



ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย
ในประเทศสหรัฐอเมริกา



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจและการเมือง
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2563



**SUCCESS FACTORS OF RUNNING A THAI RESTAURANT BUSINESS IN
THE UNITED STATES**

BY

PRUTCHAYA HEONSAWANG

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF ARTS IN LEADERSHIP
IN SOCIETY, BUSINESS AND POLITICS
COLLEGE OF SOCIAL INNOVATION**

GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2020

วิทยานิพนธ์เรื่อง

ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

โดย

ปรัชญา หินสว่าง

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจและการเมือง

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2563

ดร.สุริยะใส กตะศิลา
ประธานกรรมการสอบ

ผศ.ดร.บ็องกร พลเดชา
กรรมการ

ดร.ศรัณย์ ชาติลักษณ์
กรรมการ

ดร.ชาญชัย จิวจินดา
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ. ร.ต. หญิง ดร. วรฉวี สุขสาคร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

9 ตุลาคม 2563

Thesis entitled

**SUCCESS FACTORS OF RUNNING A THAI RESTAURANT BUSINESS
IN THE UNITED STATES**

by

PRUTCHAYA HEONSAWANG

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Arts in Leadership in Society, Business and Politics

Rangsit University
Academic Year 2020

Suriyasai Katasila, Ph.D.

Examination Committee Chairperson

Asst.Prof.Bangon Poltechar, Ph.D.

Member

Sarun Thitiluck, Ph.D.

Member

Chanchai Jewjinda, Ph.D.

Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

October 9, 2020

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้จะมีอาจสำเร็จลุล่วงไปได้หากไม่ได้รับคำแนะนำจากคณะอาจารย์หลายท่านในวิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ทั้ง ดร.สุริยะใส กตะศิลา คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา ดร.ศรัณย์ ชาติลักษณ์ อดีตผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา และ ดร.ชาญชัย จิวจินดา อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำปรึกษาและข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบการจัดทำงานวิจัยดังกล่าว จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ท้ายสุดนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณบิดาและมารดา ที่ให้การอุปการะอบรมเลี้ยงดูตลอดจนส่งเสริมการศึกษา และให้กำลังใจเป็นอย่างดี อีกทั้งขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา และขอขอบพระคุณเจ้าของเอกสารและงานวิจัยทุกท่าน ที่ผู้ศึกษาค้นคว้าได้นำมาอ้างอิงในการทำวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ปรัชญา เหมสว่าง

ผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

5808500 : ปรัชญา เหมินสว่าง
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศ
 สหรัฐอเมริกา
 หลักสูตร : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ชาญชัย จิวจินดา

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 220 คน และสัมภาษณ์ 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัย พบว่า 1. ระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า มีระดับความสำเร็จจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก 2. ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ด้านแรงงาน ด้านเงินลงทุน ด้านวัตถุดิบ และด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา 3. ปัจจัยแวดล้อมของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ด้านการสนับสนุนจากทางสังคม อยู่ในระดับมาก (Mean=3.90) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับมาก (Mean= 3.56) ด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน อยู่ในระดับมาก (Mean=3.63) และด้านการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน อยู่ในระดับมาก (Mean=3.55) นอกจากนี้ ยังพบว่า ด้านการเงิน การเงินเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการคำนึงเป็นอันดับแรก ด้านลูกค้า จำเป็นที่จะต้องใส่ใจการบริการของลูกค้า ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ร้านจะประสบความสำเร็จและเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น และ ด้านกระบวนการบริหารจัดการภายใน มุ่งเน้นที่การบริหารจัดการและบริการ วางแผนและตำแหน่งหน้าที่ให้เหมาะสมกับพนักงาน

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 83 หน้า)

คำสำคัญ: ความสำเร็จของผู้ประกอบการ, ร้านอาหารไทย, สหรัฐอเมริกา

ลายมือชื่อนักศึกษา ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

5808500 : Prutchaya Heonsawang
 Thesis Title : Success Factors of Running a Thai Restaurant Business
 in the United States
 Program : Master of Arts in Leadership in Society, Business and Politics
 Thesis Advisor : Chanchai Jewjinda, Ph.D.

Abstract

The objectives of this study are 1) to study the success level of Thai restaurant businesses in the United States of America, 2) to study the fundamentals of success in operating a Thai restaurant in the United States, and 3) to study the environmental factors of success in running a Thai restaurant business in the United States. The sample group used in the research was 220 Thai restaurant entrepreneurs in Virginia, while 5 of them were interviewed. The research instruments were questionnaires and interview forms. The statistics used in the research are frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The results were showed as follows: 1) The level of success of the entrepreneurs of the Thai restaurants in the United States revealed that “the satisfaction of users” was at a high level. 2) The basic factor of success in operating a Thai restaurant business in the United States was labor, investment, raw materials and tools and equipment having influence on the success of the Thai restaurant business in the United States. 3) According to the environmental factors of success in operating a Thai restaurant business in the United States, “social support” was found at a high level (Mean = 3.90), “support from government agencies” found at a high level (Mean = 3.56), “support from the private sector” found at a high level (Mean = 3.63) and “support from community leaders” found at high level (Mean = 3.55) respectively. In addition, it was found that finance was the first factor that entrepreneurs considered. With reference to customers, it was important to pay attention to customer service. Learning and development of the store would make the restaurants more successful and could increase sales. In terms of internal management processes, there appeared to be a focus on management, service planning and position planning concerning the appropriateness of employees.

(Total 83 pages)

Keywords: Entrepreneurial Success, Thai Restaurant, United States

Student’s Signature Thesis Advisor’s Signature

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ช
บทที่ 1	
บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.3 ประโยชน์ของการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการบริหารของผู้ประกอบการ	14
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3	
วิธีการดำเนินงานวิจัย	28
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
บริบทร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกา	34
บทที่ 5	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	38
5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
5.2 ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	41
5.3 ปัจจัยแวดล้อม	53
5.4 ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยใน ประเทศสหรัฐอเมริกา	61
บทที่ 6	
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	66
6.1 สรุป	66
6.2 อภิปรายผลการวิจัย	75
6.3 ข้อเสนอแนะ	78
บรรณานุกรม	79
ประวัติผู้วิจัย	83

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
5.1 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
5.2 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	41
5.3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุน จากทางสังคม	53
5.4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุน จากหน่วยงานภาครัฐ	54
5.5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุน จากภาคเอกชน	54
5.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุน จากผู้นำชุมชน	56
5.7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา	61
5.8 แสดงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา	65

สารบัญรูป

รูปที่

หน้า

1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

อาหารไทย จัดอยู่ในอาหารเพื่อสุขภาพ อุดมไปด้วยสมุนไพรและเครื่องเทศที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ตลอดจนมีรสชาติที่โดดเด่นเหนืออาหารชาติอื่น ๆ เพราะมีรสชาติครบรส ทั้งเปรี้ยว หวาน มัน เค็ม เผ็ด ความกรอบ ความนุ่มละมุนและความกลมกล่อม หรือกล่าวได้ว่ามีหลายรสชาติ ไม่น่าเบื่อ (วงศกร ตระกูลหิรัญผดุง, 2556) อาหารไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักระดับโลก ด้วยความโดดเด่นในด้านของรสชาติ ความประณีตบรรจง ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารของไทยนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกสูง และบริษัทที่มีศักยภาพมีการลงทุนไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่องยาวนาน ซึ่งการลงทุนทางตรงนี้เองจะเป็นประโยชน์ทั้งกับไทยและประเทศที่ไปลงทุน (จูน เจริญเสียง, 2558)

หนึ่งในประเทศที่มีความน่าสนใจในการไปลงทุนทางตรงโดยการเปิดร้านอาหารไทย คือ สหรัฐอเมริกา เนื่องจากชาวอเมริกันส่วนใหญ่มองว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติดีมีระดับ ไม่ใช่อาหารฟาสต์ฟู้ดหรืออาหารจานด่วนราคาถูก ร้านอาหารไทยจำนวนมากในอเมริกาจึงเติบโตสามารถทำกำไรได้ไม่น้อย (ชนิสาง มอกฤษ, 2562)

เนื่องจาก “อาหารไทย” ได้รับความนิยมจากชาวอเมริกัน คนที่เคยไปเที่ยวเมืองไทย ชาวไทย และชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกาเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ เพราะกำลังซื้อในสหรัฐฯ มีมหาศาล จากจำนวนประชากรที่มีกว่า 300 ล้านคน และมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารไทยในอเมริกายังมีโอกาสเติบโตได้อีก แต่เชื่อว่าเปิดธุรกิจอาหารไทยแล้วจะไม่มีขาดทุน อย่าคิดว่ามีเงินแล้วไปจ้างคนอื่นเขาทำก็ได้ ร้านอาหารไทยล้มเหลวมากก็มากถ้าไม่ใส่ใจในรายละเอียด หรือมอบความไว้วางใจให้แก่พ่อครัวแม่ครัวมากเกินไป (วงศกร ตระกูลหิรัญผดุง, 2556)

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าสหรัฐอเมริกา จะเป็นตลาดที่น่าสนใจและมีการแข่งขันการสูงสำหรับธุรกิจร้านอาหารไทย แต่ก็ยังมีอุปสรรคต่อการลงทุนทางตรงต่อผู้ประกอบการไทยหลายประการ เช่น ปัญหาการขาดผู้ประสานงานระหว่างผู้ลงทุนกับหน่วยงานของรัฐท้องถิ่น ปัญหาด้านเงินทุน ปัญหาด้านแรงงาน ปัญหาเกี่ยวกับใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหาร ปัญหาเกี่ยวกับนโยบายทาง

การเมือง เป็นต้น อีกทั้งจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้แพร่ระบาดอย่างรวดเร็วและกว้างขวางไปหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงสหรัฐอเมริกาที่มียอดผู้ติดเชื้อมากที่สุดเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ส่งผลให้มีการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วเพื่อรับมือการระบาดของโรคโควิด-19 ดังกล่าว โดยสถานการณ์ในสหรัฐอเมริกา ในเขตรัฐที่มีตัวเลขผู้ป่วยคงที่ ได้แก่ แคลิฟอร์เนีย, อินเดียนา, แมริแลนด์, แมสซาชูเซตส์, เนบราสก้า, นิวแฮมป์เชียร์, นิวเจอร์ซีย์, นิวยอร์ก, นอร์ทดาโคตา, โอเรกอน, เซาธ์ดาโคตา และเวอร์จิเนีย ซึ่งส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อการดำเนินกิจการร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกาที่ต้องปรับตัวหันมารับมือกับวิกฤตดังกล่าว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินกิจการมาจัดส่งอาหารผ่านเดลิเวอรี่ สอดคล้องกับ “VUCA World” เป็นคำย่อของ ความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความสลับซับซ้อน (Complexity) ความคลุมเครือ (Ambiguity) โดย “VUCA World” เป็นคำที่ทางกองทัพสหรัฐอเมริกาเริ่มใช้เรียกสถานการณ์ในสงครามที่อัฟริกา และอิรัก ต่อมานำมาใช้ในวงการธุรกิจ เพราะการเปลี่ยนแปลงสภาวะแวดล้อมเศรษฐกิจในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับภาวะที่โลกต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์จากไวรัสระบาดโควิด-19 ถือเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการทุกแวดวงธุรกิจที่ต้องทำความเข้าใจและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสภาวะสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน ดังนั้น ปัญหาสำคัญของการประกอบกิจการร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา คือ ปัญหาด้านปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และปัจจัยแวดล้อม ภายใต้สถานการณ์ไวรัสระบาดโควิด-19 (ชนิสานามอภิชน, 2562)

จากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการประกอบกิจการร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและผู้ที่ต้องการศึกษาให้สามารถนำผลวิจัยฉบับนี้ไปเป็นแนวทางในการดำเนินกิจการ และปรับปรุงแก้ไขปัญหาให้ถูกต้อง เพื่อการประสบความสำเร็จในธุรกิจอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบกิจการร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบกิจการร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยใน
ประเทศสหรัฐอเมริกา

1.3 ประโยชน์ของการวิจัย

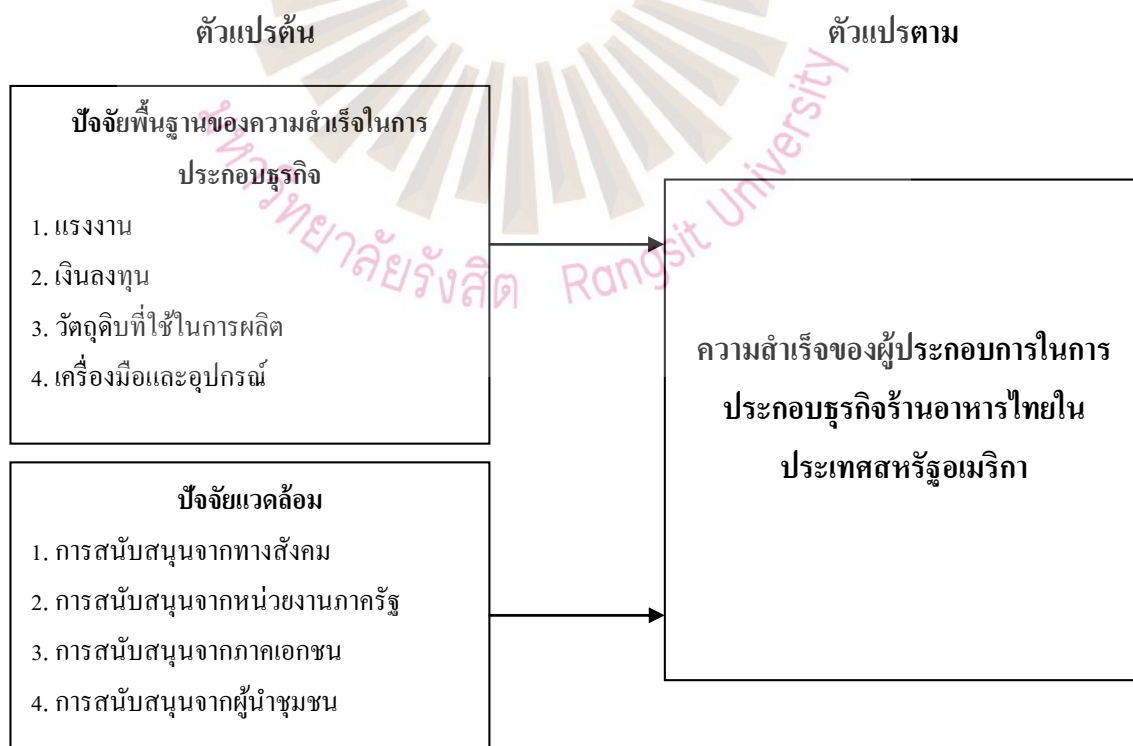
1.3.1 ได้ทราบระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย
ในประเทศสหรัฐอเมริกา

1.3.2 ได้ทราบปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยใน
ประเทศสหรัฐอเมริกา

1.3.3 ได้ทราบปัจจัยแวดล้อมของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยใน
ประเทศสหรัฐอเมริกา

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศ
สหรัฐอเมริกา” มีกรอบแนวคิด ดังนี้



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การประกอบธุรกิจ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อก่อให้เกิดสินค้าอาหารไทย โดยมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าไปยังผู้บริโภค

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่นำปัจจัยการผลิต ได้แก่ แรงงาน เงินลงทุน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เครื่องมือและอุปกรณ์ มาใช้ในกระบวนการหรือขั้นตอนการผลิตอาหารไทย และการจำหน่าย

ความสำเร็จของผู้ประกอบการ หมายถึง การดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยอยู่ในลักษณะของผู้ประกอบการมีผลกำไรเพิ่มขึ้น โดยผู้ประกอบการต้องมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น มีการผลิตและพัฒนาสินค้า สามารถทำการตลาด และการจำหน่ายสินค้า ได้รับการยอมรับ และความพึงพอใจของลูกค้า

ปัจจัยแวดล้อม หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนจากทางสังคม ปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน และปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการบริหารของผู้ประกอบการ
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

2.1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

การศึกษาเกี่ยวกับความหมายของผู้ประกอบการ พบว่า มีนักคิด นักวิชาการ ได้อธิบายไว้ ดังนี้

Lanivich (2015) กล่าวว่า “ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือ ผู้ที่เห็น โอกาสทางธุรกิจและยอมรับความเสี่ยงในการเริ่มต้นธุรกิจเป็นการเอาประโยชน์จากโอกาสหรือความคิด รวมทั้งแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจ และพยายามอย่างเต็มที่เพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจโดยมุ่งหวังในเรื่องของผลกำไรเป็นสำคัญ อีกทั้งเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ โดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ รอบคอบ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด”

Huang & Knight (2017) กล่าวว่า “ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลผู้จัดตั้งและบริหารวิสาหกิจของตนเอง โดยมีอิสระและความเสี่ยงในการประกอบการ รวมทั้งโอกาสในการทำกำไรจากวิสาหกิจนั้น”

Alsos & Ljunggren (2017) อธิบายว่า “ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจจัดระเบียบภายในธุรกิจและบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดสินค้าและบริการให้แก่สาธารณชน”

Pan (2017) ได้ให้ความหมายของ “ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือ บุคคลที่สามารถนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ โดยการผสมผสานสินค้า กระบวนการตลาดรูปแบบองค์กร หรือแหล่งผู้ผลิตสินค้า นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้สร้างกระบวนการของการกำหนดโอกาสทางการตลาดและความสามารถในการใช้ทรัพยากรให้สอดคล้องกับโอกาสและสร้างข้อผูกพันทั้งทางด้านกรปฏิบัติและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อผลกำไรในระยะยาว”

Hatt (2018) กล่าวว่า “ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลผู้มีความคิดริเริ่มและความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการจัดการกับกลไกทางสังคมและเศรษฐกิจในการเปลี่ยนทรัพยากรและสถานการณ์ต่างๆ ให้อยู่ในความควบคุมของตนเองได้ รวมถึงการยอมรับความเสี่ยงและความล้มเหลว”

จากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของผู้ประกอบการ สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่เห็น โอกาสทางธุรกิจและยอมรับความเสี่ยง ซึ่งผู้ประกอบการจะมีความคิดริเริ่มและความคิดสร้างสรรค์ และนำเสนอสิ่งใหม่ๆ โดยการผสมผสานสินค้า กระบวนการตลาดรูปแบบองค์กร หรือแหล่งผู้ผลิตสินค้า หลังจากนั้นก็จะจัดตั้งและบริหารวิสาหกิจของตนเอง เพื่อหวังผลกำไร

2.1.2 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

การศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า มีนักคิด นักวิชาการได้อธิบายไว้ดังนี้

Wales (2016) ได้เสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 5 ประการ ดังนี้

1) การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk Taking) กล่าวคือ ผู้ประกอบการต้องเป็นผู้รับผิดชอบและเผชิญต่อความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลทั้งสองด้าน คือ ความสำเร็จหรือล้มเหลว

2) ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for Achievement) กล่าวคือ ผู้ประกอบการจะต้องมีความอดทน และใฝ่ความสำเร็จ โดยการแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายในธุรกิจและต้องกำหนดเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ

3) ความเป็นอิสระ (A Sense of Independence) กล่าวคือ ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระและรับผิดชอบต่อตัดสินใจของตนเอง

4) การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal Locus of Control) กล่าวคือ ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูงและต้องมีความเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถทำได้

5) ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (Tolerance for Ambiguity) กล่าวคือ ผู้ประกอบการ ต้องมีความอดทนค่อนข้างสูงต่อสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องเผชิญปัญหาต่าง ๆ จากปัจจัยภายนอก

Boling, Pieper & Covin (2016) กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ จะต้องมีความอดทนด้านบุคลิกภาพของ 5 ด้าน ทั้งนี้บวกกับความสามารถอีก 2 ด้าน ดังนี้

1) แรงผลักดัน กล่าวคือ แรงจูงใจให้บุคคลทำงานหรือมีความพยายามในการทำงาน ประกอบไปด้วยคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ อาทิเช่น ความรับผิดชอบ กระตือรือร้น ความคิดริเริ่ม ความเพียรพยายาม และความทะเยอทะยาน

2) ความสามารถด้านสติปัญญา ประกอบไปด้วย ความฉลาด (IQ) ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการวิเคราะห์

3) ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ กล่าวคือ ต้องเอาใจเขามาใส่ใจเรา มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น

4) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร กล่าวคือ สามารถติดต่อสื่อสารให้ผู้ส่งและผู้รับมีความเข้าใจซึ่งกันละกัน

5) ความรู้ด้านเทคนิค กล่าวคือ ต้องมีทักษะด้านการประกอบการรวมถึงความเชี่ยวชาญในเรื่องต่าง ๆ

6) ความสามารถด้านการตัดสินใจ กล่าวคือ ต้องมีทักษะในการคัดเลือกการดำเนินการตัดสินใจทางเลือกนั้น ๆ

7) ความสามารถด้านความคิด กล่าวคือ ต้องมีทักษะของผู้ประกอบการในการเข้าใจองค์การ โดยส่วนรวมและกำหนดทิศทางให้กับองค์การ

Covin & Wales (2019) ได้ทำการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีดังนี้

- 1) ต้องมีความกล้าเสี่ยง
- 2) ต้องมีความมุ่งมั่น
- 3) ต้องมีเชื้อสตั๊ตต่อเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้
- 4) ต้องมีความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น
- 5) ต้องมีความมุ่งมั่น
- 6) ต้องมีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง
- 7) ต้องมีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์

- 8) ต้องมีความรับผิดชอบ
- 9) ต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง
- 10) ต้องมีความสนใจการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม
- 11) ต้องมีความสามารถในการบริหาร
- 12) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์
- 13) ต้องมีความสามารถในการปรับสภาพแวดล้อม
- 14) ต้องมีความกล้าตัดสินใจ
- 15) ต้องมีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์แผนธุรกิจหรือโครงการลงทุน
- 16) ต้องมีความสามารถในการสร้างพันธมิตร
- 17) ต้องมีความซื่อสัตย์
- 18) ต้องมีความประหยัดเพื่ออนาคต
- 19) ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม

Wales, Gupta, Marino & Shirokova (2019) ได้สรุปคุณลักษณะ 9 ประการของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ดังนี้

- 1) ต้องเป็นผู้ที่มีเป้าหมายที่ชัดเจน
- 2) ต้องมีความมุ่งมั่น
- 3) ต้องมีความอ่อนน้อม ถ่อมตน
- 4) ต้องมีภาวะผู้นำ กล้าได้ กล้าเสีย และกล้าที่จะตัดสินใจ
- 5) ต้องเป็นผู้ที่ทำงานเร็ว รวมถึงมีสัมผัสที่เร็วต่อโอกาส ปัญหา และอุปสรรค
- 6) ต้อง มีความคิดริเริ่มตลอดเวลา
- 7) ต้องมีทัศนคติการทำงานที่ดีต่อการทำงาน
- 8) ต้องรู้จักเลือกหาทีมงานที่ไว้ใจได้
- 9) ต้องมีความรู้สึกยินดี เมื่อผู้อื่นประสบความสำเร็จ

จากการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ สรุปได้ว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วย ต้องเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการทำ ธุรกิจที่ชัดเจน ต้องมีความมุ่งมั่น ต้องมีความอ่อนน้อม ไม่ถือตัว ต้องมีภาวะผู้นำ กล้าได้ กล้าเสีย และกล้าที่จะตัดสินใจ ต้องทำงานเร็ว รวมถึงมีสัมผัสที่เร็วต่อโอกาส ปัญหา และอุปสรรค ต้องมีความฝัน มีความคิดริเริ่มตลอดเวลา มีทัศนคติการทำงานที่ดี โดยต้องไม่คิดว่าธุรกิจที่ทำ อยู่เป็นงานที่ต้องทำ

