

**ความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน***
**Business Management Capabilities of Micro Entrepreneurs in Bangkok and Its
Vicinity Affecting the Achievement of Financial Goals**



¹พรमित กุลกาลยีนยง, แสงสุข พิทยานุกุล และ สมพร นาคชื่อตรง

¹Pornmit Kulkalyuenyong, Sangsuk Pithayanukul and Somporn Naksuetrong

สถาบันวิทยาการประกอบการแห่งอโยธยา

Institute of Entrepreneurial Science Ayothaya, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: pornmitku@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) การบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ 3) ปัจจัยทางการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 387 คน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับดี หากพิจารณาในมิติย่อย พบว่า มีความสามารถทางการบริหารธุรกิจด้านการดำเนินงานภายใน ด้านลูกค้า และด้านข้อเสนอ ในระดับที่ดีเรียงตามลำดับ แต่มีความสามารถทางการบริหารโครงสร้างการเงินในระดับปานกลาง 2) การบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง หากพิจารณาในมิติย่อย พบว่า การบรรลุเป้าหมายทางการเงินด้านรายได้ สภาพคล่องทางการเงิน และกำไรสุทธิ อยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ 3) ปัจจัยทางการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยทางการบริหารธุรกิจด้านข้อเสนอ ด้านโครงสร้างการเงิน และด้านการดำเนินงานภายใน ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

คำสำคัญ: การบริหารธุรกิจ; เป้าหมายทางการเงิน; ผู้ประกอบการรายย่อย

Abstract

The objectives of this research were to study 1) business management capabilities of micro-entrepreneurs in Bangkok and its vicinity, 2) the achievement of financial goals of micro-

*Received January 12, 2025; Revised March 12, 2025; Accepted March 18, 2025

entrepreneurs in Bangkok and its vicinity, and 3) the factors of business management capabilities affecting the achievement of financial goals of micro-entrepreneurs in Bangkok and its vicinity. This study employed a quantitative research method. Questionnaires were used to collect data from 387 micro-entrepreneurs in Bangkok and its vicinity. The data were analyzed by using statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation, and regression.

The results revealed that: 1) The overall business management capabilities of micro-entrepreneurs in Bangkok and its vicinity were at a good level. When considering to sub-dimensions, they had good capabilities in managing internal operations, customers, and the offers, respectively. However, their capabilities in managing financial structure were at a moderate level. 2) The overall achievement of financial goals among micro-entrepreneurs in Bangkok and its vicinity was at a moderate level. When considering to sub-dimensions, the achievement of financial goals in terms of revenue, financial liquidity, and net profit was also at a moderate level, respectively. 3) The factors of business management capabilities affecting the achievement of financial goals for micro-entrepreneurs in Bangkok and its vicinity indicated that the offers, financial structure, and internal operations significantly affected the achievement of financial goals, ranked in descending order of impact, at a statistical significance level of .05.

Keywords: Business Management; Financial Goals; Micro-entrepreneurs

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ทั้งที่เป็นประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา จากสถิติโดยเฉลี่ยของประเทศต่าง ๆ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากกว่าร้อยละ 99 สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และมีการจ้างงานโดยเฉลี่ยร้อยละ 60-70 ของการจ้างงานทั้งประเทศ (OECD, 2023) ตัวอย่างข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในบางประเทศ ได้แก่ ประเทศอังกฤษ เยอรมนี ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร้อยละ 99.3, 99.6, 99.0, และ 99.0 ตามลำดับ และมีสัดส่วนการจ้างงานที่ร้อยละ 60, 59.4, 70, และ 88 ตามลำดับ (Chartered Management Institute, 2015; German Federal Ministry of Economic Affairs and Energy, 2014; Thailand Development Research Institute, 2019)

ตามที่กฎกระทรวงลงในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2563 ได้จำแนกวิสาหกิจของประเทศไทยออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ วิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อม วิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจขนาดใหญ่ และยังได้จำแนกประเภทการดำเนินงานเป็นกิจการการผลิต กิจการการค้า และกิจการให้บริการ โดยใช้เกณฑ์รายได้ต่อปีและการจ้างงาน (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2024) ดังนี้

กิจการการผลิต: วิสาหกิจรายย่อยมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 1.8 ล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน วิสาหกิจขนาดย่อมมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 100 ล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และวิสาหกิจขนาดกลางมีรายได้ต่อปีตั้งแต่ 100 - 500 ล้านบาท มีการจ้างงานตั้งแต่ 50-200 คน

กิจการการค้า และกิจการให้บริการ: วิสาหกิจรายย่อยมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 1.8 ล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน วิสาหกิจขนาดย่อมมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 50 ล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกิน 30 คน และวิสาหกิจขนาดกลางมีรายได้ต่อปีตั้งแต่ 50-300 ล้านบาท มีการจ้างงานตั้งแต่ 30-100 คน

Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2023) ได้รายงานไว้ว่า ในปี 2566 ประเทศไทยมีวิสาหกิจทั้งหมด 3,242,104 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร้อยละ 99.5 ประกอบด้วย รายย่อยร้อยละ 84.5 วิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 13.5 วิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 1.5 และวิสาหกิจขนาดใหญ่ร้อยละ 0.5 สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในการค้าและบริการ ดังตารางที่ 1 ซึ่งเป็นสถิติที่ใกล้เคียงกับสถิติของประเทศต่าง

หากพิจารณาการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมที่ระดับร้อยละ 35.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ซึ่งยังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศอื่น ๆ แต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจ้างงานสูงถึงร้อยละ 70.4 ของการจ้างงานทั้งประเทศ ซึ่งใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยของการจ้างงานของประเทศอื่น ๆ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ประกอบการ ภาคธุรกิจ และ จำนวนผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขนาดวิสาหกิจ	จำนวนผู้ประกอบการ		ภาคธุรกิจ				จำนวนผู้ประกอบการในกรุงเทพและปริมณฑล
	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (%)	ภาคการผลิต (ราย)/(%)	ภาคการค้า (ราย)/(%)	ภาคบริการ (ราย)/(%)	ภาคอื่น ๆ (ราย)/(%)	
รายย่อย	2,739,530	84.5	428,470 (15.6)	1,174,479 (42.9)	1,080,374 (39.4)	56,207 (2.1)	614,413 (22.4)
ขนาดย่อม	439,058	13.5	79,423 (18.1)	148,922 (33.9)	207,966 (47.4)	2,747 (0.6)	217,998 (49.7)
ขนาดกลาง	47,155	1.5	7,866 (16.7)	23,240 (49.3)	15,664 (33.2)	385 (0.8)	28,123 (59.6)
รวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	3,225,743	99.5	515,759 (16.0)	1,346,641 (41.8)	1,304,004 (40.4)	59,339 (1.8)	860,534 (26.7)
ขนาดใหญ่	16,361	0.5	4,472 (27.3)	7,412 (45.3)	4,368 (26.7)	109 (0.7)	10,644 (65.1)
ทั้งประเทศ	3,242,104	100.0	520,232 (16.0)	1,354,053 (41.8)	1,308,372 (40.4)	59,448 (1.8)	871,178 (26.9)

Source: Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2023)

ตารางที่ 2 สัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ การจ้างงาน และสัดส่วนการจ้างงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขนาดวิสาหกิจ	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (ล้านล้านบาท)	สัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (%)	อัตราการขยายตัว (%)	การจ้างงาน (คน)/(%)	การจ้างงานในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (คน)	สัดส่วนเมื่อเปรียบเทียบกับ การจ้างงานทั้งหมด (%)
รายย่อย	0.50	2.8	4.1	5,426,410 (29.5)	1,513,587	27.9
ขนาดย่อม	2.52	14.0	2.5	5,047,755 (27.5)	2,525,231	50.0
ขนาดกลาง	3.30	18.4	4.3	2,455,839 (13.4)	1,545,355	62.9
รวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	6.32	35.2	3.6	12,930,004 (70.4)	5,584,173	43.2
ขนาดใหญ่	11.60	64.8	2.1	5,432,237 (29.6)	3,908,310	71.9
ทั้งประเทศ	17.92	100	2.5	18,362,241 (100.0)	9,492,483	51.7

Source: Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2023)

ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ จำนวนมาก เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ ปัญหาที่เกิดขึ้นอาจเป็นปัญหาที่เกิดจากภายในและปัญหาจากภายนอก ปัญหาภายใน เช่น การให้บริการลูกค้าไม่ดี ทำให้ลูกค้าหันไปซื้อสินค้าจากคู่แข่งสูงถึงร้อยละ 60 ซึ่งเป็นข้อมูลจากการสำรวจของ American Express (2014) ปัญหาการขาดผู้นำที่มีความสามารถในการบริหารงานแทนเจ้าของที่เป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจ และการขาดการอบรมและพัฒนาทักษะต่าง ๆ ให้แก่พนักงาน สำหรับปัญหาภายนอก เช่น ความไม่เหมาะสมของกระบวนการโซ่อุปทานตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตสินค้า การจัดเก็บ และการส่งมอบสินค้า ต้นทุนการกระจายสินค้าที่สูง และการแข่งขันที่รุนแรงส่งผลให้เกิดต้นทุนในการดำเนินงานสูง (Olawale, 2014) นอกจากนี้ วิสาหกิจขนาดเล็กยังประสบกับปัญหาทางการเงิน เช่น การขาดแคลนแหล่งเงินทุนเนื่องจากไม่ได้รับความน่าเชื่อถือจากสถาบันการเงิน หรือหากได้รับเงินกู้ แต่ต้องเสียต้นทุนทางการเงินที่สูง (Bilal et al. 2016) ส่งผลให้ไม่มีเงินทุนในการซื้ออุปกรณ์หรือวัตถุดิบมาผลิตสินค้าเพื่อขาย และไม่สามารถลงทุนขยายธุรกิจไปยังตลาดใหม่ ๆ ไม่สามารถหากกลุ่มลูกค้าใหม่ หรือ ออกสินค้าใหม่ เป็นต้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กยังต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายแรงงาน การจ่ายค่าจ้างแรงงาน หรือการทำงานล่วงเวลา เช่นเดียวกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ ส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันกับวิสาหกิจรายใหญ่ได้ (Huseynova, 2024)

การศึกษาความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจรายย่อย เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจที่ต้องฝ่าฟันกับปัญหาและอุปสรรคมากมายเพื่อให้สามารถอยู่รอดในธุรกิจ ในช่วง 1-5 ปีแรก จึงจะสามารถเติบโตเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อม ผู้ประกอบการขนาดกลาง และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ตามลำดับ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกผู้ประกอบการรายย่อยที่มีรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่มีจำนวนมากถึงร้อยละ

22.4 และมีการจ้างงานสูงถึงร้อยละ 27.9 ของผู้ประกอบการรายย่อยทั้งหมด ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้ดำเนินธุรกิจอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และยังเผชิญกับการแข่งขันที่สูง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาการบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความสามารถทางการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหาเอกสารแนวคิดทฤษฎี (Documentary Study)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย และการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยโดยใช้ทฤษฎีการบริหารธุรกิจตามแนวคิดโมเดลธุรกิจแคนวาส (Business Model Canvas) ของ Osterwalder, and Pigneur (2010) ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ และ จัดกลุ่มเป็น 4 ด้านตามแนวคิดของ Becker, and Brocker (2021) ได้แก่ 1) ด้านข้อเสนอ (Offer) ประกอบด้วย คุณค่าของสินค้าหรือบริการ (Value Propositions) กิจกรรมหลัก (Key Activities) และ พันธมิตรหลัก (Key Partners) 2) ด้านลูกค้า (Customers) ประกอบด้วย ลูกค้าเป้าหมาย (Customer Segments) และความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) 3) ด้านการดำเนินงานภายใน (Infrastructure) ประกอบด้วย ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels) และ ทรัพยากรหลัก (Key Resources) และ 4) ด้านโครงสร้างการเงิน (Financial Structure) ประกอบด้วย รายได้ (Revenue Streams) และโครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

2) การบรรลุเป้าหมายทางการเงิน ผู้วิจัยใช้แนวคิดของตัวแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และ ด้านการเรียนรู้และการเติบโตของพนักงาน (Kaplan, 2012) แต่การวิจัยในครั้งนี้เลือกมิติด้านการเงินเพื่อศึกษาถึงการบรรลุเป้าหมายทางการเงินเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 614,413 ราย (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2023)

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ซึ่งเป็นสูตรที่ใช้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ได้กลุ่มตัวอย่าง



จำนวน 400 ราย แต่แบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างมีความสมบูรณ์และถูกต้องจำนวน 387 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบเครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือโดยใช้แบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินการ ทุนดำเนินการ จำนวนพนักงาน ส่วนที่ 2 ความสามารถทางการบริหารงานทั้ง 9 องค์ประกอบตามโมเดลธุรกิจแคนวาสใน 4 ด้านจำนวน 33 ข้อ ส่วนที่ 3 การบรรลุเป้าหมายทางการเงิน จำนวน 3 ข้อ ข้อคำถามในส่วนที่ 2 และ 3 เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert, 1932) 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ผู้วิจัยทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบจำนวน 3 คน พบว่า ข้อคำถามในแบบสอบถามทุกข้อมีค่า IOC มากกว่า 0.5 แต่มีการปรับปรุงข้อความตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ข้อคำถามในแบบสอบถามมีการทดสอบหาค่าอำนาจจำแนกโดยวิธี Item Total Correlation ได้ค่าระหว่าง .464-.896 ซึ่งสูงกว่า 0.3 นับว่าเป็นข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำทุกข้อ (Pallant, 2020) และผู้วิจัยทำการทดสอบความเชื่อมั่นโดยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1951) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นที่ .957 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูง

ขั้นตอนที่ 5 การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ประกอบด้วย สื่อสังคมออนไลน์ของสถาบัน ทีมผู้วิจัย และศิษย์เก่า เป็นต้น ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยที่ประกอบธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจนครบจำนวน 400 ราย ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความครบถ้วนและถูกต้องของข้อมูล โดยได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 387 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.8 ระยะเวลาการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 10 พฤศจิกายน 2567 ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2567

