

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการตัดสินใจ
ลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

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

ปิ่นเกื้อ เหนือ^{1*} และ ดรุชา รัตนดำรงอักษร²

Binge He^{1*} and Darucha Rattanadumrongaksorn²

Received 22 February 2022

Revised 9 June 2022

Accepted 15 June 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ รวมถึงการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามจำนวน 189 ชุด และแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย ใช้สถิติเชิงพรรณนา บรรยายคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใช้สถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ การวิเคราะห์การถดถอย (Linear Regression) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และดำเนินกิจการระยะเวลามากกว่า 5 ปี จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เทคโนโลยี เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ขณะที่การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Student, Master of Business Administration Programs, Chiangmai Rajabhat University.

*Corresponding Author, E-mail: 854981863@qq.com

² อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Lecturer, Department of Business Administration, Faculty of Management Sciences, Chiangmai Rajabhat University. E-mail: darucha_rat@cmru.ac.th



ร้านอาหารทั่วไป ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน คือ การจัดการ และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในขณะที่ด้านการเงิน และด้านการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การตัดสินใจลงทุน ธุรกิจร้านอาหารทั่วไป

Abstract

These researches were to study the relationship between business environment and investment decision of restaurants business in the area of Muang District, Chiang Mai. This combined research used 189 questionnaires and interviewed 30 restaurant operators in Muang District, Chiang Mai Province, using descriptive statistics to describe the characteristics of entrepreneurs such as genders, ages, educational levels, restaurant's operation periods in frequencies, percentages, means, and standard deviations. Inferential statistics were also used to test the research hypothesis of Linear Regression and Correlation Analysis. The results showed that most entrepreneurs are male, aged between 31-40 years old, graduated with a bachelor's degree and have operated for more than five years. For hypothesis testing, the results showed that technology is the external environmental factor that affects the investment decision in the restaurant businesses, while politics and law, economy, social and culture do not affect the investment decision in general restaurant businesses. The internal environment factor are management and human resource management, which affects the investment decision in the restaurant business. While finance, and marketing do not affect the investment decision in general restaurant businesses in Muang District, Chiang Mai, statistically significant at the level of .05

Keyword: Business Environment, Investment Decisions, General Restaurant Business

บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารนอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ ยังมีความเกี่ยวเนื่องกับภาคการท่องเที่ยว โดยสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยสูงถึง 430,762 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2562 เมื่อเทียบกับ 419,801 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2561 อันเนื่องมาจากเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ได้เข้ามามีบทบาทเพิ่มทางเลือกการเข้าถึงบริการร้านอาหารในรูปแบบแพลตฟอร์ม (Platform) ผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันที่ไม่ได้จำกัดเพียงการให้บริการแบบมีหน้าร้าน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) ในด้านอื่น

ธุรกิจร้านอาหารมีส่วนในการสร้างงานให้กับประชากรในประเทศได้ถึงร้อยละ 11.09 ซึ่งสูงเป็นอันดับที่ 3 รองจากธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต ร้อยละ 23.10 ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งร้อยละ 24.26 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) โดยกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2532 อ้างถึงใน อีสริย์ ดิยะพิพัฒน์, 2564) ได้ให้ความหมายของร้านอาหารทั่วไป (General Restaurant) หมายถึง ร้านอาหารประเภทขนาดเล็ก มี 1-2 คูหา ที่รับประทานอาหารอยู่ภายในอาคารและส่วนใหญ่จำหน่ายอาหารประจำถิ่นหรืออาหารเฉพาะ เช่น ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ ส้มตำ และอื่น ๆ ทั้งนี้ จำนวนธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2562 พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 366,952 แห่ง โดยพบว่า ภาคกลาง มีมากที่สุด จำนวน 128,228 ราย รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 70,633 ราย ภาคใต้ จำนวน 67,049 ราย และภาคเหนือ จำนวน 65,259 ราย โดยพบว่าจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนผู้ประกอบการร้านอาหาร 15,054 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563) โดยในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากสมาชิกของชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่ (2562) ทั้งสิ้น 370 ราย และกำหนดขนาดตัวอย่างคือ จำนวน 189 ราย เก็บข้อมูลจริงได้จำนวน 159 ราย ซึ่งนอกจากจะสร้างรายได้ให้แก่เจ้าของธุรกิจโดยตรงแล้ว ยังกระจายรายได้สู่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและเกิดการจ้างงานจำนวนมาก กล่าวได้ว่าธุรกิจร้านอาหารทั่วไปมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่อย่างยิ่ง

