวน 159 ราย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 (SD = 0.180) โดยปัจจัยการจัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (S.D = 0.386) แล้วเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตลาด เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นด้วยในระดับสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D = 0.352) รองลงมาคือ ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D = 0.335) และอันดับสุดท้ายด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (S.D = 0.341)

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
สภาพแวดล้อมภายในของปัจจัยการจัดการ

(n = 159)			
การจัดการ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1. ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ดี	4.01	0.759	เห็นด้วย
2. ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการจัด โครงสร้างองค์กรและตำแหน่งงานที่ชัดเจน	3.43	0.579	เห็นด้วย
3. ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการบริหาร บุคลากรที่ดี เช่น การสรรหา การฝึกอบรมพนักงาน การกำหนดค่าจ้างที่มีความเหมาะสม	3.95	0.753	เห็นด้วย
4. ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการติดตาม และควบคุมการอย่างสม่ำเสมอ เช่น การควบคุมทาง การเงิน การควบคุมค่าใช้จ่าย ช่วยส่งเสริมการทำ ธุรกิจร้านอาหาร	4.06	0.790	เห็นด้วย
รวม	3.86	0.386	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.8 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในของปัจจัยการจัดการ พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการจำนวน 159 ราย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (SD = 0.386) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้ามีความคิดเห็นด้วยในระดับสูงสุดคือ ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการติดตามและควบคุมการอย่างสม่ำเสมอ เช่น การควบคุมทางการเงิน การควบคุมค่าใช้จ่าย ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D = 0.709) รองลงมาคือ ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D = 0.759) ลำดับถัดมา ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการบริหารบุคลากรที่ดี เช่น การสรรหา การฝึกอบรมพนักงาน การกำหนดค่าจ้างที่มีความเหมาะสม

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D = 0.753) และอันดับสุดท้ายธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการจัดโครงสร้างองค์กรและตำแหน่งงานที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 (S.D = 0.579)

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้านการเงิน

(n = 159)			
ด้านการเงิน	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1. ท่านคิดว่าการวางแผนทางการเงินที่ดี ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	4.16	0.745	เห็นด้วย
2. ท่านคิดว่าความสามารถในการจัดหาเงินลงทุน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	3.94	0.705	เห็นด้วย
3. ท่านคิดว่าสภาพคล่องทางการเงิน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	4.03	0.787	เห็นด้วย
4. ท่านคิดว่าความสามารถในการทำไรช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	3.99	0.661	เห็นด้วย
รวม	4.03	0.335	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.9 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้านการเงิน พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการจำนวน 159 ราย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (SD = 0.335) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุดคือ การวางแผนทางการเงินที่ดี ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (S.D = 0.745) รองลงมาคือ สภาพคล่องทางการเงิน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D = 0.787) ลำดับถัดมา ความสามารถในการทำไร ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D = 0.661) และอันดับ

สุดท้ายธุรกิจความสามารถในการจัดหาเงินลงทุน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (S.D = 0.705)

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้านการตลาด

				(n = 159)
ด้านการตลาด	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล	
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)		
1. ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์และกำหนดลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน	3.87	0.777	เห็นด้วย	
2. ท่านคิดว่าเมนูอาหาร ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	4.08	0.776	เห็นด้วย	
3. ท่านคิดว่าปัจจัยด้านราคา ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	4.36	0.715	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
4. ท่านคิดว่าทำเลที่ตั้งของร้านอาหาร ส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	4.20	0.710	เห็นด้วย	
5. ท่านคิดว่าปัจจัยการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	3.99	0.771	เห็นด้วย	
รวม	4.10	0.352	เห็นด้วย	

จากตารางที่ 4.10 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในในด้านการตลาด พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการจำนวน 159 ราย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (SD = 0.352) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่งคือ ปัจจัยด้านราคา ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (S.D = 0.751) ในขณะที่ทำเลที่ตั้งของร้านอาหาร ส่งเสริมการทำธุรกิจ

ร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D = 0.710) รองลงมาเมนูอาหาร ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D = 0.776) ลำดับถัดมา ปัจจัยการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D = 0.771) และร้านอาหารจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์และกำหนดลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (S.D = 0.777) กลับมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

				(n = 159)
				ระดับความคิดเห็น
ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล	
1. ท่านคิดว่าพนักงานหรือลูกจ้างเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	3.92	0.751	เห็นด้วย	
2. ท่านคิดว่า การให้บริการที่ดีของพนักงานหรือลูกจ้างเป็นปัจจัย ที่ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	3.90	0.851	เห็นด้วย	
3. ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการสอนงาน เพื่อพัฒนาทักษะ	3.86	0.674	เห็นด้วย	
4. ท่านคิดว่า เงินเดือนและสวัสดิการของพนักงานหรือลูกจ้าง ส่งผลต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	3.80	0.761	เห็นด้วย	
รวม	3.87	0.341	เห็นด้วย	

จากตารางที่ 4.11 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการจำนวน 159 ราย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (SD = 0.341) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุดคือ พนักงานหรือลูกจ้างเป็นปัจจัยที่ช่วย

ส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (S.D = 0.751) รองลงมาคือ การให้บริการที่ดีของพนักงานหรือลูกจ้างเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (S.D = 0.851) ลำดับถัดมา ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการสอนงาน เพื่อพัฒนาทักษะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (S.D = 0.674) และอันดับสุดท้ายเงินเดือนและสวัสดิการของพนักงานหรือลูกจ้าง ส่งผลต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (S.D = 0.341)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมธุรกิจทั้งภายนอกและภายในที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 159 ราย ได้มีต่อการทำธุรกิจร้านอาหารทั่วไปข้างต้นนั้น ได้นำไปสู่การวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจดังกล่าว ซึ่งจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ในหัวข้อถัดไป

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจลงทุน

การศึกษาเรื่องนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น โดยเกณฑ์การประเมินผลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ / เฉย ๆ

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากการระบุหลักเกณฑ์การประเมินข้างต้น สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.12 ด้านล่าง

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจลงทุน

(n = 159)			
การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	
หากท่านตัดสินใจได้ใหม่ ท่านจะตัดสินใจทำธุรกิจร้านอาหาร	4.05	0.745	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.12 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 159 ราย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (SD = 0.745)

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลชุดแบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ข้างต้น ได้นำไปสู่การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งจะกล่าวในหัวข้อถัดไป

5. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานของการวิจัยคือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับ Y ด้วยการวิเคราะห์การทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบเพียร์สัน (Pearson Correlations Coefficient) โดยมีจุดประสงค์เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ซึ่งการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวได้ทำการกำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

χ^2 แทน ค่าความสัมพันธ์หรือค่าไคร้สแควร์ (Chi-square)

γ แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlations Coefficient)

* แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Sig. แทน ค่าสถิติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ได้ใช้หลักเกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ 5 ระดับ ดังตารางที่ 4.13 (Hinkle, William, and Stephen, 1998)

ตารางที่ 4.13 เกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์

ระดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (γ)	ระดับของความสัมพันธ์
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.90 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.70 – 0.90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.50 – 0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.30 – 0.50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.00 – 0.30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

จากการกำหนดการวิเคราะห์สถิติ สัญลักษณ์ทางสถิติต่าง ๆ และระดับความสัมพันธ์ที่มีอยู่ด้วยกัน 5 ระดับ เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์และผลสรุปการทดสอบสมมติฐานทั้งหมดได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติและผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.14 ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

