

การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย
เพื่อการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก
อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The Participatory Management of Small Entrepreneurs for Becoming New Era
Entrepreneurs Klongjig Municipality, Bang Pa-in District Ayutthaya Province

วันที่รับบทความ: 9/05/65

วันที่แก้ไขบทความ:

แก้ไขบทความครั้งที่ 1: 09/08/65

แก้ไขบทความครั้งที่ 2: 19/11/65

วันที่ตอบรับ: 28/11/65

เกรียงไกร โพธิ์มีณี *

Kreangkrai Photimanee *

สุภาภรณ์ พรหมฤทัย **

Supaporn Plomelersee **

ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ ***

Kwanming Khumprasert ***

จุฑาทิพย์ พหลภากย์ ****

Jutathip Paholpak ****

จุฑาทิพย์ พงศ์พิทักษ์ *****

Jutatip Pongpitak *****

จินตนา จันทร์เพ็ญ *****

Chintana Chanphen *****

* ปร.ด. (ยุทธศาสตร์การพัฒนา) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (2552) ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

* Ph.D. (Development Strategy), Phranakhon Rajabhat University, (2009). Currently an Assistant Professor in Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University.

** บธ.ด. (การตลาด) มหาวิทยาลัยอีสต์แอสเทีย (2552) ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

** D.B.A. (Marketing), Eastern Asia University, (2009). Currently an Assistant Professor in Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University.

*** ปร.ด. (บริหารการพัฒนา) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2551) ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

*** Ph.D. (Development Administration), National Institute of Development Administration, (2008). Currently an Assistant Professor in Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University.

*** คต. (การอุดมศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547) ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

*** Ph.D. (Education for Locality Development), Chulalongkorn University, (2004). Currently an Assistant Professor in Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University.

**** บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (2562)

**** M.B.A. (Business Administration), Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University. (2019).

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการในการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อยตามความต้องการของลูกค้าของธุรกิจวิถีใหม่ และ 2) สร้างแนวทางการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสอบถามกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จำนวน 400 คน แบบชั้นภูมิตามสัดส่วนตามประเภทธุรกิจ ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ใช้แบบสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่ม 4 กลุ่ม และการระดมสมองกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน จำนวน 34 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้ามีระดับความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย และการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ และการบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย มีอิทธิพลทางตรงกับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย และ 2) แนวทางในการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ ประกอบด้วย การพัฒนาสภาพแวดล้อม เทคโนโลยี เงินทุน และผู้ประกอบการโดยกระบวนการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 1) ร่วมในการตัดสินใจของเจ้าหน้าที่ นักวิชาการ และตัวแทนลูกค้า 2) ร่วมในการปฏิบัติ ในการหาวิธีการ และร่วมกันจัดการข่าวสาร 3) ร่วมในผลประโยชน์ จากการซื้อสินค้าหรือบริการจนแล้วเสร็จ และ 4) ร่วมในการประเมินผลจากการบริหารจัดการ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการบางรายเป็นผู้สูงอายุซึ่งต่อต้านการรับสิ่งใหม่ๆ จึงควรหาวิธีที่เหมาะสมกับการเพิ่มความรู้ความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการแต่ละช่วงอายุ

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ การมีส่วนร่วม ผู้ประกอบการ วิถีใหม่

Abstract

The objectives of research were to: 1) study the participatory management of small entrepreneurs classified by customer needs of new era business and 2) create a participatory management approach for new era of small entrepreneurs. Quantitative research and qualitative research were used in this study. The questionnaires were selected from customers who purchase products of use services. The sample were selected by using stratified sampling of type business. The statistics for data analysis were mean, standard deviation and structural equation model (SEM). The focused group and brainstorming stakeholders, who involve in small enterprise management in community, were used for qualitative research. The results found that 1) the need of customers of new era business, the management and participation of small entrepreneurs overall were in a high level. The need of customers of new era business, the management of small entrepreneurs had directly influenced on participatory small entrepreneurs, and 2) the guidelines for becoming new era entrepreneurs comprised of the development of environment, technology, capital and entrepreneurship. The participatory process consists of 1) participating in decision making of officials, academic and customer's representatives, 2) participating in implementing in order to find out the methods and managing the message, 3) participating in the purchasing benefits from finished goods and services, and 4) participating in evaluating the management.

Keywords: Management, Participatory, Entrepreneurs, New Era

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้คนเกิดความวิตกกังวลไปทั่วโลก มีการปิดเมือง ปิดประเทศ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของไวรัสโควิด-19 หลายธุรกิจได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม จนต้องลดพนักงาน เลิกจ้าง หรือปิดตัวเองลง สำหรับ

ในประเทศไทยกระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศหลักเกณฑ์ วิธีการ และมาตรการการป้องกัน ความเสี่ยงจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 โดยจัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค ติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (ศบค.) จะเป็นผู้กำหนดมาตรการต่าง ๆ รวมถึงการผ่อนปรน การทำงาน ของ ศบค. จะคำนึงถึงปัจจัยด้านสาธารณสุขเป็นหลัก และนำปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ มา ประกอบการพิจารณาโดยจะกำหนดให้มีมาตรฐานกลางของแต่ละประเภทกิจการและกิจกรรม เพื่อให้ทุกพื้นที่ยึดถือปฏิบัติ ได้กำหนดเขตพื้นที่สถานการณ์โควิด-19 ออกเป็นพื้นที่สีแดงเข้ม พื้นที่สีแดง และพื้นที่สีส้ม โดยที่พื้นที่สีแดงเข้มตามมติ ศบค. วันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2564 เป็นพื้นที่ที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด มี 29 จังหวัด กรมควบคุมโรค (Department of Disease Control, 2020)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจัดอยู่ในพื้นที่สีแดงเข้ม ทำให้ผู้ประกอบการในเทศบาล ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับผลกระทบดังกล่าว มีความ จำเป็นต้องปรับการดำเนินงานธุรกิจให้เข้ากับสถานการณ์ ซึ่งแผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566 – 2570) ของเทศบาลตำบลคลองจิก ได้กำหนดทิศทางตามยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านส่งเสริม และพัฒนาคุณภาพชีวิต มีเป้าหมายให้คนในชุมชนเกิดคุณภาพชีวิตที่ดี เทศบาลตำบลคลองจิก (Klongjig Municipality, 2022) เพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการในภาวะที่มีการแพร่ระบาดของ ของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เทศบาลตำบลคลองจิก จึงต้องการทำให้ชุมชนปรับตัวตามสถานการณ์ ดำเนินการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ เพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการนำไปสู่ การเกิดคุณภาพชีวิตในชุมชน