จากบทบาทธุรกิจร้านอาหารที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยจึงเห็นว่า หากมีการลงทุนเปิดกิจการร้านอาหารทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น ย่อมเกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรายได้ที่เข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ การกระจายรายได้สู่ประชาชน ตลอดจนการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของจังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นซึ่งจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ตลอดจนการวางนโยบายของภาครัฐตั้งแต่ในระดับท้องถิ่นที่จะสนับสนุนให้เกิดการลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะในช่วงเวลาหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ซึ่งผู้ประกอบการต่างเริ่มมองหาธุรกิจที่จะลงทุนต่อไป

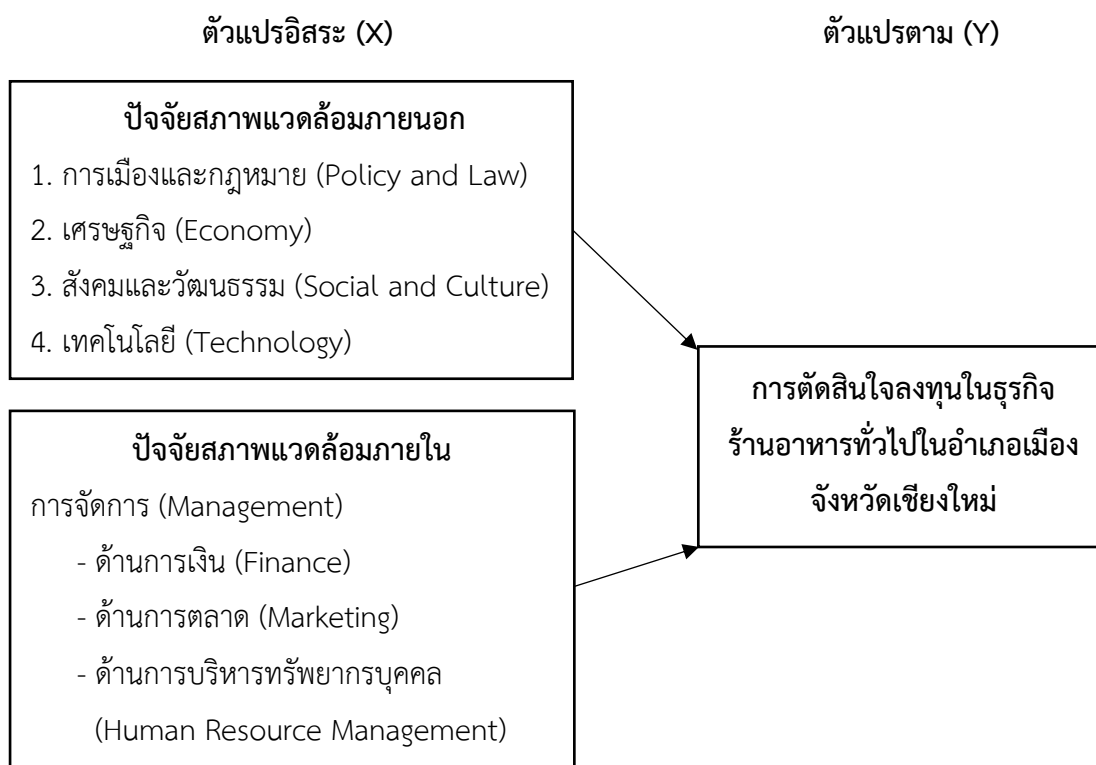
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจภายนอก และการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจภายใน และการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Factors) ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้ใช้แนวคิด PEST Analysis ของอากูเรา (Aguilar, 1967) มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรในระยะยาว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย

1.1 การเมืองและกฎหมาย (Policy and Law) เป็นปัจจัยด้านกฎหมายและข้อระเบียบต่อต้านธุรกิจ ได้แก่ พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 และพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบร้านอาหาร ซึ่งเป็นบริบทที่ใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นต้น ตลอดจนนโยบายภาษีสำหรับธุรกิจร้านอาหาร เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีป้ายโฆษณา และอื่น ๆ (จิตรลดา ตรีสาคร และกฤษดา เขียววัฒนสุข, 2561)