H_1 : ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) กับตัวแปรตาม (Y)			
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (X)	การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Y)		
	ค่าไคร้สแควร์ (χ^2)	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (r)	ระดับของความสัมพันธ์
การเมืองและกฎหมาย	17.265	0.505	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
เศรษฐกิจ	11.027	0.527	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
สังคมและวัฒนธรรม	14.000	0.450	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
เทคโนโลยี	30.940	0.002*	มีความสัมพันธ์กัน ในระดับต่ำมาก

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปเพียงปัจจัยเดียว โดยมีค่าไคร้สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 30.940 และ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (γ) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติและผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.15 ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

H_1 : ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) กับตัวแปรตาม (Y)			
การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Y)			
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (X)	ค่าไคร้สแควร์ (χ^2)	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (γ)	ระดับของความสัมพันธ์
การจัดการ	26.042	0.026*	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก
ด้านการเงิน	15.645	0.208	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านการตลาด	11.021	0.808	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	11.730	0.628	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในกับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยการจัดการ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปเพียงปัจจัยเดียว โดยมีค่าไคร้สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 26.042 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (γ) เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 ฉะนั้นจึงยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

ตารางที่ 4.16 สรุปสมมติฐาน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	
การเมืองและกฎหมาย	ปฏิเสธสมมติฐาน
เศรษฐกิจ	ปฏิเสธสมมติฐาน
สังคมและวัฒนธรรม	ปฏิเสธสมมติฐาน
เทคโนโลยี	ยอมรับสมมติฐาน
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	
การจัดการ	ยอมรับสมมติฐาน
ด้านการเงิน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ด้านการตลาด	ปฏิเสธสมมติฐาน
ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	ปฏิเสธสมมติฐาน

จากตารางที่ 4.16 ข้างต้นนั้น สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการทดสอบสมมติฐานวิจัย พบว่า เทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในขณะที่การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ และสังคมและวัฒนธรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในส่วนของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า การจัดการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในขณะที่ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของเครื่องมือแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามในส่วนต่าง ๆ ข้างต้นนั้น จึงนำไปสู่การสรุปผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะของการวิจัยซึ่งจะกล่าวต่อไปในบทที่ 5

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อทดสอบอิทธิพลปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องนี้ได้ทำการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป เฉพาะในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างสมบูรณ์จำนวน 159 ราย สามารถสรุปผลการวิจัยแต่ละหัวข้อได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และดำเนินกิจการระยะเวลามากกว่า 5 ปี

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นด้วยกับปัจจัยเทคโนโลยี (Technology) มากที่สุด เนื่องจากระบบอินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค ได้แก่ การรับคำสั่งซื้อรายการอาหาร การชำระเงิน การจัดส่งอาหารถึงมือผู้บริโภค ด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ อาทิ เว็บไซต์ (Website) แอปพลิเคชัน (Application) แฟนเพจของร้านอาหารโดยตรง (Official Fanpage) ที่ช่วยส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหารอย่างยิ่ง รองลงมาคือ ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural) เพราะผู้ประกอบการเห็นว่าจำนวนประชากรไทยในปัจจุบันมีผลต่อจำนวนเข้าใช้บริการร้านอาหาร รวมถึงระดับการศึกษา และรายได้ในปัจจุบันก็มีผลต่อกำลังซื้อสินค้าจากร้านอาหารด้วย ต่อมาในส่วนของปัจจัยการเมืองและกฎหมาย (Political and Law) เนื่องจากผู้ประกอบการจำเป็นต้องติดตาม

ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายด้านกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร เช่น นโยบายประกันราคาสินค้า การเกษตร นโยบายสนับสนุนธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นโยบายลดอัตราภาษีสรรพสามิต การส่งเสริมพัฒนาฝีมือแรงงานให้มีทักษะเทียบเท่าร้านอาหารมิชลิน (Michelin Restaurant) จะเอื้อต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหารและเปิดรับผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหม่เข้ามาแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารมากขึ้น และปัจจัยสุดท้ายคือ เศรษฐกิจ (Economy) เพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่ติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอ เช่น การปรับราคาน้ำมันและเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น การเยียวยาผู้ประกอบการร้านอาหารจากการปิดเมือง (Lock Down) เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ทำให้ต้นทุนของวัตถุดิบในการประกอบอาหารอาจมีราคาแพง จำเป็นต้องปรับราคาอาหารสูงขึ้น รวมไปถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงเป็นการบริโภคผ่านช่องทางอาหารออนไลน์ ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องขยายช่องทางการให้บริการที่ไม่ใช่จำหน่ายอาหารภายในร้านอย่างเดียว

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นด้วยกับด้านการตลาด (Marketing) มากที่สุด เนื่องจากราคาอาหารที่จำหน่ายแก่ผู้บริโภคมีส่วนมีผลต่อการดำเนินธุรกิจร้านอาหารอย่างยิ่ง ถ้าหากราคาอาหารสูงกว่าคุณภาพบริการที่ผู้บริโภคได้รับ อาจทำให้ผู้บริโภคไม่กลับมาใช้บริการ นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารจะต้องใกล้กับสถานที่ทำงาน สถานศึกษา และสถานที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก รวมถึงเมนูอาหารทั้งอาหารคาวและของหวานต้องมีความหลากหลายให้ผู้บริโภคเลือกหรือตามสั่งได้อย่างเต็มที่ รองลงมาคือ ด้านการเงิน (Finance) เพราะผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการวางแผนการเงินที่ดีเพื่อรับมือต่อสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ราคาน้ำมันตลาดโลกพุ่งสูงขึ้น ที่ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารอยู่รอดหรือต้องล้มเลิกกิจการไป รวมถึงสภาพคล่องทางการเงินที่จำเป็นต้องเปลี่ยนสินทรัพย์หรือลูกหนี้ให้เป็นเงินสดเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินได้ นอกจากนี้ สามารถทำกำไรให้กับผู้ประกอบการได้อย่างต่อเนื่องเพื่อใช้ในการลงทุนในระยะสั้นและระยะยาวได้ และสุดท้ายด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) เพราะร้านอาหารส่วนใหญ่จำเป็นต้องจ้างพนักงานเพื่อให้การบริการแก่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องมีการจัดฝึกอบรมและการสอนงานบริการ เพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการและรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจนตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ด้วยเหตุนี้ ทั้ง 3 ด้านที่กล่าวข้างต้นก่อให้เกิดปัจจัยการจัดการ (Management) ที่ผู้ประกอบการล้วนเห็นด้วยว่า ธุรกิจร้านอาหารของตนต้องมีการติดตามและควบคุมการบริหารงานภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ เสมอมา เช่น ค่าใช้จ่ายในโครงการต่าง ๆ ของ

ร้านที่จัดทำขึ้น อาทิ การปรับปรุงหรือตกแต่งร้าน (Renovate) การคิดค้นเมนูอาหารใหม่ การใช้ส่วนลดการจ้างใจ การจัดฝึกอบรมและพัฒนาทักษะบุคลากร เป็นต้น ด้วยการวางแผนและจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) ที่มีความชัดเจนและปฏิบัติได้จริง ตลอดจนการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรและตำแหน่งงานบุคลากรให้มีความชัดเจน เพื่อลดปัญหาการปฏิบัติงานซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารในองค์กร รวมทั้งการสรรหาบุคคลให้ตรงกับภาระงาน (Job Description) การฝึกอบรมและการกำหนดค่าจ้างตามปริมาณที่บุคลากรผลิตผลงานตรงตามมาตรฐานของร้านอาหารและตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภคได้