แต่เป็นงานที่อยากทำ ต้องรู้จักเลือกหาทีมงานที่ไว้ใจได้ และต้องมีความรู้สึกยินดี เมื่อผู้อื่นประสบความสำเร็จ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

2.2.1 ทฤษฎีการวิเคราะห์ด้วย SWOT

การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการวิเคราะห์ด้วย SWOT พบว่า Gürel & Tat (2017; Ervural et al., 2018) ได้อธิบายทฤษฎีการวิเคราะห์ด้วย SWOT ว่า การวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อให้ผู้บริหารรู้จักจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าองค์กรได้เดินทางมาถูกทิศและไม่หลงทางนอกจากนี้ยังบอกได้ว่าองค์กรมีแรงขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้หรือไม่ มั่นใจได้อย่างไรว่าระบบการทำงานในองค์กรยังมีประสิทธิภาพอยู่ มีจุดอ่อนที่จะต้องปรับปรุงอย่างไร ซึ่งการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) มีปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณา 2 ส่วนดังนี้

ปัจจัยภายใน (Internal Environment Analysis) ได้แก่

S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในเป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสม จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล องค์กรจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์

W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งองค์กรจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหาเหล่านั้น

ปัจจัยภายนอก (External Environment Analysis) ได้แก่

O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน ผู้บริหารที่จะต้องแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

T มาจาก Threats หมายถึง อุปสรรค เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งการบริหารจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้จริงจัง

2.2.2 ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT

การศึกษาเกี่ยวกับประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT พบว่า Gürel & Tat (2017; Ervural et al., 2018) ได้อธิบายประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT ไว้ดังนี้

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กร จะเป็นคุณลักษณะภายใน ที่อาจจะทำลายผลการดำเนินงาน โอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ทำให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์การกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้วให้นำจุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับ โอกาส-อุปสรรค จากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กร กำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไป ในการวิเคราะห์SWOT ดังกล่าวนี้องค์กร จะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบดังนี้ (Gürel & Tat (2017; Ervural et al., 2018)

สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) กล่าวคือ เป็นสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการทั้งหลายต้องการที่สุด เพื่อดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนและบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์และเอื้อประโยชน์ให้มากที่สุด

สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) กล่าวคือ เป็นสถานการณ์ที่ไม่ควรเกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรประเมินสถานการณ์ที่ของธุรกิจของตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อไม่ให้ธุรกิจของตนเกิดสถานการณ์ที่ 2 ขึ้น

สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) กล่าวคือ เป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน เนื่องจากมีโอกาสทางธุรกิจ แต่จะต้องกลับมาพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของจุดอ่อนของธุรกิจของตน

สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) กล่าวคือ สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานธุรกิจ แต่กิจการมีความแข็งแกร่งในด้านทรัพยากร ดังนั้นผู้ประกอบการควร เลือกกลยุทธ์ การแตกตัว หรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มี สร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

2.2.3 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิเคราะห์ SWOT

การศึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิเคราะห์ SWOT พบว่า Gürel & Tat (2017; Ervural et al., 2018) ได้อธิบายไว้ 2 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1) การประเมินสภาพแวดล้อมภายในบริษัท จะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และพิจารณา ทรัพยากรและความสามารถภายในบริษัทในทุก ๆ ด้านเพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัท แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร ครอบคลุมทุกด้านทั้งในด้าน โครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงาน และ ทรัพยากรในการบริหารงาน ซึ่งได้แก่ คน เงิน วัสดุการจัดการ รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงาน ที่ผ่านมาของบริษัท เพื่อให้เข้าใจสถานการณ์และผลของกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้านี้ด้วย จุดแข็งของบริษัท คือการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในบริษัทนั่นเอง ว่าปัจจัยใดที่เป็นข้อได้เปรียบหรือเป็นจุดเด่นที่นำมาพัฒนาได้และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ของบริษัท ส่วนจุดอ่อนของบริษัทนั้นเป็นปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในบริษัท ว่าปัจจัยใด เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสียเปรียบ ซึ่งจำเป็นต้องมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือขจัดให้หมดไป

2) การประเมินสภาพแวดล้อมนอกบริษัท จะทำให้สามารถค้นหาโอกาสและ อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจซึ่งได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งในและ ระหว่างประเทศเช่น ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน งบประมาณ) ด้านสังคม (เช่น ระดับการศึกษาและอัตราการรู้หนังสือของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี) ด้านการเมือง (เช่น พระราชบัญญัติมติคณะรัฐมนตรีนโยบายทาง การเมือง) ด้านเทคโนโลยี (เช่น นวัตกรรมการผลิตพัฒนาการด้านเครื่องมือและอุปกรณ์) เป็นต้น โอกาสจากสภาพแวดล้อมจะเป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบทั้ง ทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินธุรกิจและสามารถนำข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้บริษัทเข้มแข็ง ขึ้น สำหรับอุปสรรคจากสภาพแวดล้อม จะเป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบและ ก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพบริษัท ให้มีความแข็งแกร่งและมีความพร้อมที่จะเผชิญกับผลกระทบดังกล่าว (ณรงค์วิทย์ แสนทอง, 2551)

2.2.4 ทฤษฎี TOWS Matrix

การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎี TOWS Matrix พบว่า Gürel & Tat (2017; Ervural et al., 2018) ได้อธิบายว่า TOWS เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยของเครื่องมือทางธุรกิจที่สุดคลาสิก ด้วยเครื่องมือ SWOT และ TOWS เป็นตัวช่วยของปัจจัยสำหรับการเตรียมการที่จะวิเคราะห์ความแตกต่างกันของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม TOWS หรือ SWOT Analysis ช่วยให้คุณได้เข้าใจเกี่ยวกับวิธีการเลือกเชิงกลยุทธ์ที่ต้องเจอ “กลยุทธ์” เป็นศิลปะของการกำหนดวิธีการที่คุณจะ “ชนะ” ในธุรกิจ หรือ ในชีวิตจริง

SWOT Analysis และ TOWS ต่างกันอย่างไร

การวิเคราะห์แบบ SWOT เป็นการมองโดยใช้ตัวเองเป็นจุดศูนย์กลาง ซึ่งบางครั้งคุณอาจจะเป็นการมองแบบเข้าข้างตัวเองไปหน่อย เหมือนกับเรากำหนดเอาเองว่า เรื่องใดเป็นจุดแข็งของเรา แล้วจึงนำมาสู่ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ แต่การมองแบบ TOWS เป็นการวิเคราะห์โดยมองจากคนภายนอกเข้ามาหาเรา เป็นการสำรวจถามความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ เช่นอาจจะเป็นการสำรวจความต้องการของลูกค้าว่า เขามีความคาดหวังอะไรจากองค์กรของเรา แล้วจึงนำความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการนั้นมาวางแผนเป็นกลยุทธ์ ซึ่งคุณแล้วน่าจะเป็นวิธีการที่โดนใจลูกค้าได้มากกว่าและเชื่อกันว่าน่าจะใช้ได้ดีกว่า SWOT

ขั้นตอนและวิธีการจัดทำ TOWS Matrix

วิธีการจัดทำ TOWS Matrix เป็นการจัดทำตาราง 9 ช่อง คือปัจจัยหลักสำคัญ 4 ช่อง ช่องกลยุทธ์ 4 ช่องกับอีก 1 ช่อง บอกที่มาของปัจจัยว่าเป็นปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยภายใน ช่องกลยุทธ์ 4 ช่อง ให้ชื่อว่ากลยุทธ์ SO กลยุทธ์ WO กลยุทธ์ ST และกลยุทธ์ WT ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากการใส่ปัจจัยหลักสำคัญทั้ง 4 ช่องแล้ว

- 1) เขียนปัจจัยภายนอกที่เป็น โอกาส (O) ที่สำคัญที่สุดของบริษัท หรือ หน่วยธุรกิจ
 - 2) เขียนปัจจัยภายนอกที่เป็น อุปสรรค (T) ที่สำคัญที่สุดของบริษัท หรือ หน่วยธุรกิจ
- กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันหรืออนาคต
- 3) เขียนปัจจัยภายในที่เป็น จุดแข็ง (S) ที่สำคัญที่สุดของบริษัท หรือ หน่วยธุรกิจ
 - 4) เขียนปัจจัยภายในที่เป็น จุดอ่อน (W) ที่สำคัญที่สุดของบริษัท หรือ หน่วยธุรกิจ
 - 5) จับคู่ จุดแข็งภายใน (S) กับ โอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็น กลยุทธ์ SO
 - 6) จับคู่ จุดอ่อนภายใน (W) กับ โอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็น กลยุทธ์ WO
 - 7) จับคู่ จุดแข็งภายใน (S) กับ อุปสรรค (T) เพื่อรวมตัวเป็น กลยุทธ์ ST
 - 8) จับคู่ จุดอ่อนภายใน (W) กับ อุปสรรค (T) เพื่อรวมตัวเป็น กลยุทธ์ WT

ต่อจากการประเมินสภาพแวดล้อม SWOT จะนำมาข้อมูลการประเมินทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์โดยใช้ตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix เป็นตารางวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ประเภทต่าง ๆ

ในการนำเทคนิคที่เรียกว่า TOWS Matrix มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์นั้น จะมีขั้นตอนการดำเนินการที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1) การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด โดยที่การประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นการระบุให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจะเป็นการประเมินภายในองค์กร ส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดจะเป็นการประเมินภายนอกองค์กร

2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าวทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1.1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กล่าวคือ การประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก

1.2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) กล่าวคือ การประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีจุดแข็ง ขณะเดียวกันองค์กรก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัดจากภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้ แต่องค์กรสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัดที่มาจากภายนอกได้ ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน คือ ยุทธศาสตร์การสร้างความร่วมมือกับโรงเรียนในพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ

1.3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีโอกาสนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์กรมีอยู่ได้

1.4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดจากภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการบริหารของผู้ประกอบการ

2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ พบว่า มีนักคิด นักวิชาการ ได้อธิบายไว้ดังนี้
 อีวาร์ เอื้ออวาร์พิพัฒนา (2554) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) เป็นนักวิเคราะห์โอกาส ชอบค้นคว้าหาความรู้ แสวงหาโอกาสเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ในขณะที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด นักคิดที่มีความคิดสร้างสรรค์ มักจะหาหนทางที่ดีกว่าในการทำงานต่าง ๆ
- 2) เป็นนักแก้ปัญหา สามารถเข้าถึงปัญหาและแก้ไขด้วยความมั่นใจ คือ เข้าใจอย่างชัดเจนว่าจะต้องทำอะไรให้สำเร็จ และสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างรวดเร็ว มักจะมองหาทางเลือกต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหา รู้ว่าจะต้องประเมินทางเลือกอย่างไร เพื่อที่จะแก้ปัญหาได้ง่ายที่สุด
- 3) เป็นนักคิดที่มีเหตุผล ไม่กลัวที่จะยอมรับว่าตัวเองทำผิด เมื่อผู้ประกอบการพบวิธีแก้ปัญหาแล้ว ก็จะนำวิธีแก้ปัญหานั้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิช่วยดู เพื่อหลีกเลี่ยงการตัดสินใจที่ผิดพลาดที่เข้าข้างตัวเอง และยอมรับการปรับปรุงด้วยวิธีที่ดีกว่า
- 4) เป็นนักบริหารตามวัตถุประสงค์ เข้าใจงานที่ละเอียดแต่ละงานที่จะต้องเสร็จเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งจะต้องมีการวางแผน การตัดสินใจทางกลยุทธ์ มักจะสรรหาหนทางที่ดีที่สุดอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย
- 5) เป็นพนักงาน ชอบทำกิจกรรมและต้องทำให้สำเร็จ เวลาส่วนตัวจะเป็นเวลาทำงานไปด้วย และจะทำทุกอย่างที่ทำได้
- 6) เป็นนักควบคุม ผู้ประกอบการชอบที่จะควบคุมงานและควบคุมตัวเองได้ รู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ สามารถทำงานคนเดียวได้ มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ และสำหรับผู้ประกอบการที่ล้มเหลวนั้น คือ ผู้ประกอบการที่ขาดประสบการณ์ด้านการบริหาร การวางแผนทางการเงินผิดพลาด วิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง ควบคุมธุรกิจไม่ได้ ค่าใช้จ่ายสูง บริหารลูกหนี้ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่ทุ่มเทและขยายกิจการเกินตัว

วินิชา สานปา (2554) ได้ทำการวิจัย รวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการขนาดย่อมจำนวน 97 ราย พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น มีคุณสมบัติสำคัญ 5 ประการ คือ

- 1) มีแรงขับ คือ การมีแรงจูงใจในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะประกอบด้วย การมีความรับผิดชอบ มีความหวัง มีความคิดริเริ่ม มีความมั่นคงในจิตใจ และมีความทะเยอทะยาน

2) มีความสามารถด้านเซาว์ปัญญา ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ ๆ เช่น ความเฉลียวฉลาด ความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จนั้น จะต้องมีความเฉลียวฉลาด ในการที่จะค้นหาปัญหาของธุรกิจ วิเคราะห์ข้อมูล และสามารถแก้ไขปัญหอย่างมีประสิทธิภาพ

3) ความสามารถทางด้านมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งปัจจุบันมีความสำคัญมาก เพราะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ผู้ประกอบการจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ต่อคนงาน ลูกจ้าง ลูกค้า ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับค้าขาย และชุมชนที่ธุรกิจตั้งอยู่ด้วย

4) ความสามารถในการสื่อข้อความ ในการประกอบธุรกิจ การติดต่อระหว่างบุคคลจะเกิดอยู่ตลอดเวลาทางวาจา และลายลักษณ์อักษร เมื่อจำเป็นต้องการสั่งงาน ซึ่งต้องชัดเจนและให้เป็นที่เข้าใจตรงกัน ทั้งนี้เพื่อช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายเดียวกัน

5) ความสามารถทางด้านเทคนิคผู้ประกอบการที่คิดจะลงทุนในธุรกิจใดก็ตามจะต้องมีความสามารถในเรื่องนั้น ๆ เป็นอย่างดี เช่น การตั้งกิจการภัตตาคาร ผู้ประกอบการควรมีพื้นความรู้มาก่อน ซึ่งอาจได้มาจากการเป็นลูกจ้างในภัตตาคาร และประสบการณ์ที่ได้รับนี้อาจเพียงพอที่จะสามารถดำเนินธุรกิจได้ด้วยตนเอง

พิมพ์พิศา สังข์สุวรรณ (2555) อธิบายถึงลักษณะผู้นำที่ประสบความสำเร็จไว้ว่าเป็นผู้ที่รู้งานและขอบเขตของงานได้อย่างทะลุปรุโปร่ง อยู่เหนือการพัฒนา แนวโน้ม และทฤษฎีในปัจจุบัน รู้จักคนของเขาหรือเธอเป็นอย่างดี รวมถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ความหวัง และเป้าหมายของพวกเขา มีวิสัยทัศน์ร่วมกับผู้อื่นในเรื่องของการบริการ ความเป็นเลิศ และความสำเร็จแสดงออกถึงพลังในตัวด้วยคำพูดและปฏิบัติของตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับที่ ซูลีพร มาสเนตร อนิวัช แก้วจางค์ และอรจันทร์ ศิริโชติ (2555) ให้ความหมายผู้นำว่าเป็นบุคคลที่ทำให้องค์การประสบความสำเร็จและบรรลุผลสำเร็จได้โดยใช้อิทธิพลจูงใจชักนำผู้อื่นให้ปฏิบัติตาม มีส่วนทำให้เกิดวิสัยทัศน์ขององค์การและพนักงานรวมทั้งสามารถให้อำนาจอิทธิพลต่าง ๆ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมเพื่อนำกลุ่มประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

ส่วนคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ซึ่ง สุริดา เสถียรมาศ (2555) ให้ความสำคัญกับลักษณะผู้ประกอบการ 6 ด้าน ดังนี้

- 1) ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy)
- 2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)
- 3) การกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

- 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)
- 5) ความสม่ำเสมอและความใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation)
- 6) ความต้องการประสบความสำเร็จ (Achievement Orientation)

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจแต่ละประเภท มีข้อได้เปรียบเสียเปรียบในการเริ่มต้นการดำเนินงาน และการบริหารงานที่แตกต่างกัน ธุรกิจบางประเภทมีกระบวนการที่สลับซับซ้อน ต้องการแรงงานสูง (เช่น ธุรกิจการผลิต) ธุรกิจบางประเภทเน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การสื่อสาร (เช่น ธุรกิจบริการ) ในธุรกิจบางประเภทผู้ประกอบการต้องมีความชำนาญเฉพาะด้านและไม่จำเป็นต้องมีการศึกษาสูง ดังนั้นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจแต่ละประเภทอาจต้องมีลักษณะหรือวิธีการกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้น่าจะเป็นคุณสมบัติเฉพาะที่จำเป็นสำหรับธุรกิจนั้น ๆ

Fitzgibbon & Keller (2017) ได้ทำการศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการในประเทศอินโดนีเซีย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างละเอียดกับผู้ประกอบการ 27 คน ในธุรกิจประเภทต่างๆ และใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวได้แก่ สภาพแวดล้อม แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความคิดริเริ่ม ทักษะและความรู้ทางด้านเทคนิคต่างๆ ทักษะในการบริหารองค์กรและความพากเพียร (ความขยัน) นอกจากนี้ยังพบว่าพื้นฐานทางการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนการเป็นผู้ประกอบการ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ สรุปได้ว่า ผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมต้องเป็นผู้มีความสามารถในการปรับปรุงธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคได้ มีความสามารถในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ และเลือกประกอบธุรกิจในตลาดที่มีความต้องการเท่านั้น สามารถสร้างสัมพันธ์กับมิตรที่ดีให้เกิดขึ้นทั้งแก่ลูกค้า ผู้ป้อนวัตถุดิบและบริการ ตลอดจนผู้ส่งสินค้าให้แก่ธุรกิจ มีความสามารถในการวางแผนระยะยาว แทนการบริหารแลตัดสินใจดำเนินธุรกิจแบบวันต่อวัน มีความพร้อมด้านแหล่งเงินทุน นำความรู้และเทคโนโลยีอันทันสมัยมาเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารรวมทั้งการผลิตสินค้าและบริการ ตื่นตัวและให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารรอบด้าน มีความรู้ความเชี่ยวชาญในธุรกิจของตนเอง ศึกษาวิชาการและกลยุทธ์ของกลุ่มแข่งขันเพื่อเตรียมพร้อมที่จะต่อสู้กับการแข่งขันในทุกรูปแบบ การลงทุนประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจและจะประสบความสำเร็จหากสามารถเอาชนะอุปสรรคและข้อเสียเปรียบดังกล่าวได้

2.3.2 ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า มีนักคิด นักวิชาการ ได้อธิบายไว้ดังนี้

พิทยา ศิริ (2556) กล่าวว่า การวัดความสำเร็จของธุรกิจสามารถพิจารณาได้จากการพิจารณาจากผลิตภาพ (Productivity) ได้แก่ อัตราส่วนระหว่างผลงาน (Outputs) ขององค์กรในรูปของสินค้าและบริการต่อจำนวนปัจจัย (Inputs) ซึ่งทำให้ผลิตภาพมีความหมายเดียวกันกับประสิทธิภาพ คือ ความสามารถที่จะนำทรัพยากรที่มีอยู่ออกมาใช้ได้อย่างดีที่สุด ในการพยายามที่จะบรรลุเป้าหมาย และพิจารณาจากกำไร (Profit) ซึ่งการใช้กำไรเป็นเกณฑ์ในการวัดนี้มักจะเป็นการวัดในระยะสั้นเช่น 1 ปี

1) ผลิตภาพ หรือการเพิ่มผลผลิต (Productivity) เป็นการวัดที่สรุปถึงปริมาณและคุณภาพการทำงาน โดยการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด หรืออัตราส่วนระหว่างผลงาน (Outputs) ขององค์กรในรูปของสินค้าและบริการต่อจำนวนปัจจัยนำเข้า (Input) ภายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง และตามคุณภาพที่กำหนด

2) กำไร (Profit) เป็นเกณฑ์ในการวัดที่ใช้มักจะเป็นเรื่องระยะสั้น อย่างมากคือ 1 ปีและเมื่อรู้ว่ามียำไรมากหรือน้อยก็เป็นเรื่องในอดีตไปแล้ว ดังนั้นจึงมีการกล่าวถึงกำไรสูงสุด (Profit Maximum) หมายถึง การทำกำไรสูงสุด โดยพิจารณาระยะเวลาการประกอบเป็นกำไรสูงสุดระยะยาว (Long-Term Profit Maximization)

อัคร ปานเพชร (2559) ได้ให้แนวความคิดว่าธุรกิจขนาดย่อมจะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้ก็โดยอาศัยปัจจัยต่อไปนี้

1) การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจขนาดย่อมที่ต้องแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ และมีการแข่งขันกันเองนั้น จะมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้จาก (1) ความยืดหยุ่น เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมมีโครงสร้างการบริหารงาน ที่มีขอบเขตแคบกว่าการบริหารธุรกิจขนาดใหญ่และมีอำนาจการตัดสินใจอยู่กับคนเพียงไม่กี่คน จึงมีความยืดหยุ่นในการตัดสินใจ และสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้เร็ว (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นได้ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านการบริหาร การพัฒนาด้านกระบวนการ และพัฒนาด้านการจัดการ ซึ่งสามารถส่งเสริมความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ (3) ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับลูกค้า ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมสามารถสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้า ได้รู้จักความต้องการของลูกค้า ทำให้สามารถสร้างความ

พอใจในการบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ซึ่งนำไปสู่การใช้บริการซ้ำของลูกค้า (4) คุณภาพของสินค้า ธุรกิจขนาดย่อมจะมีโอกาสพัฒนาคุณภาพของสินค้าได้ตามความพอใจของลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจง จึงสามารถรักษาลูกค้า เพิ่มยอดขาย กำไร และลดความเสี่ยงของการใช้ทรัพยากรได้

2) การเริ่มต้น การเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อมนั้น ผู้ประกอบการควรมีความแน่ใจว่ามีปัจจัยต่าง ๆ อย่างเพียงพอต่อความสำเร็จ โดยเฉพาะเรื่องเงินทุน พนักงาน กระบวนการผลิต และข้อมูลการตลาด โดยมีประเด็นต้องพิจารณาดังนี้ (1) เงินทุน สิ่งสำคัญของการทำธุรกิจ คือ เงินทุน การเริ่มต้นธุรกิจด้วยการขาดเงินทุนจะเป็นการทำลายโอกาสแห่งความสำเร็จ และถ้ามีเงินทุนแต่ไม่เพียงพอ ก็จะทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน ผู้ประกอบการจึงควรวางแผนการใช้เงินทุนและมีวิธีการได้เงินทุนที่เพียงพอ ไม่ว่าจะมาจากธนาคาร สถาบันการเงิน เงินทุนส่วนตัว หรือจากญาติพี่น้อง (2) พนักงาน ธุรกิจขนาดย่อมมักมีปัญหาการเข้าออกของพนักงานในอัตราสูง ทำให้ขาดพนักงานที่มีทักษะและมีฝีมือ ผู้ประกอบการจึงต้องรู้จักหาคนดีมาทำงาน จัดให้มีการพัฒนาพนักงานด้วยการฝึกอบรมและให้แรงจูงใจแก่พนักงานอย่างเหมาะสม (3) การตลาด เทคนิคการตลาดจะช่วยผู้ประกอบการธุรกิจให้ทราบว่าผู้บริโภคต้องการอะไร ปริมาณเท่าใด เพื่อจะได้นำเสนอสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง และควรทราบว่าลูกค้าชอบอะไร ไม่ชอบอะไรด้วย เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน (4) ข้อมูลที่ถูกต้อง ผู้ที่เริ่มประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ขาดประสบการณ์จำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ อย่างรอบคอบ เพื่อการตัดสินใจดำเนินการ โดยอาจศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง หรือการขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ ยิ่งได้ข้อมูลมากเท่าใด ก็ยังมีโอกาสทำธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จมากขึ้นเท่านั้น