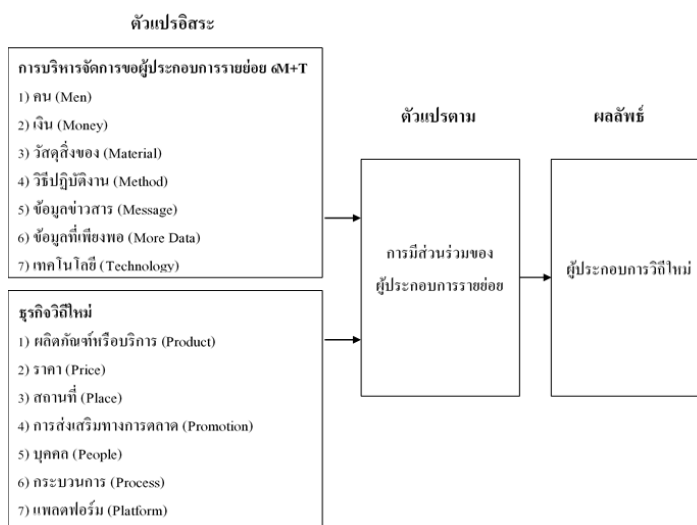
จากเหตุผลดังกล่าวทีมผู้วิจัย จึงสนใจศึกษา การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของ ผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะ อิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเชื่อมโยงการค้าเชิงชีวิตแบบปกติใหม่กับซื้อขายสินค้าหรือ บริการ ในเทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ ผู้ประกอบการรายย่อยได้ปรับตัวการดำเนินงานในวิถีใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การบริหาร จัดการของผู้ประกอบการรายย่อยตรงตามความต้องการของลูกค้าและเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการในการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อยตามความต้องการของลูกค้า ของธุรกิจวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อสร้างแนวทางการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทฤษฎีและงานที่เกี่ยวข้อง

บทบาทด้านการจัดการ (Management Roles) หมายถึง กลุ่มของพฤติกรรมทางการบริหารที่ได้จัดหมวดหมู่ไว้เป็นการเฉพาะ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรกระทำเพราะเป็นความคาดหวังว่าผู้ที่อยู่ในตำแหน่งผู้บริหารหรือผู้จัดการพึงปฏิบัติให้เหมาะสมกับสถานะของงานและความคาดหวังของสังคม เพื่อจะนำองค์การให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 2013) นักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาปัจจัยพื้นฐานของการจัดการไว้หลากหลายปัจจัย ดังเช่น Greenwood, Judd, & Fred, (1988) ได้ระบุถึงปัจจัยพื้นฐานของการจัดการที่สำคัญมีอยู่ 4 ประการ หรือเรียกว่า 4 เอ็ม (4M's) ได้แก่ คน (Men) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) และการจัดการ (Management) ในขณะที่ DuBrin, & Ireland, (1993) ระบุถึงปัจจัยพื้นฐานของการจัดการ 4 ประการ (4M's) คือ คน (Men) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) และเครื่องจักร (Machine) นอกจากนี้ปัจจัยพื้นฐานของการจัดการ 4 เอ็ม (4M's) ข้างต้นแล้ว ผลการวิจัยการบริหารจัดการตลาดสดในยุคปกติใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและลูกค้าย: กรณีตลาดยิ่งเจริญ พบว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการ 6 ปัจจัย (6M) ได้แก่ 1) คน (Men) 2) เงิน (Money) 3) วัสดุสิ่งของ (Material) 4) วิธีปฏิบัติงาน (Method) 5) ข้อมูลข่าวสาร (Message) และ 6) ข้อมูลที่เพียงพอ (More Data) มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและลูกค้าย เกรียงไกร โพธิ์มณี, ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ, สุภาภรณ์ พรหมฤทัย และพัฒน์พงษ์ จันทร์ควง (Photimaneek Kreangkrai, Khumprasert Kwanming, Plomelersee Supaporn, & Chankoung Phattanapong, 2022) ทั้งนี้ ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของทุกคนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งในด้านธุรกิจ และด้านสังคม เทคโนโลยีจึงเป็นองค์ประกอบปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน Lampadarios (2016) และยังเป็นปัจจัยของผู้ประกอบการในปัจจุบันด้วย Nyoni & Bonga, (2018)

องค์ประกอบส่วนประสมการตลาด 4P's ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) 2) ราคา (Price) 3) สถานที่ (Place) และ 4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ซึ่งการตลาดยังรวมถึงการค้นหาระบบข้อมูล และการวางแผน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดตัดสินใจจำเป็นต้องสร้างกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติกำหนดราคา ตัดสินใจว่าจะจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ของตนอย่างไร Kotler, Bowen & Makens, (2010) กรอบการทำงานนี้ได้รับการยอมรับและได้ขยายไปถึงกิจกรรมการตลาดบริการ ได้แก่ 5) คน (People) และ 6) กระบวนการ (Process) Inkson & Minnaert, (2012) ปัจจุบันการคิดค้นเทคโนโลยีปรากฏให้เห็นในรูปของนวัตกรรมด้านสินค้าหรือการบริการ และกระบวนการใหม่ ๆ ซึ่งนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จจะนำไปสู่ธุรกิจใหม่ ๆ ที่ทำให้เจ้าของนวัตกรรมนั้นเติบโตได้อย่างรวดเร็ว แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถสลายธุรกิจเดิม ๆ ที่ไม่ปรับตัว เศรษฐกิจยุค 4.0 จึงเป็นการผสมผสานธุรกิจที่รอดมาจากยุค 3.0 และธุรกิจที่จะเติบโตในยุค 4.0 ข้อสังเกต คือ ธุรกิจในยุค 4.0 เป็นธุรกิจที่ใช้แพลตฟอร์ม (Platform) โดยอาศัยเทคโนโลยียุคดิจิทัลเป็นตัวเชื่อม เกิดการต่อ ยอดสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ สามารถทำให้ธุรกิจขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว ฤทธยา เสกตระกูล (Sektakul, 2020) ดังนั้น แพลตฟอร์มจึงเป็นตัวแปรในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในงานวิจัยครั้งนี้ สรุปตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) 2) ราคา (Price) 3) สถานที่ (Place) 4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) 5) บุคคล (People) 6) กระบวนการ (Process) และ 7) แพลตฟอร์ม (Platform)