ข้อมูลการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นด้วยหากตัดสินใจใหม่อีกครั้ง ก็จะเลือกลงทุนในธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เหมือนเดิม

ผลการทดสอบสมมติฐาน

พบว่า เทคโนโลยี (Technology) เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในขณะที่การเมืองและกฎหมาย (Political and Law) เศรษฐกิจ (Economy) และสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในพบว่า ปัจจัยการจัดการ (Management) ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ขณะเดียวกันในด้านการเงิน (Finance) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจกับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายนอกและภายในที่แสดงความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารจะช่วยส่งผลให้นักลงทุนเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจ รวมถึงส่งผลต่อการตัดสินใจพัฒนาหรือปรับปรุงการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ทั้งนี้ จากผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก พบว่า ปัจจัยเทคโนโลยี (Technology) ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาในเรื่องนี้อยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ในประเทศไทย และนโยบายของภาครัฐบาลไทยต้องการให้คนไทยทำงาน

และเรียนหนังสือผ่านออนไลน์ที่พักอาศัยของตน เพื่อป้องกันการติดเชื้อของไวรัส ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปหลายแห่งต้องปรับกลยุทธ์การจำหน่ายอาหารเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไป จึงเกิดช่องทางการให้บริการร้านอาหารออนไลน์ที่พร้อมบริการจัดส่งถึงที่พักอาศัยหรือสถานที่ทำงานในรูปแบบเว็บไซต์ (Website) หรือแอปพลิเคชัน (Application) ของร้านอาหารเอง หรือผ่านตัวแทนแพลตฟอร์มต่าง ๆ อาทิ แกร็บฟู้ด (Grab Food) ฟู้ดแพนด้า (Food Panda) หรือไลน์แมน (Line Man) มากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงร้านอาหารได้สะดวกและง่ายยิ่งขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการมีโอกาสได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ (ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์) แทนกลุ่มลูกค้าเดิม (ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารโดยตรง) ซึ่งสอดคล้องกับผลศึกษาของพันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชานนท์ และวีรพล ทวีนนท์ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ມเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่าปัจจัยเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการซื้อขายอาหารและเครื่องดื่ມมากขึ้น ตลอดจนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอื่นตามมา เช่น การชำระเงินผ่านช่องทางกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Banking) ในโทรศัพท์มือถือหรือการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

ขณะเดียวกันยังพบว่า มีปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยกันอยู่ 3 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่ 1 การเมืองและกฎหมาย (Policy and Law) เนื่องจากกฎหมายการประกอบธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยไม่เอื้ออำนวยในการขอลดทะเบียนประกอบกิจการซึ่งใช้ระยะเวลานานและต้องดำเนินการที่ศูนย์ราชการประจำจังหวัดเท่านั้น รวมถึงการออกกฎควบคุมธุรกิจร้านอาหาร เช่น ระยะเวลาเปิดและปิด ผู้บริโภคต้องซื้ออาหารกลับไปรับประทานที่บ้าน และงดจำหน่ายเครื่องดื่ມแอลกอฮอล์ จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปสูญเสียลูกค้าและรายได้ ต่อมาปัจจัยที่ 2 เศรษฐกิจ (Economy) เนื่องด้วยสถานการณ์ที่ประเทศไทยเข้าสู่สภาวะเงินเฟ้อประกอบกับราคาน้ำมันตลาดโลกที่พุ่งสูงขึ้น อันเนื่องมาจากประเทศทั่วโลกกำลังเข้าสู่ภาวะปกติหลังจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ทำให้ราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร เช่น น้ำมัน เนื้อสัตว์ พืชผัก และเครื่องปรุง มีราคาสูงขึ้นและผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปจำเป็นต้องปรับราคาอาหารให้สูงขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารมีจำนวนลดลงหรือเลือกใช้บริการร้านอาหารออนไลน์แทน และปัจจัยที่ 3 สังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) เนื่องจากกระแสความนิยม (Trend) การใช้บริการร้านอาหารออนไลน์ของคนไทยเข้ามาแทนที่การรับประทานอาหารภายในร้านอาหารมีจำนวนมากขึ้น ประกอบกับมาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ที่กระทรวงสาธารณสุขได้ออกกฎควบคุมห้าม

รับประทานอาหารภายในร้านอาหาร แต่สามารถซื้ออาหารไปรับประทานที่บ้านได้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านอาหารบางแห่งต้องใช้เงินทุนจำนวนมากในการปรับเปลี่ยนเป็นร้านอาหารออนไลน์ เพื่อให้กิจการปรับตัวและอยู่รอดในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ในขณะที่ผู้ประกอบการร้านอาหารบางแห่งที่มีเงินทุนน้อยและยังขาดความรู้ในการทำธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ ก็ไม่สามารถปรับตัวได้จนต้องเลิกกิจการไป

ในการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการจัดการ (Management) ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ เพราะธุรกิจร้านอาหารทั่วไปส่วนใหญ่มีโครงสร้างองค์กรที่ไม่ซับซ้อน จึงกำหนดภาระหน้าที่ได้ชัดเจน และสามารถบริหารจัดการได้อย่างรวดเร็ว แต่ความรับผิดชอบและการตัดสินใจทั้งด้านการตลาด การเงิน และการบริหารบุคคลในองค์กรล้วนเป็นของผู้ประกอบการ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องมีการวางแผนและจัดทำแผนกลยุทธ์ทั้ง 3 ด้านแบบบูรณาการร่วมกันอย่างชัดเจนและปฏิบัติได้ผลสำเร็จ รวมถึงการปรับโครงสร้างองค์กรให้เกิดการประสานงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ แก้ปัญหาการทำงานซ้ำซ้อนหรือข้ามสายงาน และความเป็นผู้นำที่ต้องตัดสินใจทันทีทันใดเมื่อเผชิญสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ค่าใช้จ่ายพลังงานที่สูงขึ้น รวมถึงต้องมีการควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ อย่างรอบคอบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชานนท์ และวีรพล ทวีพันธ์ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องคั่วเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ที่พบว่า การจัดการองค์กรในการบริหารจัดการ ทั้งด้านการเงิน การตลาด และการบริหารทรัพยากรบุคคล มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องคั่วเพื่อสุขภาพ

ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้พบว่า หากแยกพิจารณาปัจจัยย่อยทางการจัดการออกเป็นแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน (Finance) ด้านการตลาด (Marketing) และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) จะพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ปัจจัยการจัดการ (Management) จำเป็นที่ต้องพิจารณาในภาพรวมเท่านั้น

ข้อเสนอแนะของการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากปัญหาของการวิจัยเรื่องนี้มีด้วยกัน 3 ข้อคือ

ข้อ 1 เนื่องด้วยการศึกษาเรื่องนี้อยู่ในบริบทธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ซึ่งเป็นขอบเขตของการศึกษาที่กว้างมากจนเกินไปและไม่สามารถนำผลการวิจัยไปช่วยในการตัดสินใจแก่นัก

