บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

จากอดีตถึงปัจจุบัน การท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างรายได้ประชาชาติของไทย กล่าวคือ เป็นแหล่งที่มาของรายได้เข้าประเทศในรูปแบบของเงินตราสกุลต่าง ๆ ที่ได้จากการประกอบธุรกิจ และการบริการทางการท่องเที่ยว ในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมานี้ การเติบโตทางการท่องเที่ยวไทยได้สร้างโอกาสในการทำงาน ทั้งในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและภาคอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง และยังช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ในขอบเขตที่กว้างขวาง ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาเองก็เห็นถึงความสำคัญที่เกิดขึ้น จึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงฯ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวภายในเพิ่มขึ้น โดยคาดหวังให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการกระจายรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากการกำหนดเป้าหมายการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เป็น 20 ล้านคน หรือเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 7 แสนล้านบาท ภายในปี พ.ศ.2551 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551) และแม้ในปี พ.ศ.2552 ซึ่งเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น วิกฤติเศรษฐกิจโลก และสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศ ทำให้รัฐบาลได้เร่งดำเนินมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2552 เพื่อใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งก็ได้ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวใน 2 ไตรมาสสุดท้ายของปี 2552 เพิ่มขึ้น ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี มีจำนวน 527,000 ล้านบาท (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, ม.ป.ป.) ซึ่งเกินจากที่หลายฝ่ายได้คาดการณ์ไว้ สำหรับ ในปี 2553 และปี 2554 ก็เช่นกัน ยังคงใช้แนวทางการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างให้เป็นรายได้หลักที่สำคัญของประเทศดังที่เป็นมา และปรากฏในแนวทางการพัฒนาในแผน 10 (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10) จากข้อมูลการท่องเที่ยว ในปี 2553 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้น จากปี 2552 ถึง 11.96% กล่าวคือ ในปี 2552 มีจำนวน 14,149,841 คน แต่ในปี 2553 มีถึง 15,841,683 คน (http://th.wikipedia.org/wiki เข้าถึงข้อมูล วันที่ 5 เมษายน 2554) ซึ่งหมายถึงรายได้จากการท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

รายได้จากการท่องเที่ยวมาจากภูมิภาคต่าง ๆ หลาย ๆ ส่วนในโลก โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของประเทศไทย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งสร้างรายรับมากที่สุด คือ ประมาณ ร้อยละ 11 ของรายได้รวมทั้งหมด หรือประมาณ ร้อยละ 0.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศไทย รองลงมา คือ ประเทศไต้หวัน ประเทศมาเลเซีย และประเทศจีน ซึ่งมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน และมีจำนวนวันพำนักในประเทศไทยค่อนข้างยาวนาน จึงส่งผลในการเพิ่มรายรับจากการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศไทยในปริมาณมาก (สิทธิศักดิ์ ชุณห์รุ่งโรจน์, 2546 : หน้า 99) ทั้งนี้ หากพิจารณาในแง่จำนวนนักท่องเที่ยวสามารถดูได้จากตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวไทย (15 อันดับแรก)

อันดับ	ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (นักท่องเที่ยวทั้งหมด)
1	มาเลเซีย	1,969,629	12.39
2	จีน	1,127,803	7.12
3	ญี่ปุ่น	984,763	6.22
4	สหราชอาณาจักร	818,303	5.17
5	เกาหลีใต้	815,970	5.15
6	อินเดีย	791,185	4.99
7	ออสเตรเลีย	715,612	4.52
8	ลาว	689,673	4.35
9	สหรัฐอเมริกา	620,496	3.92
10	เยอรมนี	612,620	3.87
11	รัสเซีย	611,019	3.86
12	สิงคโปร์	579,105	3.66
13	ฝรั่งเศส	458,292	2.89
14	เวียดนาม	401,188	2.53
15	ไต้หวัน	385,689	2.43

ข้อมูลจาก กรมการท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ.2553
ที่มา : http://th.wikipedia.org/wiki เข้าถึงข้อมูล วันที่ 5 เมษายน 2554

โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่าง ๆ เหล่านี้ ก่อให้เกิดรายได้จำนวนมาก ซึ่งมาจากการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบหลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวตามธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ฯลฯ โดยรูปแบบต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสรรเพื่อการท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ โดยแต่ละรูปแบบมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่งซึ่งอาศัยทรัพยากรที่เป็นทุนทางสังคม เป็นต้นว่า คุณลักษณะเฉพาะตัวของผู้คน การมีน้ำใจ ความยิ้มแย้มแจ่มใสต้อนรับผู้มาเยือน การมีมารยาทที่ดีงาม มีวิถีชีวิตของผู้คน มีประวัติศาสตร์ ความเป็นมา มีอารยะธรรมที่คล้ายคลึงให้ความรู้สึกใกล้ชิด การเป็นมิตรเหมือนญาติพี่น้อง พฤติกรรม ความเชื่อต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งหลาย ๆ แห่งมีการพัฒนาขึ้นมารองรับนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและภายนอกประเทศในรูปแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะประเทศที่มีวัฒนธรรมความเป็นอยู่ วิถีชีวิต และการบริโภคที่คล้ายคลึงกัน การพัฒนาทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถเจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ได้ ในปัจจุบัน จะเห็นว่า มีการพัฒนาชุมชนและตลาดหลาย ๆ แห่ง เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้นว่า ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ตลาดร้อยปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ตลาดอัมพวา จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งตลาดเหล่านี้ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการบริโภค และศึกษาวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน นับเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ได้รับ

ความนิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาอาหารอร่อย ๆ ของท้องถิ่นให้ได้เลือกรับประทาน รวมทั้ง การเรียนรู้วิถีชีวิต ความงดงามทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการบริโภคที่มีประวัติความเป็นมามีชื่อเสียงและมีความสำคัญในด้านต่าง ๆ มายาวนาน เป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มคนไทยและกลุ่มคนเอเชีย ได้แก่ การท่องเที่ยวในย่านเยาวราช

เยาวราชเป็นย่านไชน่าทาวน์ที่โดดเด่นแห่งหนึ่งของโลก เพราะนอกจากเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าของคนจีนที่มีมายาวนานแล้ว ยังมีอาหารของกินอร่อย ๆ ให้เลือกหลากหลายมาก (ตำรับเด็ดเยาวราช, 2551) เป็นย่านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นแหล่งวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สะท้อนวิถีชีวิต และความเชื่อของชาวจีนในทุก ๆ ด้าน เช่น อาหารการกิน ที่อยู่อาศัย การประกอบอาชีพ การนับถือศาสนา การประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ “เยาวราช” ถือเป็นชุมชนคนจีนที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่ง มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน (เยาวราช คู่มือกินอร่อยฯ, 2551, หน้า 11 – 16) ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตจากความทรงจำของผู้คน นักท่องเที่ยว และพ่อค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับคลื่นคนจีนอพยพที่มีมายาวนานสองสามช่วงอายุคนขึ้นไป ถือได้ว่าเป็นย่านที่จุดประกายความเป็นนักธุรกิจระดับประเทศมาหลายรุ่น และยังเป็นถนนสายวัฒนธรรมที่สร้างความสุขหลายรูปแบบให้ผู้คนทั้งในเรื่องประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตชาวจีนอันอบอุ่น เป็นย่านที่เรียกว่า ทำเลมังกรทอง เพราะเป็นย่านที่ชาวจีนมีความเชื่อว่าเป็นทำเลทอง มีฮวงจุ้ยเหมาะกับการค้า การลงทุน มีคนจีนจำนวนไม่น้อยที่มีบ้านที่สองในย่านที่อยู่อาศัยหรูหราสะดวกสบายอื่น ๆ ในกรุงเทพฯ แต่ยังกลับไปประกอบธุรกิจการค้าในทำเลทองแห่งนี้ ซึ่งมีธุรกิจหลากหลาย ทั้งร้านทองที่มีจำนวนมากจนถือเป็นถนนที่เรียกขานว่า “ถนนสายทองคำ (Golden Street)” แล้วยังเป็นย่านที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจในอดีต รวมทั้งเป็นศูนย์รวมอาหารคุณภาพดี ทั้งอาหารสด อาหารแห้ง และร้านอาหารหลากหลายรูปแบบให้เลือกสรร เป็นแหล่งดึงดูดนักชิม ทั้งชาวจีน ชาวไทย และชาวต่างชาติ ได้มาลิ้มลองอาหาร ชุมชนชาวจีนย่านเยาวราชมีวิถีชีวิตที่ยังคงสามารถรักษารูปแบบเฉพาะของกลุ่มชนเอาไว้ได้อย่างเหนียวแน่น มีกิจกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตอีกมากมาย การดำเนินชีวิตของผู้คนในเยาวราชมีความผูกพันยึดมั่นกับขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นแบบแผนดั้งเดิมสืบทอดมาจากบรรพบุรุษเป็นเวลาที่ยาวนานจนเป็นวัฒนธรรม โดยวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่ชาวจีนธำรงรักษาไว้อย่างเหนียวแน่น คือ วัฒนธรรมการบริโภค เป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถสะท้อนถึงภูมิปัญญา วิถีชีวิตแห่งชนชาติ อาทิเช่น วิธีการปรุงอาหารของชาวจีนที่มีความพิถีพิถันให้ความสำคัญกับการปรุงอาหาร เพื่อให้เหมาะสม และสอดคล้องกับสภาพร่างกายของแต่ละบุคคล การปรุงอาหารของชาวจีน จึงเป็นวัฒนธรรมที่มีรูปแบบเฉพาะเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดจากบรรพบุรุษมาถึงปัจจุบัน (เสาวรัตน์ โพธิพันธ์, 2550, หน้า 1)