Fitzgibbon & Keller (2017) ได้ศึกษาผู้ประกอบการขนาดย่อม และใช้วิธีการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการรวม 4 วิธีดังต่อไปนี้

- 1) ให้ผู้ประกอบการประเมินความสำเร็จของตนเอง
- 2) ทำการวัดทางเศรษฐกิจ โดยการพิจารณาข้อมูลทางธุรกิจ ได้แก่ การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนลูกค้า ผลกำไร และยอดขายในช่วง 1 หรือ 2 ปีที่ผ่านมา
- 3) ใช้แบบสอบถามด้วยภาพ
- 4) ให้ผู้สัมภาษณ์ทำการประเมินผลสำเร็จโดยรวมของผู้ประกอบการโดยให้คะแนนที่แบ่งเป็น 5 ระดับย่อย (ในอาฟริกาใต้ ใช้การแบ่งคะแนนเป็น 2 ระดับ)

โดยอธิบายอีกว่าการวัดความสำเร็จด้วยการประเมินผลสำเร็จโดยรวมให้ผลการวัดที่เป็นประโยชน์เนื่องจากการวัดที่ได้เป็นอิสระจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการเอง แม้ว่าการวัดทางเศรษฐกิจจะให้ผลการวัดที่น่าจะเป็นรูปธรรมมากกว่า แต่ก็ยังมีปัญหาอยู่บ้าง เช่นเมื่อต้องการข้อมูลทางธุรกิจย้อนหลัง 2 หรือ 3 หรือ 5 ปี แต่ปรากฏว่า ธุรกิจหรือองค์กรเพิ่งก่อตั้งมาเพียง 1 หรือ 2 ปี เท่านั้น ทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่สมบูรณ์และไม่สามารถนำข้อมูลขององค์กรนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ได้

แนวคิด Balanced Scorecard นำเสนอโดย Nørreklit, Kure & Trenca (2018) ในยุคอุตสาหกรรม ผู้บริหารองค์กรนิยมใช้ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรวัดเชิงตัวเงิน (Financial Measures) เช่น กำไรสุทธิ (Net Income) อัตราผลตอบแทนต่อเงินลงทุน กำไรสุทธิต่อหุ้น เป็นต้น แต่ในสถานการณ์ปัจจุบัน ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเหล่านี้ถือว่ามีความจำกัดมากเนื่องจากมิได้สะท้อนถึงการปรับปรุงความสามารถและทักษะความชำนาญของพนักงานต่อการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งล้วนแต่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการอยู่รอดของกิจการในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง

Balanced Scorecard เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างรอบด้านในองค์กร นอกจากนี้วิสัยทัศน์ผู้บริหารยังต้องครอบคลุมถึงความสมดุลใน 2 มิติ คือ

1) มิติด้านเวลา ผู้บริหารจะต้องมองเห็นความสัมพันธ์และความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ระยะสั้นและวัตถุประสงค์ระยะยาวขององค์กร

2) มิติด้านองค์ประกอบของตัวชี้วัดการประเมินผล คือ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่เข้มงวดกับตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่ยืดหยุ่น จาก 2 มิติดังกล่าว Balanced Scorecard จึงประกอบด้วยพิจารณาตัวชี้วัดจาก 4 มุมมองร่วมกัน ได้แก่ มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายในองค์กร (Operational or Internal Process Perspective) มุมมองด้านบุคลากรขององค์กรหรือการเรียนรู้เติบโต (Personnel or Learning and Growth Perspective) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)

มุมมองด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในองค์กรและมุมมองด้านบุคลากรขององค์กรหรือการเรียนรู้เติบโตเป็นมุมมองที่ยืดหยุ่น ส่วนมุมมองด้านการเงินเป็นมุมมองที่เข้มงวดในการประเมินผลแบบคุณภาพจึงเป็นการพิจารณาทั้ง 4 องค์ประกอบสำคัญนี้อย่างรอบด้านและคำนึงถึงความเหมาะสมกับสถานการณ์

Balanced Scorecard เป็นการผสมระหว่างการพิจารณาข้อมูลภายนอกซึ่งจะได้มาจากผู้ถือหุ้นและลูกค้ากับข้อมูลภายในองค์กร โดยพิจารณาจากกระบวนการหลักของธุรกิจ นวัตกรรม การเติบโตและการเรียนรู้

ความหมายขององค์ประกอบ

1) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง การที่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย ผู้รับบริการมองกิจการหรือองค์กรอย่างไร ผู้บริหารจะต้องระบุส่วนของตลาดและลูกค้า ที่องค์กรเข้าไปให้บริการหรือทำการแข่งขัน โดยสามารถวัดผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่เข้าไปช่วงชิงส่วนแบ่งของตลาดและลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้น ดังนั้นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานกลุ่มนี้จึงมักประกอบด้วยตัวชี้วัดทั่วไปหลากหลายแบบที่สะท้อนถึงผลสำเร็จที่เกิดจากกลยุทธ์ขององค์กรที่มีการกำหนดเป็นแนวทางไว้ ตัวอย่างของตัวชี้วัดกลุ่มนี้ เช่น การรักษาฐานลูกค้าเดิม การสรรหาลูกค้ารายใหม่ ๆ ความสามารถในการทำกำไรของลูกค้า ส่วนแบ่งทางการตลาดและส่วนแบ่งบัญชีจากส่วนของตลาดและลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น กล่าวโดยสรุปมุมมองด้านลูกค้าจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรหรือหน่วยธุรกิจสามารถประมวลความรู้สึกนึกคิดที่แฝงอยู่ในกลยุทธ์ซึ่งเน้นความสำคัญของลูกค้าและตลาดให้ออกมาเป็นรูปธรรมมากขึ้น อันจะช่วยให้สร้างผลตอบแทนด้านการเงินหรือกำไรตามมาในระยะยาวได้ ซึ่งองค์กรสามารถจะวัดผลการดำเนินการของแต่ละกลุ่มได้ โดยผลลัพธ์ที่ต้องการภายใต้มุมมองนี้คือ ความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาลูกค้าเก่า การหาลูกค้าใหม่ ส่วนแบ่งตลาด

2) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) เป็นการพิจารณากระบวนการภายในที่เป็นกระบวนการหลักที่องค์กรต้องให้ความสำคัญภายใต้มุมมองนี้จะมุ่งเน้นกระบวนการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงินด้วย ตัวชี้วัดมุมมองด้านกระบวนการภายใน เช่น เวลาในแต่ละกระบวนการ อัตราของเสียในสายการผลิต อัตราการส่งมอบที่ตรงเวลา ค่าใช้จ่ายทางด้านการบริหารต่อยอดขาย ระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ค่าใช้จ่ายทางด้านการบริหารต่อพนักงาน เวลาเฉลี่ยในการตัดสินใจต้นทุนในการผลิตการปรับปรุงการเพิ่มผลผลิตค่าใช้จ่ายทางด้านเทคโนโลยีต่อค่าใช้จ่ายทางด้านการบริหารทั้งหมด

3) มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต (Learning and Growth Perspective) เป็นการพิจารณาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต้องสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดการเจริญเติบโตและปรับปรุงองค์กรในอนาคตโครงสร้างการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กรมาจาก 3 แหล่งหลักดังนี้ บุคลากร ระบบ และ

ระเบียบวิธีปฏิบัติขององค์กร ตัวชี้วัดในมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต อาทิ ค่าใช้จ่ายในการวิจัย พัฒนาต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานต่อพนักงาน การลงทุนในการให้การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวนข้อเสนอแนะต่อพนักงาน ความพึงพอใจของพนักงาน จำนวนวันในการฝึกอบรมต่อพนักงานต่อปี อัตราการขาดงานเฉลี่ยของพนักงาน อัตราการลาออกของพนักงานอายุเฉลี่ยของพนักงาน ระยะเวลาเฉลี่ยของพนักงานที่ทำงานร่วมกับองค์กร

4) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) ซึ่งการประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยตัวเงินยังเป็นประโยชน์ต่อการสรุปผลกระทบเชิงเศรษฐกิจของมาตรการต่าง ๆ ที่สามารถวัดได้ง่าย ตัววัดที่เป็นตัวเงินจึงเป็นตัวบ่งบอกว่า กลยุทธ์ขององค์กรและการนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปปฏิบัติได้ ก่อให้เกิดผลกำไรหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ดังนั้น โดยทั่วไปวัตถุประสงค์ด้านการเงินจึงสะท้อนความสามารถในการทำกำไรที่ผ่านมาขององค์กร ซึ่งสามารถวัดได้ในรูปของกำไรจากการดำเนินงาน ผลตอบแทนการลงทุน มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของยอดขายและความสามารถในการก่อให้เกิดกระแสเงินสด ตัวอย่างตัวชี้วัดของมุมมองด้านการเงิน เช่น สินทรัพย์รวม ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ มูลค่าเพิ่มต่อพนักงาน รายได้ต่อพนักงาน กระแสเงินสด กำไรต่อทรัพย์สินรวม เป็นต้น

Cate, Fitzgibbon & Keller (2019) อธิบายว่า ธุรกิจใด ประสบความสำเร็จหรือไม่ สามารถใช้ตัวบ่งชี้ต่อไปนี้ได้

1) สภาพความเป็นไปทางด้านการเงิน (Financial Performance) ตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุดของสภาพความเป็นไปทางด้านการเงิน ก็คือ กำไร ผู้จัดการของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะพยายามทุกวิถีทาง เพื่อให้ธุรกิจมีกำไรตลอดไป ในการที่จะให้ธุรกิจได้กำไร ผู้จัดการจะต้องพยายามลดรายจ่ายให้เหลือน้อยที่สุด โดยที่ลูกค้ายังได้รับสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพอยู่เหมือนเดิม

ธุรกิจใดก็ตามเมื่อมีกำไรแล้ว อาจจะใช้กำไรเพื่อประโยชน์ส่วนตัว หรืออาจจะใช้เพื่อลงทุนต่อก็ได้ หรืออาจใช้บางส่วนเป็นเงินบริจาค เพื่อการกุศลก็ได้ กำไรเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งของสังคมแบบทุนนิยม (Capitalist Society) ความเพียรพยายามเพื่อให้ได้กำไรเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรม (Innovation) และประสิทธิภาพ (Efficiency) ขึ้นมา กำไรเป็นมาตรวัดความสำเร็จของธุรกิจที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางอย่างหนึ่ง ธุรกิจใดที่ไม่สามารถทำกำไรได้ชั่วเวลาหนึ่งธุรกิจนั้นจะต้องล่มสลายในที่สุด

2) การสนองตอบความต้องการ (Need) ของลูกค้า ธุรกิจจะมีลูกค้า ไม่ว่าธุรกิจนั้นจะเป็นธุรกิจที่ผลิตสินค้า หรือให้บริการก็ตาม การที่ธุรกิจจะได้กำไรมากน้อยเท่าใดในท้ายที่สุดแล้ว ขึ้นกับว่าธุรกิจนั้น สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากน้อยขนาดไหน ลูกค้ามีมากมายหลายรูปแบบ ที่เป็นบุคคลทั่วไปก็มี ที่เป็นเจ้าของธุรกิจอื่นก็มี ที่เป็นลูกค้าที่ซื้อเพียงครั้งเดียวก็มี ที่เป็นลูกค้าที่ซื้อเป็นประจำสม่ำเสมอก็มี ที่เป็นลูกค้าที่ซื้อด้วยเงินจำนวนน้อยนิดก็มี ที่ซื้อเป็นเงินก้อนโตก็มี ที่ซื้อแบบเป็นตัวต่อตัวก็มี ที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต ก็มี ฯลฯ

ในปัจจุบันนี้ ผู้เชี่ยวชาญเป็นจำนวนมากมีความรู้สึกที่ว่า ลูกค้า เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จ และสภาพของธุรกิจ แทนที่จะนึกถึงกำไรก่อน ผู้เชี่ยวชาญจะนึกถึงลูกค้าก่อน พวกเขายอมรับว่า ถ้าหากลูกค้ามีความพอใจสินค้า หรือบริการ กำไรจะต้องเกิดขึ้นตามมาอย่างแน่นอน ในการที่จะสนองตอบความต้องการของลูกค้า ธุรกิจจะต้องระมัดระวังพิเศษในเรื่อง ปัจจัยสำคัญ 2 อย่าง คือ (1) การมีความรู้สึกไวต่อความต้องการของลูกค้า (Customer Sensitivity) รวมทั้งการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Service) (2) ความทันท่วงที (Timeliness) ในการตอบสนองความต้องการและความนิยมชมชอบของลูกค้า

3) การสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ (Building Quality Products and Services) ในปัจจุบันนี้ ธุรกิจจะต้องเน้นที่คุณภาพ (Quality) และคุณค่า (Value) ของสินค้าและบริการ ลูกค้าไม่อาจจะทนรับได้ ถ้าหากสินค้า หรือบริการมีคุณภาพต่ำ ถึงแม้ราคาจะต่ำมากก็ตาม ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด ลูกค้าจะทอดทิ้งธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพต่ำได้ทันที และจะหันไปสนใจธุรกิจที่ผลิตสินค้า และบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่า

ในสหรัฐอเมริกา บริษัทส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่คุณภาพ การจัดการเรื่องคุณภาพ (Quality Management) มีความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านธุรกิจในยุคใหม่ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ บริษัทจะพยายามปรับปรุงสินค้าอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) ในทุกขั้นตอนการผลิต หรือทุกขั้นตอนของการปฏิบัติการ ธุรกิจขนาดใหญ่ของสหรัฐอเมริกาหลายแห่ง ได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำทางด้านคุณภาพ (Quality Leaders) และคุณภาพเป็นกลยุทธ์ (Competitive Strategy) ในการแข่งขัน

4) การส่งเสริมนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ (Encouraging Innovation and Creativity) รสนิยม (Taste) และความนิยมชมชอบ (Preferences) ของลูกค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ข้อเรียกร้องต้องการของพนักงานเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา คู่แข่งทางธุรกิจพยายามค้นคว้าหาวิธีการใหม่ ๆ ที่จะเอาชนะฝ่ายตรงข้ามอยู่เสมอ องค์กรหรือบริษัท มองหาวิธีการใหม่ ๆ มาใช้เพื่อ

เพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตขององค์กร วิธีการเดียวที่ธุรกิจสามารถจะแข่งขันกับผู้อื่นได้ก็คือ การมีความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมขึ้นมา ถ้าไม่สามารถทำได้ความสำเร็จของธุรกิจจะดำรงคงอยู่ได้ไม่ยาวนาน ที่เรียกว่า ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และนวัตกรรม (Innovation) นั้นถึงแม้ว่าคำทั้งสองจะเกี่ยวโยงกันก็ตาม แต่ความหมายของมันแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการ (Process) ซึ่งมีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamic) ส่วนนวัตกรรมเป็นผล (Outcome) ซึ่งมีลักษณะเป็นสภาวะนิ่ง (Static) นั้นหมายความว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นแบบแผนของการคิดและการปฏิบัติในแนวใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ส่วนนวัตกรรม (Innovation) เป็นผลที่เกิดตามมา หรือ สิ่งที่เกิดขึ้นหรือสร้างขึ้น โดยอาศัยกิจกรรมทางการคิดสร้างสรรค์

นวัตกรรมเกิดขึ้นได้ค่อนข้างยาก เพราะต้องอาศัยความคิดที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือ ความคิดสร้างสรรค์ ตามที่จริงแล้ว อุปสรรคที่สำคัญที่ทำให้นวัตกรรมไม่เกิดขึ้นก็คือ ความสำเร็จนั่นเอง กล่าวคือ ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จแล้ว มักจะคิดว่า ทำไมเราต้องเปลี่ยนแปลง หรือสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมาอีก ในเมื่อธุรกิจของเราอยู่ในสภาพที่ดี ที่แข็งแกร่งอยู่แล้ว

5) การได้รับความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน (Gaining Employee Commitment) ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมักประกอบด้วยพนักงานที่มีความใส่ใจต่องานที่พวกเขาเหล่านั้นทำอยู่ พวกเขามีความภูมิใจในงานที่ทำ มีความผูกพันกับงานที่ทำและยึดมั่นผูกพันกับบริษัทหรือองค์กรที่พวกเขาทำอยู่ พวกเขาขอมุทิตกายใจ และรู้สึกเป็นห่วงเป็นใยธุรกิจ พนักงานที่มีความยึดมั่นผูกพันที่ว่านี้มีแรงผลักดันให้ทำงานอย่างเต็มที่และดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ บริษัทหรือองค์กรที่ก้าวหน้าจึงลงทุนทางด้านเวลา และความพยายามอย่างมหาศาล เพื่อหาทางที่จะทำให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กร มีบริษัทจำนวนมากเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ของบริษัท และส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทได้เจริญก้าวหน้า โดยส่งไปรับการฝึกอบรมต่าง ๆ ในขณะเดียวกัน ก็มีบริษัทหรือองค์กรเป็นจำนวนมากในสหรัฐอเมริกา มอบอำนาจในการตัดสินใจและความรับผิดชอบให้แก่พนักงานมากขึ้นทั่วทั้งองค์กร ที่เรียกกันในภาษาอังกฤษว่า Empowerment

วิธีการสร้างความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรที่ดีอีกอย่างหนึ่ง ก็คือ พยายามส่งเสริมให้พนักงานได้ใช้สติปัญญา (Talent) ของเขาอย่างเต็มที่ พนักงานส่วนใหญ่ต้องการที่จะให้มีความรู้สึกว่าเขาเป็นที่ต้องการ ของหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา ถึงแม้ว่าโดยปกติธรรมดา พนักงานอาจรู้สึกคับข้องใจหรือไม่สบายใจ ถ้าหัวหน้ามอบหมายให้ทำงานเกินกว่าความสามารถของเขา แต่ในทางกลับกัน พนักงานจะรู้สึกไม่สบายใจเช่นกัน ถ้าหากสติปัญญาและความสามารถของเขา ไม่ถูกเรียกใช้ให้เต็มที่จากหัวหน้าของเขา ด้วยเหตุนี้เองธุรกิจจึงต้องให้อาสาพนักงานได้ใช้ความรู้

ความสามารถอย่างเต็มที่ ไม่ใช่ปล่อยให้พนักงานทำงานต่ำกว่าระดับความสามารถของเขาอยู่เรื่อยไป ซึ่งจะไม่เป็นผลดีต่อการสร้างความยืดหยุ่น ผูกพันต่อธุรกิจหรือองค์กร

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ สรุปได้ว่า ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบไปด้วย 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ แรงงาน เงินลงทุน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และเครื่องมือและอุปกรณ์

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิทักษ์ สิริวงษ์ และคณะ (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการระบบการจัดการร้านอาหารกรณีศึกษา FoodStory บริษัทลิฟวิง โมบาย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า คุณฐากรชาติสุทธิผล (ยิม) มองเห็นปัญหาของวงการร้านอาหารในประเทศไทย ไม่มีการพัฒนาระบบการจัดการร้านอาหาร เป็นระยะเวลา 10 ปี จึงร่วมมือกับเพื่อนจัดทำระบบการจัดการร้านอาหาร เพื่อให้ธุรกิจร้านอาหารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและความสำเร็จของผู้ประกอบการระบบการจัดการ FoodStory ดังนี้ 1) การหาความรู้จากผู้มีประสบการณ์ที่แตกต่าง 2) การมองหาปัญหาและโอกาส 3) การออกแบบแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่าย 4) การสร้างพันธมิตร 5) เก็บข้อมูลผู้บริโภค 6) มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว 7) มีการจัดเก็บข้อมูลออนไลน์ ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคช่วงเริ่มแรกมีปัญหาในเรื่องของความน่าเชื่อถือและไม่เป็นที่รู้จัก แอปพลิเคชัน FoodStory และเรื่องขนาดไฟล์ข้อมูลแอปพลิเคชัน FoodStory มีขนาดใหญ่จะต้องทำให้มีขนาดเล็กลงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน

อัคร ปานเพชร (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 11-15 ปี มีมูลค่าเงินลงทุนไม่เกิน 30 ล้านบาท มีจำนวนพนักงาน 1-50 คน ส่วนมากดำเนินธุรกิจในการค้าปลีกในภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องสำอางค์และอุตสาหกรรมการทำเหมืองแร่ โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ได้แก่ กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและการแข่งขัน การดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิต อุปสงค์หรือความต้องการ และรัฐบาล ตามลำดับ สำหรับกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม พบว่า ผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด ด้วยวิธีการส่งออก มากที่สุด และการเลือกลงทุนโดยตรงในต่างประเทศด้วยเงินลงทุนโดยกิจการเป็นเจ้าของ 100% ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในการ

เข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ดังนี้ คือ ปัจจัยการดำเนินการหรือปัจจัยทางการผลิต อุปสงค์หรือความต้องการ เหตุสุควิจัยหรือโอกาส อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุนรัฐบาล ตามลำดับ

พิรญา กัณทบุตร (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก : SMEs ผลการวิจัยพบว่า ควรมีศาสตร์และศิลป์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ มากขึ้นดังนี้ 1) การเลือกธุรกิจ 2) การมีแผนงาน 3) การมีจุดมุ่งหมายที่ดี 4) การเลือกทำเลที่ตั้ง 5) การมีวิสัยทัศน์ ที่กว้างไกล 6) การสร้างพันธมิตรทางการค้า 7) การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 8) คุณภาพของสินค้าหรือบริการ 9) การจัดการแหล่งการเงิน 10) มีการจัดทำระบบบัญชี 11) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน 12) การมีเครดิตเป็นที่น่าเชื่อถือ 13) ประสิทธิภาพในการทำงาน 14) ความรู้ ความสามารถ 15) ตอบสนองให้ตรงต่อสนิมของลูกค้า 16) การแยกรายรับรายจ่าย 17) มีหลักการจัดการงานที่มีประสิทธิภาพ 18) มีการสั่งการที่มีความยืดหยุ่นศาสตร์และศิลป์ต่างๆ ที่มีความสำคัญอันจะนำมาผสมผสานให้เหมาะสมและสอดคล้องกับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การจ่ายค่าตอบแทน ข้อมูลข่าวสาร ในปัจจุบัน ความรู้ความเข้าใจหลักการตลาดและภาษาในการทำธุรกิจ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเกิดความล้มเหลว จากการสัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ 1) การบริหารการตลาดผิดพลาด 2) ขาดการบริหารจัดการแหล่งเงินทุน 3) ไร้ประสิทธิภาพทางการจัดการ 4) ผู้บริหารขาดทักษะในการจัดการงาน 5) ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดหาและจัดจ้างแรงงาน 6) มีอุปสรรคหรือภัยคุกคามต่าง ๆ

สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยประเภทร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จจะประกอบไปด้วย ด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ 1) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล 2) ด้านความเสี่ยงที่ยอมรับได้ 3) ด้านทักษะและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ 4) ด้านบุคลิกภาพของประกอบการ 5) ด้านการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ ด้านคุณลักษณะของธุรกิจ 1) ระยะเวลา 2) ขนาดองค์กร 3) แหล่งที่มาของเงินทุน 4) ผลประกอบการ 5) ความสามารถในการถ่ายทอดวิธีการทำธุรกิจ 6) ความสามารถในการให้คำปรึกษา 7) เอกสิทธิ์ของธุรกิจ ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขัน 1) ด้านปัจจัยการแข่งขัน 2) การสร้างนวัตกรรม 3) ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง 4) การส่งเสริมของภาครัฐ ปัจจัยด้านการตลาด 1) คุณภาพสินค้า 2) การมีส่วนร่วมของชุมชน 3) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 4) การประชาสัมพันธ์และโฆษณา 5) ระบบแฟรนไชส์ 6) การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 7) การส่งเสริมการตลาด 8) การ

เลือกทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านทรัพยากร 1) การฝึกอบรมพนักงาน 2) การหมุนเวียนของพนักงาน 3) การจัดหาพนักงาน 4) การธำรงรักษาพนักงาน ปัจจัยด้านเจ้าของหรือผู้จัดการ 1) ความเป็นผู้นำ ปัจจัยด้าน Five force model 1) คู่แข่งขันปัจจุบัน 2) คู่แข่งขันรายใหม่ 3) อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัย 4) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ 5) สินค้าหรือบริการที่ทดแทน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารจากร้านอาหารแฟรนไชส์จะประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ความสะอาดของอาหาร รสชาติของอาหารอร่อย รสชาติอาหารที่มีมาตรฐาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วย ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ พื้นที่ร้านไม่แออัด การจัดร้านที่เป็นระเบียบ สะดวกต่อการเดินและนั่ง

ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์การและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรแบบสมดุล พบว่า ปัจจัยองค์การมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์กรและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรแบบสมดุลพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์กรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ข้อเสนอแนะจากการวิจัย พบว่า ปัจจัยองค์การ ด้านโครงสร้าง มีค่าความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สูงที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยองค์การด้าน โครงสร้าง เพื่อให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

อัชฌาพร กว้างสวาสดี และพัชราภรณ์ ชัยพัฒน์เมธี (2556) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจทางอินเทอร์เน็ต (Internet Entrepreneur) ในรูปแบบพันธมิตรทางการตลาดอินเทอร์เน็ต (Affiliate Internet Marketing) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอินเทอร์เน็ต คะแนนเฉลี่ย 4.33 รองลงมาอันดับที่สอง คือด้านผู้ให้บริการเครื่องแม่ข่าย ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.29 ความสำคัญอันดับที่สามคือ ด้านองค์ประกอบ ในการโปรโมทผ่านระบบเสิร์จเอนจิน คะแนนเฉลี่ย 4.15 ความสำคัญอันดับสี่คือ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการพันธมิตรทางการตลาด

(Affiliate Provider) คะแนนเฉลี่ย 4.08 และอันดับสุดท้ายคือ บัณฑิตด้านกลยุทธ์ทางการตลาด อินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ คะแนนเฉลี่ย 3.96 และผู้วิจัยได้นำปัจจัยดังกล่าวมา พัฒนารูทกิจออนไลน์เพื่อวัดความสำเร็จการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบ พันธมิตรทางการตลาด (Affiliate Internet Marketing) ทั้งหมด 3 เว็บไซต์เป็นเครื่องมือวิจัยส่วนที่ 2 ดังนี้ ecompshop.com ทำการโปรโมทสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ toysforkidshop.com ทำการโปรโมทสินค้าประเภทของเด็กเล่น cosmetic-ibeauty.com โปรโมท สินค้าประเภทอุปกรณ์ความสวยงามและเครื่องสำอาง โดยทำการเก็บข้อมูล เป็นระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึง 31 สิงหาคม 2556 เพื่อนำข้อมูลสถิติของทั้ง 3 เว็บไซต์มาเปรียบเทียบ กัน ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์ ecompshop.com มีประสิทธิภาพดีที่สุดมีจำนวนการเก็บข้อมูลจาก เสิร์จเอ็นจิน (Index) 10,800 รายการ จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่ไม่ซ้ำกัน 6,868 การเข้าเว็บไซต์ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 75.58 มีจำนวนคำค้นหาที่เข้ามายังเว็บไซต์ทั้งหมด 141 คำ และส่งผลให้ขายสินค้าได้ ผ่านทางเว็บไซต์ที่ทำการโปรโมทจำนวนทั้งสิ้น 15 รายการ จึงเป็นแนวทางการเป็นผู้ประกอบการ ทางอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี

สุทธิพร มาสเนตร และคณะ (2555) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปที่บ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา มีรายได้สุทธิระหว่าง 10,000-20,000 บาท ประสบการณ์ในการประกอบ ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปที่บ้านอยู่ระหว่าง 6-10 ปี ระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหาร ทะเลแปรรูปที่บ้านของผู้ประกอบการธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยพื้นฐานแห่ง ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปที่บ้านด้านแรงงานส่วนใหญ่เห็นว่า จำนวน แรงงานที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 6-10 คน ต่อหนึ่งรายธุรกิจและใช้แรงงานภายในครอบครัว ด้าน เงินทุนที่ใช้ในระยะเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจ จำนวน 30,001-40,000 บาท โดยแหล่งเงินทุนที่ ใช้เป็นเงินทุนสะสมภายในครอบครัวซึ่งใช้ระยะเวลาของการกักตุนระหว่าง 1-3 ปี

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสม (Mixed Method) โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์เจาะลึก เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศไทยสหรัฐอเมริกา

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 เิงคุณภาพ

แบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 5 คน

3.1.2 เิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 491 คน (กรมส่งเสริมการส่งออก สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ, 2555)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 220 คน ซึ่งการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คำนวณจากสูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน กิจจุฑา เกรवास และ โกวิท กระจ่าง, 2551, น. 19) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95 % ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ ระดับ .05 สูตรที่ใช้คือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง
 N = ขนาดประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ .05

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ

$$n = \frac{491}{1 + (491)(0.05)^2}$$
$$= 220.42 \text{ คน}$$

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 220 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เจริญคุณภาพ

1) แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 5 คน ในเรื่อง ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ปัจจัยแวดล้อม และความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2562 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

2) เก็บข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากเอกสาร

3.2.2 เจริญปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบเลือกตอบ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ แบบเลือกตอบ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยแวดล้อม 4 ด้าน จำนวน 8 ข้อ

- 1) การสนับสนุนจากทางสังคม
- 2) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ
- 3) การสนับสนุนจากภาคเอกชน
- 4) การสนับสนุนจากผู้นำชุมชน

แบบสอบถามที่ใช้จะประเมินคำตอบเป็น 5 ระดับ (Ratingscale) (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2548)

คือ

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก 5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้ค่าน้ำหนัก 4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้ค่าน้ำหนัก 3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้ค่าน้ำหนัก 2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก 1 คะแนน

การแปลผลค่าคะแนนของตัวแปลเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมจะขึ้นกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา แปลผลโดยถือตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตรอัตราภาคชั้น

$$\frac{5-1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด หมายถึง ปัจจัยแวดล้อม อยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย หมายถึง ปัจจัยแวดล้อม อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง หมายถึง ปัจจัยแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก หมายถึง ปัจจัยแวดล้อม อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด หมายถึง ปัจจัยแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามที่ใช้จะประเมินคำตอบเป็น 5 ระดับ (Ratingscale) (พิชิต ฤทธิจรูญ, 2548) คือ

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก 5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้ค่าน้ำหนัก 4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้ค่าน้ำหนัก 3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้ค่าน้ำหนัก 2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก 1 คะแนน

การแปลผลค่าคะแนนของตัวแปลเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา จะขึ้นกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา แปลผลโดยถือตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตรอัตราภาคชั้น

$$\frac{5-1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด หมายถึง ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย อยู่ในระดับน้อยที่สุด
-----------------------	---

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย หมายถึง ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง หมายถึง ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก หมายถึง ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด หมายถึง ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย อยู่ในระดับมากที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 เจริญคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1) การวิจัยเอกสาร เอกสารที่จะใช้ในการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

ก. เอกสารชั้นต้น (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ยังไม่ได้ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรงโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 5 คน

ข. เอกสารชั้นรอง (Secondary Data) เป็นเอกสารที่มีการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ คือ การศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีการรวบรวมไว้ก่อนแล้ว ซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่อเชื่อมโยงและก่อเกิดประโยชน์รวมถึงบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้

2) การสัมภาษณ์วิธีการสัมภาษณ์ที่จะใช้ในการวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - Structured or Guided Interview) โดยอาศัยแนวการสัมภาษณ์ (Interview Guide) เป็นเครื่องมือในรูปแบบต่าง ๆ คือการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) เป็นการใช้นิวสัมภาษณ์เจาะลึก โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ (Key-Informants)

3.3.2 เจริญปริมาณ

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยเลือกวิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อผู้วิจัยเก็บแบบสอบถาม

ครบตามจำนวนพร้อมตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม และรวบรวมแบบสอบถามมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 เชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (แบบสัมภาษณ์) เน้นการบรรยายเป็นหลัก และการสังเกตโดยตรง (Direct Observation) โดยเก็บข้อมูลจากบุคคลที่ได้เลือกสรรมาอย่างดีแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อช่วยเสริมงานวิจัยเพราะเป็นคำตอบที่ค่อนข้างชัดเจนและหนักแน่น

การสังเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย ดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) มีขั้นตอนดังนี้

- 1) การจัดแฟ้ม แยกแยะ และจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ได้
- 2) การนำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ของข้อมูล
- 3) นำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทป และการบันทึกภาคสนาม มาอ่านหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้ และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ
- 4) นำข้อมูลกลับมาอ่านอีกครั้ง โดยละเอียดทุกบรรทัด และจึงตีความ พร้อมทำการดึงข้อความหรือประโยคที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีหลักการสำคัญที่ต้องพิจารณา
- 5) นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาไว้กลุ่มเดียวกัน โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค แล้วจึงตั้งชื่อคำสำคัญ ซึ่งจะจัดเป็นทั้งกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย (Sub - Theme) ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่ ซึ่งกระบวนการดังกล่าว คือ การสร้างหัวข้อสรุป และกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิดในตัวข้อมูล ดังที่องอาจ นัยพัฒน์ อธิบายว่า กระทำโดยอ่านทบทวนข้อมูลปฐมภูมิที่อยู่ในรูปข้อความทางภาษา (Textual Primary Data) ซึ่งเก็บรวบรวมได้จากแหล่งต่าง ๆ ในภาคสนาม เสร็จแล้วจึงแบ่งแยกข้อมูลดังกล่าวออกเป็นส่วนย่อย (Breaking Down) ตามหน่วยความหมาย (Meaing Unit) หรือหน่วยวิเคราะห์ (Analusis Unit) ในระดับเบื้องต้น จากนั้นทำการกำหนดข้อความสั้น ๆ เพื่อใช้เป็นมโนทัศน์หรือหัวข้อสรุปแนวคิดที่สะท้อนความหมายสำคัญ ทั้งที่ปรากฏชัดแจ้ง และแฝงอยู่ในข้อมูลส่วนย่อยนั้น แล้วจึงนำหัวข้อสรุปแนวคิดที่มีความหมายคล้ายคลึงหรือแตกต่างกัน มาจัดเป็นกลุ่มหัว

ข้อสรุปแนวคิด (Conceptual Categories) ต่าง ๆ กลายเป็นหน่วยความหมายของข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ และมีระดับความเป็นธรรมมากขึ้น

6) ใช้การเขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจน โดยจะไม่มีการนำทฤษฎีไปควบคุมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงความชัดเจนของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

3.4.2 เจริญปริมาณ

ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา วิเคราะห์และอธิบายโดยใช้สถิติ เจริญพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



บทที่ 4

บริบทร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกา

ธุรกิจบริการร้านอาหารโลกมีจำนวนร้านเพิ่มมากขึ้นเป็นทวีคูณ และมูลค่าธุรกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีแรงขับเคลื่อนสำคัญมาจากวิถีชีวิตของประชากรโลกที่ต้องการความสะดวกสบายในการบริโภคอาหารมากขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ มีภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีการปรับตัวดีขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายในบริการรับประทานอาหารนอกบ้านมากกว่าร้านอาหารที่ซื้อกลับบ้านมารับประทานที่บ้าน เนื่องจากกลายเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์หรือดำเนินกิจกรรมทางสังคม รวมถึงการได้รับบริการจากร้านอาหารที่ดี ที่มีชื่อเสียง ได้กลายเป็นงานอดิเรกเพื่อผ่อนคลาย และในปัจจุบันนี้เกือบทุกประเทศทั่วโลกได้ใช้ธุรกิจบริการร้านอาหารเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการนำเสนออาหารประจำชาติของตนสู่สายตาชาวโลก รวมถึงอาหารไทยได้เป็นที่รู้จักกันมานานในด้านของรสชาติที่มีความโดดเด่นแตกต่าง และความหลากหลายของอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในด้านของความประณีตส่วนประสมการปรุงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้คนไทยส่วนหนึ่งเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทางสมาคมร้านอาหาร/ภัตตาคารสหรัฐอเมริกา (National Restaurant Association: NRA) ศาสดการณืตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารในสหรัฐอเมริกา ในปี 2554 ว่า จะขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ประมาณร้อยละ 3.6 (ปี 2553 ขยายตัวเพียงร้อยละ 0.3) หรือคิดมูลค่าตลาดประมาณ 600,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (18,600 ล้านดอลลาร์บาท) ซึ่งนับว่าจะเป็นมูลค่าสูงที่สุดของตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารการขยายตัวของตลาดเป็นผลมาจากเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา ที่ปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ ธุรกิจบริการร้านอาหาร (Food Service) เป็นสาขาหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา เนื่องจากมีมูลค่าตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารคิดเป็นร้อยละ 4 ของมวลกัณฑ์ประชาชาติของสหรัฐอเมริกา (US Gross Domestic Products: GDP) มีการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจ 12.7 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 9 ของแรงงานสหรัฐอเมริกา และมีจำนวนร้านอาหาร/ภัตตาคารทั่วประเทศ 960,000 แห่งจากการขยายตัวของตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารในสหรัฐอเมริกา แสดงให้เห็นถึงการเพิ่มปริมาณความต้องการบริโภคในตลาดธุรกิจบริการร้านอาหาร ซึ่งจะเป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าธุรกิจบริการร้านอาหารของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา (National Restaurant Association, 2554)

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ OKMD ซึ่งช่องทางสำหรับการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารไทยคุณภาพสูง (Specialty Food) โดยเจาะตลาดสหรัฐอเมริกา หลังผลวิจัยล่าสุดในปี 2558 ของ Specialty Food Association สหรัฐอเมริกา พบผู้บริโภคภายในประเทศมีความชื่นชอบและนิยมอาหารไทย คิด 1 ใน 3 อันดับแรก โดยพิจารณาจากภาพรวมยอดขายการค้าปลีกธุรกิจร้านอาหารประเภทต่าง ๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา สมาคมธุรกิจร้านอาหารแห่งประเทศไทยได้ประมาณการว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 782 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2016 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 33.4 จากปี 2010 และคิดเป็นร้อยละ 4.0 ของ GDP (Gross Domestic Product) ของประเทศสหรัฐอเมริกา (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2558)

นอกจากนี้ สมาคมธุรกิจร้านอาหารแห่งประเทศไทยได้ทำการศึกษาอัตราการเจริญเติบโตจริงของยอดขายของธุรกิจร้านอาหารตั้งแต่ปี 1970 ถึงปี 2010 พบว่าอัตราการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารตั้งแต่ปี 1970 ถึงปี 2010 มีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปีจำนวนร้านอาหารต่าง ๆ ทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 1,000,000 แห่ง ภายในปี พ.ศ. 2563 หรือเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 104.0 จาก ปี พ.ศ. 2515 (National Restaurant Association, 2554)

จากนโยบายของประเทศไทยที่มีต่อประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับอุตสาหกรรมด้านอาหาร ส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจบริการในสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะในด้านร้านอาหารไทย ธุรกิจสุขภาพ/สปา และส่งเสริมการค้าเนกิจกรมเชิงวัฒนธรรม เพื่อสร้างทัศนคติและความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทย ได้มีส่วนช่วยในการสนับสนุนผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจในด้านการท่องเที่ยวและอาหารไทย โดยที่ประเทศไทยจะต้องการแสวงหาช่องทางใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมการส่งออกกับคู่ค้าหลักและตลาดในภูมิภาคที่สำคัญ เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าให้แก่ภาคเอกชนไทย โดยมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพและมาตรฐาน รวมทั้งภาพลักษณ์ในการเข้าถึงแหล่งกระจายสินค้า และการพัฒนาด้านโลจิสติกส์สร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุน โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจและการเมือง รวมทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางทางการค้า การลงทุน การคมนาคมในภูมิภาค จัดกิจกรรมสัมมนาและจัดการฝึกอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ เป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ช่วยพัฒนาและเสริมสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพื่อให้การค้าปลีกธุรกิจอาหารในอุตสาหกรรมด้านอาหารของตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารในประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการขยายตัวเติบโตในทุกปี ตลอดจนประชากรในสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น (สำนักงานผู้แทนการค้าสหรัฐอเมริกา, 2554)

นอกเหนือจากเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกาการศึกษาในครั้งนี้คือ การดำเนินกิจการหรือธุรกิจใด ๆ จะต้องทำการตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ก่อนที่จะดำเนินกิจการ ว่าสถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินธุรกิจจากทางการให้สามารถเปิดดำเนินธุรกิจบริการด้านอาหารได้ ภาพรวมของธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศ และความสำคัญด้านสุขลักษณะของอาหารในต่างประเทศตามที่รัฐบาลไทยได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการผลักดันโครงการครัวไทยสู่โลก โดยมีเป้าหมายหลัก คือสามารถเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายใหญ่ 1 ใน 5 ของโลกภายใน 2-3 ปี และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความเชื่อมั่นในระดับสูงสุดด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยและผลักดันให้วัตถุดิบในการปรุงอาหารของไทยตลอดจนเครื่องปรุงอื่น ๆ สามารถส่งออกได้มากขึ้นเพื่อสนับสนุนให้ร้านอาหารไทยในต่างประเทศเป็นศูนย์กลางข้อมูลการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นจุดประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ และเป็นแหล่งขายสินค้า “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)” สนับสนุนการเปิดธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เพื่อผลักดันให้ร้านอาหารไทยที่บริการอาหารรสชาติไทยแท้รวมทั้งมีมาตรฐานที่เป็นสากล (สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ, 2559)

แนวนโยบายหลักในการดำเนินงานได้แก่การเพิ่มจำนวนร้านอาหารไทยในต่างประเทศ จาก 6,875 ร้านในปี 2546 เป็น 20,000 ร้านภายในปี 2551 เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและนำมาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศของไทยนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการสร้างความรู้ความเข้าใจและเสนอแนะแนวทางที่ถูกต้องให้แก่ผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพจะเข้าไปลงทุนในธุรกิจดังกล่าว โดยเฉพาะความสำคัญด้านสุขลักษณะของอาหารไทยที่จะส่งออกไปต่างประเทศเพื่อเป็นวัตถุดิบให้ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ หรือเพิ่มการส่งออกวัตถุดิบอาหารและเครื่องปรุงอาหารไทยให้มากขึ้น ประเด็นท้าทายของอุตสาหกรรมอาหารไทย คือการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกทำให้อุตสาหกรรมอาหารไทยเผชิญอยู่กับปัญหาด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ตลอดจนการขาดข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่เพียงพอในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจการค้า (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2557)

อาหารไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักระดับโลก ด้วยความโดดเด่นในด้านของรสชาติ ความประณีตบรรจง ร้านอาหารไทยในต่างประเทศต้องเป็นสื่อบริการอาหารรสชาติไทยแท้ และแสดงวัฒนธรรมทางอาหารของไทยที่ถูกต้อง ซึ่งควรดำเนินการ โดยคนไทยและแม่ครัวไทยกรณีที่เจ้าของร้านไม่ใช่คนไทยทำการจำหน่ายอาหารไทยปะปนกับอาหารชาติอื่นอาจส่งผลเกิดปัญหาทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนในเรื่องของรสชาติอาหารไทยและปัญหาสำคัญในกระบวนการครัวไทยสู่ครัวโลกอันหนึ่งได้แก่การขาดแคลนทรัพยากรบุคคลในการดำเนินธุรกิจ ณ ประเทศต่าง ๆ

โดยเฉพาะพ่อครัวและแม่ครัวอาหารไทยที่มีประสบการณ์รวมทั้งข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการขออนุญาตในการเดินทางไปทำงานต่างประเทศการขอ VISA การขอใบอนุญาตเข้าทำงาน Work Permit เป็นไปด้วยความยากลำบากเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศ (ชนิสางามอภิชน, 2562)

อาหารไทยยอดนิยมที่เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ 13 รายการดังนี้ (ชนิสางามอภิชน, 2562)

- 1) ผัดไทย
- 2) แกงเผ็ดเป็ดย่าง
- 3) ต้มยำไก่
- 4) หมูสะเต๊ะ
- 5) ต้มยำกุ้ง
- 6) ไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์
- 7) แกงเขียวหวานไก่
- 8) พะแนง
- 9) ผัดกระเพรา
- 10) ทอดมันปลาทราย
- 11) ยำเนื้อย่าง
- 12) ไก่ห่อใบเตย
- 13) ไก่ย่าง ข้าวเหนียว ส้มตำ

นอกจากอาหารทั้ง 13 รายการแล้ว อาหารไทยรายการอื่น ๆ ก็ต้องมีลักษณะเฉพาะและมีความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทยเหมือนกันกล่าวคือ มีความหลากหลายในเรื่ององค์ประกอบที่ต่างกัน ทั้งวัตถุดิบ เครื่องปรุง เครื่องเทศ ที่ส่งผลทำให้อาหารแต่ละชนิดมีสีสันกลิ่นรสชาติ แตกต่างกันอย่างเช่นแกงเขียวหวานสีน้ำแกงควรเป็นสีเขียวอ่อนมีกลิ่นหอมของเครื่องแกง รสเค็มหวานเผ็ดมัน เป็นต้น

อาหารไทยภาคกลางภาคเหนือภาคใต้ภาคอีสานมีความแตกต่างกันในเรื่ององค์ประกอบของวัตถุดิบเครื่องปรุงเครื่องเทศแต่ก็เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละภาคที่มีรสชาติกลมกล่อมมีหลายรสชาติมีกลิ่นหอมของสมุนไพร เครื่องเทศ เครื่องปรุง และสีน้ำตาลขม ซึ่งจัดว่าเป็นความโดดเด่นของภูมิปัญญาไทยและมรดกทางวัฒนธรรมอาหารที่ต้องรักษาสืบทอดกันต่อไป

บทที่ 5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.2 ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

5.3 ปัจจัยแวดล้อม

5.4 ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5.1 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	94	42.7
หญิง	126	57.3
รวม	220	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	9	4.1
25-29 ปี	99	45.0
30-39 ปี	101	45.9
40-49 ปี	3	1.4
50 ปีขึ้นไป	8	3.6
รวม	220	100.0

ตารางที่ 5.1 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	64	29.1
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	120	54.5
ปริญญาโท	32	14.5
สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป	4	1.8
รวม	220	100.0
4. สถานภาพ		
โสด	101	45.9
สมรส	111	50.5
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	8	3.6
รวม	220	100.0
5. รายได้		
30,001 – 50,000 บาท	45	20.5
50,001 – 70,000 บาท	46	20.9
70,001 – 99,999 บาท	33	15.0
100,000 บาทขึ้นไป	96	43.6
รวม	220	100.0
6. ประสบการณ์ของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา		
ต่ำกว่า 6 ปี	56	25.5
6-10 ปี	106	48.2
11-15 ปี	58	26.4
รวม	220	100.0

จากตารางที่ 5.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกา จำนวน 220 ตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ ประสบการณ์ของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ดังนี้

เพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 และเพศ ชาย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7

อายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมา 25-29 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 และ อายุ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

ระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 และปริญญาโท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

สถานภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา โสด จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 และ หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกัน อยู่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

รายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้ 100,000 บาทขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมา 50,001 – 70,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 และ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