ลงทุน เพราะนักลงทุนจะเลือกลงทุนร้านอาหารที่เป็นประเภทเจาะจงเท่านั้น ได้แก่ ร้านอาหารข้างทาง (Street Food) ร้านอาหารเคลื่อนที่ (Truck Food) ร้านอาหารบุฟเฟต์ (Buffet Restaurant) เป็นต้น ฉะนั้นจะต้องศึกษาธุรกิจร้านอาหารแบบเจาะจงที่เป็นกระแสนิยม (Trend) ของการบริโภค เพื่อช่วยให้นักลงทุนตัดสินใจทันที่จะเลือกลงทุนธุรกิจร้านอาหารประเภทนี้หรือไม่

ข้อ 2 งานวิจัยของเรื่องนี้ได้เลือกพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นขอบเขตพื้นที่การวิจัยที่ใหญ่เกินไป และบางพื้นที่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ก็ไม่ใช่พื้นที่ย่านการค้าและธุรกิจให้นักลงทุนที่สนใจจะลงทุนธุรกิจร้านอาหารได้ ดังนั้น พื้นที่ในการศึกษาควรเจาะจงเฉพาะพื้นที่ย่านการค้าและธุรกิจของอำเภอเมืองเชียงใหม่ เช่น ตำบลพระสิงห์ ตำบลช้างเผือก และตำบลช้างคลานให้ชัดเจนมากกว่านี้ โดยอาจอาศัยข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักหรือนิยมท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ จากหน่วยงานเทศบาลตำบลหรือสำนักงานสถิติประจำจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ลงทุนให้อยากเข้ามาลงทุนธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่ตำบลต่าง ๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มากยิ่งขึ้น

และข้อ 3 เนื่องจากระยะเวลาของการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หลายแห่งต้องปิดกิจการ ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างได้ครบจำนวน 189 ราย ดังนั้น การจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยต้องจัดเก็บในช่วงสถานการณ์เป็นปกติหรือการแพร่ระบาดของไวรัสกลายเป็นโรคประจำถิ่นหรือสิ้นสุดลง

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไปมีด้วยกันจำนวน 2 ข้อได้แก่

ข้อ 1 เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีการจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาไปในเขตอำเภออื่น หรือจังหวัดอื่นด้วย

และข้อ 2 ควรทำการวิจัยเฉพาะเจาะจงประเภทของร้านอาหาร เช่น ร้านอาหารตามสั่ง (A Restaurant with Thai Food Cooked to Order) หรือแบ่งตามลักษณะการบริการของร้านอาหาร เช่น ร้านอาหารข้างทาง (Street Food) หรือร้านอาหารเคลื่อนที่ (Truck Food) และอื่น ๆ เป็นต้น

จากการศึกษาในเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าหาข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ บทความวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ อันนำไปสู่การรวบรวมแหล่งอ้างอิงของข้อมูลต่าง ๆ โดยจะนำเสนอต่อไปในบรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ศรีนวล. (2558). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจในการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย . (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่. (2562). สถิติผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารประจำปี พ.ศ. 2563. สืบค้นจาก <http://www.cmrchiangmai.net>
- ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย. (2557). การดำเนินงานและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารปัญญาวิวัฒน์, 5(2), 1 – 15.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2549). แนวทางการควบคุมภายในที่ดี. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2558). การวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐาน. สืบค้นจาก https://www.set.or.th/education/th/begin/stock_content04.pdf
- รัชชัย ฤทธิสอน และอภิชาติ วิบูลย์กุล. (2555). การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อสร้างแผนกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัท ศิริโรจน์ยูโรคาร์ จำกัด จังหวัดอุดรธานี. (ภาคนิพนธ์วิทยาศาสตร์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี).
- ธนัชชา บินดูเหล็ก และชุติมา หวังเบญจหมัด. (2557). ศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหาดใหญ่, 1(1), 147 – 158.
- นฤมล พึ่งทอง. (2557). ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- นฤมล สุนสวัสดิ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารสารสนเทศ, 16(1), 144 – 123.
- บุญเลิศ เข็นคงคา (2549). การจัดการเชิงกลยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ หจก. ภาพพิมพ์.

- พงษ์พัฑ วัฒนพงศ์ศิริ และสุริย์พร สลับสี. (2562). รายงานการวิจัยเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการบริหารการจัดทำบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสมุทรปราการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. สืบค้นจาก <http://cms.dru.ac.th/jspui/bitstream/123456789/1497/1/Title.pdf>
- พริดา พงษ์วัฒนสุข และสันติธร ภูริภักดี. (2560). ปัจจัยภายนอกและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ไร่มันสำปะหลัง อำเภอเลาขวัญ จังหวัดกาญจนบุรี. การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4, (น. 1498 – 1511). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชานนท์ และวีรพล ทวีนนท์. (2562). แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 20, (น. 1473 – 1479). ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มาร์เก็ตเทียร์ (Marketeer). (2564). ธุรกิจร้านอาหารปี 2564 ยังเจอปัจจัยเสี่ยง แต่ยังเติบโตเล็กน้อย. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/210859>
- แววยุส แวปา. (2560). สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน: กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา).
- ศุภกฤต หลิมเลิศรัตน์. (2561). การศึกษาผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนที่มีต่อความสามารถและโอกาสของผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). ปี พ.ศ. 2563 ธุรกิจร้านอาหารเผชิญกับโจทย์ท้าทายสูงและรูปแบบการแข่งขันที่เปลี่ยนไป. สืบค้นจาก <https://kasikornresearch.com>
- ศิริญา ตังนฤมิตร. (2558). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ศิริพงษ์ นาริวงษ์ และณัฏฐ์ กุลิสร์. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร, 12(1), 152 – 163.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2544). กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มติชน.

- สมชาย วรกิจเกษมสกุล. (2554). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*.
อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง. (2559). *ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเฟรนไชส์ร้านอาหารไทย
ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยบูรพา)
- สุธีรา อะทะวงษา. (2551). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สุดใจ ดิลกพรรณสนนท์. (2558). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ หก.
ภาพพิมพ์.
- สุบิน ชะรอยรัมย์. (2560). *สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้า
ชายแดน: กรณีศึกษาอำเภอสะเดาจังหวัดสงขลา*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). *ภาวะการทำงานของประชากรในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2562*.
สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). *รายงานสถานการณ์ SME ปี พ.ศ.
2563 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. สืบค้นจาก
<https://www.sme.go.th>
- อิสริย์ ดิยะพิพัฒน์. (2564). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริการอาหาร*. สืบค้นจาก
http://www.elfhs.ssru.ac.th/itsaree_ti/mod/forum/view.php?id=71
- George, D., and Mallery, P. (2003). *SPSS for windows step by step: A simple guide and reference*.
(4th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Hinkle, D.E, William, W., and Stephen, G. J. (1998). *Applied statistics for the behavior sciences*. (4th ed.).
New York: Houghton Mifflin.
- Lavie, D. (2006). The competitive advantage of interconnected firms: An extension of the resource-based
view. *Academy of Management Review*, 31(3), 638 – 658.
- Ireland, D. R., Hitt, M. A., and Hoskisson, R. E. (2009). *The management of strategy concepts & cases*.
London: Evans Publishing Group.
- Kerjcie, R. V., and Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *SAGE
Journals*, 30(1), 607 – 610.