1.2 เศรษฐกิจ (Economy) เป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยย่อยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ และอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งผู้ประกอบการต้องนำไปใช้ในการคาดการณ์ว่าธุรกิจต้องปรับกลยุทธ์อย่างไร เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มทางเศรษฐกิจในระยะยาวและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558) และนับเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ศิริญา ตังนฤมิตร, 2558)

1.3 สังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) เป็นปัจจัยที่ค้ำึงถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต การทำงาน การผลิต และการบริโภค ซึ่งก่อให้เกิดประเภทของผู้บริโภคที่มีความต้องการสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป ผู้ประกอบการจะเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อฉกฉวยโอกาสจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนไปและเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (สุจิต ติลภพพรศนน์, 2558) โดยผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อมดังกล่าว ยังเกื้อหนุนความสามารถและโอกาสของผู้ประกอบการ (ศุภกฤต หลิมเลิศรัตน์, 2561)

1.4 เทคโนโลยี (Technology) จะเป็นปัจจัยที่ปรากฏให้เห็นในรูปแบบของสินค้า บริการ กระบวนการผลิต และการบริการ รวมถึงการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และนำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดเป็นรูปธรรม (Ireland, Hitt, & Hoskisson, 2009) ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ (Lavie, 2006) ตลอดจนแนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มอีกด้วย (พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชาพนธ์ และวีรพล ทวีพันธ์, 2562)

2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment Factors) ในงานวิจัยเรื่องนี้มี 4 ปัจจัยที่สำคัญ สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ได้แก่

2.1 การจัดการ (Management) กล่าวคือ จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการร้านค้า (Managing the Store) เช่น การเงิน การตลาด และการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งเป็นแนวคิดของเรวีและไวท์ (Levy & Weitz, 2012)

2.2 การเงิน (Finance) ในการศึกษาเรื่องนี้ จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการควบคุมต้นทุน (Controlling Cost) เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหาร (วาทัญญู บุตรรัตน์ และ พงษ์ธร สุวรรณธาดา, 2558)

2.3 การตลาด (Marketing) ในการศึกษาครั้งนี้ จะศึกษาในเรื่องของการจัดการสินค้า และการให้บริการลูกค้า (Managing Merchandise and Providing Customer Service) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สร้างความสำเร็จในการทำธุรกิจร้านอาหาร (สว้างพงษ์ แซ่จิ่ง, 2559)

2.4 การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) ในการศึกษาเรื่องนี้ จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการพนักงานในร้าน (Managing Store Employee) นับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหาร (ชานนท์ มหาสิงห์, จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และ วิชัย เจริญธรรมานนท์, 2563)

ระเบียบวิธีในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นสมาชิกของชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่ (2562) จำนวน 370 ราย แล้วจึงกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนตามสูตรเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 189 ราย และเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับการส่งคืนชุดแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์กลับมาจำนวน 159 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 84.13 จึงเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์และได้ผลเป็นที่น่าเชื่อถือ (สมชาย วรภิรมย์สกุล, 2554) เนื่องจากระยะเวลาในการทำวิจัยอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (COVID-19) และรัฐบาลไทยได้ใช้มาตรการล็อกดาวน์ (Lock-Down) ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หลายแห่งไม่สามารถเปิดให้บริการได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) จึงใช้เครื่องมือ 2 ชนิด ในการเก็บข้อมูล ได้แก่

2.1 เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ (Interview) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมธุรกิจภายนอก เช่น สถานการณ์การเมืองและการออกกฎหมายประกอบธุรกิจ สถานการณ์เศรษฐกิจ กระแสสังคมบริโภคของคนไทย และบทบาทเทคโนโลยีต่อการส่งเสริมทำธุรกิจ รวมถึงสภาพแวดล้อมธุรกิจภายใน นั่นคือการบริหารจัดการให้อยู่รอดภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ของธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ เมื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปที่ประกอบธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย แล้วนำไปสร้างแบบสอบถามของงานวิจัยต่อไป

2.2 เก็บข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นชุดแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม การสัมภาษณ์ และข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Form) ที่ปรับแก้ไขแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรมและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพภายนอก ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ กฎหมายและการเมือง (Policy and Law) เศรษฐกิจ (Economy) สังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) และเทคโนโลยี (Technology) เป็นลักษณะข้อคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Form) ที่ใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งได้ปรับแบบสอบถามจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปและคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน คือ การจัดการ (Management) ได้แก่ ด้านการเงิน (Finance) ด้านการตลาด (Marketing) และด้าน

การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Form) ที่ใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งได้ปรับแบบสอบถามจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

และส่วนที่ 4 การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป เป็นคำถามจากบทสรุปในการตอบแบบสอบถามของส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 โดยข้อคำถามมีลักษณะแบบปลายปิด (Close Ended Form) ที่ใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ได้ปรับข้อคำถามจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปและคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ และชุดแบบสอบถามก่อนเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จริง ดังนี้

3.1 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน จึงได้ผลการทดสอบค่า IOC ของแบบสัมภาษณ์เท่ากับ 0.71 แสดงว่า ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ได้ และผลการทดสอบค่า IOC ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.50 แสดงว่า ข้อคำถามในชุดแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

3.2 การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ออกไปทดสอบ (Try - Out) กับกลุ่มประชากรอื่น ๆ จำนวน 30 ชุดนั้น หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งจอร์จและมัลลอรี่ (George & Mallery, 2003) ระบุว่า การประเมินความเชื่อมั่นค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคควรอยู่ในระดับ 0.70 ขึ้นไป จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นโดยรวมของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก เท่ากับ 0.82 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นมีค่าตั้งแต่ 0.84-0.90 ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นโดยรวมของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน เท่ากับ 0.92 และหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นมีค่าตั้งแต่ 0.84-0.91

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทดสอบข้อมูลของชุดแบบสอบถามด้วยสถิติ ดังต่อไปนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายคุณลักษณะกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อประเมินระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอย (Linear Regression) เพื่อทดสอบปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายนอกและภายในมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อยืนยันผลทดสอบของปัจจัยสภาพแวดล้อมธุรกิจภายนอกและภายในสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ หลักเกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ (γ) 5 ระดับดังนี้ (Hinkle, William, & Stephen, 1998)



ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.90 - 1.00 : มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.70 - 0.90 : มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.50 - 0.70 : มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.30 - 0.50 : มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.00 - 0.30 : มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

ผลการวิจัย

1. จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย สามารถสรุปการให้สัมภาษณ์ ดังนี้

1.1 การสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

- การเมืองและกฎหมาย (Political and Law) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการที่กระทรวงสาธารณสุขได้ออกกฎระเบียบเกี่ยวกับสุขลักษณะของสถานที่จำหน่ายอาหาร เพื่อควบคุมมาตรฐานการบริการร้านอาหารทุกแห่งให้ถูกสุขลักษณะอนามัยแก่ผู้บริโภค อีกทั้งยังมีความยุ่งยากในการขอใบอนุญาตจัดตั้งธุรกิจจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าและขออนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากกรมสรรพสามิต ที่ต้องยื่นเอกสารหลายอย่างผ่านที่ทำการประจำจังหวัดเท่านั้น และใช้เวลานานกว่าหน่วยงานจะออกใบอนุญาต ซึ่งสวนทางกับนโยบายที่รัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เช่น การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจง่าย การได้รับการยกเว้นเสียภาษี และการปล่อยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ

- เศรษฐกิจ (Economy) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงจากการที่รัฐบาลไทยสั่งห้ามลดราคาน้ำมันปาล์มสำเร็จรูป เพื่อเพิ่มรายได้และยกระดับราคาปาล์มวัตถุดิบให้แก่เกษตรกร เหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น พายุโซนร้อนปาบึก (PABUK) และการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้วัตถุดิบพวกอาหารทะเลสดและแห้ง เครื่องปรุงอาหาร และระบบขนส่งได้รับความเสียหาย จนในที่สุดผู้ประกอบการต้องปรับราคาอาหารทุกรายการสูงขึ้น

- สังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าการนิยมการสั่งอาหารออนไลน์มีมากขึ้น เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตลอดจนการที่รัฐบาลไทยเริ่มใช้นโยบายปิดประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายเริ่มให้ความสนใจในช่องทางการให้บริการร้านอาหารออนไลน์ (e-Restaurant) เพื่อลดความเสี่ยงที่สูญเสียไป