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่กลุ่มประชาชน หรือขบวนการที่สมาชิกของชุมชนที่กระทำการออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกัน ที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วม ความสนใจร่วม มีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมทางเศรษฐกิจและสังคม หรือการเมือง หรือการดำเนินการร่วมกันเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจ มติชน ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม หรือการดำเนินการเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจทางการเมือง เศรษฐกิจ การปรับปรุงสถานภาพทางสังคมในกลุ่มชุมชน เกียรติจักร วัจนะสวัสดิ์ (Vajanasawas, 2007) โดย Cohen & Uphoff, (1981) ได้จำแนกการมีส่วนร่วมเป็น 4 ขั้น ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) คือ การมีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มโครงการ โดยมีการอภิปรายถึงปัญหาและความต้องการ 2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ (Implementation) คือ การมีส่วนร่วมในทรัพยากรต่าง ๆ ให้กับโครงการ และการมีส่วนร่วมในการบริหารและประสานงานโครงการต่าง ๆ 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) คือการร่วมรับประโยชน์ และร่วมรับผลสืบเนื่องในทางลบจากโครงการ และ 4) การมีส่วนร่วมใน

การประเมินผล (Evaluation) คือ การมีส่วนร่วมในการประเมินโครงการทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566 – 2570) ของเทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เทศบาลตำบลคลองจิก Klongjig Municipality, (2022) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ เพื่อแสดงสถานการณ์ในอนาคต ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายความคาดหวังที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคตข้างหน้า ซึ่งจะสามารถสะท้อนถึงสภาพการณ์ของท้องถิ่นในอนาคตอย่างรอบด้าน ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ คาดหวังที่จะให้เกิดขึ้นในอนาคต ว่า “ชุมชนน่าอยู่ ผู้พัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจพอเพียง หลีกเลียงยาเสพติด ปลอดภัยจากโรงงาน” โดยกรอบนโยบาย ทิศทางแนวทางการพัฒนาของเทศบาลตำบลคลองจิก ในยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต ได้กำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพให้กับคนในเทศบาลตำบลคลองจิก โดยมุ่งหวังให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดี ข้อมูลจากทะเบียนหนังสือรับรองการแจ้งจดทะเบียนผู้ประกอบการของเทศบาลตำบลคลองจิก ธุรกิจในชุมชนตำบลคลองจิก มีจำนวน 352 แห่ง เทศบาลตำบลคลองจิก (Klongjig Municipality, 2021) ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจการบริการในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ธุรกิจในชุมชนตำบลคลองจิกจำเป็นต้องปรับตัวตามสถานการณ์เพื่อความอยู่รอด การดำเนินการซื้อขาย แลกเปลี่ยน สินค้าหรือบริการในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากอดีตที่ดี

จากเหตุผลดังกล่าวจึงศึกษาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ปัจจัยธุรกิจวิถีใหม่ 7 ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) 2) ราคา (Price) 3) สถานที่ (Place) 4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) 5) บุคคล (People) 6) กระบวนการ (Process) และ 7) แพลตฟอร์ม (Platform) ปัจจัยการบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย ได้แก่ 1) คน (Men) 2) เงิน (Money) 3) วัสดุสิ่งของ (Material) 4) วิธีปฏิบัติงาน (Method) 5) ข้อมูลข่าวสาร (Message) 6) ข้อมูลที่เพียงพอ (More Data) และ 7) เทคโนโลยี (Technology) และการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย เชื่อมโยงการดำรงชีวิตแบบปกติใหม่กับซื้อขายสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยได้ปรับตัว

การดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย ตรงตามความต้องการของลูกค้าและเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ระเบียบวิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยการผสมผสาน (Mixed Methodologies) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ลูกค้าที่ใช้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการในเทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 9,339 คน (สถิติบ้านจากทะเบียนบ้าน ตำบลคลองจิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ข้อมูลเดือนกันยายน 2564) โดยจะทำการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่ Hair, Black, Babin, & Anderson, (2010) กำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างตามพารามิเตอร์ และแบ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประเภทธุรกิจในชุมชนเทศบาลตำบลคลองจิก 352 แห่ง Klongjig Municipality, (2021) ใช้การเลือกตัวอย่าง แบบชั้นภูมิ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประเภทธุรกิจการผลิต จำนวน 6 ตัวอย่าง ธุรกิจการค้า จำนวน 82 ตัวอย่าง และธุรกิจบริการ จำนวน 312 ตัวอย่าง

1.2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อยในเทศบาลตำบลคลองจิก ได้แก่ 1) การสนทนากลุ่มกับตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจการผลิต 4 ท่าน ธุรกิจการค้า 6 ท่าน ธุรกิจบริการ 10 ท่าน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ 4 ท่าน และ 2) การจัดการระดมสมองกับตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจการผลิต 3 ท่าน ธุรกิจการค้า 8 ท่าน ธุรกิจบริการ 8 ท่าน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ 8 ท่าน นักวิชาการ 2 ท่าน และตัวแทนลูกค้า 5 ท่าน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน

2.1 เครื่องมือเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : The Index of Item Objective Congruence) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องสูงกว่า 0.5 ทุกข้อ นำไปทดลอง (Try Out) จำนวน 30 คน หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าครอมบาค (Crombach' Alpha Coefficient) มีเกณฑ์ตัดสินว่าค่าประสิทธิสหสัมพันธ์มีค่า 0.80 - 1.00 ซึ่งการหาค่าครอมบาค รวมได้เท่ากับ 0.87 ถือว่าแบบสอบถามนี้ สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ได้

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์ ใช้ในการสนทนากลุ่ม และการจัดการระดมสมอง

3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 สถิติเชิงพรรณนา หาค่าสถิติพื้นฐานเพื่ออธิบายคุณลักษณะทางด้านปัจจัยส่วนพื้นฐานบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) และการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 สถิติเชิงอนุมาน เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) กับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

3.3 การวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากคำถามปลายเปิดในการสัมภาษณ์จาก การสนทนากลุ่ม และการจัดการระดมสมอง กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย ในเทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการบริหารจัดการในการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อยตามความต้องการของลูกค้า ของธุรกิจวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลจากการเก็บแบบสอบถาม 400 ตัวอย่าง แบบชั้นภูมิ ได้จำนวนลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการประเภทธุรกิจบริการ จำนวน 312 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 70 ธุรกิจการค้า จำนวน 82 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.50 และธุรกิจการผลิตจำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 อายุอยู่ระหว่าง 26 - 42 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ Part Time/อิสระ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50

ตารางที่ 1 ค่าสถิติบรรยายลักษณะของตัวแปรองค์ประกอบ ความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) กับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย

(n = 400)