ภาคผนวก





แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุน ธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ฉบับเลขที่ □□□

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้รับการสัมภาษณ์

เนื่องด้วยข้าพเจ้า ปิ่นเก๋ เหอ (BINGE HE) นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการ ได้ทำการค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้ในการประกอบการศึกษางานวิจัยเฉพาะบุคคล จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามของชุดนี้ ตามความรู้สึกรของท่าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ประกอบด้วย การจัดการ การเงิน การตลาด และทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 17 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ จำนวน 1 ข้อ

ทั้งนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่าการค้นคว้าอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการศึกษาวิจัยเฉพาะบุคคลเท่านั้น โดยข้อมูลที่ได้อาจถูกเก็บไว้เป็นความลับ และผู้วิจัยจะเสนอผลการวิจัยในภาพรวม เพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น จึงขอให้ท่านวางใจและตอบแบบสอบถามที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

อนึ่ง การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้จะสำเร็จลุล่วงไม่ได้ หากไม่ได้รับความกรุณาจากท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ปิ่นเก๋ เหอ (BINGE HE)

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของคุณมากที่สุด

1. ท่านประกอบธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของคุณมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ อายุ 21 – 30 ปี

☐ อายุ 31 – 40 ปี

☐ อายุ 41 – 50 ปี

☐ อายุ 51 – 60 ปี

☐ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

☐ อนุปริญญา / ปวส.

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ

☐ น้อยกว่า 1 ปี

☐ 1 – 3 ปี

☐ 3 – 5 ปี

☐ มากกว่า 5 ปี

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 3 – ส่วนที่ 5

ท่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน และการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่กำหนดให้ ตามความเป็นจริงมากที่สุดเพียงคำตอบเดียวโดยตัวเลขมีความหมายดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับ 3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ/เฉย ๆ
ระดับ 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ/ เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
การเมืองและกฎหมาย						
1	ท่านติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายด้านกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ					
2	ท่านคิดว่ากฎหมายในประเทศไทยเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน					
3	ท่านคิดว่ากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินทางธุรกิจร้านอาหารของภาครัฐในปัจจุบัน เช่น กฎหมายการเสียภาษีการค้า กฎหมายการจ้างแรงงาน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค การควบคุมของคณะกรรมการอาหารและยา เอื้อต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร					
4	ท่านคิดว่านโยบายสนับสนุนธุรกิจ SME ลดอัตราภาษีและส่งเสริมพัฒนาฝีมือแรงงาน เอื้อต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหาร					
เศรษฐกิจ						
5	ท่านติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอ					
6	ท่านคิดว่าสถานะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร					

ส่วนที่ 3 ต่อ

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ/ เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
เศรษฐกิจ (ต่อ)						
7	ท่านคิดว่าภาวะและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงเอื้อต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร					
8	ท่านคิดว่าต้นทุนของวัตถุดิบในการทำอาหารส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร					
สังคมและวัฒนธรรม						
9	ท่านติดตามความต้องการหรือ Trend /Life style ของกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง					
10	ท่านคิดว่าจำนวนประชากรของประเทศไทยในปัจจุบัน ส่งเสริมต่อธุรกิจร้านอาหาร					
11	ท่านคิดว่าระดับการศึกษาและรายได้ของผู้บริโภคในปัจจุบัน ส่งเสริมต่อธุรกิจร้านอาหาร					
เทคโนโลยี						
12	ท่านมีการศึกษาและติดตามเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ					
13	ท่านคิดว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ ส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร					
14	ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในการทำธุรกิจร้านอาหาร ได้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น					
15	ท่านคิดว่าเทคโนโลยีช่วยในการประหยัดต้นทุนในการทำธุรกิจร้านอาหาร					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ/ เลย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
การจัดการ						
1	ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ดี					
2	ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการจัดโครงสร้างองค์กรและตำแหน่งงานที่ชัดเจน					
3	ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการบริหารบุคลากรที่ดี เช่น การสรรหา การฝึกอบรมพนักงาน การกำหนดค่าจ้างที่มีความเหมาะสม					
4	ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการติดตามและควบคุมการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ การควบคุมทางการเงิน การควบคุมค่าใช้จ่าย ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร					
ด้านการเงิน						
5	ท่านคิดว่าการวางแผนทางการเงินที่ดี ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร					
6	ท่านคิดว่าความสามารถในการจัดหาเงินลงทุน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร					
7	ท่านคิดว่าสภาพคล่องทางการเงิน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร					
8	ท่านคิดว่าความสามารถในการทำไร ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร					
ด้านการตลาด						
9	ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์และกำหนดลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน					
10	ท่านคิดว่าเมนูอาหาร ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร					

ส่วนที่ 4 ต่อ

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ/ เลย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
ด้านการตลาด (ต่อ)						
11	ท่านคิดว่าปัจจัยด้านราคา ช่วยส่งเสริมการทำ ธุรกิจร้านอาหาร					
12	ท่านคิดว่าทำเลที่ตั้งของร้านอาหาร ส่งเสริม การทำธุรกิจร้านอาหาร					
13	ท่านคิดว่าปัจจัยการส่งเสริมการขายเป็น ปัจจัยที่ ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร					
ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล						
14	ท่านคิดว่าพนักงานหรือลูกจ้างเป็นปัจจัยที่ ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร					
15	ท่านคิดว่า การให้บริการที่ดีของพนักงานหรือ ลูกจ้างเป็นปัจจัย ที่ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจ ร้านอาหาร					
16	ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการ สอนงาน เพื่อพัฒนาทักษะ					
17	ท่านคิดว่า เงินเดือนและสวัสดิการของ พนักงานหรือลูกจ้าง ส่งผลต่อการทำธุรกิจ ร้านอาหาร					

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป

การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ/ เลย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
1	หากท่านตัดสินใจได้ใหม่ ท่านจะตัดสินใจทำ ธุรกิจร้านอาหาร					

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุน ธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

- (1) ตำแหน่งงาน.....
- (2) ระยะเวลาในการประกอบกิจการ.....ปี
- (3) ท่านมีพนักงานในร้าน (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)ราย

2) แนวคำถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

- (1) ท่านคิดว่าสถานการณ์การเมืองและการออกกฎหมายของรัฐบาลมีผลต่อธุรกิจร้านอาหารของท่านอย่างไร?
-
-
- (2) ท่านคิดว่าสถานการณ์เศรษฐกิจของไทยในปัจจุบันได้ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจร้านอาหารของท่านอย่างไร?
-
-
- (3) ท่านคิดว่ากระแสสังคมการบริโภคของคนไทยในปัจจุบันเป็นรูปแบบใด และธุรกิจร้านอาหารของท่านจะได้รับโอกาสจากกระแสการบริโภคดังกล่าวอย่างไร?
-
-
- (4) ท่านคิดว่าการทำธุรกิจร้านอาหารรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่ที่ใช้เทคโนโลยี รูปแบบใดที่สร้างผลประโยชน์ให้แก่ธุรกิจ และอยากให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีแก่ธุรกิจของท่านอย่างไร?
-
-
- (5) ท่านมีวิธีการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารของท่านให้อยู่รอดภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ อย่างไร?
-
-

3) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....