ประสบการณ์ของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา 6-10 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา 11-15 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 และ ต่ำกว่า 6 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5

5.2 ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ตารางที่ 5.2 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านแรงงาน		
1.1 จำนวนแรงงาน		
1-5 คน	8	3.6
6-10 คน	96	43.6
11-15 คน	73	33.2
16-20 คน	43	19.5
รวม	220	100.0
1.2 แหล่งแรงงานที่ใช้ในการประกอบกิจการ		
แรงงานจากประเทศไทย	97	44.1
แรงงานจากในประเทศสหรัฐอเมริกา	115	52.3
อื่นๆ	8	3.6
รวม	220	100.0
2. ด้านเงินทุน		
2.1 จำนวนเงินทุนที่ใช้ลงทุนโดยระยะเริ่มต้น		
ต่ำกว่า 100,000 บาท	48	21.8
100,001-300,000 บาท	83	37.7
300,001-500,000 บาท	76	34.5
500,001-700,000 บาท	13	5.9
รวม	220	100.0
2.2 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา		
เงินทุนสะสมในครอบครัว	134	60.9
กู้ยืมเงินนอกระบบ	86	39.1
รวม	400	100.0

ตารางที่ 5.2 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
(ต่อ)

ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
3. ด้านวัตถุดิบในการผลิต		
3.1 แหล่งวัตถุดิบหลักในการผลิต		
แสวงหาจากในสหรัฐอเมริกา	58	26.4
นำเข้าจากประเทศไทย	146	66.4
อื่นๆ	16	7.3
รวม	220	100.0
4. ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์		
4.1 แหล่งเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ		
แสวงหาจากในสหรัฐอเมริกา	52	23.6
นำเข้าจากประเทศไทย	168	76.4
รวม	220	100.0

จากตารางที่ 5.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1) ด้านแรงงาน

จำนวนแรงงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนแรงงาน 6-10 คน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมา 11-15 คน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 และ 16-20 คน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5

แหล่งแรงงานที่ใช้ในการประกอบกิจการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งแรงงานที่ใช้ในการประกอบกิจการมาจาก แรงงานจากในประเศสหรัฐอเมริกา จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมา แรงงานจากประเทศไทย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 และ อื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

2) ด้านเงินทุน

จำนวนเงินทุนที่ใช้ลงทุนในระยะเริ่มต้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเงินทุนที่ใช้ลงทุนในระยะเริ่มต้น 100,001-300,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมา

300,001-500,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และ ต่ำกว่า 100,000 บาทจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8

แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นเงินทุนสะสมในครอบครัว จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมา กู้ยืมเงินนอกระบบจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1

3) ด้านวัตถุดิบในการผลิต

แหล่งวัตถุดิบหลักในการผลิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แหล่งวัตถุดิบหลักในการผลิตนำเข้าจากประเทศไทย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 รองลงมา แสวงหาจากในสหรัฐอเมริกา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 และ อื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3

4) ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์

แหล่งเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แหล่งเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่นำเข้าจากประเทศไทย จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 76.4 รองลงมา แสวงหาจากในสหรัฐอเมริกา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6

นอกจากนี้ ระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกาดังกล่าว ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับ ปราบกฏรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยพื้นฐานด้านแรงงานมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยพื้นฐานด้านแรงงานมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ประกอบด้วย 7 ด้านสำคัญ ดังนี้

1.1) ด้านความซื่อสัตย์

การคัดเลือกแรงงานจากพฤติกรรมความซื่อสัตย์ที่มีตนเอง ความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น ความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่การงาน เพราะความซื่อสัตย์จะทำให้พนักงานไม่ให้ข้อมูลที่บิดเบือนจากความเป็นจริง ที่เป็นเหตุให้เกิดปัญหาหรือความเข้าใจผิดได้ การหลีกเลี่ยงการดักเตือนหรือแจ้งผู้ที่ทำผิดระเบียบหรือกฎของสถานประกอบการ การปฏิเสธและไม่ยอมรับความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

หรือการกล่าวโทษอ้างถึงผู้อื่นอยู่เสมอ ไม่ละเมิดกฎระเบียบของสถานประกอบกิจการ ซึ่งพฤติกรรม การซื้อสัตย์สังเกตุได้จาก การรับฟังและไม่นำข้อมูลของผู้อื่นมาเปิดเผย การดูแลและรักษาทรัพย์สิน และผลงาน/ผลประโยชน์ของสถานประกอบกิจการอยู่เสมอ ไม่นำทรัพย์สินของสถานประกอบ กิจการมาใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัว ประพฤติตนตามระเบียบหรือกฎของสถานประกอบกิจการอยู่ เสมอ

2) ด้านความขยันและอดทน

ด้านความขยันและอดทนเป็นพฤติกรรมที่ทางผู้ประกอบการร้านอาหารไทยจะใ้ใจพิจารณาเลือกเป็นอันดับต้นๆ เพราะความอดทนและความขยันหมั่นเพียรในการทำงานมีความสำคัญและความจำเป็นอย่างมาก เพราะความขยันหมั่นเพียรเป็นพฤติกรรมของบุคคลที่สามารถเอาชนะปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการทำงานได้ดี และยังสามารถนำไปใช้สำหรับการ ดำรงชีวิตในสังคมได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะแตกต่างจากพฤติกรรมความเกียจคร้านเพราะจะส่งผลเสียทั้ง ชีวิตการทำงานชีวิตครอบครัวและสังคมได้

3) ด้านความรับผิดชอบ

ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในการเลือกแรงงานจากพฤติกรรม ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีความเข้าใจและยินดีให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ หน้าที่ ขอมรับผลของการปฏิบัติงาน โดยลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่มีความรับผิดชอบที่ดี จะแสดงออกถึงพฤติกรรมการทำงานตามขั้นตอนที่วางไว้ได้อย่างเป็นระบบ ปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจ ละเอียดยรอบคอบ ส่งผลิให้งานสำเร็จตามกำหนดที่วางเป้าหมายไว้สู่ความสำเร็จได้อย่าง มีประสิทธิภาพ

4) ด้านการมีระเบียบวินัย

ในการคัดเลือกแรงงานของผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ใ้ใจพฤติกรรมเกี่ยวกับการ รักษาวินัยและการตรงต่อเวลาเป็นสำคัญ เพราะระเบียบวินัยเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การสร้างพฤติกรรมการมีระเบียบวินัย จะก่อให้เกิดความสงบสุขใน การทำงานร่วมกัน ส่งเสริมการเรียนรู้ความหมายของการมีวินัยแห่งตน และพฤติกรรมของผู้มีวินัย ในตนเอง มีความตั้งใจในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จสิ้น การรู้ถึงสิทธิของตนเองและ เคารพสิทธิของผู้อื่น ตัวอย่างการฝึกพฤติกรรมการมีระเบียบวินัย เช่น กิจกรรม 5 ส 1. สะสาง 2. สะดวก 3. สะอาด 4. สุขลักษณะ 5.สร้างนิสัย

5) ด้านการทำงานเป็นทีม

พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม แรงงานหรือบุคลากรสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการทำงานแบบมีส่วนร่วมของบุคลากรในหน่วยงานได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะความเข้าใจในเรื่องการสื่อสารระหว่างกันการปฏิบัติหน้าที่ที่ถูกต้อง ทำให้การปฏิบัติงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความจำเป็นของการทำงานเป็นทีมเป็นลักษณะที่ดีสมาชิกที่อยู่ในทีมหรือแผนกต่างๆ จะต้องเข้าใจเป้าหมายในการทำงานของทีมหรือแผนกของตน การสื่อสารในทีมงานจะต้องมีการประสานงาน การรับฟัง และเสนอความเห็น ความเสียสละ การตัดสินใจโดยทีม รวมถึงมีความรับผิดชอบต่อผลของการตัดสินใจร่วมกัน ปัญหาอุปสรรคในการทำงานในทีมและแนวทางแก้ไข โดยเฉพาะเข้าใจองค์ประกอบของการสื่อสาร คุณลักษณะของผู้สื่อสารที่ดี หลักการสื่อสารที่ดี แนวปฏิบัติสำหรับแรงงานในการปฏิบัติงานตามคำสั่งที่เป็นลายลักษณ์อักษรและคำสั่งที่เป็นวาจา วิธีการสื่อสารในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เครื่องมือช่วยในการสื่อสาร การเลือกใช้เครื่องมือและวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับสถานการณ์

6) ด้านความคิดสร้างสรรค์

พิจารณาโดยมุ่งเน้นพฤติกรรมในด้านของความคิดสร้างสรรค์ ด้านเทคนิคในการแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงงาน เพราะการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์มีความสำคัญในงานผลิตทุกกระบวนการปฏิบัติงานกระบวนการในการคิดลักษณะต่างๆ ที่เกิดขึ้นในตัวผู้ปฏิบัติงาน ที่จะส่งผลให้งานประสบความสำเร็จ ตามเป้าหมาย ที่สถานประกอบการกิจการ หรือหน่วยงานได้วางไว้

7) ด้านใฝ่เรียนรู้

พฤติกรรมในด้านใฝ่เรียนรู้ เป็นพฤติกรรมที่ทางผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงประโยชน์ที่มีต่อบุคลากรและต่อสถานประกอบการเป็นอย่างมาก เพราะการเรียนรู้จะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าในอาชีพของตน และช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานของสถานประกอบการบรรลุถึงวัตถุประสงค์ การใฝ่เรียนรู้ของพนักงานจะแสดงออกถึงความกระตือรือร้นและสนใจแสวงหาความรู้อยู่เสมอ มุ่งมั่นที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ สามารถนำความรู้หรือทักษะที่มีไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม โดยจะต้องเรียนรู้ถึงวิธีการเรียนรู้ประเภทต่างๆ ทักษะพื้นฐานที่สำคัญต่อการเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ เช่น ทักษะด้านการฟัง การซักถาม การอ่าน การคิด การเขียน และการปฏิบัติ แนวทางเรียนรู้ให้ประสบความสำเร็จจนนำไปสู่ การพัฒนาตนเองให้ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี พัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งแนวโน้มทางการเมืองที่มีผลกระทบต่อวิธีการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ส่วนใหญ่คิดว่าจะมองจากพฤติกรรมความซื่อสัตย์ต่อตนเองของแรงงาน ความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น ความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่การงาน การใส่ใจเรียนรู้งาน มีความกระตือรือร้นและสนใจเรียนรู้อยู่เสมอในการเพิ่มประสิทธิภาพ และยังสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้ความเจริญก้าวหน้าในอาชีพของตน และเป็นการส่งเสริมให้การดำเนินงานของสถานประกอบการบรรลุถึงวัตถุประสงค์ด้วย” (จิตสิรินทร์ คิชยะศรีน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 พฤศจิกายน 2562)

“ตามความคิดเห็นจะเลือกคนจากความเข้าใจและความร่วมมือในการปฏิบัติหน้าที่ มีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักนำเทคนิคต่างๆ มาแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการทำงาน มีความรับผิดชอบ รักษาระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา ซึ่งจะส่งผลให้งานประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้วางไว้” (พนิตดา เลิศฤทธิสมบูรณ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤศจิกายน 2562)

“ปกติจะดำเนินการ โดยเลือกคนที่มีความวินัยและการตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ ขยันอดทน ชอบเรียนรู้สามารถนำความรู้มาใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหา สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าของพนักงานและสถานประกอบการได้เป็นอย่างดี” (เบญจวรรณ ปิยะวรรณรัตน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 ธันวาคม 2562)

“เท่าที่ผ่านมากการคัดเลือกแรงงาน จะทำการเลือกคนจากความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย การทำงานเป็นทีม เพราะเราให้ความสำคัญในการทำงานแบบมีส่วนร่วมของพนักงาน เพราะการสร้าง ความเข้าใจในเรื่องระบบการสื่อสารระหว่างกัน จะช่วยให้การทำงานถูกต้องและรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น” (อนุชิต สุทัศน์ ณ อยุธยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2563)

“จะดำเนินการเลือกคนจากการรักษาวินัย การตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายที่ให้ความร่วมมือ มีความซื่อสัตย์ ขยันอดทนที่สามารถเอาชนะปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการทำงานได้ดีสำหรับการดำรง

ชีวิตประจำวัน และในสังคมได้เป็นอย่างดี สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ความสำเร็จในหน้าที่การงาน และทำให้เป้าหมายที่ทางสถานประกอบการเราสำเร็จลุล่วงได้อย่างรวดเร็ว” (รุจิภัตต์ วัฒนภิเจริญ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มกราคม 2563)

2) ปัจจัยพื้นฐานด้านเงินลงทุนมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยพื้นฐานด้านเงินลงทุนมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ปัจจัยพื้นฐานในด้านเงินลงทุนมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยการประกอบธุรกิจอาหารไทยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ในการลงทุนเปิดร้านอาหารที่มีขนาดเล็กอาจใช้เงินทุนของผู้ประกอบการธุรกิจเอง หรือเงินสะสมภายในครอบครัวในการดำเนินงานช่วงแรก ซึ่งมีข้อดี คือ เป็นเงินกู้ที่ไม่จำเป็นต้องจ่ายเสียดอกเบี้ยในการกู้ยืม และในสวนร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากกว่าองค์กรขนาดเล็กส่วนใหญ่จะใช้เงินลงทุนของผู้ประกอบการเอง และกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนต่างๆ ซึ่งผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงแหล่งเงินทุนและการสำรองเงินทุนให้พอเพียงต่อการดำเนินงานโดยสามารถนำเงินทุนมาใช้ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ผู้ประกอบการที่สามารถจัดการเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพแสดงว่าการประกอบกิจการนั้นประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานอย่างแท้จริง โดยจะต้องคำนึงถึงระยะเวลาของการคืนทุนใช้เวลาระยะสั้นภายในเวลา 1-3 ปี ประกอบด้วย

ในส่วนด้านจำนวนแรงงานที่เหมาะสมนั้นเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญต่อการลงทุน เพราะหากบริหารหรือกำหนดหน้าที่มากจนเกินความจำเป็นต่อพื้นที่การทำงาน จะทำให้ผู้ประกอบการขาดทุนหรือเสียผลกำไร เพราะการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านเพื่อกำหนดค่าแรงได้อย่างเหมาะสมกับหน้าที่

และสถานที่ซึ่งใช้ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นที่ดินของตนเองหรือการเช่าในการเลือกทำเลที่ตั้งต้องดูองค์ประกอบหลายประการ ในกรณีเป็นธุรกิจด้านการผลิตสถานประกอบการควรอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ มีการขนส่งที่สะดวก สามารถติดต่อและมีการคมนาคมได้สะดวก เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการจัดสรรหาวัตถุดิบ การบริการในด้านขนส่ง เป็นต้น ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ดำเนินการโดยเริ่มแรกในการดำเนินธุรกิจจะใช้เงินเก็บสะสมของตัวเองก่อน โดยการคำนวณค่าเช่าพื้นที่ ค่าตกแต่ง และการจ้างพนักงาน และต้องมีเงินเก็บไว้สำรอง

เพื่อเหตุฉุกเฉิน” (จิตสิรินท์ คิชยะศรีน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 พฤศจิกายน 2562)

“ตามความคิดเห็นในด้านเงินลงทุนคือการสำรองเงินและแหล่งเงินทุนสำรอง เช่น ธนาคาร สถาบันการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งแหล่งเงินทุนสิ่งที่จำเป็นมาก เนื่องจากเริ่มแรกลงทุนด้วยเงินเก็บสะสมและมีจากทางครอบครัวช่วยด้วย แต่ในช่วงเริ่มธุรกิจยังไม่อยู่ตัว ทำให้รายได้ยังไม่คงที่ และยังคงคำนึงถึงเรื่องค่าใช้จ่ายในส่วนค่าเช่าพื้นที่ และค่าวัตถุดิบที่บางชนิดมีราคาสูงเพราะหาทดแทนไม่ได้ และต้องนำเข้าเพื่อให้รสชาติอาหารคงเอกลักษณ์ดังนั้นจึงเสียค่าขนส่งแพง ในส่วนของค่าแรงพนักงานที่รับพนักงานพาร์ทไทม์ที่ต้องจ่ายให้เหมาะสมและไม่ต่ำกว่ากฎหมายกำหนด แต่ส่วนใหญ่ที่ทำประจำจะเป็นคนในครอบครัว ทำให้ค่าใช้จ่ายในช่วงแรกด้านค่าแรงไม่มีปัญหามากนัก” (พนิตดา เลิศฤทธิสมบูรณ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤศจิกายน 2562)

“จากประสบการณ์ที่ผ่านมาสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงในด้านเงินลงทุนคือ ทำเลที่ตั้งในการประกอบกิจการ ซึ่งจำเป็นจะต้องเลือกให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย มีความสะดวกในการเดินทาง และใกล้กับแหล่งวัตถุดิบเพื่อลดค่าขนส่ง และติดต่อได้สะดวก และสิ่งสำคัญคือแหล่งเงินทุนสำรอง ถึงแม้ในช่วงแรกจะเป็นเงินส่วนตัว แต่ด้วยสถานที่เป็นการเช่าพื้นที่ และค่าใช้จ่ายในส่วนด้านต่างๆ ทำให้จำเป็นต้องทำการกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อใช้ตกแต่งเพิ่มเติม และเป็นเงินทุนสำรองไว้ยามฉุกเฉิน” (เบญจวรรณ ปิยะวรรณรัตน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 ธันวาคม 2562)

“คิดว่าเป็นแหล่งเงินทุน ถึงแม้ว่าในการเริ่มทำธุรกิจจะเป็นเงินเก็บสะสมของตัวเอง และทางครอบครัวสนับสนุนให้อีกหนึ่งส่วน แต่แหล่งเงินทุนสำรองมีความสำคัญมาก เพราะจากดำเนินไปในระยะหนึ่งจะต้องมีการเริ่มปรับปรุงในส่วนของการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ อีกทั้งวัตถุดิบที่บางชนิดหายากและมีราคาสูงทำให้ต้องทำการสั่งซื้อจากแหล่งเฉพาะ ทำให้เสียค่าบริการจัดส่งที่ค่อนข้างสูง” (อนุชิต สุทัศน์ ณ อยุธยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2563)

“เท่าที่ผ่านมาจะดำเนินการโดยการกำหนดเป้าหมายระยะเวลาของการคืนทุนเป็นระยะสั้นภายในเวลา 1-3 ปี เพื่อใช้ในการคำนวณค่าใช้จ่ายในด้านการเช่าพื้นที่ การ

ว่าจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่ายหมุนเวียนในร้าน และหนี้ที่ต้องชำระคืนธนาคาร เนื่องจากได้ทำการกู้ธนาคารมาใช้ในการดำเนินธุรกิจในส่วนหนึ่ง และจากเงินเก็บส่วนตัวอีกส่วนหนึ่ง” (รุจิภัตต์ วัฒนภิเจริญ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มกราคม 2563)

3) ปัจจัยพื้นฐานด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยพื้นฐานด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ร้านอาหารไทยมีรสชาติที่มีความหลากหลาย และรสชาติเป็นเอกลักษณ์ ผู้ประกอบการจะทำการพิจารณาการเลือกวัตถุดิบในการปรุงจะทำการเลือกจาก

3.1) แหล่งที่มา

วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร ส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบจากพืชผัก ผลไม้ สมุนไพร และเนื้อสัตว์ ซึ่งทางผู้ประกอบการเลือกจากแหล่งภายในท้องถิ่นที่จัดจำหน่าย หรือวัตถุดิบบางส่วนจะทำการติดต่อซื้อจากแหล่งเฉพาะ เช่น ฟาร์มเกษตรกรรม ปศุสัตว์ ประมง ที่ได้มาจากแหล่งธรรมชาติ และสั่งซื้อนำเข้ามาจากประเทศไทย เช่น เครื่องปรุงรส เพื่อคงรสชาติอาหารให้มีเอกลักษณ์มากที่สุด อีกทั้งยังได้มีการปรับปรุงทดลองนำวัตถุดิบประจำท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบเพื่อสร้างรสชาติใหม่ที่แตกต่างให้เข้ากับวัฒนธรรมในพื้นที่นั้นๆ นอกจากนี้การผลิตวัตถุดิบจากการเกษตรมีโอกาสเกิดการปนเปื้อนจากสภาพแวดล้อมได้มาก ทั้งจาก ดิน น้ำ ฝุ่นละออง อากาศ มลพิษ รวมทั้งปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยยาฆ่าแมลง

3.2) ปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ

เพราะเป็นอาหารที่มีรสชาติที่มีเอกลักษณ์ และวัตถุดิบบางส่วนที่เป็นวัตถุดิบเฉพาะ และต้องทำการสั่งซื้อเข้ามา จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงสัดส่วนปริมาณให้เหมาะสมเพียงพอต่อการใช้ในแต่ละครั้ง อีกทั้งคุณภาพของวัตถุดิบจะต้องมีความสดใหม่ โดยวัตถุดิบประเภทผลไม้บางชนิด เช่น เงาะ ทูเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มังคุด ที่ออกตามมีเป็นฤดูกาล ปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบอาจได้รับผลกระทบจากการเกิดภัยธรรมชาติ การระบาดของโรค แมลง ทำให้ให้ปริมาณวัตถุดิบไม่สอดคล้องกับความต้องการ อาจมีผลทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ ส่งผลให้เกิดความผันผวนด้านราคา

3.3) การเก็บรักษา

วัตถุดิบที่ใช้สำหรับการปรุงอาหารส่วนใหญ่จะเป็นอาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ ซึ่งเน่าเสียได้ง่ายด้วยจุลินทรีย์ ปฏิกิริยาทางชีวเคมี ทำให้คุณภาพของวัตถุดิบเสื่อมลงตลอดเวลา จึงต้องมีวิธีการเก็บรักษาให้เหมาะสม เพื่อชะลอการเสื่อมเสีย และข้อจำกัดในส่วนของอาหารสดที่ไม่สามารถเก็บได้นาน หากวัตถุดิบไม่สดใหม่จะกระทบกับคุณภาพการปรุงอาหาร ดังปรากฏพบสัมพันธต่อไปนี้

“จะดำเนินการ โดยในการจัดหาวัตถุดิบในการปรุงอาหารไทย นั้นมีข้อจำกัดในส่วนของวัตถุดิบบางประเภทที่ไม่สามารถเก็บได้นาน และยังหาซื้อยาก ต้องมีการสั่งซื้อเข้ามา ซึ่งในการสั่งซื้อนอกจากจะต้องคำนึงถึงค่าขนส่งแล้ว ยังต้องคำนึงถึงคุณภาพ และปริมาณที่จะต้องเพียงพอต่อความต้องการใช้อีกด้วย” (จิตสิรินท์ ดิษยะศริน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 พฤศจิกายน 2562)

“ที่ผ่านมามีคำนึงถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารเป็นสิ่งสำคัญ โดยเลือกจากแหล่งภายในท้องถิ่นที่จัดจำหน่าย จากฟาร์มเกษตรกรรม ปศุสัตว์ ประมงในพื้นที่ เพื่อลดปัญหาการเก็บรักษา และสามารถตรวจการปนเปื้อนจากดิน ฝุ่นละออง ปุ๋ยยาฆ่าแมลง ในส่วนวัตถุดิบที่เหลือค่อยทำการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือเครื่องปรุงเฉพาะจากประเทศไทย เพื่อให้รสชาติอาหารมีความเป็นไทยมากที่สุด อีกทั้งยังได้มีการปรับปรุงทดลองนำวัตถุดิบประจำท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบเพื่อสร้างรสชาติใหม่ที่แตกต่าง” (พนิตดา เลิศฤทธิสมบูรณ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤศจิกายน 2562)