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลความสามารถทางการบริหารธุรกิจ และการบรรลุเป้าหมายทางการเงินเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ดีมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00) ดี (คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50) ปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50) ไม่ดี (คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50) และ ไม่ดีอย่างยิ่ง (คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50) (Boonchom, 2017)

การวิเคราะห์ความสามารถทางการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผลการศึกษาวิจัยและการนำเสนอผลการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยทำการสรุปผลการศึกษาและนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยจำนวน 387 ราย ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบของบุคคลธรรมดา ร้อยละ 57.9 เป็นธุรกิจบริการ ร้อยละ 52.5 มีระยะเวลาดำเนินการที่น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 62.0 มีทุนดำเนินการน้อยกว่าหรือเท่ากับ 500,000 บาท ร้อยละ 47.3 และมีจำนวนพนักงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 คน ร้อยละ 65.6 และมีรายละเอียดของผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นที่แสดงถึงความสามารถทางการบริหารธุรกิจในภาพรวม ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = .749) ในระดับดี เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถทางการบริหารธุรกิจด้านการดำเนินงานภายใน ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .922) ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = .761) และด้านข้อเสนอ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = .928) ในระดับที่ดีเรียงตามลำดับ แต่มีความสามารถทางการบริหารโครงสร้างการเงิน ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = .662) ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อความสามารถทางการบริหารธุรกิจ

องค์ประกอบ	ความสามารถทางการบริหาร		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ด้านข้อเสนอ	3.70	.928	ดี
ด้านลูกค้า	3.76	.761	ดี
ด้านการดำเนินงานภายใน	3.84	.922	ดี
ด้านโครงสร้างการเงิน	3.35	.662	ปานกลาง
ภาพรวม	3.66	.749	ดี

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นถึงเกี่ยวกับการบรรลุเป้าหมายทางการเงินในภาพรวม ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 1.113) ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถบรรลุเป้าหมายทางการเงินด้านรายได้ ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 1.228) สภาพคล่องทางการเงิน ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 1.140) และกำไรสุทธิ ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 1.264) ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน

ด้าน	การบรรลุเป้าหมายทางการเงิน		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
รายได้	3.39	1.228	ปานกลาง
กำไรสุทธิ	3.24	1.264	ปานกลาง
สภาพคล่องทางการเงิน	3.37	1.140	ปานกลาง
ภาพรวม	3.33	1.113	ปานกลาง

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยความสามารถทางการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัยได้ประมวลข้อมูลโดยการวิเคราะห์ถดถอยด้วยวิธี Enter พบว่า มิติด้านข้อเสนอ มิติด้านโครงสร้างการเงิน และมิติด้านการดำเนินงานภายใน ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ซึ่งมีนัยสำคัญทาง

สถิติระดับ .05 ($F = 284.767$, $\text{Sig.} = .000$) ส่วนด้านลูกค้าไม่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการบรรลุเป้าหมายทางการเงินในภาพรวมได้ร้อยละ 74.9 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ถดถอยเพื่อหาปัจจัยทางการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	P-value
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	B		
การบรรลุเป้าหมายทางการเงิน					
ค่าคงที่	.371	.209		1.774	.077
ด้านข้อเสนอ	.897	.071	.748	12.723	.000*
ด้านลูกค้า	.145	.094	.099	1.545	.123
ด้านการดำเนินงานภายใน	.415	.114	.344	3.632	.000*
ด้านโครงสร้างการเงิน	-.733	.104	-.370	-7.036	.000*

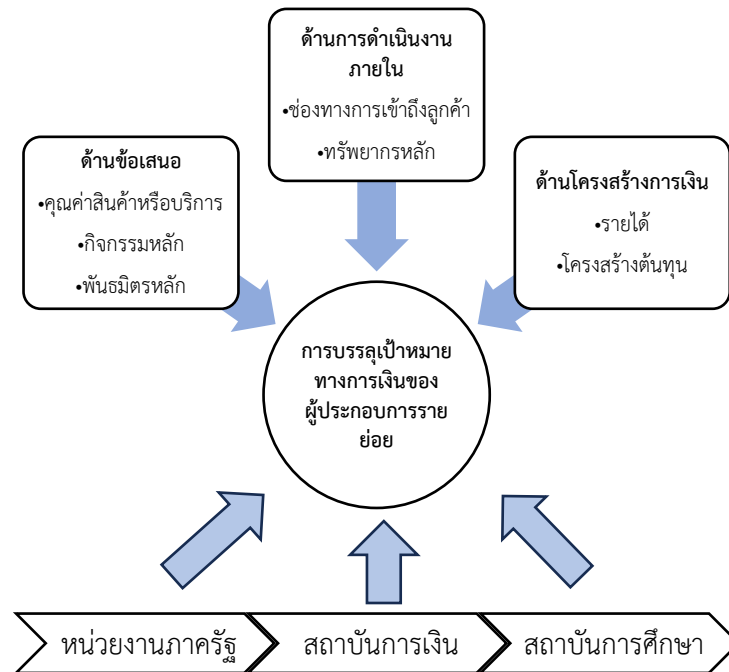
$R^2 = .749$, Adjusted $R^2 = .746$, $\text{SEE} = .560$, $F = 284.767$, $\text{Sig. of } F = .000$