องค์ประกอบ	ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ	SK	KU
ธุรกิจวิถีใหม่	7P	3.66	0.51	มาก	0.20	-0.26
1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ	P1	3.68	0.63	มาก	0.18	-0.38
2. ราคา	P2	3.61	0.66	มาก	-0.12	-0.96
3. สถานที่	P3	3.89	0.75	มาก	0.31	-0.48
4. การส่งเสริมทางการตลาด	P4	3.31	0.70	ปานกลาง	0.04	-0.91
5. บุคคล	P5	3.82	0.73	มาก	-0.18	-0.77
6. กระบวนการ	P6	3.71	0.68	มาก	0.36	0.04
7. แพลตฟอร์ม	P7	3.48	0.56	ปานกลาง	0.21	0.69
การบริหารจัดการของ ผู้ประกอบการรายย่อย	6M+T	3.61	0.52	มาก	0.39	-0.79
1. คน	M1	3.62	0.51	มาก	-0.04	-0.86
2. เงิน	M2	3.72	0.76	มาก	0.00	0.40
3. วัสดุสิ่งของ	M3	3.59	0.75	มาก	0.30	-0.58

ตารางที่ 1 (ต่อ)

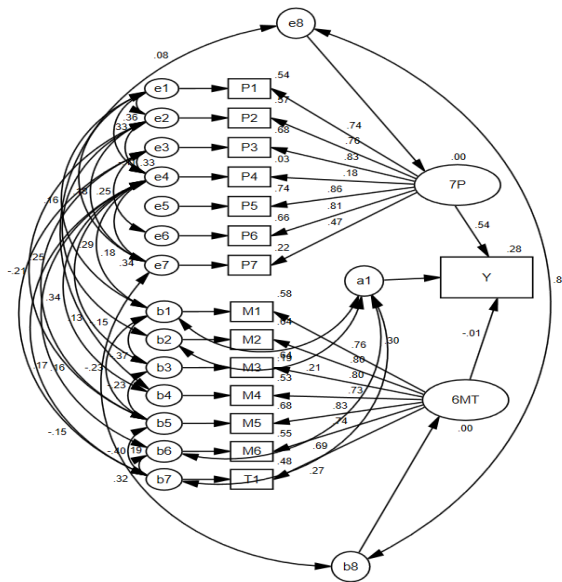
(n = 400)

องค์ประกอบ	ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ	SK	KU
4. วิธีปฏิบัติงาน	M4	3.50	0.61	มาก	0.22	-0.01
5. ข้อมูลข่าวสาร	M5	3.68	0.77	มาก	0.29	-0.35
6. ข้อมูลที่เพียงพอ	M6	3.57	0.59	มาก	0.20	-0.29
7. เทคโนโลยี	1T	3.60	0.64	มาก	0.18	-0.26
การมีส่วนร่วมของ ผู้ประกอบการรายย่อย	Y	3.94	0.57	มาก	0.20	-0.38

จากตารางที่ 1 ค่าสถิติบรรยายลักษณะของตัวแปรองค์ประกอบ ระดับความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) กับ การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย พบว่า 1) ระดับความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.66, S.D.=0.51) โดยองค์ประกอบ 7 ด้าน (P1-P7) มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.31 ถึง 4.3.89 จากค่าเฉลี่ยดังกล่าว แสดงว่าตัวแปรธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมทางการตลาด บุคคล กระบวนการ และแพลตฟอร์ม มีระดับค่าคะแนนที่แสดงถึงความต้องการในระดับมาก 2) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.61, S.D.=0.52) โดยองค์ประกอบ 7 ด้าน (M1-M5, 1T) มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50 ถึง 3.72 จากค่าเฉลี่ยดังกล่าวแสดงว่า ตัวแปรการบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของวิธีปฏิบัติงานข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลที่เพียงพอ และเทคโนโลยี มีระดับค่าคะแนนที่แสดงถึงความต้องการในระดับมาก และ 3) การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.94, S.D.=0.57)

เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (SK) หรือความไม่สมมาตรของการแจกแจงในภาพรวม พบว่า ค่าความเบ้ของทุกตัวแปรใกล้เคียงศูนย์หมด โดยมีความเบ้อยู่ระหว่าง -0.18 ถึง 0.39 เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (KU) หรือความสูงของการแจกแจง พบว่า ตัวแปรที่อยู่ใน

แบบจำลองทุกตัวแปรมีความไต่ต่ำกว่าปกติ โดยมีค่าต่ำกว่า 3 ($KU < 3$) แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีการกระจายข้อมูลในลักษณะค่อนข้างดีแบบ ซึ่งข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้มีการกระจายข้อมูลมาก โดยมีค่าความไต่อยู่ระหว่าง -0.96 ถึง 0.69 การปรับโมเดล โดยพิจารณาตามคำแนะนำในการปรับพารามิเตอร์โมเดลด้วยค่าดัชนีโมเดล (Model Modification Indices : MI) จากการปรับพารามิเตอร์ โดยยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ จนกระทั่งค่าดัชนีความกลมกลืนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยรายละเอียดของการปรับแก้โมเดลเพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืน (Model Fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ รายละเอียดการปรับโมเดลให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 2



Chi-Square = 74.373 (59 df) $P = .086$

GFI = .976, CFI = .996, NFI = .981, RMSEA = .026, RMR = .012

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างความต้องการในธุรกิจวิสาหกิจใหม่ (7P's) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) กับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย หลังปรับโมเดล

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) กับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อยหลังปรับโมเดล พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า ไคสแควร์ (χ^2) ซึ่งมีค่า 74.373 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 59 ค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.086 ค่าดัชนีความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.976 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) เท่ากับ 0.996 ค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงสัมพันธ์ (NFI) เท่ากับ 0.981 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.026 และมีดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.012 และค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.26 เมื่อพิจารณาผลประมาณค่าอิทธิพลของตัวแปรแฝงในโมเดลสมการโครงสร้างของความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) มีอิทธิพลทางตรง โดยมีขนาดอิทธิพลที่ระดับปานกลาง (0.54) กับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย และการบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) มีอิทธิพลทางตรง โดยมีขนาดอิทธิพลที่ระดับต่ำมาก (-0.01) กับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย จากข้อมูลข้างต้นสามารถประเมินความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) กับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย

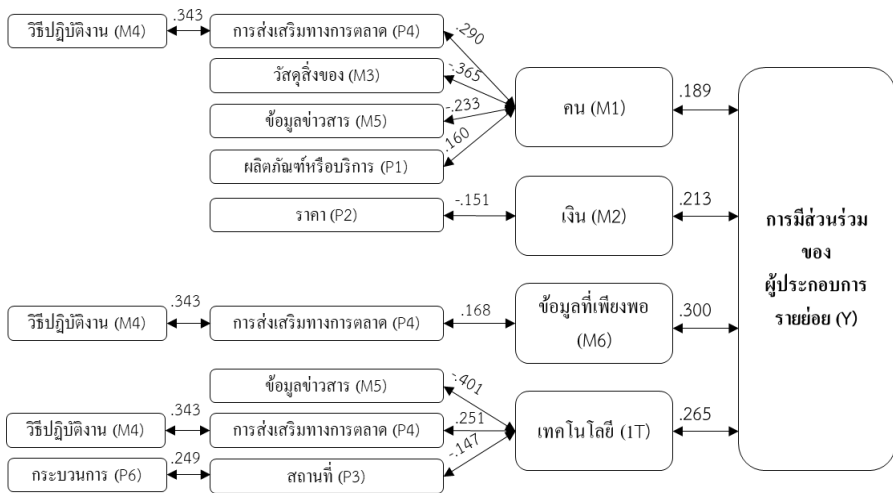
ค่าสถิติ		Chi-Square = 74.373, df = 59, χ^2/df = 1.26, GFI = 0.976, CFI = 0.996 NFI = 0.981, RMSEA = 0.026, RMR = 0.012					
		ตัวแปรผล					
ตัวแปรเหตุ	ธุรกิจวิถีใหม่ (7P's)			การบริหารจัดการ (6M+T)			
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	
ธุรกิจวิถีใหม่ (7P's)							
1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (P1)	0.737***	-	0.737***	-	-	-	
2. ราคา (P2)	0.755***	-	0.755***	-	-	-	
3. สถานที่ (P3)	0.827***	-	0.827***	-	-	-	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ค่าสถิติ		Chi-Square = 74.373, df = 59, χ^2/df = 1.26, GFI = 0.976, CFI = 0.996 NFI = 0.981, RMSEA = 0.026, RMR = 0.012				
ตัวแปรผล						
ตัวแปรเหตุ	ธุรกิจวิถีใหม่ (7P's)			การบริหารจัดการ (6M+T)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
4. การส่งเสริมทางการตลาด (P4)	0.183***	-	0.183***	-	-	-
5. บุคคล (P5)	0.863***	-	0.863***	-	-	-
6. กระบวนการ (P6)	0.814***	-	0.814***	-	-	-
7. แพลตฟอร์ม (P7)	0.469***	-	0.469***	-	-	-
การบริหารจัดการ (6M+T)						
1. คน (M1)	-	-	-	0.762***	-	0.762***
2. เงิน (M2)	-	-	-	0.802***	-	0.802***
3. วัสดุสิ่งของ (M3)	-	-	-	0.797***	-	0.797***
4. วิธีปฏิบัติงาน (M4)	-	-	-	0.727***	-	0.727***
5. ข้อมูลข่าวสาร (M5)	-	-	-	0.826***	-	0.826***
6. ข้อมูลที่เพียงพอ (M6)	-	-	-	0.740***	-	0.740***
7. เทคโนโลยี (IT)	-	-	-	0.690***	-	0.690***
การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ	0.542***	-	0.542***	-	-	-
รายย่อย (Y)				0.015***		0.015***

สร้างกรอบแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยพิจารณาจากโมเดลสมการโครงสร้างความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) กับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย หลังปรับโมเดล ที่มีเส้นความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4 ตัวแปร ได้แก่ คน (M1) เงิน (M2) ข้อมูลที่เพียงพอ (M6) และเทคโนโลยี (IT) ดังนั้นทีมผู้วิจัยจึงใช้ตัวแปรดังกล่าวในการสร้างการมีส่วนร่วมของ

ผู้ประกอบการรายย่อย เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
 ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 เส้นความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย
 เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากภาพที่ 3 เส้นความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงถึงการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อยของเทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกิดจาก 4 ตัวแปร ได้แก่ คน (M1) เงิน (M2) ข้อมูลที่เพียงพอ (M6) และเทคโนโลยี (IT) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ตามโมเดลสมการ โครงสร้าง (ภาพที่ 3) พบว่า ตัวแปรทั้ง 4 มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นด้วย จากความสัมพันธ์เหล่านี้ ทีมผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการพัฒนาตัวแปร คน เงิน ข้อมูลที่เพียงพอ และเทคโนโลยี เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ 1) คน (M1) มีความสัมพันธ์กับ การส่งเสริมทางการตลาด (P4)

วัสดุสิ่งของ (M3) ข้อมูลข่าวสาร (M5) และผลิตภัณฑ์หรือบริการ (P1) 2) เงิน (M2) มีความสัมพันธ์กับ ราคา (P2) 3) ข้อมูลที่เพียงพอ (M6) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมทางการตลาด (P4) และ 4) เทคโนโลยี (IT) มีความสัมพันธ์กับข้อมูลข่าวสาร (M5) การส่งเสริมทางการตลาด (P4) และสถานที่ (P3)

แนวทางในการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยการพัฒนา คน (M1) เงิน (M2) ข้อมูลที่เพียงพอ (M6) และเทคโนโลยี (IT) ดังนี้

1. คน ให้นิยามศัพท์ว่า การพัฒนาผู้ประกอบการ ลูกจ้าง หรือนุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการ รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบการ ใน 4 ด้าน ได้แก่ การส่งเสริมทางการตลาด วัตถุดิบ ข้อมูลข่าวสาร และผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2. เงิน ให้นิยามศัพท์ว่า เงินทุน การบริหารค่าจ้าง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ และใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้าหรือใช้บริการ รวมถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายทั้งหมดเพื่อกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการ

3. ข้อมูลที่เพียงพอ ให้นิยามศัพท์ว่า การเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ของสิ่งแวดล้อมสถานการณ์ปัจจุบัน ลูกค้า ผู้ประกอบการ ของผู้ประกอบการ เพื่อการโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูลของสินค้าหรือบริการ

4. เทคโนโลยี ให้นิยามศัพท์ว่า ความรู้ในการใช้เครื่องมือที่เป็นสื่อกลางบนระบบออนไลน์ ที่เป็นส่วนช่วยในการดำเนินการซื้อ ขาย ติดต่อ ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร การจัดการข่าวสาร การส่งเสริมทางการตลาด และสถานที่

จากการสนทนากลุ่มกับตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจการผลิต 4 ท่าน ธุรกิจการค้า 6 ท่าน ธุรกิจบริการ 10 ท่าน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ 4 ท่าน สรุปได้ดังนี้

1. การบริหารจัดการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) ของผู้ประกอบการ

1.1 ด้านสถานที่ มีการจัดร้านและสถานบริการ ตามแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐกำหนด มีการจัดร้านค้าหรือสถานที่ให้บริการอย่างเป็นสัดส่วนเพื่อรองรับการให้บริการแก่ลูกค้า

1.2 ด้านบุคคล ส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียวหรือเจ้าของกิจการ ลูกจ้างมักเป็นคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัว ปัญหาที่พบ คือ ไม่มีความพร้อมที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ

1.3 ด้านกระบวนการ ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่ปรับการขายเป็นการซื้อกลับบ้านมากกว่าให้ทานที่ร้าน

1.4 ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ส่วนใหญ่ขายสินค้าหรือบริการตามตามถนัด เป็นกิจการที่สืบทอดต่อกันมาในครอบครัว มีการสุ่มตรวจสอบสินค้าหรือบริการเพื่อให้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน

1.5 ด้านราคา การตั้งราคาอิงจากต้นทุน ราคาจึงมีความใกล้เคียงกันกับร้านสะดวกซื้อทั่วไป ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเหมือนร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากไม่ได้มีการสนับสนุนจากผู้ค้าส่ง

1.6 ด้านแพลตฟอร์ม มีผู้ประกอบการจำนวนน้อยที่ลงสินค้าหรือบริการขายผ่านระบบออนไลน์ แอปพลิเคชัน ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีความสามารถในการใช้งานผ่านระบบออนไลน์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ

1.7 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก การส่งเสริมการตลาดจึงเป็นลักษณะการติดป้ายร้าน มีการเข้าร่วมโครงการของทางภาครัฐ เช่น ร้านธงฟ้า

2. การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) ของผู้ประกอบการ

2.1 เงิน ส่วนใหญ่ในเทศบาลคลองจิก เป็นกิจการขนาดเล็ก มีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการต่ำ สภาพคล่องต่ำ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนทำได้ยาก

2.2 ข้อมูลข่าวสาร มีการใช้สื่อออนไลน์ในการรับข่าวสาร ข้อมูลมีการส่งซื้อสินค้าและขายสินค้าผ่านเฟสบุ๊ก ไลน์ ซึ่งระบุว่าการรับข้อมูลผ่านระบบออนไลน์นี้เป็นระบบที่ง่าย ประหยัดค่าใช้จ่าย

2.3 คน ผู้ประกอบการ ลูกจ้าง ที่สามารถรับชำระเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ระบบออนไลน์ยังมีไม่มากนัก เนื่องจากขาดความรู้ และผู้ประกอบการบางรายเป็นผู้สูงอายุซึ่งต่อต้านการรับสิ่งใหม่ ๆ

2.4 เทคโนโลยี ผู้ประกอบการยอมรับถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกิจการว่าสามารถเพิ่มรายได้ และลดค่าใช้จ่ายให้กับกิจการได้ เนื่องจากปัจจุบันทุกคนมีโทรศัพท์มือถือและใช้เทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา

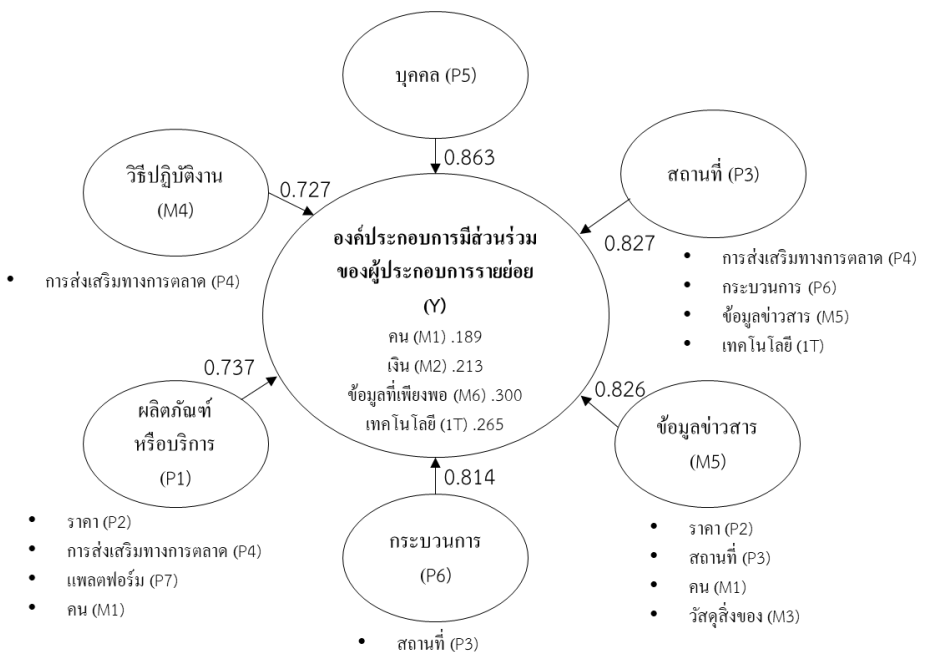
2.5 วัสดุสิ่งของ การปรับตัวตามมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของกิจการ ทำให้กิจการต้องมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นวัสดุ อุปกรณ์ที่กิจการต้องจัดหา

2.6 ข้อมูลที่เพียงพอ เจ้าหน้าที่ของทางเทศบาลจะเป็นผู้แจ้งข่าวสารต่าง ๆ ผ่านช่องทางของ เว็บไซต์ ไลน์ และเฟสบุ๊กของเทศบาลตำบลคลองจิก เกี่ยวกับกิจกรรม ข่าวสาร การปรับตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ให้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

2.7 วิธีปฏิบัติงาน การบริหารจัดการของผู้ประกอบการได้ปฏิบัติตามมาตรการของทางภาครัฐอย่างเคร่งครัด โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทั้งในเรื่องข้อมูลข่าวสาร แนวทางการจัดการกิจการ

3. การบริหารจัดการการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ประกอบการธุรกิจการผลิต เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ประชาชนในเทศบาลตำบลคลองจิก ส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการพัฒนาผู้ประกอบการในตำบลคลองจิก เพื่อให้ผู้ประกอบการมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นจากบริการที่ดี มีสินค้าที่มีมาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็คิดว่าความคิดเห็นจากลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการของกิจการ สามารถนำไปปรับปรุงพัฒนากิจการของตนเองได้

จากความต้องการของลูกค้าในการบริหารจัดการของธุรกิจวิถีใหม่ (ข้อมูลจากแบบสอบถาม) จะเห็นได้ว่าการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้นประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ คน (M1) เงิน (M2) ข้อมูลที่เพียงพอ (M6) และ เทคโนโลยี (IT) ซึ่งการบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม) ผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะพัฒนากิจการของตนด้วยการส่งเสริมจากภาครัฐที่จะมาให้ความรู้ แนะนำแนวทางการปรับตัว การใช้เทคโนโลยี รวมถึงหาแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งความต้องการของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการ กับความต้องการของผู้ประกอบการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น จึงใช้ตัวแปรดังกล่าวในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย ได้ดังภาพที่ 4