“จากประสบการณ์ที่ผ่านมาทางเราจะทำการสำรวจจากแหล่งจำหน่ายภายในท้องถิ่นก่อน โดยวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ และผักสด ส่วนใหญ่จะเน้นสั่งจากฟาร์มเกษตรกรรม เพื่อความสดใหม่ของอาหาร ส่วนเครื่องปรุงจะเลือกซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตในพื้นที่ และค่อยทำรายการสั่งซื้อวัตถุดิบบางส่วนนำเข้าจากประเทศไทย เพื่อรักษาสภาพการเก็บรักษา อีกทั้งคงรสชาติอาหารไทยให้มีเอกลักษณ์มากที่สุด” (เบญจวรรณ ปิยะวรรณรัตน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 ธันวาคม 2562)

“ปกติจะดำเนินการเลือกจากคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ เพราะอาหารไทยมีรสชาติที่หลากหลาย มีความจัดจ้าน สามารถนำมาประยุกต์เข้ากับวัตถุดิบของพื้นที่ได้หลากหลายซึ่งสร้างความแปลกใหม่ในรสชาติอาหาร เป็นการช่วยลดต้นทุนในการนำเข้าได้ แต่ยังคงใส่ใจในเรื่องเอกลักษณ์ของรสชาติอาหาร ซึ่งส่วนใหญ่จำเป็นที่จะต้องทำการสั่งซื้อเครื่องปรุงรสเข้ามามากกว่า เพราะเก็บรักษาง่าย และตรวจสอบคุณภาพได้ง่าย แต่ก็จะมีเป็นประเภทผลไม้บางชนิด เช่น เงาะ ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มังคุด ที่ออกตามมีเป็นฤดูกาล จำเป็นที่จะต้องควบคุมปริมาณและคุณภาพ เพื่อไม่ให้เกิดการขาดแคลนที่จะส่งผลให้เกิดความผันผวนด้านราคา และค่าบริการ” (อนุชิต สุทัศน์ ณ อยุธยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2563)

“ส่วนใหญ่จะดำเนินการเลือกจากแหล่งภายในพื้นที่ซึ่งใกล้กับสถานประกอบการที่ส่วนใหญ่จะเป็นจำพวกเครื่องปรุงรส ผัก และเนื้อสัตว์ที่หาได้ง่ายมากกว่า ทำให้ตรวจสอบคุณภาพได้ การควบคุมปริมาณก็เป็นส่วนสำคัญ ถึงแม้จะเลือกใช้วัตถุดิบในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ แต่เครื่องปรุงรสบางส่วนต้องนำเข้า ฉะนั้นจะต้องสั่งซื้อให้เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถเก็บได้นาน อีกทั้งนำวัตถุดิบในพื้นที่มาดัดแปลงและประยุกต์เมนูใหม่เพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมของพื้นที่” (รุจิภัตต์ วัฒนกิจเจริญ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มกราคม 2563)

4) ปัจจัยพื้นฐานด้านเครื่องมือและอุปกรณ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยพื้นฐานด้านเครื่องมือและอุปกรณ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์เอกลักษณ์เฉพาะตัวจดจำได้ง่าย โดยเฉพาะเครื่องหมายการค้าของร้าน หรือ Logo เลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน มีความสวยงาม ทันสมัย โดยออกแบบอุปกรณ์ที่ใช้ในสถานประกอบการ บนโต๊ะอาหาร เช่น จาน ชาม ถ้วย ช้อน ส้อม แก้วน้ำ เป็นต้น ให้สวยงาม อีกทั้งเมนูอาหารในร้านจำเป็นต้องจัดพิมพ์จำเป็นที่จะต้องออกแบบให้สวยงาม โดยมีรูปภาพของอาหารและบรรยายลักษณะอาหารประกอบในรายการอาหาร เพื่อให้ลูกค้าต่างชาติสามารถเข้าใจรสชาติได้ดีขึ้น มีเมนูแนะนำอาหารประจำร้านทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกได้ง่าย และควรคำนึงถึงราคาอาหารที่อาจส่งผลโดยตรงต่อยอดขายของร้าน ผู้ประกอบการควรสำรวจตลาดร้านอาหารรอบข้างเพื่อประกอบการตัดสินใจในการตั้งราคาอาหาร การออกแบบตกแต่งอย่างประณีตสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย การจัดรูปลักษณะของ

อาหารที่สวยงามชวนรับประทาน รวมทั้งการให้ปริมาณของอาหารที่เหมาะสม ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ตามความคิดเห็นการออกแบบอุปกรณ์ที่ใช้ในร้านอาหารรับประทานอาหาร เช่น จาน ชาม ถ้วย ช้อน ส้อม แก้วน้ำ เป็นต้น จะเป็นจะต้องมีรูปลักษณะที่สวยงาม รวมถึงเมนูอาหารที่จะต้องออกแบบให้สวยงาม เมนูแนะนำอาหารประจำร้านทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกได้ง่าย” (จิตติรินทร์ คิชยะศรีน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 พฤศจิกายน 2562)

“เท่าที่ผ่านมาจะดำเนินการโดยจะคำนึงการเลือกวัสดุและอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน มีความสวยงาม ทันสมัย เหมาะสมต่อการจัดวางและตกแต่งของจานอาหาร อีกทั้งการจัดทำอุปกรณ์ที่ใช้ บนโต๊ะอาหาร เช่น จาน ชาม ถ้วย ช้อน ส้อม เป็นต้น โดยมีโลโก้ของร้านจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้มค่า จดจำได้ง่ายขึ้น และยังสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าของราคาอาหารได้” (พนิตดา เลิศฤทธิ์สมบูรณ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤศจิกายน 2562)

“เริ่มดำเนินการโดยการออกแบบวัสดุและอุปกรณ์ที่มีเครื่องหมายการค้าของร้าน หรือ Logo เพื่อให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย เมนูอาหารจะมีการจัดวางเป็นหมวดหมู่ประเภท และจัดทำเมนูแนะนำไว้หน้าแรกพร้อมภาพประกอบ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่าย อีกทั้งราคาจะต้องเหมาะสมกับรูปลักษณะของเมนูอาหารนั้นๆ อีกด้วย ซึ่งการตั้งราคาจะเริ่มทำการสำรวจตลาดร้านอาหารโดยรอบเพื่อประกอบการตัดสินใจในการตั้งราคาเมนูอาหาร” (เบญจวรรณ ปิยะวรรณรัตน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 ธันวาคม 2562)

“คิดว่ารูปลักษณะของอุปกรณ์ที่ใช้ในสถานที่ รวมถึงของใช้ เช่น ช้อน ส้อม แก้ว จาน เป็นต้น ควรมีการคัดสรรวัสดุและอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน มีความสวยงาม ทันสมัย อีกทั้งเมนูอาหารจะต้องจัดวางรูปแบบให้สวยงาม มีรูปภาพของอาหาร และบรรยายลักษณะอาหารประกอบในรายการอาหาร มีเมนูอาหารแนะนำประจำร้าน และราคาที่สอดคล้อง การออกแบบตกแต่งบนจานอย่างประณีตสวยงามที่เป็น

เอกลักษณ์ของอาหารไทยจะทำให้ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้มาก” (อนุชิต สุทัศน์ ณ อยุธยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2563)

“จากประสบการณ์ที่ผ่านมาการเลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์ที่มีเครื่องหมายการค้าของร้าน หรือ Logo จะทำให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย โดยเฉพาะการออกแบบอุปกรณ์ที่ใช้ในสถานประกอบการ บนโต๊ะอาหาร เช่น จาน ชาม ถ้วย ช้อน ส้อม แก้วน้ำ เป็นต้น ที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ และรูปแบบการนำเสนอของเมนูก็มีส่วนสำคัญ การจัดวางอาหารที่มีความเหมาะสมกับภาชนะ และคงเอกลักษณ์ความประณีตสวยงามไว้ได้ทั้งหมดนี้จะส่งผลให้มูลค่าของราคาอาหารและการบริการเพิ่มขึ้น” (รุจิภัตต์ วัฒนิก เจริญ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มกราคม 2563)

5.3 ปัจจัยแวดล้อม

ตารางที่ 5.3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุนจากทางสังคม

ด้านการสนับสนุนจากทางสังคม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ญาติพี่น้อง ครอบครัว ให้การสนับสนุนด้านเงินทุน	3.67	0.74	มาก
ญาติพี่น้อง ครอบครัว ให้การสนับสนุนด้านกำลังใจและเป็นທີ່ปรึกษา	4.12	1.05	มาก
รวม	3.90	0.89	มาก

จากตารางที่ 5.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุนจากทางสังคม อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่า ญาติพี่น้อง ครอบครัว ให้การสนับสนุนด้านกำลังใจและเป็นที่ปรึกษา อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมา ญาติพี่น้อง ครอบครัว ให้การสนับสนุนด้านเงินทุน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ตารางที่ 5.4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุนจาก
หน่วยงานภาครัฐ

ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ได้รับการสนับสนุนทางการเงินในการประกอบการ โดยสามารถกู้เงินดอกเบี้ยขั้นต่ำจากสถาบันการเงินของรัฐในสหรัฐอเมริกา	3.39	0.63	ปานกลาง
หน่วยงานของรัฐในสหรัฐอเมริกา ออกใบรับรองคุณภาพให้กับท่าน	3.73	0.88	มาก
รวม	3.56	0.75	มาก

จากตารางที่ 5.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า หน่วยงานของรัฐในสหรัฐอเมริกา ออกใบรับรองคุณภาพให้กับท่าน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมา ได้รับการสนับสนุนทางการเงินในการประกอบการ โดยสามารถกู้เงินดอกเบี้ยขั้นต่ำจากสถาบันการเงินของรัฐในสหรัฐอเมริกา อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

ตารางที่ 5.5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุนจาก
ภาคเอกชน

ด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ได้รับการสนับสนุนทางการเงินในการประกอบการจากภาคเอกชน	3.55	0.72	มาก
ได้รับการสนับสนุนทางการส่งเสริมการตลาด	3.70	0.76	มาก
รวม	3.63	0.74	มาก

จากตารางที่ 5.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ได้รับการสนับสนุนทางการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมา ได้รับการสนับสนุนทางการเงินในการประกอบการจากภาคเอกชน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ตารางที่ 5.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุนจาก ผู้นำชุมชน

ด้านการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ผู้นำในชุมชนที่ท่านอาศัยให้การช่วยเหลือในด้านข้อมูลข่าวสาร	3.52	0.74	มาก
ผู้นำในชุมชนที่ท่านอาศัยให้การช่วยเหลือในด้านความเป็นอยู่	3.59	0.74	มาก
รวม	3.55	0.74	มาก

จากตารางที่ 5.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยแวดล้อม ด้านการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ผู้นำในชุมชนที่ท่านอาศัยให้การช่วยเหลือในด้านความเป็นอยู่ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมา ผู้นำในชุมชนที่ท่านอาศัยให้การช่วยเหลือในด้านข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

นอกจากนี้ ปัจจัยแวดล้อมในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับ ปรากฏรายละเอียด ดังนี้

1) การสนับสนุนจากทางสังคม

การสนับสนุนจากทางสังคม พบว่า แรงสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือ 3 ด้าน ได้แก่

1.1) ด้านอารมณ์

ถือเป็นด้านที่สำคัญที่สุดในการที่จะได้รับการสนับสนุนทางสังคม เพราะความเห็นอกเห็นใจ มีความห่วงใยในบริเวณพื้นที่รอบสถานที่ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ซึ่งสามารถแปลงเป็นความหมายในเชิงการกระทำได้ เช่น การให้ความเคารพส่วนบุคคล มิตรภาพ การรับฟังการแสดงความคิดเห็น

1.2) กิจกรรม

กิจกรรมจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในสังคมของบุคคลบริเวณโดยรอบ เป็นการสร้างการรับรู้ให้กลุ่มลูกค้าที่ยังไม่รู้จักรู้จักได้ทำความรู้จักกับธุรกิจได้มากขึ้น หรือบุคคลและกลุ่มลูกค้าที่รู้จักแล้วให้มีความสัมพันธ์อันดีต่อกิจการได้มากยิ่งขึ้น เช่น การจัดงานกีฬาในท้องถิ่น กิจกรรมเทศกาลต่างๆ เป็นต้น

1.3) ด้านข้อมูลข่าวสาร

การให้ข้อมูลที่จะช่วยจัดการปัญหาทั้งภายในและภายนอกของบุคคลได้ อีกทั้งในปัจจุบันการแพร่ข้อมูลข่าวสารมีความสะดวกและรวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการสามารถรับรู้ความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน เช่น ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น และความต้องการของลูกค้าที่ได้รับจากการเข้าใช้บริการที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาได้อย่างตรงจุด อีกทั้งในด้านการรับรู้ข่าวสารที่จะทำให้การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงสังครอบด้าน ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“จากประสบการณ์ที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะได้รับการสนับสนุนจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างในพื้นที่ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชน ทำให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น” (จิตสิรินทร์ ดิษยะศริน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 พฤศจิกายน 2562)

“ปกติจะดำเนินการโดยให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การแชร์ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็นที่ได้รับจากการเข้าใช้บริการจากกิจกรรมของร้าน ทำให้กลุ่มลูกค้าได้ทำความรู้จักชื่อเสียงร้านมากขึ้น” (พนิตดา เลิศฤทธิสมบูรณ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤศจิกายน 2562)

“เท่าที่ผ่านมาจะดำเนินการโดยเปิดรับความคิดเห็น ความรู้สึก ประสบการณ์ และความต้องการของลูกค้าที่ได้รับจากการเข้าใช้บริการ จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถรับรู้ความต้องการ และนำมาปรับปรุงและพัฒนาได้อย่างตรงจุด อีกทั้งในด้านการรับรู้ข่าวสารที่จะทำให้การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงสังครอบด้าน” (เบญจวรรณ ปิยะวรรณรัตน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 ธันวาคม 2562)

“ตามความคิดเห็นการสนับสนุนทางสังคมโดยมีความห่วงใย เห็นอกเห็นใจผู้คน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ซึ่งทำให้เกิดความเคารพ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนเป็นการสร้างมิตรภาพแก่ร้านค้าในบริเวณพื้นที่โดยรอบ” (อนุชิต สุทัศน ณ์ อยุธยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2563)

“ส่วนใหญ่คิดว่าการเข้าร่วมกิจกรรมเช่น การจัดงานกีฬาในท้องถิ่น กิจกรรมเทศกาลต่างๆ เป็นต้น จะเป็นการสร้างมิตรภาพ และการใส่ใจ ความเห็นอกเห็นใจ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การรับฟังการแสดงความคิดเห็นต่อสถานที่บริเวณโดยรอบจะทำให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น” (รุจิภัตต์ วัชภิเจริญ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มกราคม 2563)

2) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ พบว่า ในปัจจุบันภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอย่างมากโดยจะเห็นได้จากนโยบายที่ภาครัฐได้ให้นำมาใช้ปฏิบัติโดยจะมุ่งเน้นในระดับล่างเป็นหลัก ซึ่งเป็นรากฐานของเศรษฐกิจของประเทศ โดยจากการที่รัฐบาลได้กำหนดเป็นนโยบายและร่วมมือจากภาคเอกชนเพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประสบความสำเร็จ ได้มีการผลักดันให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทยเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศด้วยบริการที่เป็นเลิศ โดยมุ่งพัฒนาส่งเสริมการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารมีการพัฒนานำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อการเก็บรักษา คุณภาพของวัตถุดิบให้มีมาตรฐาน เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถนำเทคโนโลยีอุตสาหกรรมที่เหมาะสมมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต โดยภาครัฐจะมีบทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงผลักดันสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหารเป็นกลุ่มธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในขนส่ง ลดปัญหาขาดแคลน สามารถควบคุมราคาวัตถุดิบได้อย่างคงที่ เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหารอนาคตดังปรากฏบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ส่วนใหญ่คิดว่าทางภาครัฐได้มุ่งพัฒนาส่งเสริมการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อการเก็บรักษา คุณภาพของวัตถุดิบให้มีมาตรฐาน เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถนำเทคโนโลยีอุตสาหกรรมที่เหมาะสมมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ โดยภาครัฐจะมีบทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงผลักดันสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหารเป็นกลุ่มธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในขนส่ง ในการลดปัญหาขาดแคลน เพื่อให้สามารถควบคุมราคาวัตถุดิบได้อย่างคงที่” (จิตสิรินทร์ ดิษยะศริน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 พฤศจิกายน 2562)

“ทางภาครัฐได้ดำเนินการ โดยได้มีการผลักดันให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทย เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศด้วยบริการที่เป็นเลิศ โดยมุ่งพัฒนาส่งเสริมการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารมีการพัฒนานำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อการเก็บรักษาคุณภาพของวัตถุดิบให้มีมาตรฐาน และมีการจัดส่งได้เร็วขึ้น” (พนิตตา เลิศฤทธิ์สมบูรณ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤศจิกายน 2562)

“ตามความคิดเห็นในปัจจุบันภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอย่างมาก โดยจากการที่รัฐบาลได้กำหนดเป็นนโยบายและร่วมมือจากภาคเอกชนเพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประสบผลสำเร็จ มีการพัฒนาศักยภาพในขนส่ง ลดปัญหาขาดแคลนแรงงาน รวมถึงจะช่วยให้สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหารอนาคต” (เบญจวรรณ ปิยะวรรณรัตน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 ธันวาคม 2562)

“จากประสบการณ์ที่ผ่านมาภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจเป็นอย่างมาก เห็นได้จากนโยบายที่ภาครัฐได้ให้นำมาใช้ปฏิบัติโดยจะมุ่งเน้นในระดับล่างเป็นหลัก มีการพัฒนานำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อรักษาคุณภาพของวัตถุดิบให้เพียงพอต่อความต้องการในการจำหน่ายยังต่างประเทศ” (อนุชิต สุทัศน์ ณ อยุธยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2563)

“เท่าที่ผ่านมาทางภาครัฐจะดำเนินการโดยมุ่งพัฒนาส่งเสริมการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหาร และผลักดันการขนส่งให้เร็วยิ่งขึ้น เพื่อลดปัญหาขาดแคลนสามารถควบคุมราคาวัตถุดิบได้อย่างคงที่ เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหารอนาคต” (รุจิภัตต์ วัฒนกิจเจริญ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มกราคม 2563)

3) การสนับสนุนจากภาคเอกชน

การสนับสนุนจากภาคเอกชน พบว่า ในภาคเอกชนมีการลงทุนทำให้เกิดการค้าขายมีผลกำไร มีแผนงานการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจให้ถูกต้องตามนโยบายภาครัฐ โดยที่ภาครัฐที่เป็นหน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริม โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นส่งเสริมภาคเศรษฐกิจโดยรวม แก้ปัญหาเฉพาะหน้า พิจารณาและจัดทำแผนการปฏิบัติที่เด่นชัดและสอดคล้องกับความต้องการสำหรับภาคเอกชน

ในแต่ละกลุ่ม ทำการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างแท้จริงทำให้การดำเนินงานตามโครงการต่างๆ มีการกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการลำดับความสำคัญก่อนหลังที่ชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทราบและเข้าถึงข้อมูลได้ ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“การสนับสนุนจากภาคเอกชนดำเนินการ โดยส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจให้ถูกต้องตามนโยบายภาครัฐ โดยที่ภาครัฐที่เป็นหน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริมร่วมส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นส่งเสริมแหล่งเงินทุน” (จิตสิรินทร์ คิษยะคริน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 พฤศจิกายน 2562)

“เท่าที่ผ่านมาจากภาคเอกชนจะดำเนินการ โดยส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ แก้ปัญหาเฉพาะหน้า พิจารณาและจัดทำแผนการปฏิบัติที่เด่นชัดและสอดคล้องกับความต้องการสำหรับภาคเอกชนในแต่ละกลุ่ม” (พนิตดา เลิศฤทธิ์สมบูรณ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤศจิกายน 2562)

“จากประสบการณ์ที่ผ่านมาจากภาคเอกชนจะเข้ามาช่วยในเรื่องแหล่งเงินทุน แก้ปัญหาให้ตรงตามนโยบายรัฐ พิจารณาและจัดทำแผนการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่กำหนด” (เบญจวรรณ ปิยะวรรณรัตน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 ธันวาคม 2562)

“ตามความคิดเห็นการสนับสนุนจากภาคเอกชนส่วนใหญ่จะสนับสนุนแหล่งเงินทุน เพื่อธุรกิจดำเนินการได้อย่างราบรื่น อีกทั้งส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจให้ถูกต้องตามนโยบายภาครัฐ โดยทำการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างแท้จริงทำให้การดำเนินงานตามโครงการต่างๆ มีการกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการลำดับความสำคัญก่อนหลังที่ชัดเจน” (อนุชิต สุทัศน์ ณ อยุธยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2563)

“ปกติจะดำเนินการโดยมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทราบและเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการประกอบธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐ ช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และสนับสนุนแหล่งเงินทุน ให้ธุรกิจดำเนินไปได้

อย่างมีประสิทธิภาพ” (รุจิภัตต์ วัฒนเกจริญ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มกราคม 2563)

4) การสนับสนุนจากผู้นำชุมชน

การสนับสนุนจากผู้นำชุมชน พบว่า การสนับสนุนจากผู้นำชุมชนที่ทางผู้ประกอบการร้านอาหารไทยได้รับ ผู้นำชุมชนจะมีความเป็นกันเอง ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ อย่างเต็มที่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของชุมชนในการจัดกิจกรรมทั้งของทางภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้ทางสถานประกอบการได้มีส่วนร่วม และสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งสามารถดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“จากประสบการณ์ที่ผ่านมาได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนในด้านการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของชุมชนในการจัดกิจกรรมทั้งของทางภาครัฐ ทำให้ทางร้านได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม สามารถทำให้ลูกค้าได้รู้จักร้านมากขึ้น” (จิตสิรินทร์ คิษยะศรีน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 พฤศจิกายน 2562)

“การสนับสนุนจากผู้นำชุมชนเท่าที่ผ่านมาจะได้รับการข้อมูลข่าวสารที่สำคัญๆ หรือการขอเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางทางภาครัฐและเอกชนเป็นผู้จัด รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ เป็นการสร้างมิตรภาพและความสัมพันธ์ที่ดี” (พนิตดา เลิศฤทธิสมบุญ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤศจิกายน 2562)

“คิดว่าสิ่งที่ได้รับจากการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนส่วนใหญ่ คือ ความเป็นกันเอง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ การจัดกิจกรรม นโยบายต่างๆ ที่ทางรัฐได้กำหนดหรือขอความร่วมมือ ซึ่งเป็นผลดี เพราะจะทำให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น” (เบญจวรรณ ปิยะวรรณรัตน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 ธันวาคม 2562)

“ตามความคิดเห็นผู้นำชุมชนมีความเป็นกันเอง ให้การสนับสนุนร้านค้า และประสานงานในด้านต่างๆ ได้ดี โดยข้อมูลข่าวสารที่ทางชุมชนจัด ทำให้ทางร้านได้มีส่วนร่วม เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เร็วขึ้น” (อนุชิต สุทัศน์ ณ อยุธยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2563)

“ส่วนใหญ่คิดว่าผู้นำชุมชนจะแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของชุมชน การจัดกิจกรรม และให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ มีความเป็นกันเองทำให้การดำเนินกิจการ เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว” (รุจิภัตต์ วัฒนกิจเจริญ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มกราคม 2563)

5.4 ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศ สหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 5.7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการ ประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
จากการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่านมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น	3.51	0.72	มาก
จากการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่านมีการผลิตและพัฒนาสินค้าอยู่เสมอ	3.62	0.50	มาก
จากการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่านสามารถทำการตลาด และการจำหน่ายสินค้าได้กว้างขวางมากขึ้น	3.67	0.49	มาก
จากการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่านได้รับการยอมรับจากทุกคน	3.67	0.49	มาก
จากการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่านได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าระดับใด	3.69	0.47	มาก
รวม	3.63	0.54	มาก