ที่ อว ๐๖๑๒.๑๔.๐๑/๒๐๗

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒๐๒ ถนนช้างเผือก อ.เมือง
จ. เชียงใหม่ ๕๐๓๐๐

๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้จัดการร้านค้า/เจ้าของร้าน

ตัวบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้อนุมัติให้ Mr.Binge He นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ การทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง "การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในย่านเมืองจังหวัดเชียงใหม่" โดยมี อาจารย์ ดร.ศุภา รัตนดำรงอักษร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จึงขออนุญาตให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ ในระหว่างวันที่ ๒๐-๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๔ ส่วนรายละเอียดอื่น ๆ นักศึกษาจะประสานกับท่านโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์. ๐๕๓-๘๘๕๙๙๙

โทรสาร. ๐๕๓-๘๘๕๙๙๙

RAJABH



ภาคผนวก ข

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

(ประเมินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา หรือ IOC จากผู้เชี่ยวชาญ)

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำหน้าที่ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :

ชื่อ – นามสกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พ้าวกร อินตวง
ตำแหน่ง	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ
หน่วยงานที่สังกัด	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาเขตภาคเหนือ จังหวัดลำพูน
หมายเลขโทรศัพท์	053 – 982 – 999
อีเมล (E-Mail)	tru_lpn@thonburi-u.ac.th

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :

ชื่อ – นามสกุล	ดร. มนสิรดา ทองเกิด
ตำแหน่ง	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
หน่วยงานที่สังกัด	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
หมายเลขโทรศัพท์	038 – 358 – 137
อีเมล (E-Mail)	monsirada_th@rmutto.ac.th

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :

ชื่อ – นามสกุล	ดร. ภัทธานิสร์ กิตติธินันท์
ตำแหน่ง	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
หน่วยงานที่สังกัด	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
หมายเลขโทรศัพท์	053 – 885 – 824
อีเมล (E-Mail)	phathranit_sorn@cmru.ac.th

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แนบรูปภาพหนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ซึ่งออกโดยสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อเป็นการยืนยันว่าเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและข้อเสนอแนะแก้ไขปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญ จนสามารถจัดเก็บข้อมูลในพื้นที่จริงได้และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไปได้ ซึ่งจะนำเสนอในหน้าถัดไป



ที่ ขว. ๐๖๑๒.๑๔.๐๑/ว. ๑๘๖

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒๐๒ ถนนช้างเผือก อ.เมือง
จ.เชียงใหม่ ๕๐๓๐๐

๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำคาร์คิวิตี

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พักรัตน์ อินลวง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาเขตภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้อนุมัติให้ Mr.Binge He นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ การทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” โดยมี อาจารย์ ดร.ศุภา รัตนดำรงอักษร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย เห็นว่าท่านเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี โดยนักศึกษาได้ประสานกับท่านแล้ว บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ และให้ความเห็นเกี่ยวกับเครื่องมือในการทำคาร์คิวิตี ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พงษ์วัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บัณฑิตวิทยาลัย
โทรศัพท์. ๐๕๓-๘๘๕๔๙๙๙
โทรสาร. ๐๕๓-๘๘๕๔๙๙๙



ที่ ขว. ๐๖๑๒.๑๔.๐๑/ว.๖๕๖

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒๐๒ ถนนช้างเผือก ข.เมือง
จ.เชียงใหม่ ๕๐๓๐๐

๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน อาจารย์ ดร.มนสิรา ทองเกิด
คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้ยืมมติให้ Mr.Bnge He นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ การทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง "การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่" โดยมี อาจารย์ ดร.ศรุต รัตนดำรงอักษร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย เห็นว่าท่านเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี โดยนักศึกษาได้ประสานกับท่านแล้ว บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ และให้ความเห็นเกี่ยวกับเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์ ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลนัฏฐี พลวัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์. ๐๕๓-๘๘๕๙๙๙

โทรสาร. ๐๕๓-๘๘๕๙๙๙



ที่ อว. ๐๖๑๒.๑๔.๐๑/ว.๑๕๖

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒๐๒ ถนนช้างเผือก อ.เมือง
จ.เชียงใหม่ ๕๐๓๐๐

๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน อาจารย์ ดร.ภัทรานิษฐ์ กิตติธินันท์
คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้อนุมัติให้ Mr.Binge He นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ การทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” โดยมี อาจารย์ ดร.ศรุต รัตนดำรงอักษร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย เห็นว่าท่านเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี โดยนักศึกษาได้ประสานกับท่านแล้ว บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบและให้ความเห็นเกี่ยวกับเครื่องมือในการทำการค้นคว้าอิสระ ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลนิตี พลวัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์. ๐๕๓-๘๘๕๙๙๙

โทรสาร. ๐๕๓-๘๘๕๙๙๙

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจ
ลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัย ปิ่นเกื้อ เหม (BINGE HE) หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (กลุ่มวิชาการจัดการ)

อาจารย์ที่ปรึกษาหลักคือ อาจารย์ วาที่ร้อยตรี ดร. ดร. รุชชา รัตนดำรงอักษร

ตารางที่ ข. 1 สรุปการประเมินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา หรือ IOC จากผู้เชี่ยวชาญ

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น			ผลรวม คะแนน แต่ละข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	ดร. ภัทรานิษฐ์ ฤทธิพิทักษ์	ดร. มนัสวีดา พงศ์เกิด	ผศ. ดร. พัทธกร อินดวง			
ส่วนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวน 1 ข้อ คือ						
1. ท่านประกอบธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่						
1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
2. อายุ ☐ อายุ 21 – 30 ปี ☐ อายุ 31 – 40 ปี ☐ อายุ 41 – 50 ปี ☐ อายุ 51 – 60 ปี ☐ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
3. ระดับการศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ☐ อนุปริญญา / ปวส. ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
4. ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ ☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1 – 3 ปี ☐ 3 – 5 ปี ☐ มากกว่า 5 ปี	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้

ตารางที่ ข. 1 ต่อ

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น			ผลรวม คะแนน แต่ละข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	ดร. ภาวณัฐ กิตติรัตน์	ดร. มณีนรีดา ทองเกิด	ผศ. ดร. พัทธกร อินกลาง			
ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก มีจำนวนทั้ง 17 ข้อ คือ						
การเมืองและกฎหมาย มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่						
1. ท่านติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองและรัฐบาลของประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	-1	1	0.33	ใช้ไม่ได้
2. ท่านคิดว่าสภาพการเมืองการปกครองในปัจจุบันส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	-1	1	0.33	ใช้ไม่ได้
3. ท่านคิดว่ากฎหมายและระเบียบรวมถึงนโยบายต่างๆ ของภาครัฐในปัจจุบันเอื้อต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	-1	1	0.33	ใช้ไม่ได้
4. ท่านติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายด้านกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	-1	1	0.33	ใช้ไม่ได้
5. ท่านคิดว่ากฎหมายในประเทศไทยเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน	+1	+1	-1	1	0.33	ใช้ไม่ได้
เศรษฐกิจ มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่						
6. ท่านติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
7. ท่านคิดว่าเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
8. ท่านคิดว่าเศรษฐกิจไทย หรือ Business Life Cycle แต่ละประเภทในปัจจุบันส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้