นอกจากวิธีการปรุงแล้ว การบริโภคอาหารของคนจีนก็ถือสิ่งที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตและเป็นความเชื่ออย่างหนึ่ง คนจีนต้องกินอาหารดี ๆ ร่างกายทำงานมาเหน็ดเหนื่อยเสร็จการงานอาหารจะต้องดี มีความเหมาะสม ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจร้านอาหารในย่านไชน่าทาวน์ของเมืองต่าง ๆ ทั่วโลก ถือได้ว่าเป็นย่านที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยอาหารการกิน ประกอบกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของคนจีน อีกอย่างที่สำคัญ คือ การค้าขาย มีการดำเนินธุรกิจค้าขายในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นต้นตำรับของธุรกิจ SMEs กล่าวคือ ความเชื่อของคนจีนในด้านความเป็นอยู่ และการประกอบอาชีพค้าขาย ด้วยการอาศัยคนในครอบครัวเป็นฐานหลัก มีความอดทน หนักเอาเบาสู้ การค้าขายทำได้

ทุกรูปแบบ ทุกประเภท จากการศึกษาของ รัญจวน ประวัติเมือง เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ SMEs ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า โดยส่วนใหญ่ ธุรกิจ SMEs ร้อยละเก้าสิบเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์ที่มีลักษณะการดำเนินงานแบบซื้อมาขายไป รวมทั้ง ธุรกิจอาหาร เป็นส่วนใหญ่ (รัญจวน ประวัติเมือง, 2541, หน้า 33)

SMEs ซึ่งเป็นคำย่อจากภาษาอังกฤษว่า Small and Medium Enterprises หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งประกอบไปด้วยกิจการที่ประกอบการผลิต กิจการค้า และกิจการให้บริการ โดยได้กำหนดคุณลักษณะของวิสาหกิจที่จะเป็น SMEs ด้วยการพิจารณาจากเกณฑ์มูลค่าขั้นสูงของทรัพย์สินถาวรของกิจการนั้น ซึ่งเป็นความหมายที่ระดมสมองจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้า บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ฯลฯ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2553) ธุรกิจ SMEs แบบเดิม ๆ จากการศึกษา พบว่า เป็นการบริหารที่มีขอบเขตจำกัดเฉพาะในท้องถิ่น ขาดแคลนแรงงานในบางช่วง การบริหารยังเจอะปัญหาขาดการกระจายและการแบ่งงานที่มีความชัดเจน รวมทั้ง อาศัยความถนัด ประสบการณ์ มากกว่าหลักวิชาการ (รัญจวน ประวัติเมือง, 2541, หน้า ข) แต่ด้วยสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ทำให้รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานและการบริหาร เพื่อการพัฒนาธุรกิจที่แตกต่างกันออกไปตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป (พักตร์ผจง วัฒนสิน, 2542) เพื่อความอยู่รอด เจริญเติบโต และมีผลกำไรอยู่ได้อย่างยั่งยืน