จากตารางที่ 5.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความสำเร็จของผู้ประกอบการในการ ประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อ จำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่า จากการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่าน ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าระดับใด อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 รองลงมา จากการ ประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่านสามารถทำการตลาด และการจำหน่าย

สินค้าได้กว้างขวางมากขึ้น และจากการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่านได้รับการยอมรับจากทุกคน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

นอกจากนี้ ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับปรากฏรายละเอียดดังนี้

ตัวบ่งชี้ใดที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ประกอบด้วย 4 ด้านสำคัญ ดังนี้

1) ด้านการเงิน

การเงินเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการคำนึงเป็นอันดับแรก ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจก่อน เป็นสำคัญ ถ้าเศรษฐกิจไม่ดีจะทำให้เงินทุนไปจม และไม่เกิดประโยชน์ต่อกิจการ โดยจะกิจการจะต้องมีเงินทุนเพียงพอในการหมุนเวียน เพื่อที่จะเป็นต้องมีเงินทุนสำรองไว้ ในการใช้จ่ายด้านต่างๆ เช่น เสียภาษี การลงทุนปรับแต่งเพิ่มเติม และเหตุการณ์ฉุกเฉินอย่างกรณีวัตถุดิบที่ราคาขึ้นๆ ลงๆ อัตราค่าจ้างแรงงานที่ต้องปรับเพิ่ม

2) ด้านลูกค้า

จำเป็นที่จะต้องใส่ใจการบริการของลูกค้าของคุณช่วยให้พวกเขามีประสบการณ์ที่ดีกับการใช้บริการ และรสชาติของอาหาร รวมถึงบรรยากาศของร้านที่ควรมอบให้กับลูกค้าระหว่างทานอาหาร เป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจของคุณ เพราะสำหรับลูกค้าจำนวนมาก เมื่อได้รับบริการที่ดี และเกิดความคุ้มค่าจะทำให้ลูกค้าติดใจบอกปากต่อปากและลูกค้าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

3) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ร้านจะประสบความสำเร็จและเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาตัวเอง โดยศึกษาลองทำตั้งเป้าหมาย อดทน เช่น การทำโฆษณา โปรโมท จัดโปรโมชัน และใส่ใจบริการให้ดี อีกทั้งการพัฒนาสูตรอาหารใหม่ เพื่อสร้างการดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้า

4) ด้านกระบวนการบริหารจัดการภายใน

มุ่งเน้นที่การบริหารจัดการและบริการ วางแผนและตำแหน่งหน้าที่ให้เหมาะสมกับพนักงาน เพื่อลดปัญหาการเลิกจ้างงาน ทำให้ระบบจัดการบริหารไม่มันคง ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการเป็นอย่างมาก ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“คิดว่าตัวเองประสบความสำเร็จแล้วกับธุรกิจ เนื่องจากตัวเองไม่ได้มีประสบการณ์ตรงนี้ ไม่ได้เป็นธุรกิจของครอบครัว เกิดจากความชอบของตัวเองและลองทำมาเรื่อยๆ ได้ขนาดนี้ถือว่าประสบความสำเร็จ จากที่ลูกค้าน้อยจนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จากที่ว่าร้านไม่มีชื่อเสียงก็รู้จักกันไปทั่ว ก็ถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง และในอนาคตก็จะการรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่ จัดส่งเดลิเวอรี่เพิ่ม แต่เนื่องจากการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ยังไม่ได้โฆษณา เพราะว่าพนักงานที่ให้บริการเรายังไม่พร้อม เพราะมีคนในครัว กู้กใหญ่จะอยู่นานและทน ถ้าคนที่เข้ามา กู้กใหญ่จะเป็นคนฝึกให้ใครเข้ามาใหม่ก็จะยึดสูตรของทางร้าน” (จิตสิรินทร์ ดิษยะศริน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 พฤศจิกายน 2562)

“จากประสบการณ์ที่ผ่านมาสิ่งที่อยากจะพัฒนาเพิ่มนั้นมี แต่ก็ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจก่อน เป็นสำคัญ ถ้าเศรษฐกิจไม่ดีเราทำไปก็ไม่เกิดประโยชน์ จะทำให้เงินทุนไปจมเปล่าๆ แต่ที่จะเพิ่มเติมเร็วๆ นี้ คือปรับปรุงในส่วนห้องอาหาร ห้องอาหารให้มีเอกลักษณ์ และสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าได้ชิมซ้ำได้มากขึ้น ซึ่งคิดทบทวนอยู่หลายครั้งเพราะต้องลงทุนเยอะ” (พนิตดา เลิศฤทธิสมบูรณ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤศจิกายน 2562)

“จะดำเนินการโดยพัฒนาทุกๆ เรื่องไปเรื่อยๆ เพราะเราก็เริ่มจากเล็กๆ และขยายมา เราไม่หยุดที่จะพัฒนาจึงมีการตรวจสอบเรื่องอาหาร เรื่องปรับปรุงสถานที่ และระบบจัดการใหม่ๆ มีการปรับเปลี่ยนรายการอาหารใหม่ ตกแต่งสถานที่ อบรมพนักงาน และอาจจะมีการขยายร้านเพิ่มเติมจากเดิมอีก” (เบญจวรรณ ปิยะวรรณรัตน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 ธันวาคม 2562)

“เท่าที่ผ่านมาจะดำเนินการโดยประสบความสำเร็จพอสมควรแล้ว เพราะเราสามารถอยู่ได้มานานเป็นสิบๆ ปีแล้ว ซึ่งสิ่งสำคัญคือ เงินทุนที่จะเป็นต้องมีสำรองไว้ เพราะจำเป็นที่จะต้องเสียภาษี การลงทุนปรับแต่งเพิ่มเติม วัตถุดิบที่ราคาขึ้นๆ ลงๆ อัตราค่าจ้างคนงาน เพื่อสร้างความมั่นคงในด้านบริการ และอาหารที่รสชาติคงที่ เพราะเห็นปัญหาบางร้านที่ลงมือทำเองไม่ได้ต้องจ้างแรงงานทั้งหมดและจำเป็นต้องปรับเงินเดือนให้เหมาะสม ถ้าไม่เหมาะสมพอถูกจ้างก็ลาออก ทำให้ประสบปัญหาในเรื่องรสชาติอาหารเปลี่ยน ลูกค้าหนี แต่ของร้านเราโชคดีที่

สามารถทำกันได้ ทำให้ไม่ค่อยมีปัญหาพวกนั้น เพราะยังมีตัวตายตัวแทนคนที่ไม่
อยู่ก็ยังมีอีกคนที่ช่วยแทนกันได้ ทุกคนทำแทนกันได้ช่วยกันได้หมด”
(อนุชิต สุทัศน์ ณ อยุธยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2563)

“มีวิธีการโดยมุ่งเน้นที่การบริหารจัดการ และบริการ เพราะร้านเราอยู่ในซอยเราคิดว่า
เราประสบความสำเร็จในการที่จะดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการที่ร้านเรา
ทำให้ร้านประสบความสำเร็จและเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น โดยการทำโฆษณา
โปรโมท และใส่ใจบริการให้ดี แทนที่จะนั่งคอยลูกค้าให้มาหาเราเราต้องออกไปหา
ลูกค้า สิ่งเหล่านี้ เกิดจากพัฒนาตัวเองโดยศึกษาลองทำตั้งเป้าหมาย อดทน
จนทำให้ลูกค้าดีใจบอกปากต่อปากและลูกค้าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ” (รุจิภัตต์
วัตทีเจริญ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มกราคม 2563)

จากรายละเอียดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการสรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค
(SWOT) ของปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา
ดังตารางที่ 5.8 แสดงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของปัจจัยความสำเร็จของการ
ประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 5.8 แสดงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

	ปัจจัยที่เอื้อประโยชน์	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ
ปัจจัยภายใน	<p>จุดแข็ง (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> ใส่ใจการบริการของลูกค้าช่วยให้พวกเขามีประสบการณ์ที่ดีกับการใช้บริการร้านอาหารไทย มีการพัฒนาตัวเองโดยศึกษาลองทำตั้งเป้าหมาย อดทน การทำโฆษณา โปรโมท จัดโปรโมชัน และใส่ใจบริการให้ดี การพัฒนาสูตรอาหารใหม่เป็นประจำ สร้างการดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้า 	<p>จุดอ่อน (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> ถ้าเศรษฐกิจไม่ดีจะทำให้เงินทุนไปจมและไม่เกิดประโยชน์ต่อกิจการ ปัญหาการเลิกจ้างงาน ทำให้ระบบจัดการบริหารไม่มั่นคง ภายใต้อสถานการณ์โควิด-19 ขาดแคลนแรงงานฝีมือที่เชี่ยวชาญอาหารไทย
ปัจจัยภายนอก	<p>โอกาส (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> รสชาติของอาหารไทยที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น การจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ที่ถูกต้อง จะทำให้ลูกค้าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ความคุ้มค่าจะทำให้ลูกค้าติดใจบอกปากต่อปาก 	<p>อุปสรรค (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> สภาพเศรษฐกิจภายใต้อสถานการณ์โควิด-19 โดยจะกิจการจะต้องมีเงินทุนเพียงพอในการหมุนเวียน ความกังวลต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคจนไม่กล้าใช้จ่าย

บทที่ 6

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมของความความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลการวิเคราะห์สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

6.1 สรุป

6.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกา เป็นเพศ หญิง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีสถานภาพ สมรส จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รายได้ 100,000 บาทขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และมีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา 6-10 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2

6.1.2 ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ พบข้อสรุป 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านแรงงาน ส่วนใหญ่มีจำนวนแรงงาน 6-10 คน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และมีแหล่งแรงงานที่ใช้ในการประกอบกิจการมาจากแรงงานจากในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3

2) ด้านเงินทุน ส่วนใหญ่มีจำนวนเงินลงทุนที่ใช้ลงทุนในระยะเริ่มต้น 100,001-300,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 และมีแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนร้านอาหารไทยใน ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็น เงินทุนสะสมในครอบครัว จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9

3) ด้านวัตถุดิบในการผลิต ส่วนใหญ่ใช้แหล่งวัตถุดิบหลักในการผลิตนำเข้าจาก ประเทศไทย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4

4) ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ส่วนใหญ่แหล่งเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการ ประกอบธุรกิจที่นำเข้าจากประเทศไทย จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 76.4

นอกจากนี้ ปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ สามารถแบ่งจำแนก ออกเป็น 4 ด้านสำคัญ ได้แก่

1) ปัจจัยพื้นฐานด้านแรงงานมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ประกอบด้วย 7 ด้านสำคัญ ดังนี้

1.1) ด้านความซื่อสัตย์ การคัดเลือกแรงงานจากพฤติกรรมความซื่อสัตย์ที่มีตนเอง ความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น ความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่การงาน เพราะความซื่อสัตย์จะทำให้พนักงาน ไม่ให้ข้อมูลที่บิดเบือนจากความเป็นจริง ที่เป็นเหตุให้เกิดปัญหาหรือความเข้าใจผิดได้ การหลีกเลี่ยง การดักเตือนหรือแจ้งผู้ที่ทำผิดระเบียบหรือกฎของสถานประกอบการ การปฏิเสธและไม่ยอมรับ ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นหรือการกล่าวโทษอ้างถึงผู้อื่นอยู่เสมอ ไม่ละเมิดกฎระเบียบของสถาน ประกอบกิจการ ซึ่งพฤติกรรมความซื่อสัตย์สังเกตได้จาก การรับฟังและไม่นำข้อมูลของผู้อื่นมา เปิดเผย การดูแลและรักษาทรัพย์สิน และผลงาน/ผลประโยชน์ของสถานประกอบการอยู่เสมอ ไม่ นำทรัพย์สินของสถานประกอบการมาใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัว ประพฤติตนตามระเบียบหรือกฎ ของสถานประกอบการอยู่เสมอ

1.2) ด้านความขยันและอดทน ด้านความขยันและอดทนเป็นพฤติกรรมที่ทาง ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยจะใส่ใจพิจารณาเลือกเป็นอันดับต้นๆ เพราะความอดทนและ ความขยันหมั่นเพียรในการทำงานมีความสำคัญและความจำเป็นอย่างมาก เพราะความ ขยันหมั่นเพียรเป็นพฤติกรรมของบุคคลที่สามารถเอาชนะปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการทำงาน ได้ดี และยังสามารถนำไปใช้สำหรับการดำรงชีวิตในสังคมได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะแตกต่างจาก พฤติกรรมความเกียจคร้านเพราะจะส่งผลเสียทั้งชีวิตการทำงานชีวิตครอบครัวและสังคมได้

1.3) ด้านความรับผิดชอบ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในการเลือกแรงงานจากพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีความเข้าใจและยินดีให้ความร่วมมือในการปฏิบัติหน้าที่ ยอมรับผลของการปฏิบัติงาน โดยลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่มีความรับผิดชอบต่อที่ดี จะแสดงออกถึงพฤติกรรมการทำงานตามขั้นตอนที่วางไว้ได้อย่างเป็นระบบ ปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจ ละเอียดรอบคอบ ส่งผลให้งานสำเร็จตามกำหนดที่วางเป้าหมายไว้สู่ความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4) ด้านการมีระเบียบวินัย ในการคัดเลือกแรงงานของผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ใส่ใจพฤติกรรมเกี่ยวกับการรักษาวินัยและการตรงต่อเวลาเป็นสำคัญ เพราะระเบียบวินัยเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การสร้างพฤติกรรมการมีระเบียบวินัย จะก่อให้เกิดความสงบสุขในการทำงานร่วมกัน ส่งเสริมการเรียนรู้ความหมายของการมีวินัยแห่งตน และพฤติกรรมของผู้มีวินัยในตนเอง มีความตั้งใจในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จสิ้น การรู้ถึงสิทธิของตนเองและเคารพสิทธิของผู้อื่น ตัวอย่างการฝึกพฤติกรรมการมีระเบียบวินัย เช่น กิจกรรม 5 ส 1. สะสาง 2. สะดวก 3. สะอาด 4. สุขลักษณะ 5. สร้างนิสัย

1.5) ด้านการทำงานเป็นทีม พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม แรงงานหรือบุคลากรสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการทำงานแบบมีส่วนร่วมของบุคลากรในหน่วยงานได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะความเข้าใจในเรื่องการสื่อสารระหว่างกันการปฏิบัติหน้าที่ที่ถูกต้อง ทำให้การปฏิบัติงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความจำเป็นของการทำงานเป็นทีมเป็นลักษณะที่ดี สมาชิกที่อยู่ในทีมหรือแผนกต่างๆ จะต้องเข้าใจเป้าหมายในการทำงานของทีมหรือแผนกของตน การสื่อสารในทีมงานจะต้องมีการประสานงาน การรับฟัง และเสนอความเห็น ความเสียสละ การตัดสินใจโดยทีม รวมถึงมีความรับผิดชอบต่อผลของการตัดสินใจร่วมกัน ปัญหาอุปสรรคในการทำงานในทีมและแนวทางแก้ไข โดยเฉพาะเข้าใจองค์ประกอบของการสื่อสาร คุณลักษณะของผู้สื่อสารที่ดี หลักการสื่อสารที่ดี แนวปฏิบัติสำหรับแรงงานในการปฏิบัติงานตามคำสั่งที่เป็นลายลักษณ์อักษรและคำสั่งที่เป็นวาจา วิธีการสื่อสารในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เครื่องมือช่วยในการสื่อสาร การเลือกใช้เครื่องมือและวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับสถานการณ์

1.6) ด้านความคิดสร้างสรรค์ พิจารณาโดยมุ่งเน้นพฤติกรรมในด้านของความคิดสร้างสรรค์ ด้านเทคนิคในการแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงงาน เพราะการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์มีความสำคัญในงานผลิตทุกกระบวนการปฏิบัติงานกระบวนการในการคิดลักษณะต่างๆ

ที่เกิดขึ้นในตัวผู้ปฏิบัติงาน ที่จะส่งผลให้งานประสบความสำเร็จ ตามเป้าหมาย ที่สถานประกอบการ หรือหน่วยงานได้วางไว้

1.7) ด้านใฝ่เรียนรู้ พฤติกรรมในด้านการใฝ่เรียนรู้ เป็นพฤติกรรมที่ทางผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงประโยชน์ที่มีต่อบุคลากรและต่อสถานประกอบการเป็นอย่างมาก เพราะการเรียนรู้จะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าในอาชีพของตน และช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานของสถานประกอบการบรรลุถึงวัตถุประสงค์ การใฝ่เรียนรู้ของพนักงานจะแสดงออกถึงความกระตือรือร้นและสนใจแสวงหาความรู้อยู่เสมอ มุ่งมั่นที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ สามารถนำความรู้หรือทักษะที่มีไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม โดยจะต้องเรียนรู้ถึงวิธีการเรียนรู้ประเภทต่างๆ ทักษะพื้นฐานที่สำคัญต่อการเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ เช่น ทักษะด้านการฟัง การซักถาม การอ่าน การคิด การเขียน และการปฏิบัติ แนวทางเรียนรู้ให้ประสบความสำเร็จจนนำไปสู่การพัฒนาตนเองให้ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี พัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งแนวโน้มทางการเมืองที่มีผลกระทบต่อวิธีการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ปัจจัยพื้นฐานด้านเงินลงทุนมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยพื้นฐานด้านเงินลงทุนมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ปัจจัยพื้นฐานในด้านเงินลงทุนมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยการประกอบธุรกิจอาหารไทยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ในการลงทุนเปิดร้านอาหารที่มีขนาดเล็กอาจใช้เงินทุนของผู้ประกอบการธุรกิจเอง หรือเงินสะสมภายในครอบครัวในการดำเนินงานครั้งแรก ซึ่งมีข้อดี คือ เป็นเงินกู้ที่ไม่จำเป็นต้องจ่ายเสียดอกเบี้ยในการกู้ยืม และในส่วนร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากกว่าองค์กรขนาดเล็กส่วนใหญ่จะใช้เงินลงทุนของผู้ประกอบการเอง และกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนต่างๆ ซึ่งผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงแหล่งเงินทุนและการสำรองเงินทุนให้พอเพียงต่อการดำเนินงาน โดยสามารถนำเงินทุนมาใช้ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ผู้ประกอบการที่สามารถจัดการเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพแสดงว่าการประกอบกิจการนั้นประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานอย่างแท้จริง โดยจะต้องคำนึงถึงระยะเวลาของการคืนทุนใช้เวลาระยะสั้นภายในเวลา 1-3 ปี ประกอบด้วย

ในส่วนด้านจำนวนแรงงานที่เหมาะสมนั้นเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญต่อการลงทุน เพราะหากบริหารหรือกำหนดหน้าที่มากจนเกินความจำเป็นต่อพื้นที่การทำงาน จะทำให้ผู้ประกอบการขาดทุน

หรือเสียผลกำไร เพราะการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านเพื่อกำหนดค่าแรงได้อย่างเหมาะสมกับหน้าที่

และสถานที่ซึ่งใช้ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นที่ดินของตนเองหรือการเช่าในการเลือกทำเลที่ตั้งต้องคำนึงถึงประกอบหลายประการ ในกรณีเป็นธุรกิจด้านการผลิตสถานประกอบการควรอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ มีการขนส่งที่สะดวก สามารถติดต่อและมีการคมนาคมได้สะดวก เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการจัดสรรหาวัตถุดิบ การบริการในด้านขนส่ง เป็นต้น

3) ปัจจัยพื้นฐานด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ร้านอาหารไทยมีรสชาติที่มีความหลากหลายและรสชาติเป็นเอกลักษณ์ ผู้ประกอบการจะทำการพิจารณาการเลือกวัตถุดิบในการปรุงจะทำการเลือกจาก

3.1) แหล่งที่มา วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร ส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบจากพืชผักผลไม้ สมุนไพร และเนื้อสัตว์ ซึ่งทางผู้ประกอบการเลือกจากแหล่งภายในท้องถิ่นที่จัดจำหน่าย หรือวัตถุดิบบางส่วนจะทำการติดต่อซื้อจากแหล่งเฉพาะ เช่น ฟาร์มเกษตรกรรม ปศุสัตว์ ประมงที่ได้มาจากแหล่งธรรมชาติ และสั่งซื้อนำเข้าจากประเทศไทย เช่น เครื่องปรุงรส เพื่อคงรสชาติอาหารให้มีเอกลักษณ์มากที่สุด อีกทั้งยังได้มีการปรับปรุงทดลองนำวัตถุดิบประจำท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบเพื่อสร้างรสชาติใหม่ที่แตกต่างให้เข้ากับวัฒนธรรมในพื้นที่นั้นๆ นอกจากนี้การผลิตวัตถุดิบจากการเกษตร มีโอกาสเกิดการปนเปื้อนจากสภาพแวดล้อมได้มาก ทั้งจาก ดิน น้ำ ฝุ่น ละออง อากาศ มลพิษ รวมทั้งปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยยาฆ่าแมลง

3.2) ปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ เพราะเป็นอาหารที่มีรสชาติที่มีเอกลักษณ์ และวัตถุดิบบางส่วนที่เป็นวัตถุดิบเฉพาะและต้องทำการสั่งซื้อนำเข้ามา จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงสัดส่วนปริมาณให้เหมาะสมเพียงพอต่อการใช้ในแต่ละครั้ง อีกทั้งคุณภาพของวัตถุดิบจะต้องมีความสดใหม่ โดยวัตถุดิบประเภทผลไม้บางชนิด เช่น เงาะ ทูเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มังคุด ที่ออกตามมีเป็นฤดูกาล ปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบอาจได้รับผลกระทบจากการเกิดภัยธรรมชาติ การระบาดของโรค แมลง ทำให้ให้ปริมาณวัตถุดิบไม่สอดคล้องกับความต้องการ อาจมีผลทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ ส่งผลให้เกิดความผันผวนด้านราคา

3.3) การเก็บรักษา วัตถุดิบที่ใช้สำหรับการปรุงอาหารส่วนใหญ่จะเป็นอาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ ซึ่งเน่าเสียได้ง่ายด้วยจุลินทรีย์ ปฏิกิริยาทางชีวเคมี ทำให้คุณภาพของวัตถุดิบเสื่อมลงตลอดเวลา จึงต้องมีวิธีการเก็บรักษาที่เหมาะสม เพื่อชะลอการเสื่อมเสีย และข้อจำกัดใน

ส่วนของอาหารสดที่ไม่สามารถเก็บได้นาน หากวัตถุดิบไม่สดใหม่จะกระทบกับคุณภาพการปรุงอาหาร

4) ปัจจัยพื้นฐานด้านเครื่องมือและอุปกรณ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์เอกลักษณ์เฉพาะตัวจดจำได้ง่าย โดยเฉพาะเครื่องหมายการค้าของร้าน หรือ Logo เลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน มีความสวยงาม ทันสมัย โดยออกแบบอุปกรณ์ที่ใช้ในสถานประกอบการ บนโต๊ะอาหาร เช่น จาน ชาม ถ้วย ช้อน ส้อม แก้วน้ำ เป็นต้น ให้สวยงาม อีกทั้งเมนูอาหารในร้านจำเป็นต้องจัดพิมพ์จำเป็นที่จะต้องออกแบบให้สวยงาม โดยมีรูปภาพของอาหารและบรรยายลักษณะอาหารประกอบในรายการอาหาร เพื่อให้ลูกค้าต่างชาติสามารถเข้าใจรสชาติได้ดีขึ้น มีเมนูแนะนำอาหารประจำร้านทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกได้ง่าย และควรคำนึงถึงราคาอาหารที่อาจส่งผลโดยตรงต่อยอดขายของร้าน ผู้ประกอบการควรสำรวจตลาดร้านอาหารรอบข้างเพื่อประกอบการตัดสินใจในการตั้งราคาอาหาร การออกแบบตกแต่งอย่างประณีตสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย การจัดรูปลักษณะของอาหารที่สวยงามชวนรับประทาน รวมทั้งการให้ปริมาณของอาหารที่เหมาะสม