ตารางที่ ข. 1 ต่อ

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น			ผลรวม คะแนน แต่ละข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	ดร. ภรณ์นิษฐ์ กิตติรัตน์	ดร. มณีนีรดา ทองเกิด	ผศ. ดร. พิกิจกร อินกลาง			
ส่วนที่ 3 (ต่อ) มีจำนวนทั้ง 17 ข้อ คือ						
เศรษฐกิจ (ต่อ) มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่						
9. ท่านคิดว่าต้นทุนของวัตถุดิบในการทำอาหาร ส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านสังคมและวัฒนธรรม มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่						
10. ท่านติดตามความต้องการหรือ Trend /Life style ของกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
11. ท่านคิดว่าจำนวนประชากรของประเทศไทยใน ปัจจุบัน ส่งเสริมต่อธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
12. ท่านคิดว่าระดับการศึกษาและรายได้ของผู้บริโภค ในปัจจุบันส่งเสริมต่อธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
13. ท่านคิดว่าค่านิยมของคนไทยในปัจจุบัน ส่งเสริม ต่อธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
เทคโนโลยี มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่						
14. ท่านมีการศึกษาและติดตามเทคโนโลยีหรือ นวัตกรรมใหม่ ๆ เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารอย่าง สม่ำเสมอ	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
15. ท่านคิดว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ ส่งเสริมต่อการทำ ธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
16. ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านสามารถ ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในการทำธุรกิจร้านอาหาร ได้ สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น			ผลรวม คะแนน แต่ละข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	ดร. ภัทรานิษฐ์ กิตติรัตน์	ดร. มณีนรีดา ทองเกิด	ผศ. ดร. พ้าวิกร อินดวง			
ส่วนที่ 3 (ต่อ) มีจำนวนทั้ง 17 ข้อ คือ เทคโนโลยี (ต่อ) มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่						
17. ท่านคิดว่าต้นทุนของวัตถุดิบในการทำอาหารส่งเสริมต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงข้อคำถามปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ดร. ภัทรานิษฐ์ แนะนำว่า ในข้อคำถามส่วนที่ 3 ควรใช้การแปลผลระดับความคิดเห็น Rating Scale ดังนี้ ระดับ 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 = เห็นด้วย ระดับ 3 = ไม่แน่ใจ/เฉย ๆ ระดับ 2 = ไม่เห็นด้วย ระดับ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เนื่องจากถ้าใช้การแปลระดับความคิดเห็นแบบเดิมของผู้วิจัยแล้วถ้าไม่เห็นด้วยจะไม่มีช่องให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ นอกจากนี้ ในข้อคำถามลำดับที่ 7 และ 8 ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีข้อคำถามที่คล้ายกันควรนำมารวมกันเป็นข้อคำถามเดียวจึงจะเหมาะสม ผศ. ดร. พ้าวิกร แนะนำว่า ข้อคำถามในปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (ข้อคำถาม 1 ถึง 5) เนื่องจากปัจจัยเฉพาะด้านการเมืองมีผลต่อธุรกิจร้านอาหารน้อยมาก ควรให้ความสนใจในปัจจัยด้านกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารมากกว่า ถ้าเป็นปัจจัยด้านการเมืองควรเป็นลักษณะนโยบายที่ส่งเสริม หรือบรรเทาภาระทางการเมืองจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักลงทุนมากกว่า						

ตารางที่ ข. 1 ต่อ

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น			ผลรวม คะแนน แต่ละข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	ดร. ภาว ณัฏฐ์ ภู ติพิชิต นันท์	ดร. มณ นิรีดา ทองเกิด	ศส. ดร. พัท ทกร อิน ทวง			
ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน มีจำนวนทั้ง 16 ข้อ คือ						
การจัดการ มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่						
1. ท่านคิดว่าการวางแผนที่ดี ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	0	+1	-1	0	0.00	ใช้ ไม่ได้
2. ท่านคิดว่าการจัดการองค์การที่ดีช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	0	+1	-1	0	0.00	ใช้ ไม่ได้
3. ท่านคิดว่าวิสัยทัศน์ของผู้นำ ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	0	+1	-1	0	0.00	ใช้ ไม่ได้
4. ท่านคิดว่าการควบคุมการจัดการที่ดีขององค์กร เช่น การควบคุมทางการเงิน การควบคุมค่าใช้จ่าย ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	0	+1	-1	0	0.00	ใช้ ไม่ได้
ด้านการเงิน มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่						
5. ท่านคิดว่าการวางแผนทางการเงินที่ดี ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	-1	1	0.33	ใช้ ไม่ได้
6. ท่านคิดว่าความสามารถในการจัดหาเงินลงทุน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	-1	1	0.33	ใช้ ไม่ได้
7. ท่านคิดว่าความมั่นคงทางการเงิน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	-1	1	0.33	ใช้ ไม่ได้
8. ท่านคิดว่าความสามารถในการทำไร ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	-1	1	0.33	ใช้ ไม่ได้

ตารางที่ ข. 1 ต่อ

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น			ผลรวม คะแนน แต่ละข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	ดร. ภาณุวนิชย์ ภูมิตัดสินใจให้	ดร. มนสิรา เตชะแสงทองเกิด	ผศ. ดร. พิกุลกร อินทวง			
ส่วนที่ 4 (ต่อ) มีจำนวนทั้ง 16 ข้อ คือ						
ด้านการตลาด มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่						
9. ท่านคิดว่าการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า รวมถึงการสำรวจลูกค้า ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	0	+1	-1	0	0.00	ใช้ไม่ได้
10. ท่านคิดว่าการวิเคราะห์โอกาสหรือการวิเคราะห์ต้นทุนต่อผลตอบแทน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	-1	+1	-1	-1	-0.33	ใช้ไม่ได้
11. ท่านคิดว่าการวางแผนเกี่ยวกับสินค้าหรือการให้บริการแก่ลูกค้า ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	-1	+1	-1	-1	-0.33	ใช้ไม่ได้
12. ท่านคิดว่าการส่งเสริมการขายและความสามารถในการขาย ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	-1	+1	-1	-1	-0.33	ใช้ไม่ได้
ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่						
13. ท่านคิดว่าทักษะความสามารถในการทำงานของพนักงาน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
14. ท่านคิดว่าทัศนคติในการ ให้บริการที่ดีของพนักงาน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
15. ท่านคิดว่าการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความรู้พนักงาน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
16. ท่านคิดว่าการจ่ายค่าตอบแทน เงินเดือน และสวัสดิการที่เหมาะสมให้แก่พนักงาน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น			ผลรวม คะแนน แต่ละข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	ดร. ภัทรานิษฐ์ กิตติรัตนนพ	ดร. มนนิรดา ทองเกิด	ศส.ดร. พัทธกร อินดวง			
ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงข้อคำถามปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน						
ดร. ภัทรานิษฐ์ แนะนำว่า ข้อคำถามของด้านการจัดการ (ข้อ 1 ถึง 4) จำนวน 4 ข้อ ควรปรับเปลี่ยนประโยคคำถาม						
ข้อ 1 ท่านคิดว่าการวางแผนที่ดี ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการวางแผน”						
ข้อ 2 ท่านคิดว่าการจัดการองค์การที่ดีช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการจ้างงานและแบ่งงานกันทำ”						
ข้อ 3 ท่านคิดว่าวิสัยทัศน์ของผู้นำ ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการเป็นปัจจัยที่สำคัญของธุรกิจร้านอาหาร”						
ข้อ 4 ท่านคิดว่าการควบคุมการจัดการที่ดีขององค์กร เช่น การควบคุมทางการเงิน การควบคุมค่าใช้จ่าย ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการติดตามและควบคุมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การควบคุมค่าใช้จ่าย การควบคุมมาตรฐาน”						
รองลงมาคือ ด้านการตลาด (ข้อ 9 ถึง 12) จำนวน 4 ข้อ ควรปรับเปลี่ยนประโยคข้อคำถาม ดังต่อไปนี้						
ข้อ 9 ท่านคิดว่าการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า รวมถึงการสำรวจลูกค้า ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์และกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน”						
ข้อ 10 ท่านคิดว่าการวิเคราะห์โอกาสหรือการวิเคราะห์ต้นทุนต่อผลตอบแทน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าเมนูอาหารส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร”						
ข้อ 11 ท่านคิดว่าการวางแผนเกี่ยวกับสินค้าหรือการให้บริการแก่ลูกค้า ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าปัจจัยด้านราคาส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร”						
ข้อ 12 ท่านคิดว่าการส่งเสริมการขายและความสามารถในการขาย ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าปัจจัยการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจร้านอาหาร”						
และควรเพิ่มข้อคำถามอีกจำนวน 1 ข้อคำถามคือ “ท่านคิดว่าทำเลที่ตั้งของร้านอาหารส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร”						