ธุรกิจร้านอาหาร SMEs ถือเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรง ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการนำเที่ยวเพื่อการบริโภค หรือเป็นธุรกิจซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สถานที่ใด ๆ ก็ตามที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่นั้นก็จะมีร้านอาหารคอยให้บริการนักท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร SMEs ย่านเยาวราช ซึ่งเป็นย่านที่มีความรุ่งเรืองทางด้านการค้าและอาหารมายาวนาน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการบริโภคแห่งหนึ่ง ซึ่งมีการประกอบการธุรกิจทั้งขนาดเล็กขนาดกลางมากมาย มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งสองลักษณะ โดยในสภาวะปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคของสังคมแห่งการเรียนรู้ที่ส่งผลกระทบไปยังทุกภาคส่วนของโลก ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543, หน้า 32) รวมทั้ง ปัจจัยอื่น ๆ เป็นต้นว่า สภาวะทางสังคม การเมือง เทคโนโลยี ผู้ซื้อ ผู้ขาย คู่แข่งขันที่มีหลากหลายรูปแบบ เป็นเรื่องที่ธุรกิจทุกประเภทจะต้องไวต่อการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับสถานที่ที่เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจอาหารก็เช่นเดียวกัน มีความจำเป็นที่จะต้องใส่ใจกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของกิจการ

ร้านอาหารในพื้นที่เยาวราชเดิมเป็นธุรกิจที่ดำเนินการเพื่อตอบสนองผู้คนและลูกค้า ซึ่งมีการดำเนินธุรกิจการค้าขายในบริเวณท่าน้ำราชวงศ์ ถนนเจริญกรุง ฯลฯ แต่ในสภาวะปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายขยายตัวกว้างมากขึ้น เนื่องจากชุมชนและพื้นที่มีอัตลักษณ์ วัฒนธรรมเฉพาะถิ่นทำให้พื้นที่ได้รับการส่งเสริมโดยสำนักงานเขตพื้นที่และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวยามราตรีเพื่อการบริโภค และชื่นชมวิถีชีวิตของชาวจีนโพ้นทะเล นอกจากนั้น ธุรกิจอาหารย่านเยาวราชต้องพบกับความเปลี่ยนแปลงของบริบทอื่น ๆ

เป็นต้นว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สภาพการเมือง สภาพสังคม ตลอดจน เทคโนโลยี ซึ่งธุรกิจอาหาร SMEs ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารกิจการ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ อยู่รอด และนำมาซึ่งความมั่นคงทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับประเทศ

จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ทำให้นักวิจัยเกิดประเด็นคำถามว่า ธุรกิจร้านอาหาร SMEs ในย่านเยาวราช ส่วนใหญ่เป็นประเภทไหน และมีรูปแบบปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาธุรกิจในลักษณะไหน อย่างไร การศึกษาถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่ากับนักศึกษา ผู้ร่วมวิจัย ในการเรียนรู้และทำความเข้าใจลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว วิเคราะห์เรียนรู้สภาวะการลงทุน และการบริหารหลัก ๆ ของธุรกิจที่มีส่วนต่อการปรับปรุงพัฒนาและสร้างมูลค่าให้กับคนไปสู่อาชีพการเป็นผู้ประกอบการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างดียิ่ง ตลอดจน เป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างเช่น สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ เขตป้อมปราบ และการท่องเที่ยวฯ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวางแนวทางพัฒนาระบบเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศ นอกจากนั้น ผู้วิจัยในฐานะผู้ที่มีบทบาทในด้านการสอน สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาเนื้อหาในการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจอาหาร SMEs ภายใต้ภาวะการเปลี่ยนแปลงของบริบทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไป เพื่อให้ธุรกิจมีการพัฒนาเพื่อความอยู่รอดและเจริญเติบโตยิ่ง ๆ ขึ้นไป ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจร้านอาหาร SMEs ในย่านเยาวราช
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์การดำเนินงานของธุรกิจอาหาร SMEs ในย่านเยาวราช จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในด้านต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. เพื่อกำหนดรูปแบบการพัฒนาธุรกิจร้านอาหาร SMEs ยามราตรีในย่านเยาวราชที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาค้นคว้าโดยการใช้วิธีการผสมผสาน (Mixed Method) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์หารูปแบบที่เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ ทั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดเนื้อหาในการศึกษาไว้ ดังนี้