- เทคโนโลยี (Technology) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า การทำธุรกิจร้านอาหารทั่วไปควรทำในรูปแบบผสมผสานระหว่างการให้บริการแบบมีหน้าร้านกับการให้บริการออนไลน์ควบคู่กันไป โดยเฉพาะการให้บริการร้านอาหารออนไลน์นั้น ผู้ประกอบการต้องการให้หน่วยงานภาครัฐติดตั้งบริการอินเทอร์เน็ตฟรี (Free WI-FI) และสัญญาณอินเทอร์เน็ตต้องมีความเสถียร เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคและกลับมาใช้บริการอีก

1.2 การสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน

- การจัดการ (Management) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การทำธุรกิจร้านอาหารมีทุน (Capital) อย่างเดียวไม่ได้ ต้องมีการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อลดความเสี่ยงในการบริหารธุรกิจ เช่น กำหนดพื้นที่ให้บริการเป็นสัดส่วนชัดเจน จำนวนบุคลากรที่ต้องให้บริการ และหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล

- ด้านการเงิน (Finance) ได้แก่ หาแหล่งสินเชื่อที่ดอกเบี้ยต่ำและระยะเวลาชำระหนี้สินทรัพย์และทุนมาแปลงสภาพเป็นเพื่อใช้ในการลงทุนขยายร้านหรือขยายสาขาให้มีกำไร และสามารถนำไปชำระหนี้สินหรือเก็บไว้ในยามฉุกเฉินได้

- ด้านการตลาด (Marketing) ได้แก่ กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน สร้างสรรค์รายการอาหารใหม่ให้ดึงดูดใจ พื้นที่ให้บริการสามารถจอดรถได้เพียงพอ และต้องมีโปรโมชั่น (Promotion) เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคอยากเลือกใช้บริการ

- ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) ควรระบุคุณลักษณะของผู้สมัครที่ต้องการรับเข้าทำงานและเงื่อนไขที่ผู้ประกอบการต้องการ เช่น สถานภาพสมรส ไม่มีประวัติคดีอาชญากรรม เป็นต้น รวมถึงการสอนงานกับช่วยแนะนำการปรับตัวให้เข้ากับสังคมในที่ทำงาน และการให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม

2. ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สามารถสรุปผลการวิจัยแต่ละส่วนตามแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านส่วนใหญ่ พบว่า จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 159 ราย เป็นเพศชาย (จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.30) อายุระหว่าง 31-40 ปี (จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.80) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.80) และเปิดดำเนินกิจการมากกว่า 5 ปี (จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.10)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับปัจจัยเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.372) รองลงมาคือ ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.443) ปัจจัยการเมืองและกฎหมาย ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.452) และปัจจัยเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.328) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับปัจจัยการจัดการ ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.386) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตลาด เป็นปัจจัยย่อยของการจัดการที่ผู้ประกอบการมีความเห็นด้วยในระดับสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.352) รองลงมาคือ ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.335) และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.341) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจลงทุนในธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า หากตัดสินใจได้ใหม่อีกครั้ง ก็ยังคงตัดสินใจเลือกประกอบธุรกิจร้านอาหารทั่วไปเหมือนเดิม ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.745)

3. ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.1 ผลการวิเคราะห์การถดถอย (Linear Regression) โดยผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพแวดล้อมธุรกิจภายนอกที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

H_1 : ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยสภาพแวดล้อม การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Y)					
ภายนอก (X)	b	S.D. Error	β	t	Sig.
การเมืองและกฎหมาย	-0.041	0.136	-0.025	-0.299	0.766
เศรษฐกิจ	-0.134	0.185	-0.059	-0.726	0.469
สังคมและวัฒนธรรม	0.070	0.130	0.042	0.537	0.592
เทคโนโลยี	0.585	0.155	0.292	3.778	0.000*
ค่าคงที่ (Constant)	1.973	1.034	-	1.909	0.058

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปเพียงปัจจัยเดียว (Sig. = 0.000*) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

ในส่วนของการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมธุรกิจภายในที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H_0 : ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

H_1 : ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในกับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (X)	การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Y)				
	b	S.D. Error	β	t	Sig.
การจัดการ	0.662	0.147	0.344	4.507	0.000*
- ด้านการเงิน	-0.203	0.169	-0.091	-1.202	0.231
- ด้านการตลาด	0.089	0.159	0.042	0.558	0.578
- ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	-0.342	0.164	-0.156	-2.085	0.039*
ค่าคงที่ (Constant)	3.270	1.246		2.623	0.010

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในกับการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยการจัดการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป (Sig. = 0.000*) โดยเฉพาะในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (Sig. = 0.039*) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