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น			ผลรวม คะแนน แต่ละข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	ดร. กัทธานันท์ ภูกิจศิริวัฒน์	ดร. มนนิศา ทองเกิด	ผศ. ดร. พัทวีกร อินดวง			
ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงข้อคำถามปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (ต่อ) และด้านทรัพยากรมนุษย์ (ข้อ 13 ถึง 16) จำนวน 4 ข้อ ควรปรับเปลี่ยนประโยคข้อคำถาม ดังนี้ ข้อ 13 ท่านคิดว่าทักษะความสามารถในการทำงานของพนักงาน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าพนักงานหรือลูกค้าเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจร้านอาหาร” ข้อ 14 ท่านคิดว่าทัศนคติในการให้บริการที่ดีของพนักงาน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าการให้บริการที่ดีของพนักงานหรือลูกจ้างเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจร้านอาหาร” ข้อ 15 ท่านคิดว่าการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความรู้พนักงาน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการสอนงานเพื่อพัฒนาทักษะ” ข้อ 16 ท่านคิดว่าการจ่ายค่าตอบแทน เงินเดือน และสวัสดิการที่เหมาะสมให้แก่พนักงาน ช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนเป็น “ท่านคิดว่าเงินเดือนและสวัสดิการของพนักงานหรือลูกจ้างส่งผลต่อการทำธุรกิจร้านอาหาร” ผศ. ดร. พัทวีกร แนะนำปรับปรุงข้อคำถามปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้ ด้านการจัดการ ตั้งแต่ข้อคำถามที่ 1 ถึง 4 ควรเพิ่มข้อคำถามเกี่ยวกับความสำคัญของการชี้แนะสอนงานว่ามี ความจำเป็นที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญหรือไม่ ซึ่งสามารถมองเป็นรูปธรรมมากกว่าโดยเฉพาะในข้อ คำถามที่ 3 เกี่ยวกับวิสัยทัศน์ของผู้นำ ด้านการเงิน เฉพาะข้อคำถามที่ 7 นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะวัดยาก ควรตั้งคำถามเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจร้านอาหาร ด้านการตลาด เฉพาะข้อคำถามที่ 14 นั้น ยังไม่ชัดเจนว่าต้องการตอบคำถามประเด็นใด จะวิเคราะห์โอกาส ด้านใจหรือต้นทุนต่อผลตอบแทน ซึ่งควรอยู่ในข้อคำถามด้านการเงิน และข้อคำถามที่ 15 ควรให้ชัดเจนการ ตั้งข้อคำถามที่กว้างเกินไปทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามอาจตอบไม่ตรงประเด็น อย่างเช่น การวางแผนเกี่ยวกับ สินค้า ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามอาจตอบแบบกว้าง ทำให้ผู้วิจัยอาจไม่ได้คำตอบตามที่ต้องการ						

ตารางที่ ข. 1 ต่อ

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น			ผลรวม คะแนน แต่ละข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	ดร. ภัทธนาณิสต์ วัฒนศิริวัฒนกุล	ดร. มณีนี รัตนาทองเกิด	ผศ. ดร. พิกุลกร อินดวง			
ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป มีจำนวน 1 ข้อ คือ						
1. หากท่านตัดสินใจได้ใหม่ ท่านจะตัดสินใจทำ ธุรกิจร้านอาหาร	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
รวม (เฉพาะชุดแบบสอบถาม)				60	0.50 (20.03/40)	ใช้ได้
แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลการประกอบการร้านอาหารทั่วไป มีจำนวนทั้งสิ้น 3 ข้อใหญ่ ได้แก่						
1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ มีจำนวน 3 ข้อย่อยคือ						
(1) ตำแหน่งงาน.....ปี	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
(2) ระยะเวลาในการประกอบกิจการ.....ปี	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
(3) ท่านมีพนักงานในร้าน (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม) ราย	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
2) แนวคำถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีจำนวน 4 ข้อย่อยคือ						
(1) ท่านคิดว่าสถานการณ์การเมืองและการออก กฎหมายของรัฐบาลไทยได้มีต่อการประกอบธุรกิจ ร้านอาหารทั่วไปของท่านอย่างไร?	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
(2) ท่านคิดว่าสถานการณ์เศรษฐกิจของไทยใน ปัจจุบันได้ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจร้านอาหารของ ท่านอย่างไร?	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
(3) ท่านคิดว่ากระแสสังคมการบริโภคของคนใน ปัจจุบันเป็นรูปแบบใด และธุรกิจร้านอาหารของ ท่านจะได้รับโอกาสจากกระแสการบริโภคดีังกล่าว อย่างไร?	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น			ผลรวม คะแนน แต่ละข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	ด.ร.เรณู ได้ชมนิทรรศการ แล้ว	ด.ร.มนสิรา ทองเกิด	ศ.ดร. พูนศิริ อินดวง			
(4) ท่านคิดว่าการทำธุรกิจร้านอาหารรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีรูปแบบใดที่สร้างผลประโยชน์ให้แก่ธุรกิจของท่าน และท่านอยากให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีแก่ธุรกิจของท่านบ้าง?	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
(5) ท่านมีวิธีการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารของท่านให้อยู่รอดภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ อย่างไร?	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
3) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
รวม (เฉพาะชุดแบบสัมภาษณ์)				19	0.71 (6.36/9)	ใช้ได้

หมายเหตุ : คะแนน +1 หมายถึง คำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
 คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
 คะแนน -1 หมายถึง คำถาม ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล

นายปิ่นแก้ว เหม

วัน เดือน ปีเกิด

24 พฤศจิกายน 2539

ที่อยู่ปัจจุบัน

บ้านเลขที่ 10 ถนน หมื่นด้ามพร้าคต ตำบล ช้างเผือก
อำเภอ เมือง จังหวัด เชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ 50300

อีเมลแอดเดรส

854981863@qq.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2561 หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา ธุรกิจระหว่างประเทศ
สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่