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริณพจน์ที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินได้องค์ความรู้ใหม่ ดังนี้

ผู้ประกอบการรายย่อยมีความสามารถทางการบริหารด้านข้อเสนอและการดำเนินงานภายในอยู่ในระดับดี แต่มีความสามารถในการบริหารโครงสร้างการเงินในระดับปานกลาง และยังส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินในเชิงลบ เนื่องจากต้นทุนส่วนใหญ่ของธุรกิจเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ที่ต้องจ่ายทุกเดือน และด้วยสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ส่งผลให้ผลการดำเนินงานด้านรายได้และกำไรสุทธิไม่บรรลุเป้าหมาย ผู้ประกอบการรายย่อยควรนำแนวทางการจัดทำงบประมาณมาใช้ในการควบคุมทางการบริหาร ซึ่งประกอบด้วยการจัดทำงบประมาณขาย งบประมาณการผลิต งบประมาณวัตถุดิบทางตรง งบประมาณค่าแรงทางตรง งบประมาณค่าใช้จ่ายในการผลิต และงบประมาณเงินสด เป็นต้น หากผู้ประกอบการรายย่อยพบว่าผลการดำเนินงานในเดือนใดที่รายได้ไม่เป็นไปตามงบประมาณที่กำหนด แต่มีค่าใช้จ่ายคงที่ที่ต้องจ่ายเท่าเดิม ผู้ประกอบการรายย่อยอาจต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอื่น ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ในเดือนถัด ๆ ไป เป็นต้น ปัจจัยความสามารถทางการบริหารธุรกิจด้านลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยลูกค้าเป้าหมาย และความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยอย่างไม่มีนัยสำคัญ อาจเนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยมีฐานลูกค้าที่จำกัด และขายสินค้าหรือบริการให้ตั้งแต่แรกเริ่มดำเนินธุรกิจ จึงยังเป็นลูกค้ากลุ่มเดิม ๆ และมีความสัมพันธ์แบบเดิม แต่หากผู้ประกอบการรายย่อยต้องการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น การมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน รู้พฤติกรรมการซื้อ และการสร้างความสัมพันธ์ด้วยการให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า และการส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมีความภักดีกับสินค้าหรือบริการ และยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือต่อสินค้าหรือบริการด้วย



Picture 1: The New Body of Knowledge

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน สามารถอธิบายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า การบริหารธุรกิจในด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1) ด้านข้อเสนอ พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยมีความสามารถทางการบริหารด้านข้อเสนอในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 3.70 เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยได้สร้างคุณค่าในสินค้าหรือบริการด้วยการช่วยแก้ปัญหาหรือสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ลูกค้า และออกแบบสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการที่เฉพาะของลูกค้าแต่ละราย ทำให้ลูกค้าเดิมส่งคำสั่งซื้อให้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Baillet, Tanev, and Keen (2020) ที่ได้สรุปไว้ในงานวิจัยว่า การสร้างคุณค่าในสินค้าหรือบริการสามารถทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการเติบโต เพิ่มความต้องการซื้อของลูกค้า และทำให้ผู้สนใจภายนอกเข้ามาร่วมลงทุนหรือเป็นพันธมิตรกับธุรกิจได้ ผู้ประกอบการรายย่อยมีระบบการจัดส่งสินค้าหรือบริการที่รวดเร็วและเป็นไปตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า ได้ให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการประเมินคุณภาพสินค้าหรือบริการ และ มีการสร้างพันธมิตรที่ดีกับผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจ เช่น ผู้ถือหุ้น ธนาคาร และชุมชน

2) ด้านลูกค้า พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยมีความสามารถทางการบริหารด้านลูกค้าในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 3.76 เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยมีความเข้าใจในความต้องการและพฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ดี แต่การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ายังไม่ดีนัก เนื่องจากยังขาดฐานข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดต่าง ๆ ของลูกค้า ทำให้ไม่สามารถติดต่อสื่อสารหรือทำกิจกรรมทางการตลาดกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Zhang, Shivendu, and Wang (2021) ที่ได้อธิบายว่า การมีฐานข้อมูลของลูกค้า จะช่วยให้ผู้ประกอบการสื่อสารอย่างเป็นกันเอง และแสดงถึงความใกล้ชิด เข้าใจ

พฤติกรรมการซื้อขายมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ลูกค้ามีความภักดีกับสินค้าหรือบริการ และส่งผลให้ธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้น