1) การวิจัยเชิงปริมาณ

ในการศึกษาโดยการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาที่ครอบคลุมตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรต้น คือ โครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจร้านอาหาร SMEs

ตัวแปรตาม คือ การบริหารเพื่อดำเนินธุรกิจร้านอาหาร SMEs ในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการเงิน การบัญชี การผลิต การบริหารคน และการตลาด

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาเนื้อหาที่ครอบคลุมถึงทิศทางการดำเนินงาน จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค รวมทั้ง แนวทางการพัฒนาในมุมมองของผู้เกี่ยวข้อง

ขอบเขตด้านประชากรและสถานที่

1) การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารกิจการร้านอาหาร SMEs **บนถนนเยาวราช และบนถนนซอยย่อยของถนนเยาวราชเท่านั้น**

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้นำเที่ยว นักวิชาการทางด้านการอาหารและการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านอาหารและกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้ง ตัวแทนเขตสัมพันธวงศ์ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

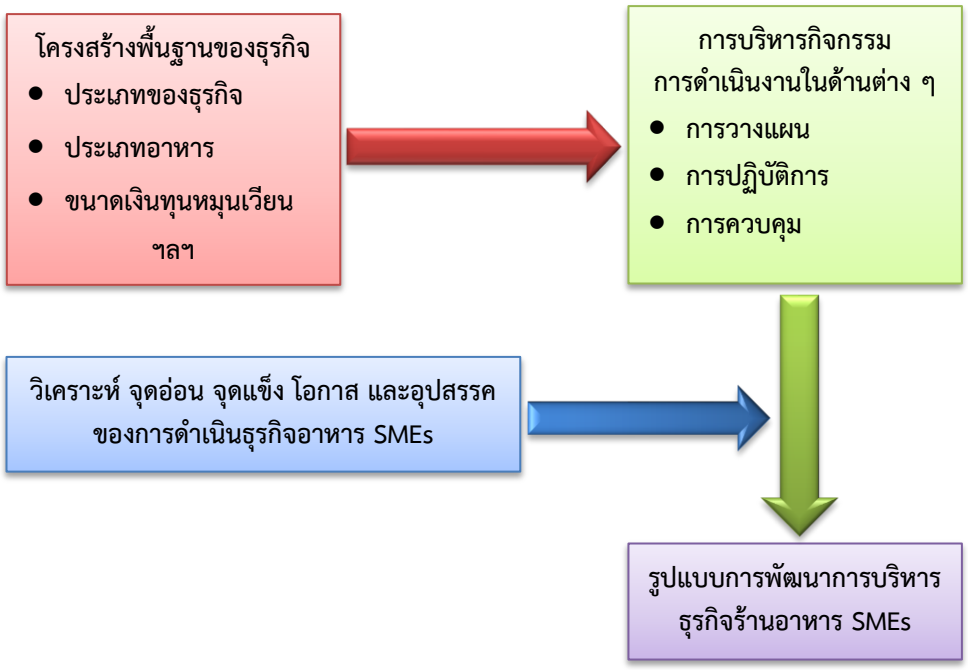
ขอบเขตด้านเวลา

ระหว่าง ธันวาคม 2553 – มีนาคม 2555

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นักศึกษาได้เรียนรู้บทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และวิธีการจัดการร้านอาหารด้านต่าง ๆ ตามสภาพการเปลี่ยนแปลง
2. เป็นข้อมูลให้นักศึกษาได้เรียนรู้แนวทางการประกอบการในธุรกิจร้านอาหาร SMEs ภายใต้ความหลากหลายของลูกค้าต่างชาติ
3. ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ สามารถนำงานวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจอาหาร เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ
4. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในย่านเยาวราช สามารถนำเอาข้อเสนอแนะและรูปแบบในการพัฒนาร้านอาหารไปใช้เป็นแนวทางในการปรับตามบริบทของตนเองในการกระตุ้นเพื่อให้แหล่งรับประทานอาหารในย่านเยาวราชได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว และได้รับการสนับสนุนจากส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น
5. เขตพื้นที่สัมพันธวงศ์ สามารถนำมาเป็นข้อมูลใช้ประกอบการกำหนดแนวทางการพัฒนาช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในทิศทางที่เหมาะสม และเกิดประโยชน์กับส่วนรวม