3.2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ในการยืนยันผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (ตารางที่ 1) และภายใน (ตารางที่ 2) ที่มีการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจะเลือกเอาเฉพาะปัจจัยที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งสามารถยืนยันผลการทดสอบปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการยืนยันจากการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (X) (เทคโนโลยี)	การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Y)	
ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation: γ)	1	0.295
Sig. (2-tailed)	-	0.000*
จำนวนราย (n)	159	159

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ข้างต้นพบว่า เทคโนโลยี เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เหมือนเดิม (Sig. (2-tailed) = 0.000*) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก ($\gamma = 0.295^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ในส่วนผลยืนยันการทดสอบของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป สามารถแสดงผลดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการยืนยันจากการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (X) (การจัดการ)	การตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Y)	
ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation: γ)	1	0.321
Sig. (2-tailed)	-	0.000*
จำนวนราย (n)	159	159

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ข้างต้นพบว่า การจัดการ เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เหมือนเดิม (Sig. (2-tailed) = 0.000*) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ($\gamma = 0.321^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาเรื่องนี้ อยู่ในช่วงการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 และนโยบายของภาครัฐบาลต้องการให้คนไทยทำงานที่บ้าน และเรียนหนังสือออนไลน์ เพื่อป้องกันการติดเชื้อของไวรัส ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารทั่วไป หลายแห่งต้องปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไป จึงเกิดช่องทางการให้บริการในรูปแบบร้านอาหารออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่มีบริการจัดส่งอาหารถึงที่พักอาศัยหรือสถานที่ทำงาน ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงร้านอาหารได้สะดวกยิ่งขึ้น ตลอดจนมีโอกาสได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ (ผู้บริโภคใช้บริการผ่านออนไลน์) แทนกลุ่มลูกค้าเดิม (ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารโดยตรง) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชาพันธ์ และ วีรพล ทวีนนท์ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง

ขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการซื้อขายอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น ตลอดจนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอื่นตามมา เช่น การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Banking) หรือการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกสบายในการสั่งซื้ออาหารยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมทบ แก้วเชื้อ, บัณฑิต ผังนิรันดร์ และธนพล ก่อฐานะ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นเครื่องมือที่สร้างการรับรู้สินค้าและบริการของผู้บริโภคให้มากขึ้น และผู้บริโภคจะได้รับความสะดวกและความรวดเร็วในการเข้าถึงบริการ ตลอดจนสามารถสร้างโอกาสความสำเร็จในธุรกิจของผู้ประกอบการได้มากยิ่งขึ้น ขณะที่ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้านอื่น ได้แก่ การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นผลมาจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยเหล่านี้ เนื่องจากผู้ประกอบการมีความเห็นว่าอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตถึงอย่างไรก็สามารถจำหน่ายได้

ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมในที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยการจัดการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ทั้งนี้ เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารทั่วไป เช่น รายได้ลดลง ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น จำนวนผู้บริโภคลดลง ทำให้ผู้ประกอบการล้วนให้ความสำคัญกับการจัดการภายในร้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อให้ธุรกิจของตนอยู่รอดในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 สอดคล้องกับแนวคิดของเรวีและไวท์ (Levy & Weitz, 2012) ที่กล่าวว่า การเงิน การตลาด และการบริหารทรัพยากรบุคคล ถือเป็นส่วนประกอบสำคัญของการจัดการ ที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ผู้ประกอบการได้กำหนดแผนบริหารงานบุคคลที่ชัดเจนและปฏิบัติได้จริง เพื่อให้ได้บุคลากรที่ตรงคุณสมบัติกับตำแหน่งงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชานนท์ มหาสิงห์, จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และ วิชัย เจริญธรรมานนท์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางที่มีสาขาเครือข่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่พบว่าผู้ประกอบการต้องมียุทธศาสตร์และแผนการบริหารงานเกี่ยวกับบุคคลให้ชัดเจน เช่น การคัดเลือกและกำหนดคุณสมบัติที่จำเป็น กำหนดค่าตอบแทนเหมาะสม และอื่น ๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย มีด้วยกันจำนวน 2 ข้อใหญ่ คือ

1.1 ปัจจัยเทคโนโลยี (Technology) เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Sig. = 0.000*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในพื้นที่อำเภอเมือง