3) ด้านการดำเนินงานภายใน ผู้ประกอบการรายย่อยมีความสามารถทางการบริหารด้านการดำเนินงานภายในในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 3.84 เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ จัดให้มีสื่อสังคมออนไลน์ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า และมีช่องทางการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการที่สะดวก แต่ผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่ไม่มีหน้าร้าน ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคสำหรับลูกค้าในหลาย ๆ กรณี เช่น ลูกค้าต้องการสอบถามรายละเอียดของข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจากผู้ขาย ลูกค้าต้องการสินค้าในทันที ลูกค้าที่ไม่แน่ใจในเรื่องความปลอดภัยของการชำระเงิน หรือลูกค้าที่ไม่มีทักษะการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ เป็นต้น (Swinyard, and Smith, 2003)

4) ด้านโครงสร้างการเงิน ผู้ประกอบการรายย่อยมีความสามารถทางการบริหารด้านโครงสร้างการเงินในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 3.35 เนื่องจากรายได้ของผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่มาจากการขายสินค้าหรือบริการเพียงไม่กี่รายการ และเป็นรายได้จากลูกค้ารายใหญ่เพียงไม่กี่รายที่ซื้อเป็นประจำ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อธุรกิจได้ เนื่องจากลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองสูง และหากลูกค้ารายใหญ่รายใดติดค้างการชำระเงิน จะส่งผลให้ธุรกิจขาดสภาพคล่อง (Kenny, 2023) นอกจากรายได้แล้ว ผู้ประกอบการรายย่อยมีต้นทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะต้องจ่ายทุกเดือน ประกอบด้วยเงินเดือนของผู้ประกอบการหรือผู้จัดการ ค่าเช่าสำนักงาน หรือค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวร เป็นต้น (Kulkalyuenyong, Joseph, and Treesorn, 2022)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยมีความสามารถทางการบริหารให้บรรลุเป้าหมายทางการเงินในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 3.33 เนื่องจากความเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจไม่นาน ยังขาดความน่าเชื่อถือ และขาดสินทรัพย์ในการค้ำประกัน ทำให้มีความสามารถในการกู้เงินจากสถาบันการเงินจำกัด ผู้ประกอบการรายย่อยจึงขาดเงินทุนในการซื้อวัตถุดิบหรือใช้หมุนเวียนในธุรกิจ เพื่อให้สามารถสร้างรายได้ตามเป้าหมาย และผู้ประกอบการรายย่อยบางรายต้องกู้จากแหล่งทุนภายนอก ทำให้มีต้นทุนทางการเงินสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen, and Canh (2021) ที่ได้อธิบายไว้ว่าการที่ธุรกิจขนาดเล็กต้องกู้เงินจากแหล่งทุนที่ไม่เป็นทางการ ถึงแม้ว่าส่งผลในทางบวกต่อผลการเติบโตและผลการดำเนินงานของธุรกิจ แต่มักจะไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจากมีต้นทุนทางการเงินที่สูง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อย ได้แก่ ความสามารถทางการบริหารธุรกิจด้านข้อเสนอ ด้านการดำเนินการภายใน และด้านโครงสร้างการเงินอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ความสามารถทางการบริหารธุรกิจด้านข้อเสนอ นั้น ผู้ประกอบการรายย่อยเน้นการออกแบบสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการที่เฉพาะของลูกค้าแต่ละราย ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยเกิดความคิดสร้างสรรค์ และธุรกิจเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างยั่งยืน (Reason, Lovlie, and Flu, 2016) ผู้ประกอบการรายย่อยได้บริหารธุรกิจให้มีระบบการจัดส่งสินค้าหรือบริการที่รวดเร็วและเป็นไปตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเป็นการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ (Vakulenko, Shams, Hellstrom, and Hjort, 2019) ส่วนความสามารถทางการบริหารธุรกิจด้านการดำเนินการภายในนั้น ผู้ประกอบการรายย่อยมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำการตลาดเพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ในตัวสินค้าหรือบริการของกิจการได้ดี และสามารถสร้างรายได้ในแต่ละเดือน (Daowd et al., 2020) และความสามารถทางการบริหารธุรกิจด้านโครงสร้างการเงินนั้น ผู้ประกอบการรายย่อยพยายามสร้างภาพลักษณ์ของกิจการและการให้บริการที่ดีของ

พนักงาน ทำให้มีลูกค้าประจำส่งคำสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลต่อรายได้ของกิจการ (Kaur et al. 2020) แต่ผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่ขายสินค้าหรือบริการเป็นเงินสด ถึงแม้จะช่วยสร้างสภาพคล่องทางการเงินให้ธุรกิจ แต่ส่งผลให้รายได้ไม่มากเท่ากับการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าด้วย (Soaga, 2012)

สรุป

จากการศึกษาความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริณตผลที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยมีความสามารถทางการบริหารด้านกระบวนการภายในดีกว่าด้านลูกค้า และด้านข้อเสนอ ในขณะที่มีความสามารถในการบริหารโครงสร้างการเงินได้ในระดับปานกลาง ในการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเงินด้านรายได้ กำไรสุทธิ หรือสภาพคล่องยังอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยความสามารถทางการบริหารธุรกิจด้านข้อเสนอและการดำเนินงานภายในส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินในเชิงบวก ในขณะที่ปัจจัยความสามารถทางการบริหารธุรกิจด้านโครงสร้างการเงินส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงินในเชิงลบ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยมีรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการไม่หลากหลาย และส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายใหญ่เพียงไม่กี่ราย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรนำไปใช้ดำเนินการพัฒนาหลักสูตรที่เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าใหม่ที่ใช้คู่กับสินค้าเดิมเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าเดิม หรือกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขวางขึ้น สำหรับใช้ในการอบรมผู้ประกอบการรายย่อย หรือหน่วยงานที่เป็นธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยให้มีมาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยด้วยการให้สินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการรายย่อยมีเงินทุนสำหรับการพัฒนาสินค้าใหม่ หรือขยายฐานลูกค้าให้กว้างขวางขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยประสบกับอุปสรรคในการหาแหล่งเงินทุนในระบบจากสถาบันการเงิน ซึ่งมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการกู้จากแหล่งเงินทุนนอกระบบ ดังนั้น สถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องกับการให้สินเชื่อผู้ประกอบการรายย่อยไม่ควรกำหนดเกณฑ์การนำสินทรัพย์ถาวรมาเป็นหลักทรัพย์ในการค้ำประกันการกู้ยืมเป็นหลัก เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยเพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจไม่นาน และยังไม่ได้ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรมากนัก แต่สถาบันการเงินอาจใช้เกณฑ์การยื่นภาษีให้แก่รัฐบาลในแต่ละปีมาเป็นแนวทางในการประเมินสินเชื่อ เพื่อดึงดูดให้ผู้ประกอบการรายย่อยดำเนินธุรกิจที่เข้าสู่ระบบมากขึ้น ในขณะที่สถาบันการเงินจะเห็นผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการรายย่อยว่ามีการเติบโตมากขึ้นเพียงใด นอกจากนี้ สถาบันการเงินอาจสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยด้วยการให้เงินกู้เพื่อเป็นเงินทุนในการผลิตสินค้าเป็นครั้ง ๆ ไป ด้วยการนำไปสั่งซื้อจากผู้ซื้อมาเป็นหลักฐานการกู้เงิน แต่สถาบันการเงินอาจต้องเพิ่มกลไกในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของคำสั่งซื้อว่าเป็นคำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นจริงหรือไม่

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยมีความสามารถทางการบริหารธุรกิจอยู่ในระดับดี แต่คะแนนยังไม่สูงนัก ผู้วิจัยจึงเสนอให้หน่วยงานที่พัฒนาผู้ประกอบการ เช่น สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรออกแบบหลักสูตรที่เกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือ



บริการ การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง หรือการบริหารการเงิน เป็นต้น ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยเป็นกรณีพิเศษ และพัฒนาช่องทางการอบรมที่สะดวกแก่ผู้ประกอบการรายย่อย โดยปกติแล้ว สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษามีพันธกิจหลักประการหนึ่งในการให้บริการวิชาการแก่สังคม ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้สถาบันการศึกษาที่มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจหรือผู้ประกอบการ ควรเน้นการให้บริการทางวิชาการแก่ผู้ประกอบการรายย่อยตามหน้าที่หลัก ๆ ของการบริหารธุรกิจ ได้แก่ การบริหารการตลาด การบริหารการเงิน การบริหารทรัพยากรบุคคล และการบริหารโซ่อุปทาน เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นดังนี้

2.1 ควรมีการศึกษาความสามารถทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยรวมของธุรกิจเพิ่มเติม ซึ่งอาจมีมิติอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน เป็นต้น

2.2 ควรมีการศึกษาแนวทางการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยเห็นถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สามารถอยู่รอด และมีการเติบโตอย่างยั่งยืนจนเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ได้

2.3 ควรเพิ่มส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อให้ทราบถึงความจำเป็นและความต้องการในการพัฒนาธุรกิจและปัญหาหรืออุปสรรคที่เผชิญอยู่ และเป็นการสะท้อนแก่ภาครัฐและผู้เกี่ยวข้องในการสนับสนุนให้ตรงตามความต้องการ

References

- American Express. (2024). *2014 Global Customer Service Barometer*. Retrieved December 27, 2024, from <https://www.salesfix.com.au/wp-content/uploads/2015/05/globalcustomer-servicebarometer.pdf>
- Bailetti, T., Tanev, S., & Keen, C. (2020). What Makes Value Propositions Distinct and Valuable to New Companies Committed to Scale Rapidly? *Technology Innovation Management Review*, 10(6), 14-27.
- Becker, M., & Brocker, J. (2021). *Business Model Canvas - Overview of the Main Advantages and Disadvantages*. IUCF Working Paper, No. 6/2021, ZBW - Leibniz Information Centre for Economics, Kiel, Hamburg.
- Bilal, A. R., Khan, A. A., & Akoorie, M. E. (2016). Constraints to Growth: A Cross Analysis of Chinese, Indian and Pakistani SMEs. *Chinese Management Studies*, 10(2), 365-386.
- Boonchom, S. (2017). *Principles of Research*. (10th Ed.). Bangkok: Surivitasarn.
- Chartered Management Institute. (2015). *Growing Your Business*. London: Chartered Management Institute, September.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Daowd, A. et al. (2020). The Impact of Social Media on the Performance of Microfinance Institutions in Developing Countries: A Quantitative Approach. *Information Technology and People*, 34(1), 25-49.

- German Federal Ministry of Economic Affairs and Energy. (2014). *German Mittelstand: Motor der Deutschen Wirtschaft*, German Federal Ministry of Economic Affairs and Energy, Berlin.
- Nguyen, B., & Canh, N. P. (2021), Formal and Informal Financing Decisions of Small Businesses. *Small Business Economics*, 57, 1545-1567.
- Huseynova, L. (2024). Challenges and Opportunities in the Development of Micro, Small, and Medium- sized Enterprises (MSMEs) in Central and West Asia. *Problems and Perspectives in Management*, 22(2), 527-538.
- Kaplan, R. S. (2012). The Balanced Scorecard: Comments on Balanced Scorecard Commentaries. *Journal of Accounting and Organizational Chang*, 8(4), 539–545.
- Kaur, P., Malhotra, K., & Sharma, K. K. (2020). Moderation-Mediation Framework Connecting Internal Branding, Affective Commitment, Employee Engagement and Job Satisfaction: An Empirical Study of BPO Employees in Indian Context. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 12(3/4), 327-348.
- Kenny, G. (2023). *The Dangers of Becoming to Dependent on a Single Customer*. Retrieved January 2, 2025, from <https://hbsp.harvard.edu/product/H07VGC-PDF-ENG>
- Kulkalyuenyong, P., Joseph, M., & Treesorn, M. (2022). Guidelines for Organizational Development after the Pandemic of Coronavirus Disease 2019. *Journal of MCU Peace Studies*, 10(3), 898-909.
- Likert, R. (1932). A Technique for The Measurement of Attitudes. (R. Woodworth, Ed.) *Archives of Psychology*, 140, 5-55.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2023). *Business Structures of MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises)*. Retrieved December 27, 2024, from <https://www.smebigdata.com/msme/dashboard-b?g=7>
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2024). *Ministerial Regulation on the Definition of Small and Medium Enterprises (SMEs), B.E. 2019, and the Announcement on the Definition of Micro Enterprises*. Retrieved December 27, 2024, from https://www.sme.go.th/mod_download/download-20201118145003.pdf
- Olawale, F. (2014). The Causes of the Failure of New Business and Medium Enterprises in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Science*, 20, 922-927.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Pallant, J. (2020). *SPSS Survival Manual: A Step-by-step Guide to Data Analysis Using IBM SPSS*. (7th Ed.). London: Routledge.
- Reason, B., Lovlie, L., & Flu, M. B. (2016). *Service Design for Business: A Practical Guide to Optimizing the Customer Experience*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Soaga, H. (2012). *Basics of Cash Management for Financial Management and Reporting*. Retrieved January 15, 2025, from <https://papers.ssrn.com/sol3/papers>



- Swinyard, W. R., & Smith, S. M. (2003). Why People (Don't) shop Online: A Lifestyle Study of the Internet Consumer. *Psychology and Marketing*, 20(7), 567-597.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd Ed.). New York: Harper and Row Publications.
- Thailand Development Research Institute. (2019). *The Ranking of SME Credibility Using Non-Financial Data under the Framework of Developing an Action Plan to Promote Small and Medium Enterprises (SMEs)*. Retrieved December 25, 2024, from https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2021/02/2019_09.pdf
- The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2023). *OECD SME and Entrepreneurship outlook 2023*. OECD Publishing. Retrieved December 25, 2024, from https://www.oecd.org/en/publications/oecd-sme-and-entrepreneurship-outlook-2023_342b8564-en.html
- Vakulenko, Y., Shams, P., Hellstrom, D., & Hjort, K. (2019). Service Innovation in E-commerce Last Mile Delivery: Mapping the E-customer Journey. *Journal of Business Research*, 101, 461-468.
- Zhang, Z., Shivendu, S., & Wang, P. (2021), Is Investment in Data Analytics Always Profitable? The Case of Third-Party-Online-Promotion Marketplace. *Production and Operations Management*, 30(7), 2321-2337.