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

ธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หมายถึง ธุรกิจหรือกิจการ ซึ่งทำการค้าโดย

ใช้สินทรัพย์ถาวรเป็นเกณฑ์

ค้าส่ง : วิสาหกิจขนาดกลาง ไม่เกิน 100 ล้านบาท วิสาหกิจขนาดเล็ก ไม่เกิน 50 ล้านบาท

ค้าปลีก : วิสาหกิจขนาดกลาง ไม่เกิน 60 ล้านบาท วิสาหกิจขนาดเล็ก ไม่เกิน 30 ล้านบาท

ใช้คนงานเป็นเกณฑ์ ดังนี้

ค้าส่ง : วิสาหกิจขนาดกลาง ไม่เกิน 50 คน วิสาหกิจขนาดเล็ก ไม่เกิน 25 คน

ค้าปลีก : วิสาหกิจขนาดกลาง ไม่เกิน 30 คน วิสาหกิจขนาดเล็ก ไม่เกิน 15 คน

และดำเนินงานในการขายอาหารในย่านเยาวราช ซึ่งจดทะเบียน SMEs กับกระทรวงพาณิชย์

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม (Small and Medium Entrepreneur) หมายถึง บุคคลผู้ก่อตั้งและจัดการธุรกิจอาหารในย่านเยาวราช โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการนำธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อแสวงหารายได้

ธุรกิจร้านอาหาร หมายถึง ธุรกิจที่มีการดำเนินงานเกี่ยวกับของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต

โครงสร้างพื้นฐาน หมายถึง ส่วนประกอบอันเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย การลงทุน ประเภทอาหาร ขนาดของกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินงาน พื้นฐานของผู้ประกอบการ รูปแบบการจัดตั้ง และสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป

กระบวนการดำเนินงาน หมายถึง ขั้นตอนในการทำงาน ซึ่งมีความต่อเนื่องเกี่ยวโยงซึ่งกันและกันในกิจกรรมต่าง ๆ อันประกอบด้วย การวางแผน การปฏิบัติการ และกำกับควบคุมให้บรรลุเป้าหมาย

ย่านเยาวราช หมายถึง เขตพื้นที่ซึ่งมีลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้าด้านแคบครอบคลุมจากแม่น้ำเจ้าพระยาตามแนวถนนราชวงศ์ขึ้นไปถนนสำเพ็ง ถนนเยาวราช ถนนเจริญกรุง จนถึงเขตพลับพลาไชย ส่วนด้านกว้างนั้น นับจากเวิ้งนครเขษม วัดตึกไปจรดซุ้มประตูเฉลิมพระเกียรติ และวัดไตรมิตรฯ

ผู้บริหารกิจการ หมายถึง ผู้ที่มีบทบาทในการกำกับดูแลกิจการในฐานะทั้งผู้เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากเจ้าของ

รูปแบบการพัฒนา หมายถึง แนวทางหรือขั้นตอนการส่งเสริมปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของธุรกิจอาหารในย่านเยาวราช