จังหวัดเชียงใหม่ ควรให้การสนับสนุนด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการประกอบธุรกิจ เช่น โครงการบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายฟรี (Free Wi-Fi) เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า และบริการให้กับผู้ประกอบการ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ไม่สามารถให้บริการแบบมีหน้าร้านได้ รวมถึงหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่ ควรให้การสนับสนุนสร้างแพลตฟอร์มผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารที่เป็นสมาชิกของชมรมให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปมากขึ้น

1.2 ปัจจัยการจัดการ (Management) เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Sig. = 0.000*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ผู้ประกอบการควรกำหนดแผนการบริหารจัดการแต่ละด้านให้มีความชัดเจน นำไปปฏิบัติได้จริง และสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้แก่ การนำข้อมูลทางการเงินมาจัดทำงบประมาณเพื่อใช้ในการตัดสินใจทำโครงการต่าง ๆ หรือการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะทางการตลาดออนไลน์เพื่อให้กลุ่มลูกค้าใหม่ รวมถึงการออกแบบกระบวนการคัดเลือกบุคคลเข้ามาทำงานในองค์กรโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น การประกาศรับสมัครผ่านเว็บไซต์ การจัดสอบคัดเลือกออนไลน์ การจัดฝึกอบรมออนไลน์ หรือออกแบบโปรแกรมประเมินผลการทำงาน และออกแบบโปรแกรมคำนวณค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่บุคลากร เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไปมีด้วยกันจำนวน 2 ข้อ ได้แก่

2.1 ผู้สนใจอาจศึกษาเฉพาะปัจจัยเทคโนโลยี (Technology) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2.2 ควรกำหนดประเภทของร้านอาหารในการศึกษาให้เฉพาะเจาะจง เช่น ร้านขายก๋วยเตี๋ยว ร้านขายข้าวแกง ร้านขายอาหารพื้นเมือง และอื่น ๆ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- จิตรลดา ตรีสาคร และกฤษฎา เขียววัฒนสุข. (2561). ปัจจัยความสำเร็จที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันในตลาด AEC สำหรับผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 13(1), 159-177.
- ชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่. (2562). *สถิติผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารประจำปี พ.ศ. 2563*. สืบค้นจาก <http://www.cmrchiangmai.net>
- ชานนท์ มหาสิงห์, จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และ วิชัย เจริญธรรมานนท์. (2563). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางที่มีสาขาเครือข่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 3(3), 81-99.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2558). *แนวทางการควบคุมภายในที่ดี*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.

- พันธุ์ทิพย์ อภิรมย์เดชาพันธ์ และ วีรพล ทวีนนท์. (2562). แนวทางการออกแบบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 20* (น. 1473-1479). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วทัญญู บุตรรัตน์ และ พงษ์ธร สุวรรณธาดา. (2558). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารบริเวณถนนศรีจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. ใน *การประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2558* (น. 1714-1720). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศุภกฤต หลิมเลิศรัตน์. (2561). *การศึกษาผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนที่มีต่อความสามารถและโอกาสผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). ปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารเผชิญกับโจทย์ท้าทายสูงและรูปแบบการแข่งขันที่เปลี่ยนไป. สืบค้นจาก <https://kasikornresearch.com>
- ศิริญา ตังนฤมิตร. (2558). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- สมชาย วรภิรมย์สกุล. (2554). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สมทบ แก้วเชื้อ, บัณฑิต ผังนิรันดร์ และ ธนพล ก่อฐานะ. (2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*, 15(2), 33-44.
- สว่างพงษ์ แซ่จึ้ง. (2559). *ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเฟรนไชส์ร้านอาหารไทยประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- สุดใจ ดิลกพรศพนนท์. (2558). *การจัดการเชิงกลยุทธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). *ภาพการณ์ทำงานของประชากรในประเทศไทยในปี 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
- Aguilar, F. J. (1967). *Scanning the business environment*. Basingstoke: Macmillan.



- 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.
- Krejcie, R. V., and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *SAGE Journals*, 30(1), 607-610.
- Lavie, D. (2006). The Competitive Advantage of Interconnected Firms: An Extension of the Resource-Based View. *Academy of Management Review*, 31(3), 638-658.
- Levy, M., and Weitz, A. B. (2012). *Retailing Management Eighth Edition*. (8th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Ireland, D. R., Hitt, M. A., and Hoskisson, R. E. (2009). *The Management of Strategy Concepts & Cases*. London: Evans Publishing Group.