6.1.3 ปัจจัยแวดล้อม

ปัจจัยแวดล้อม สามารถสรุปเป็นรายด้านดังนี้

ด้านการสนับสนุนจากทางสังคม อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ญาติพี่น้อง ครอบครัว ให้การสนับสนุนด้านกำลังใจและเป็นที่ปรึกษา อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมา ญาติพี่น้อง ครอบครัว ให้การสนับสนุนด้านเงินทุน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า หน่วยงานของรัฐในสหรัฐอเมริกา ออกใบรับรองคุณภาพให้กับท่าน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมา ได้รับการสนับสนุนทางการเงินในการประกอบการ โดยสามารถกู้เงินดอกเบี้ยขั้นต่ำจากสถาบันการเงินของรัฐในสหรัฐอเมริกา อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

ด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ได้รับการสนับสนุนทางการเงินสำหรับการตลาด อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.70 รองลงมา ได้รับการสนับสนุนทางการเงินในการประกอบการจากภาคเอกชน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ด้านการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 เมื่อจำแนกเป็น รายชื่อแล้วพบว่า ผู้นำในชุมชนที่ท่านอาศัยให้การช่วยเหลือในด้านความเป็นอยู่ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมา ผู้นำในชุมชนที่ท่านอาศัยให้การช่วยเหลือในด้านข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

นอกจากนี้ ปัจจัยแวดล้อม ยังมีรายละเอียดที่ส่งผลเพิ่มเติม ดังนี้

1) การสนับสนุนจากทางสังคม การสนับสนุนจากทางสังคม พบว่า แรงสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือ 3 ด้าน ได้แก่

1.1) ด้านอารมณ์ ถือเป็นด้านที่สำคัญที่สุดในการที่จะได้รับการสนับสนุนทางสังคม เพราะความเห็นอกเห็นใจ มีความห่วงใยในบริเวณพื้นที่รอบสถานที่ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ซึ่งสามารถแปลงเป็นความหมายในเชิงการกระทำได้ เช่น การให้ความเคารพส่วนบุคคล มิตรภาพ การรับฟังการแสดงความคิดเห็น

1.2) กิจกรรม กิจกรรมจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในสังคมของบุคคลบริเวณโดยรอบ เป็นการสร้างการรับรู้ให้กลุ่มลูกค้าที่ยังไม่รู้จักได้ทำความรู้จักกับธุรกิจได้มากขึ้น หรือบุคคลและกลุ่มลูกค้าที่รู้จักแล้วให้มีความสัมพันธ์อันดีต่อกิจการได้มากยิ่งขึ้น เช่น การจัดงานกีฬา ในท้องถิ่น กิจกรรมเทศกาลต่างๆ เป็นต้น

1.3) ด้านข้อมูลข่าวสาร การให้ข้อมูลที่ช่วยจัดการปัญหาทั้งภายในและภายนอกของบุคคลได้ อีกทั้งในปัจจุบันการแพร่ข้อมูลข่าวสารมีความสะดวกและรวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการสามารถรับรู้ความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน เช่น ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น และความต้องการของลูกค้าที่ได้รับจากการเข้าใช้บริการที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาได้อย่างตรงจุด อีกทั้งในด้านการรับรู้ข่าวสารที่จะทำให้การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงสังครอบด้าน

2) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ พบว่า ในปัจจุบันภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอย่างมากโดยจะเห็นได้จากนโยบายที่ภาครัฐได้ให้นำมาใช้ปฏิบัติโดยจะมุ่งเน้นในระดับล่างเป็นหลัก ซึ่งเป็นรากฐานของ

เศรษฐกิจของประเทศ โดยจากการที่รัฐบาลได้กำหนดเป็นนโยบายและร่วมมือจากภาคเอกชน เพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประสบความสำเร็จ ได้มีการผลักดันให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทยเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศด้วยบริการที่เป็นเลิศ โดยมุ่งพัฒนาส่งเสริมการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารมีการพัฒนานำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อการเก็บรักษาคุณภาพของวัตถุดิบให้มีมาตรฐาน เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถนำเทคโนโลยีอุตสาหกรรมที่เหมาะสมมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต โดยภาครัฐจะมีบทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหารเป็นกลุ่มธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในขนส่ง ลดปัญหาขาดแคลน สามารถควบคุมราคาวัตถุดิบได้อย่างคงที่ เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหารอนาคต

3) การสนับสนุนจากภาคเอกชน การสนับสนุนจากภาคเอกชน พบว่า ในภาคเอกชนมีการลงทุนทำให้เกิดการค้าขายมีผลกำไร มีแผนงานการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจให้ถูกต้องตามนโยบายภาครัฐ โดยที่ภาครัฐที่เป็นหน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริม โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นส่งเสริมภาคเศรษฐกิจโดยรวม แก้ปัญหาเฉพาะหน้า พิจารณาและจัดทำแผนการปฏิบัติที่เด่นชัดและสอดคล้องกับความต้องการสำหรับภาคเอกชนในแต่ละกลุ่ม ทำการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างแท้จริงทำให้การดำเนินงานตามโครงการต่างๆ มีการกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการลำดับความสำคัญก่อนหลังที่ชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทราบและเข้าถึงข้อมูลได้

4) การสนับสนุนจากผู้นำชุมชน การสนับสนุนจากผู้นำชุมชน พบว่า การสนับสนุนจากผู้นำชุมชนที่ทางผู้ประกอบการร้านอาหารไทยได้รับ ผู้นำชุมชนจะมีความเป็นกันเอง ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ อย่างเต็มที่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของชุมชนในการจัดกิจกรรมทั้งของทางภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้ทางสถานประกอบการได้มีส่วนร่วม และสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งสามารถดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น

6.1.4 ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า จากการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่านได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าระดับใด อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 รองลงมา จากการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่านสามารถทำการตลาด และการจำหน่ายสินค้าได้กว้างขวางมากขึ้น และจากการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ท่านได้รับการยอมรับจากทุกคน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

นอกจากนี้ ตัวบ่งชี้ใดที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ประกอบด้วย 4 ด้านสำคัญ ดังนี้

1) ด้านการเงิน การเงินเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการคำนึงเป็นอันดับแรก ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจก่อน เป็นสำคัญ ถ้าเศรษฐกิจไม่ดีจะทำให้เงินทุนไปจม และไม่เกิดประโยชน์ต่อกิจการ โดยจะกิจการจะต้องมีเงินทุนเพียงพอในการหมุนเวียน เพื่อที่จะเป็นต้องมีเงินทุนสำรองไว้ ในการใช้จ่ายด้านต่างๆ เช่น เสียภาษี การลงทุนปรับแต่งเพิ่มเติม และเหตุการณ์ฉุกเฉินอย่างกรณีวัตถุดิบที่ราคาขึ้นๆ ลงๆ อัตราค่าจ้างคนงานที่ต้องปรับเพิ่ม

2) ด้านลูกค้า จำเป็นที่จะต้องใส่ใจการบริการของลูกค้าของคุณช่วยให้พวกเขามีประสบการณ์ที่ดีกับการใช้บริการ และรสชาติของอาหาร รวมถึงบรรยากาศของร้านที่ควรมอบให้กับลูกค้าระหว่างทานอาหาร เป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจของคุณ เพราะสำหรับลูกค้าจำนวนมาก เมื่อได้รับบริการที่ดี และเกิดความคุ้มค่าจะทำให้ลูกค้าติดใจบอกปากต่อปากและลูกค้าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

3) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ร้านจะประสบความสำเร็จและเพิ่มยอดขายได้มากขึ้นจะเป็นที่ที่จะต้องมีการพัฒนาตัวเองโดยศึกษาลองทำตั้งเป้าหมาย อดทน เช่น การทำโฆษณา โปรโมท จัดโปรโมชัน และใส่ใจบริการให้ดี อีกทั้งการพัฒนาสูตรอาหารใหม่ เพื่อสร้างการดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้า

4) ด้านกระบวนการบริหารจัดการภายใน มุ่งเน้นที่การบริหารจัดการและบริการวางแผนและตำแหน่งหน้าที่ให้เหมาะสมกับพนักงาน เพื่อลดปัญหาการเลิกจ้างงาน ทำให้ระบบจัดการบริหารไม่มันคง ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการเป็นอย่างมาก

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่จะใช้แรงงานไม่มากนัก ประมาณ 6-10 เนื่องจากเริ่มจากเงินทุนที่ต้นทุนต่ำค่อนข้างสูงคือ 100,001-300,000 บาท และใช้วัตถุดิบในการผลิตที่นำเข้าจากประเทศไทยเพื่อให้ได้รสชาติอาหารแบบดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครกร ปานเพชร (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศจะต้องใช้เลือกลงทุน โดยกิจการเป็นเจ้าของ 100% และใช้แรงงานในประเทศเข้ามาช่วยบริหาร อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรญา กัณทบุตร (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก : SMEs พบว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการจัดหาและจัดจ้างแรงงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวลีพร มาสเนตร และคณะ (2555) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า จำนวนแรงงานที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 6-10 คน

นอกจากนี้ ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ (1) ปัจจัยพื้นฐานด้านแรงงานมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ประกอบด้วย 7 ด้านสำคัญ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความขยันและอดทน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการมีระเบียบวินัย ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านคิดสร้างสรรค์ และด้านใฝ่เรียนรู้ (2) ปัจจัยพื้นฐานด้านเงินลงทุนมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ใช้เงินทุนของผู้ประกอบการธุรกิจเอง หรือเงินสะสมภายในครอบครัวในการดำเนินงานช่วงแรก ซึ่งมีข้อดี คือ เป็นเงินกู้ที่ไม่จำเป็นต้องจ่ายเสียดอกเบี้ยในการกู้ยืม (3) ปัจจัยพื้นฐานด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ร้านอาหารไทยมีรสชาติที่มีความหลากหลาย และรสชาติเป็นเอกลักษณ์ ผู้ประกอบการจะทำการพิจารณาการเลือกวัตถุดิบในการปรุง จะทำการเลือกจาก แหล่งที่มา ปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ และการเก็บรักษา และ (4) ปัจจัยพื้นฐานด้านเครื่องมือและอุปกรณ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์เอกลักษณ์เฉพาะตัวจดจำได้ง่าย

โดยเฉพาะเครื่องหมายการค้าของร้าน หรือ Logo เลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัคร ปานเพชร (2559) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม พบว่า การดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิต อุปสงค์หรือความต้องการ และรัฐบาล เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ

จากการศึกษาปัจจัยแวดล้อม พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยได้รับการสนับสนุนจากสังคม หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้นำชุมชน อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการจะได้กำลังใจและที่ปรึกษาเป็นคนภายในครอบครัว โดยมีหน่วยงานของรัฐในสหรัฐอเมริกา ออกใบรับรองคุณภาพ และมีภาคเอกชนและผู้นำในชุมชน ช่วยส่งเสริมการตลาด ให้การช่วยเหลือในด้านความเป็นอยู่ อาจเป็นเพราะกิจการร้านอาหารไทยจะต้องผ่านขั้นตอนการตรวจสอบมากมาย เพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่รัฐบาลท้องถิ่นได้กำหนดไว้ เพื่อให้ได้มาซึ่งใบอนุญาตในการประกอบกิจการร้านอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องอาศัยทั้งความอดทนและความเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะปฏิบัติตามกฎระเบียบเพื่อให้ร้านอาหารได้มาตรฐานตามที่รัฐบาลในสหรัฐอเมริกาคำหนดไว้ และทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งถือเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งในการประกอบธุรกิจในสหรัฐอเมริกา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัคร ปานเพชร (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม พบว่า ผู้ประกอบการต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติพร มาสเนตร และคณะ (2555) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส พบว่า แรงงานต่อหนึ่งรายธุรกิจควรใช้แรงงานภายในครอบครัว

นอกจากนี้ การสนับสนุนจากทางสังคม พบว่า (1) แรงสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านอารมณ์ ด้านกิจกรรม และด้านข้อมูลข่าวสาร (2) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ พบว่า ในปัจจุบันภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอย่างมาก โดยจะเห็นได้จากนโยบายที่ภาครัฐได้ให้นำมาใช้ปฏิบัติโดยจะมุ่งเน้นในระดับล่างเป็นหลัก ซึ่งเป็นรากฐานของเศรษฐกิจของประเทศ (3) การสนับสนุนจากภาคเอกชน พบว่า ในภาคเอกชนมีการลงทุนทำให้เกิดการค้าขายมีผลกำไร มีแผนงานการส่งเสริมและพัฒนา

ธุรกิจให้ถูกต้องตามนโยบายภาครัฐ โดยที่ภาครัฐที่เป็นหน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริม โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นส่งเสริมภาคเศรษฐกิจโดยรวม (4) การสนับสนุนจากผู้นำชุมชน พบว่า การสนับสนุนจากผู้นำชุมชนที่ทางผู้ประกอบการร้านอาหารไทยได้รับ ผู้นำชุมชนจะมีความเป็นกันเอง ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ อย่างเต็มที่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของชุมชนในการจัดกิจกรรมทั้งของทางภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้ทางสถานประกอบการได้มีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัคร ปานเพชร (2559) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม พบว่า การสนับสนุนจากรัฐบาลเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจเช่นกัน

จากการศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในระดับมาก อาจเป็นเพราะผู้บริโภคอาหารในอเมริกาต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ในการรับประทานอาหาร จึงมีความต้องการที่จะทดลองชิมอาหารไทย เมื่อเข้ามารับประทานอาหารไทยรวมถึงมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานในร้านอาหารที่มีความเป็นมิตรกับลูกค้า ให้ความรวดเร็วในการบริการ และอาหารสะอาดน่ารับประทาน ทำให้ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ การบริการ เทคนิคการขาย และการตลาดก็มีส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารกับการให้ลูกค้าเป็นสื่อในการโฆษณา ด้วยการบอกปากต่อปาก หรือผ่านทาง Social Media ในช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook Instagram หรือ Google ซึ่งถือเป็นช่องทางที่มีประสิทธิผล รวมไปถึงการศึกษาข้อกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ในเมืองและรัฐที่เราเลือกจะลงทุน ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการประกอบกิจการในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิทักษ์ ศิริวงษ์ และคณะ (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการระบบการจัดการร้านอาหารกรณีศึกษา FoodStory บริษัทลิฟวิ่งโมบาย จำกัด พบว่า ระบบการจัดการร้านอาหาร เพื่อให้ธุรกิจร้านอาหารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและความสำเร็จของผู้ประกอบการระบบการจัดการ FoodStory ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ในด้านต่างๆ และพัฒนาการขายอย่างต่อเนื่องจากด้วยเครื่องมือออนไลน์ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอัชฌาพร กว่างสวาสดี และพัชรภรณ์ ชัยพัฒน์เมธี (2556) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจทางอินเทอร์เน็ต (Internet Entrepreneur) ในรูปแบบพันธมิตรทางการตลาดอินเทอร์เน็ต (Affiliate Internet Marketing) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน พบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการจะต้องบริหารโดยใช้รูปแบบพันธมิตรทางการตลาด

นอกจากนี้ ตัวบ่งชี้ใดที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ประกอบด้วย 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านกระบวนการบริหารจัดการภายใน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรณากันตบุตร (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก : SMEs พบว่า การมีศาสตร์และศิลป์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น โดยพัฒนา ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านกระบวนการบริหารจัดการภายในเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากขึ้น

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

6.3.1.1 จากผลการวิจัยครั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและพัฒนาสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

6.3.1.2 จากผลการวิจัยครั้งนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อบุคลากรหรือพนักงานภายในร้าน โดยเฉพาะพนักงานเสิร์ฟซึ่งเป็นคนกำหนดคุณภาพของการให้บริการ และสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ลูกค้าต้องการพนักงานที่ดูแลเอาใจใส่ มีความกระตือรือร้น เต็มใจให้บริการที่รวดเร็วและสามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหา ผู้ประกอบการมีการจัดอบรมให้มีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารและข้อมูลต่างๆ เพื่อให้พนักงานสามารถให้คำแนะนำเมนูอาหารไทย

6.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

6.3.2.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมของพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารไทยเปรียบเทียบกับร้านอาหารประเภทอื่นๆ และศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ เพื่อนำข้อมูลมาปรับใช้ในการวางกลยุทธ์รักษาลูกค้าเดิม และขยาย/เพิ่มลูกค้าต่อไปในอนาคต

6.3.2.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในการขยายขอบเขตให้กว้างขึ้น โดยสอบถามกลุ่มคนทั้งประเทศไทย ไม่เฉพาะเจาะจงแค่ในสหรัฐอเมริกาเท่านั้น แต่ควรศึกษาในประเทศอื่นๆ เพิ่มเติมด้วย เพื่อให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแต่ละพื้นที่ เพื่อใช้สำหรับในการวางแผนกลยุทธ์ต่อไป ให้สามารถตอบสนองความต้องการแต่ละพื้นที่ได้ตรงใจที่สุด

บรรณานุกรม

- กิจฐเขต ไกรवास และ โกวิท กระจำง. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางรัฐประศาสนศาสตร์*. ชลบุรี: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2557). *การเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกทำให้อุตสาหกรรมอาหารไทย กับปัญหาด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร*. สืบค้น 15 เมษายน, 2563, จาก <http://www.e-journal.dip.go.th/linkclick.aspx?fileticket=za1yotqlbu0%3d/>
- จูน เจริญเสียง. (2558). *การออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย: การวิเคราะห์รายอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศิลป์ปริ้นท์ แอนด์ แพ็ค จำกัด.
- ชนิสาง มอภิชน. (2562). *สถานการณ์และปัญหาของธุรกิจร้านอาหารไทยที่เป็นอุปสรรคต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ: ศึกษาการลงทุนทางตรงของธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา* (Unpublished Master's thesis). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ชวลีพร มาสเนตร, อนิวัช แก้วจันทน์ และอรจันทร์ ศิริโชค (2555). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส. *วารสารมหาวิทยาลัยทักษิณ*, 4(3), 94-107.
- ณรงค์วิทย์ แสนทอง. (2551). *การบริหารผลงานเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ถาวร เอื้อถาวรพิพัฒน์. (2554). *ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็และขนาดย่อมกรณีศึกษากลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็และขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทยในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- พิชิต ฤทธิจรูญ. (2548). *หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ฟ้าสีออฟเคอร์มีสท์
- พิทยา ศิริ. (2556). *ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- พิทักษ์ ศิริวงษ์ และคณะ. (2560). *ประสบการณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการระบบการจัดการร้านอาหารกรณีศึกษา Food Story บริษัทลีฟวิ้ง โอบาย จำกัด*. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2560.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พิมพ์พิศา สังข์สุวรรณ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจก่อสร้างในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- พีรญา กัณทุบุตร. (2559). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก : SMEs. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2(1), 59-76.
- วงศกร ตระกูลหิรัญผดุง. (2556). มอก.9999 แนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภาคอุตสาหกรรม. *For quality management*, 20(19), 23-27.
- วินิชา สานป่า. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบความคิดสร้างสรรค์กับภาวะผู้นำและความสำเร็จในธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริญา ตังณุมิตร. (2558). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.
- สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง. (2559). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยประเภทร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตจังหวัดชลบุรี (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- สุธิดา เสถียรมาศ. (2555). การศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ในการดำเนินงานบุคลากรเป็นผู้ประกอบการและการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ SME (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. (2558). OKMD เครื่องปรุงรสปรุงรส- เครื่องแกงไทยติด 1 ใน 3 สินค้ายอดนิยมในอเมริกา. สืบค้น 15 เมษายน, 2563, จาก <http://www.okmd.or.th/news/organization/3/>
- สำนักงานผู้แทนการค้าสหรัฐอเมริกา. (2554). นโยบายของประเทศไทยที่มีต่อประเทศสหรัฐ. สืบค้น 15 เมษายน, 2563, จาก <http://www.ustr.gov/countries-regions/southeast-asia-pacific/thailand>.
- สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ. (2559). ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร. 15 เมษายน, 2563, จาก http://www.dbd.go.th/download/data_service/2sep.doc

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงวอชิงตัน. (2554). *อเมริกาสำหรับอุตสาหกรรมด้านอาหารและการลงทุนในสหรัฐอเมริกา*. 15 เมษายน, 2563, จาก <https://thaiembdc.org/th/>. สืบค้น 15 เมษายน 2563.
- อัชฌาพร กว้างสวาสดี และพัชราภรณ์ ชัยพัฒน์เมธี. (2556). *ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจทางอินเทอร์เน็ต (Internet Entrepreneur) ในรูปแบบพันธมิตรทางการตลาดอินเทอร์เน็ต (Affiliate Internet Marketing) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, นครปฐม.
- อัศกร ปานเพชร. (2559). *ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- Alsos, G. A., &Ljunggren, E. (2017). The role of gender in entrepreneur–investor relationships: A signaling theory approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(4), 567-590.
- Boling, J. R., Pieper, T. M., &Covin, J. G. (2016). CEO tenure and entrepreneurial orientation within family and nonfamily firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(4), 891-913.
- Cate, C., Fitzgibbon, J. J., & Keller Jr, R. R. (2019). *U.S. Patent No. 10,597,928*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2019). *Crafting high-impact entrepreneurial orientation research: Some suggested guidelines*. New York: Simon And Schuster.
- Ervural, B. C., Zaim, S., Demirel, O. F., Aydin, Z., &Delen, D. (2018). An ANP and fuzzy TOPSIS-based SWOT analysis for Turkey's energy planning. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 82, 1538-1550.
- Fitzgibbon, J. J., & Keller Jr, R. R. (2017). *U.S. Patent No. 9,644,416*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: a theoretical review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 191-220.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Hatt, L. (2018). *What does it mean to think as an entrepreneur? Using threshold concept theory to inform entrepreneurship education*. London: Sage.
- Huang, L., & Knight, A. P. (2017). Resources and relationships in entrepreneurship: an exchange theory of the development and effects of the entrepreneur-investor relationship. *Academy of Management Review*, 42(1), 80-102.
- Lanivich, S. E. (2015). The RICH entrepreneur: Using conservation of resources theory in contexts of uncertainty. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 863-894.
- National Restaurant Association. (2554). *คาดการณ์ตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารในสหรัฐอเมริกา ในปี 2554*. Retrieved April 15, 2020, from <https://www.restaurant.org/home>
- Nørreklit, H., Kure, N., & Trenca, M. (2018). Balanced Scorecard. *The International Encyclopedia of Strategic Communication*, 1-6.
- Pan, Y. (2017). Are You an Excellent International Entrepreneur? Building a Competency Model of International Entrepreneurs Based on the Grounded Theory. *Journal of Service Science and Management*, 10(4), 394.
- Taro, Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row Publications.
- Wales, W. J. (2016). Entrepreneurial orientation: A review and synthesis of promising research directions. *International Small Business Journal*, 34(1), 3-15.
- Wales, W., Gupta, V. K., Marino, L., & Shirokova, G. (2019). Entrepreneurial orientation: International, global and cross-cultural research. *International Small Business Journal*, 37(2), 95-104.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ปรัชญา เหมินสว่าง
วัน เดือน ปีเกิด	1 ตุลาคม 2530
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมกร ท่องเที่ยว, 2553 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง, 2563
ที่อยู่ปัจจุบัน	11/14 หมู่บ้านสัมมากร ถนนนครอินทร์ ตำบลบางขุน กอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130
สถานที่ทำงาน	สมาคมกีฬาทางอากาศและการบินแห่งประเทศไทย ใน พระบรมราชูปถัมภ์
ตำแหน่งปัจจุบัน	พนักงานฝ่ายกิจกรรม