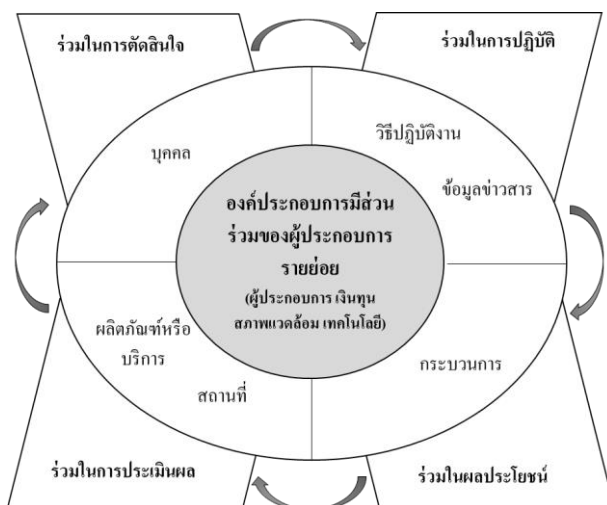


ภาพที่ 4 สรุปประเด็นการมีส่วนร่วมเพื่อการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากภาพที่ 4 เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการให้เป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ ด้วยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน จึงนำผลจากการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) กับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย จัดลำดับ และจัดกลุ่ม เพื่อใช้เป็นประเด็นของการมีส่วนร่วมสร้างแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 สร้างแนวทางการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จัดการระดมสมองกับตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจการผลิต 3 ท่าน ธุรกิจการค้า 8 ท่าน ธุรกิจบริการ 8 ท่าน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ 8 ท่าน นักวิชาการ 2 ท่าน และตัวแทนลูกค้า 5 ท่าน รวมทั้งหมด 34 ท่าน เพื่อหาแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยวิถีใหม่ เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยนำขั้นตอนการมีส่วนร่วมของ โกเฮน และอัฟซอฟ 4 ขั้นตอน มาใช้ในการจัดการมีส่วนร่วมสร้างแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เทศบาล ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 กรอบการมีส่วนร่วมสร้างแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่
เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบการมีส่วนร่วมสร้างแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เทศบาล ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ร่วมสร้างแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ สามารถทำได้โดยการให้ความรู้ ฝึกอบรม รวมถึงการแนะนำแหล่งเงินทุน โดยจัดทำโครงการ ส่งเสริมและพัฒนาคุณสมบัติของผู้ประกอบการ ตามแผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566 – 2570) ของเทศบาลตำบลคลองจิก เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ สภาพแวดล้อม เทคโนโลยี เงินทุน และคุณสมบัติของผู้ประกอบการ ตามลำดับ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อการเชื่อมโยงข้อมูลต่าง การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้ทราบ ข้อมูลของสินค้าหรือบริการ 2) เพื่อการพัฒนาการใช้โทรศัพท์มือถือในชื่อ ขาย ติดต่อ ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า 3) เพื่อการบริหารจัดการเงินทุน รวมถึงวิธีการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากที่ต่าง ๆ และ 4) เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการ ลูกจ้าง หรือบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการในด้าน การส่งเสริมทางการตลาด จัดการวัตถุดิบ มูลข่าวสาร และจัดการผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ (Implementation) ร่วมในการพัฒนาองค์ประกอบของผู้ประกอบการรายย่อยต่าง ๆ ทั้งในด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการหรือแรงงาน เงินทุน สภาพแวดล้อม และเทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมในการบริหารและประสานงานกิจกรรมต่าง ๆ ที่นำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ การดำเนินงาน ประกอบด้วย 4 กิจกรรมต่อเนื่อง เริ่มจาก กิจกรรมการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม เพิ่มคุณค่าด้วยเทคโนโลยี การจัดการเงินทุน และกิจกรรมผู้ประกอบการหรือลูกจ้างวิถีใหม่ ตามลำดับ

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ร่วมรับประโยชน์จากขั้นตอน กระบวนการตั้งแต่การลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการจนแล้วเสร็จได้แก่ 1) ผลประโยชน์ด้านวัตถุ ได้แก่ การมีรายได้เพิ่มขึ้น และมั่นคงมากขึ้นหรือการมีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เพียงพอ มีประสิทธิภาพ หรือคุณภาพดี 2) ผลประโยชน์ด้านสังคม ได้แก่ การได้รับความรู้ มีความสามารถที่จะปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และ 3) ผลประโยชน์ส่วนบุคคล ได้แก่ การที่ผู้ประกอบการได้รับความเชื่อถือต่อสินค้าหรือบริการของตน ที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เพียงพอ มีประสิทธิภาพ หรือคุณภาพดี

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) ร่วมในการประเมินกิจกรรมในการเพิ่มศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย ออกเป็น 4 กิจกรรม เชิงปริมาณประเมินจากจำนวนผู้ประกอบการรายย่อยที่ดำเนินธุรกิจในชุมชนตำบลคลองจิกที่เข้าร่วมกิจกรรม เชิงคุณภาพวัดจากทักษะ ความรู้ ที่ได้จากการจัดกิจกรรม โดยนำผลการประเมินร่วมหาแนวทางปรับปรุง พัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อยในครั้งถัดไป

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยทำให้ทราบถึงความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ ประกอบด้วยเรื่องของ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมทางการตลาด บุคคล กระบวนการ แพลตฟอร์ม และการบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย ประกอบด้วย คน เงิน วัสดุ สิ่งของ วิถีปฏิบัติงาน ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลที่เพียงพอ เทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nyoni & Bonga, (2018) ที่พบว่า เทคโนโลยี ทักษะด้านการตลาด การจัดการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และการเงิน การสนับสนุน เป็นปัจจัยของความสำเร็จของผู้ประกอบการ และงานวิจัยของ Offei, Kissi, & Nani, (2019) ที่พบว่า การเงิน การจัดการ สถานที่ อุปกรณ์ และเทคโนโลยี เป็นประเด็นสำคัญต่อการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ งานวิจัยของ Nair, Chellasamy, & Singh, (2019) ยังสนับสนุนในเรื่องของการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกิจการขนาดกลางและขนาดย่อย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเป็นแรงผลักดันผู้ประกอบการในการเริ่มต้นธุรกิจ นอกจากนี้ งานวิจัยของ Bommel, Nijssen, & Alblas, (2021) ยังให้ข้อเสนอแนะว่าควรส่งเสริมความเข้าใจของฝ่ายการตลาดเกี่ยวกับแพลตฟอร์ม เนื่องจากปัจจุบันแพลตฟอร์มมีผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจ

จากอิทธิพลเชิงสาเหตุของความต้องการในธุรกิจวิถีใหม่ (7P's) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายย่อย (6M+T) กับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อย สามารถสร้างแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยวิถีใหม่ ด้วยการ 1) พัฒนาทักษะการเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ดังงานวิจัยของ Bisma & Pramudita, (2021) ที่ระบุว่า โซเชียลคอมเมิร์ซ สามารถนำเสนอคุณค่าของสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้า เป็นช่องทางสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 2) พัฒนาการใช้โทรศัพท์มือถือหรือเครื่องมืออื่น ๆ ในการซื้อ ขาย ดังงานวิจัยของ Hsieha, & JimWu, (2019) ที่ระบุว่า นวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่สามารถอำนวยความสะดวกในกระบวนการประกอบการ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ 3) ให้ความรู้การบริหารจัดการเงินทุน คำนวณต้นทุนขายทั้งช่องทางหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ว่ามีต้นทุนที่แตกต่างกันอย่างไร ซึ่งงานวิจัยของ Fu, Gu, Xie, Ye, & Cao, (2020)

ที่ระบุว่า ราคาที่เหมาะสมควรตั้งราคาแตกต่างกันไปตามช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ และ 4) พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการ ลูกจ้าง ในด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านวัตถุดิบ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nwaiwu, Duduci, Chronjakova, & Otekhile, (2019) ที่พบว่า ทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพจะนำอุตสาหกรรมไปสู่ความสำเร็จ ดังนั้น การส่งเสริมพัฒนาทั้ง 4 องค์ประกอบนี้ จะทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยได้ปรับตัวการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ มีการบริหารจัดการตรงตามความต้องการของลูกค้า และเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

1. การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย จึงควรศึกษาประเด็นเรื่องของแพลตฟอร์ม ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ มีระดับความต้องการอยู่ที่ระดับปานกลาง เพื่อเป็นการเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับลูกค้าที่นำพาไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจได้ง่ายและเร็วขึ้น

2. ผู้ประกอบการยอมรับถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกิจการ แต่ยังขาดความรู้ ขาดการสอนจากผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการบางรายเป็นผู้สูงอายุซึ่งต่อต้านการรับสิ่งใหม่ ๆ จึงควรหาวิธีที่เหมาะสมกับในการเพิ่มความรู้ความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการแต่ละช่วงอายุ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. บทบาทของคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานประกอบการ มีอิทธิพลต่อธุรกิจใหม่ จึงควรมีการศึกษาความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานประกอบการในประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยมีการพัฒนาเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

2. การเป็นผู้ประกอบการวิธินี้ใหม่จำเป็นต้องมีการพัฒนาผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง จึงควรศึกษาประเด็นอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการยังขาดความรู้หรือสิ่งที่ต้องการได้รับการสนับสนุน เพื่อการส่งเสริมอย่างตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ

References

- Bisma, M. A. & Pramudita, A.S. (2021). Business Model Formulation of Social-Commerce Based Influencer on Instagram Platform. *Journal Organisasi dan Manajemen*. 17(2), 249-264.
- Bommel, T., Nijssen, E. J. & Alblas, A. A. (2021). Marketing involvement in product platform creation: The role of personal and structural coordination mechanisms. *Creativity Innovation Management*. 30(2), 268-285.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation*. New York : Cornell University.
- Department of Disease Control. (2020). *Guidelines for conducting matters Coronavirus disease 2019 for enterprises*. Bangkok : Aksorn Graphic and Design. (in Thai).
- DuBrin, A. J. & Ireland, R. D. (1993). *Management and organization*. 2nd ed. South-West : Cincinnati.
- Fu, Y., Gu, B., Xie, Y., Ye, J., & Cao, B. (2020). Channel structure and differential pricing strategies in dual-channel e-retail considering e-platform business models. *IMA Journal of Management Mathematics*. 32(1), 91–114.
- Greenwood, W. T., Judd, R., & Becker, F. W. (1988). *Prepared under the Auspices of the Policy Studies Organization*. New York : Greenwood Publishing Group.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. NJ : Prentice Hall.
- Hsieha, Y.J., & JimWu, Y. (2019). Entrepreneurship through the platform strategy in the digital era: Insights and research opportunities. *Computers in Human Behavior*. June 2019, 1-40.
- Inkson, C., & Minnaert, L. (2012). *Tourism Management an introduction*. London : SAGE Publication.
- Klongjig Municipality. (2021). *General condition*. Retrieved September 25, 2021, from <https://www.klongjig.go.th/condition.php>. (in Thai) .
- . (2021). *Registration certificate of notification*. Ayutthaya : Klongjig Municipality. (in Thai)
- . (2022). *Local Development Plan (2023-2027) of Khlong Chik, Bang Pa-In, Ayutthaya Province*. Ayutthaya: Klongjig Municipality. (in Thai).
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5th ed. New Jersey : Pearson.
- Lampadarios, E. (2016). Critical Success Factors for SMEs: An Empirical Study in the UK Chemical Distribution Industry. *International Journal of Business Management*. 1(7), 67-82.
- Nair, J., Chellasamy, A. & Singh, B.N. (2019). Readiness factors for information technology adoption in SMEs: testing an exploratory model in an Indian context. *Journal of Asia Business Studies*. 13(4), 694-718.
- Nwaiwu, F., Duduci, M., Chromjakova, F. & Otekhile, C. F. (2019). Industry 4.0 concepts within the Czech SME manufacturing sector: an empirical assessment of critical success factors. *Verslas: Teorija ir praktika/Business: Theory and Practice*. 21(1), 58–70.

- Nyoni, T., & Bonga, W. G. (2018). Anatomy of the Small & Medium Enterprises (SMEs) Critical Success Factors (CSFs) in Zimbabwe: Introducing the 3E Model. *Dynamic Research Journals*, 1(2), 1-18.
- Offei, I., Kissi, E. & Nani, G. (2019). Factors Affecting the Capacity of Small to Medium Enterprises (SME) Building Construction Firms in Ghana. *Journal of Construction in Developing Countries*. 24(1), 49–63.
- Photimane, K., Khumprasert, K., Plomelersee, S., & Chankoung, P. (2022). *Fresh Market Management that Corresponds to the Needs of Trading Partners and Customers in the New Normal Era: The Case Study of Ying Charoen Market*. Bangkok : Phranakhon Rajabhat University. (in Thai).
- Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (2013). *Principles of Management and Organization*. Bangkok : Triple Education. (in Thai).
- Sektrakul, K. (2020). *Entrepreneur's Class*. Bangkok: The Stock Exchange of Thailand. (in Thai).
- Vajanasawas, K. (2007). *Public participation in the implementation of government policies Employment service*. Bangkok: Department of Employment. (in Thai).

