

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	7
1.4 ขอบเขตการศึกษา	8
1.5 นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
1) แนวคิดธุรกิจกับปัจจัยแวดล้อม	9
2) ทฤษฎีกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการ	15
3) แนวคิดธุรกิจร้านอาหาร	19
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	25
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
3.3 การรวบรวมข้อมูล	28
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	28
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	29

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการร้านอาหารต่างชาติ	30
4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ	30
4.1.2 ข้อมูลด้านการดำเนินงาน	38
4.1.3 ข้อมูลด้านการเงิน	44
4.1.4 ข้อมูลด้านลูกค้า	51
4.1.5 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อธุรกิจ	53
4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบการของธุรกิจร้านอาหารต่างชาติ	55
4.2.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน	55
4.2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	61
4.3 ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจ	67
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุป	75
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	79
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	80
เอกสารอ้างอิง	81
ภาคผนวก	83
ประวัติผู้เขียน	92

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 รายได้ ค่าใช้จ่าย ของครัวเรือน ปี พ.ศ.2524- 2547	2
1.2 รายจ่ายเพื่อการอุปโภคและบริโภคของเอกชน ปี พ.ศ. 2542-2546	3
1.3 ยอดขายของภัตตาคารและร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ.2545	5
1.4 จำนวนร้านอาหารต่างชาติในเขตเทศบาลจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2500-2549	6
3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา	27
4.1 ความเกี่ยวข้องกับธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภท ร้านอาหารต่างชาติ	30
4.2 ขนาดของกิจการจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	31
4.3 รูปแบบการประกอบธุรกิจจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	32
4.4 ประเภทอาหารที่ให้บริการจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	32
4.5 สัญชาติของเจ้าของธุรกิจจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	33
4.6 ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจจนถึงปัจจุบันจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	34
4.7 วันที่ปิดให้บริการจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	35
4.8 ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	35
4.9 เหตุผลสำคัญที่สุดของการเปิดดำเนินธุรกิจจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	36
4.10 เหตุผลสำคัญที่สุดของการเลิกทำเลที่ตั้งจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	37
4.11 กรรมสิทธิ์ในสถานที่ที่ประกอบธุรกิจจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	38
4.12 บุคคลที่ดูแลจัดการกิจการเป็นหลักจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	39
4.13 จำนวนพนักงานทั้งหมดจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	39
4.14 จำนวนพนักงานจำแนกตามหน้าที่จำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	40
4.15 แหล่งวัตถุดิบจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	41
4.16 การใช้วัตถุดิบที่นำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	42
4.17 การใช้วัตถุดิบเพื่อสุขภาพจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	43
4.18 รูปแบบการจำหน่ายอาหารจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	44
4.19 ต้นทุนจดทะเบียนจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	45

4.20	แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการก่อตั้งกิจการจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	46
4.21	จำนวนเงินทุนที่ใช้หมุนเวียนต่อเดือนจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	47
4.22	แหล่งเงินทุนหลักที่ใช้หมุนเวียนจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	48
4.23	ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนของธุรกิจจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	48
4.24	ยอดขายรวมต่อปีจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	49
4.25	ผลกำไรสุทธิต่อปีจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	50
4.26	ภาพรวมของธุรกิจในระยะ 3-5 ปีที่ผ่านมาจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	51
4.27	กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	52
4.28	รูปแบบลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	52
4.29	จำนวนลูกค้าต่อวันจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	53
4.30	ความคิดเห็นการดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคตจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	54
4.31	ความคิดเห็นแนวโน้มธุรกิจในอนาคตจำแนกตามประเภทร้านอาหารต่างชาติ	55
4.32	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการบริหารงาน	56
4.33	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร	57
4.34	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการผลิต	58
4.35	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการเงิน	59
4.36	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกฎระเบียบ	60
4.37	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานในภาพรวม	61
4.38	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	62
4.39	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	63
4.40	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่	64
4.41	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	65
4.42	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการบริการ	66
4.43	ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในภาพรวม	67
4.44	ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการบริหาร	68
4.45	ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านบุคลากร	69
4.46	ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการผลิต	70
4.47	ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการเงิน	71
4.48	ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านกฎระเบียบ	72
4.49	ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการแข่งขัน	73



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป

3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

หน้า

25



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved