

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดเล็กและขนาดกลาง ในจังหวัดนครปฐม

วิรัชตร คุรุวงศ์¹
ดาริน โพธิ์ตั้งธรรม²
วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย³

Received 31 March 2021

Revised 18 April 2021

Accepted 22 April 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดเล็กและขนาดกลางในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยที่มีประสบการณ์ในการประกอบกิจการมากกว่า 1 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็ก แตกต่างกันในด้าน อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ขนาดธุรกิจ และจำนวนพนักงาน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ 2) ปัจจัยสมรรถนะของผู้ประกอบการ และปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสมการดังกล่าวสามารถร่วมพยากรณ์ร้อยละ 61.7 สามารถเขียนสมการการวิเคราะห์การถดถอยพหุได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = -0.221 + 0.080 (X_1) + 0.098 (X_2) + 0.125(X_3)^{**} + (-0.104) (X_4)^* + 0.099 (X_5) \\ + 0.052 (X_6) + 0.139 (X_7)^{**} + 0.151(X_8)^{**} + 0.079 (X_9) + 0.257(X_{10})^{**}$$

คำสำคัญ: สมรรถนะผู้ประกอบการ คุณลักษณะผู้ประกอบการ ความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย

¹ นักศึกษาสาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เลขที่ 85 ถนนมาลัยแมน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
อีเมล: wirachart555@gmail.com

^{2 3} อาจารย์สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ที่เลขที่ 85 ถนนมาลัยแมน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

FACTORS INFLUENCING THE SUCCESS OF SMALL AND MEDIUM BEAUTY SALON BUSINESSES IN NAKHON PATHOM PROVINCE

Wirachat kruttawong¹

Darin Photangtham²

Wisit Rittiboonchai³

Abstract

The objectives of this study are 1) to compare success between small and medium beauty shops in Nakhon Pathom classified by personal characteristics and 2) to study factors influencing the success of small and medium small beauty salon businesses in Nakhon Pathom Province. The samples were 400 entrepreneurs who had more-than-one-year experience in running salon business. Statistics used to analyze the data included frequency, percentage, standard deviation, independent sample t-test, One-way ANOVA, and multiple linear regression.

The study shows that 1) different personal characteristics of the entrepreneurs owing small and medium beauty salon businesses in terms of age, income, educational level, business operation duration, businesses type, business size, and numbers of employees have different influential level on the business success and 2) entrepreneurs' competency and characteristics have an influence on the business success of small and medium small beauty salon businesses in Nakhon Pathom Province at the statistically significant level as of 0.05. The following equation can be written and predict the business success at 61.70%.

$$\hat{Y}_{\text{tot}} = -0.221 + 0.080(X_1) + 0.098(X_2) + 0.125(X_3)^{**} + (-0.104)(X_4)^* + 0.099(X_5) + 0.052(X_6) + 0.139(X_7)^{**} + 0.151(X_8)^{**} + 0.079(X_9) + 0.257(X_{10})^{**}$$

Keywords: Entrepreneur's Competency, Entrepreneur's Characteristics, Beauty Salon business's Success

¹ Student, Department of General Management, Faculty of Management, Nakhon Pathom Rajabhat University, 85 Malaiman Road, Muang, Nakhon Pathom 73000, E-mail: wirachart555@gmail.com

^{2 3} Lecturer, Department of General Management, Faculty of Management, Nakhon Pathom Rajabhat University, 85 Malaiman Road, Muang, Nakhon Pathom 73000

บทนำ

ธุรกิจเสริมสวยอยู่คู่กับคนไทยมายาวนาน กระแสความงามและการดูแลสุขภาพทั้งชายหญิงในทุกเพศทุกวัย ที่รักสวยรักงามต่างต้องการเข้ามาใช้บริการร้านเสริมสวยกันมากขึ้นในปัจจุบัน เพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพของตนเองให้ดูดียิ่งขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าธุรกิจบริการนี้สามารถสร้างรายได้เป็นอย่างดี โดยธุรกิจเสริมสวยของไทยยังเป็นที่ยอมรับถึงคุณภาพฝีมือท่ามกลางกลุ่มประเทศอาเซียนและชาวต่างประเทศ ส่งผลให้มีความต้องการแรงงานด้านนี้ค่อนข้างสูง ธุรกิจเสริมสวยของไทยยังคงต้องมีการพัฒนาฝีมือและยกระดับการให้บริการเพื่อสร้างมาตรฐานสู่สากลอย่างสมบูรณ์แบบ (สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ องค์การมหาชน, 2559: ออนไลน์)

สำหรับสถิติของผู้ประกอบการร้านเสริมสวยในประเทศไทยมีจำนวนมากกว่า 200,000 ร้าน ส่งผลให้ธุรกิจเสริมสวยเติบโตอย่างต่อเนื่องระหว่างปี 2558 - 2562 ในระดับร้อยละ 3.49 ต่อปี และคาดการณ์ว่าจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) จากการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอย่างรวดเร็วนำไปสู่การแข่งขันอย่างรุนแรงโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี เพราะเป็นธุรกิจที่การลงทุนไม่สูง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยมีทั้งที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลวในระยะเวลาดำเนินการ 1 - 5 ปี โดยปัญหาส่วนมากเกิดจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดทักษะความรู้ด้านธุรกิจเสริมสวย การบริหารจัดการธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะที่เป็นแรงผลักดันเพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและผลประกอบการที่เติบโตขึ้น การกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นความสำคัญของสมรรถนะ เพื่อรับมือกับวิกฤติต่างๆที่จะเกิดขึ้นระหว่างกับปฏิบัติงาน การสร้างสมรรถนะจำเป็นต้องใช้เวลาจึงจะปฏิบัติงานได้จริง รวมถึงอุปสรรคต่าง ๆ จนกลายเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จได้

จังหวัดนครปฐมเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในปี 2561 - 2563 จำนวน 3,169 ร้าน ซึ่งประกอบด้วยประเภท ซาลอน บาร์เบอร์ และแบบครบวงจร (Beauty Salon at Nakhon Pathom, Thailand 2563 : ออนไลน์) จากสถิติสำนักงานการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เฉพาะเขตพื้นที่เทศบาลนคร นครปฐม มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กที่ลงทะเบียนเป็นบุคคลธรรมดาปี 2562 จำนวน 230 ร้าน ปี 2563 มีจำนวน 141 ร้าน ลดลง 89 ร้าน ภายในระยะเวลาหนึ่งปี จากการอัตราการเติบโตของธุรกิจร้านเสริมสวยที่สูงขึ้นแต่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการในด้านนี้กลับมีอัตราลดลง และไม่สามารถสร้างความสำเร็จของธุรกิจได้นั้น แต่อย่างไรก็ตามยังมีผู้ประกอบการรายอื่นที่ยังดำเนินธุรกิจอยู่ได้และประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ล้มเลิกกิจการควรมีสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในตนเองเพื่อให้ตนเองประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในด้านที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ว่าตัวเงิน

จากความเป็นมาและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม และงานวิจัยในด้านการศึกษเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการในด้านธุรกิจเสริมสวยในประเทศไทยมีจำนวนไม่มากนัก จึงเป็นเหตุผลที่ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งผู้ที่ประกอบการและผู้สนใจจะเข้ามา

ประกอบธุรกิจกิจจกชธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านเสริมสวยอยู่แล้วเพื่อวางแผนพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมให้สามารถประสบความสำเร็จได้

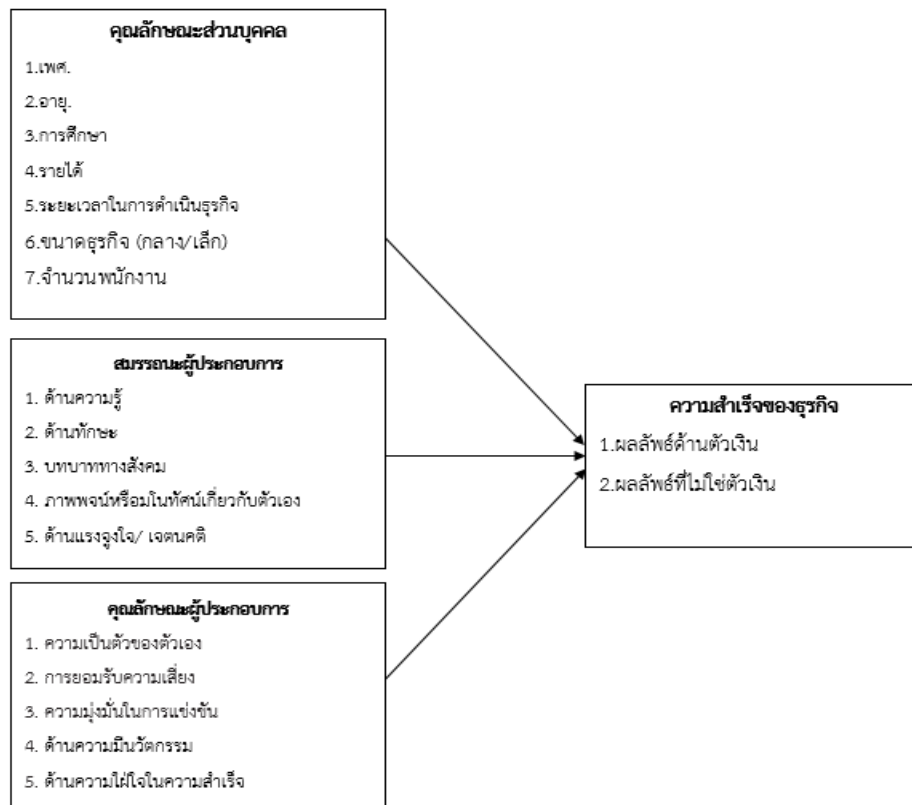
วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย ขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานการวิจัย

1. ความสำเร็จในการประกอบอาชีพธุรกิจเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมมีความแตกต่างกันตามเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล
2. ระดับปัจจัยของสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจร้านเสริมสวย ขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมมีความแตกต่างกัน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งสามารถแบ่งตามแนวคิดและทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการ

McClelland (1973) , R K Sahu (2009:10) กล่าวไว้ว่า สมรรถนะของผู้ประกอบการที่สำคัญมี 5 ส่วนคือ 1) ความรู้ (Knowledge) คือ ความรู้เฉพาะในเรื่องที่ต้องรู้ เป็นความรู้ที่เป็นสาระสำคัญ เช่น ความรู้ด้านทรงผมใดเหมาะสมกับโครงหน้าของลูกค้า 2) ทักษะ (Skill) คือ ความสามารถหรือสิ่งที่แสดงออกมาอย่างโดดเด่น เช่น ทักษะการสระ-ไดร์ผม การซอยผม การทำเคมี เป็นต้น ทักษะที่เกิดขึ้นมาจากพื้นฐานทางความรู้และสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว 3) บทบาททางสังคม (Social Role) หมายถึง สิ่งที่บุคคลต้องการสื่อให้บุคคลอื่นในสังคมเห็นว่าตัวเขามีบทบาทอย่างไรต่อสังคม เช่น ชอบช่วยเหลือผู้ประกอบการในสายงานเดียวกันกรณีได้รับความเดือดร้อน เป็นการสร้างสัมพันธ์กับผู้ร่วมสายอาชีพ 4) ภาพพจน์หรือมโนทัศน์เกี่ยวกับตัวเอง (Self-image) หมายถึง ภาพพจน์หรือมโนทัศน์ ที่บุคคลมองตัวเองว่าเป็นอย่างไร เช่น เป็นผู้นำ เป็นผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้นำเทรนด์แฟชั่น เป็นต้น 5) แรงจูงใจ (Motive) เป็นแรงจูงใจหรือแรงขับภายใน ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย หรือมุ่งสู่ความสำเร็จ เป็นต้น

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

Dess , et al. (2016:454-464), Frese, Michael. (2000) ได้ให้นิยามลักษณะของผู้ประกอบการมี 5 ลักษณะดังนี้คือ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) คือ ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะบีบคับ 2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ 3) ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ความกล้าเสี่ยงแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ กล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ และกล้ากู้ยืมทรัพย์สินจำนวนมาก 4) ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) คือ ความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะในการแข่งขัน ความพยายามที่จะทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพ 5) ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement orientation) หมายถึง ผู้ที่ชอบงานที่ท้าทายที่มีโอกาสทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการ

Kaplan and Norton (1996:7-14) ได้ให้ความหมายความสำเร็จของผู้ประกอบการ หมายถึง ระบบการวัดผลสำเร็จทางธุรกิจแบบเดิมนั้น จะมุ่งที่การวัดด้านการเงิน สามารถวัดได้ด้วยแนวทางการวัดผลสำเร็จของธุรกิจที่เรียกว่า Balance Score Card ด้วย มุมมอง ประกอบด้วย 4 มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) ดังนั้น เมื่อมองในภาพรวมของตัวแปรความสำเร็จในธุรกิจเสริมสวย ทางด้านการเงินที่ได้จากผลการดำเนินกิจการในส่วนของการรายได้และกำไรให้มากขึ้น ที่ไม่ใช่ตัวเงิน จะเป็นผลด้านการให้บริการและการรักษาสถานลูกค้าให้คงอยู่ ถือว่าเป็นเป้าหมายนำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจได้

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยด้านธุรกิจร้านเสริมสวยสวนมากมีได้กล่าวถึงความจำเป็นของสร้างสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจแต่มุ่งเน้นไปทาง ด้านพนักงาน ด้านบริการในการสร้างรายได้มากกว่าการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จอย่างแท้จริง การสร้างสมรรถนะจำเป็นต้องใช้ระยะเวลา

โชติรส สมพงษ์ (2562) ศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านแรงจูงใจ รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคลิกประจำตัวบุคคล ด้านความรู้ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือด้านทักษะ 2) ความสำเร็จของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความแกร่งในการแข่งขัน รองลงมาได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านการรักความก้าวหน้า ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการยอมรับความเสี่ยง 3) สมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

วนิดา บุญโฉม (2562) ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าช่องทางในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านทักษะการนำเสนอ และด้านทักษะการวิเคราะห์ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าช่องทางที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนปัจจัยด้านการสร้างทีมงาน และด้านความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าช่องทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการดังกล่าวสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าช่องทางได้ร้อยละ 49.3

สัญญา บริสุทธิ์ (2562) ศึกษาเรื่องภูมิความรู้ความชำนาญที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายพบว่า การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้านอิทธิพลเส้นทางที่ส่งผลต่ออิทธิพลทางตรงคุณลักษณะผู้ประกอบการส่ง (1) อิทธิพลทางตรงต่อภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จทางธุรกิจ (2) ภูมิความรู้ความชำนาญส่งอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จทางธุรกิจ (3) คุณลักษณะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ผ่านภูมิความรู้ความชำนาญ ทั้งนี้ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์ได้แก่ $\chi^2_{11.64} = 2$, $df = 51$

ทิปติ ทัพพรณ์ (2562) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) พบว่า 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สวลี วงศ์ไชยา (2561) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะ

ของผู้ประกอบการและปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และ 3.58 ตามลำดับ ส่วนระดับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 2) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า กลุ่มของตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในระดับสูงมาก กลุ่มของตัวแปรต้นสามารถทำนายความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กได้ ร้อยละ 65.8 ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีดังนี้ ความมั่นใจในตนเอง กลยุทธ์ระดับองค์กร ความอดทน รายได้ต่อเดือนอายุ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน ความคิดเชิงนวัตกรรม เพศ เงินลงทุน ความต้องการ ความสำเร็จขนาดของกิจการ และตำแหน่ง ตามลำดับ

ผลการการทบทวนวรรณกรรมสามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิดได้ดังนี้

การศึกษาในครั้งนี้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนา สมรรถนะทั้ง 5 ด้าน ตามแนวคิดของ McClelland (1973) คุณลักษณะของผู้ประกอบการตามแนวคิดของ Dess (2016) และแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจของ Kaplan and Norton (1996) และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ผลวิจัยเชิงปริมาณมีความสมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาเพื่อหาข้อเท็จจริงและความสัมพันธ์ของตัวแปร ด้วยการบรรยายถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ดังต่อไปนี้

ประชากรและตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กที่เปิดให้บริการในพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบประชากรของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับความแปรปรวนสูงสุดที่ระบความเชื่อมั่นร้อยละทั้งนี้ยอมรับความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่าง ได้ร้อยละ 95 จากการแทนค่าสมการใน 05.0 หรือ 5 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเชื่อมั่นใน 385 สูตร ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างจำนวน 400 คน รวมเป็น 16แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คนได้แก่แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบไปด้วย

- 1) สถิติเชิงพรรณนา โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ด้วยสถิติเชิงบรรยาย การหาความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- 2) สถิติอ้างอิง การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประกอบการร้านเสริมสวยจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 73 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.80 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 46.30 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.50 ระยะในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.30 การดำเนินธุรกิจขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 97.30 เป็นประเภทร้านชาลอน คิดเป็นร้อยละ 51.50 พนักงานต่ำกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 1 ทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ความสำเร็จในการประกอบอาชีพธุรกิจเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตามเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดธุรกิจจำนวนพนักงาน และประเภทร้าน

ตารางที่ 1 สรุปค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จในการประกอบอาชีพธุรกิจเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม

ตัวแปร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. สมรรถนะของผู้ประกอบการ	3.75	0.47	มาก
2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	3.68	0.46	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม ปัจจัยโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า สมรรถนะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 3.68$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การทดสอบความแตกต่างเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านเสริมสวย

ปัจจัยส่วนบุคคล	T-Test	F-Test	Sig
เพศ	-1.272	1.889	0.170
อายุ		3.074**	0.000
การศึกษา		3.007**	0.000
รายได้		7.061**	0.000
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		2.513**	0.000
ขนาดธุรกิจ		2.294**	0.001
จำนวนพนักงาน		2.520**	0.000

(เครื่องหมาย * $p < .05$ แสดงการสรุปสมมติฐานที่พบความแตกต่าง)

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบด้วยการใช้สถิติ T-test ในกรณีตัวแปรอิสระเพศ และ ใช้สถิติ F-test สำหรับตัวแปรอิสระอื่น ๆ พบว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กใน

จังหวัดนครปฐม ด้านอายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดธุรกิจ และจำนวนพนักงาน แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ ที่ไม่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ระดับของปัจจัยด้านสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย ขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 3 การทดสอบปัจจัยสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จโดยรวม

ความสำเร็จของผู้ประกอบการ	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	b	SD	Beta		
(Constant)	0.043	0.154		0.277	0.782
ด้านความรู้ (X ₁)	0.080	0.049	0.079	1.635	0.103
ด้านทักษะ (X ₂)	0.098	0.056	0.094	1.746	0.082
ด้านบทบาททางสังคม (X ₃)	0.125	0.055	0.136	2.291	0.022**
ด้านมนุษยสัมพันธ์ (X ₄)	-0.104	0.049	-0.124	-2.125	0.034*
ด้านแรงจูงใจ (X ₅)	0.099	0.054	0.092	1.853	0.065
ด้านความเป็นตัวของตัวเอง (X ₆)	0.052	0.055	0.054	0.940	0.348
ด้านการยอมรับความเสี่ยง (X ₇)	0.139	0.041	0.150	3.404	0.001**
ด้านความมุ่งมั่นในการแข่งขัน (X ₈)	0.151	0.046	0.164	3.263	0.001**
ด้านความมีนวัตกรรม (X ₉)	0.079	0.055	0.072	1.446	0.149
ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ (X ₁₀)	0.257	0.051	0.269	5.046	0.000**
R = 0.786 R ² = 0.617 Adjusted R Square = 0.608 Std. SEE 0.349 sig 0.000**					

มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เครื่องหมาย ** p < .01 แสดงการสรุปสมมติฐานที่พบความแตกต่าง

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน 2 พบว่า ปัจจัยสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่ประกอบไปด้วย ด้านบทบาททางสังคม การยอมรับความเสี่ยง ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ส่งผลในทิศทางตรงกันข้าม และด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย ซึ่งความสำเร็จซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.786 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่า Adjusted R Square = 0.608 แสดงว่ามีอิทธิพลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านเสริมสวย โดยมี ค่าพยากรณ์ความสำเร็จ R² เท่ากับร้อยละ 61.7 ส่วนอิทธิพลจากตัวแปรอื่น Std. SEE เท่ากับ ร้อยละ 34.9 สามารถเขียนสมการวิเคราะห์ถดถอยพหุได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = -0.221 + 0.080 (X_1) + 0.098 (X_2) + 0.125(X_3)** + (- 0.104) (X_4)* + 0.099 (X_5) + 0.052(X_6) + 0.139(X_7)** + 0.151(X_8)** + 0.079(X_9) + 0.257(X_{10})**$$

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ด้วยวิธีการ Multiple regression analysis พบว่าค่า $R = 0.786$ นั้น ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรทำนายทั้ง 10 ตัว กับตัวแปรความสำเร็จของธุรกิจมีความสัมพันธ์กันในระดับมากตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีทั้งหมด 5 ตัว ดังนี้ บทบาททางสังคม คุณลักษณะด้าน การยอมรับความเสี่ยง ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน และด้านความใส่ใจในความสำเร็จตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยตามลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกันพบว่า อายุ รายได้ การศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดธุรกิจ และจำนวนพนักงาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้ที่มีอายุต่างกันย่อมมีประสบการณ์ที่ต่างกัน ส่วนรายได้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และมีมือของผู้ประกอบการในการให้บริการลูกค้า ในด้านการศึกษามีการศึกษาสูงจะมีบทบาทในด้านความสำเร็จทั้งในด้านที่เป็นและไม่ใช่ตัวเงินคือสามารถสร้างรายได้ กำไร สร้างฐานลูกค้าและรักษาลูกค้าไว้ได้ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันผู้ที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปีขึ้นไปจะประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ที่เริ่มกิจการ ขนาดธุรกิจ มีความแตกต่างกันโดยขนาดกลางจะได้เปรียบมากกว่าขนาดเล็กในด้านการให้บริการและการรักษาลูกค้าที่ จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันร้านที่มีจำนวนพนักงานมากกว่าจะสามารถให้บริการลูกค้าที่หลากหลาย ส่วน เพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สวลี วงศ์ไชย (2561) กล่าวว่ากลุ่มของตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในระดับสูงมาก กลุ่มของตัวแปรต้นสามารถทำนายความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กได้ ร้อยละ 65.8 ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีดังนี้ รายได้ต่อเดือนอายุ ระยะเวลาในการดำเนินงาน เพศ เงินลงทุน และตำแหน่ง ตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยด้านสมรรถนะ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นโดยรวมที่มีผลทางด้านสมรรถนะของผู้ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็ก พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน โดยด้านบทบาททางสังคมที่ส่งผลเชิงบวก เนื่องจากเป็นอาชีพงานด้านบริการจำเป็นต้องพบปะและสื่อสารกับลูกค้าจำนวนมาก และสื่อให้บุคคลอื่นในสังคมเห็นว่าตัวเขามีบทบาทอย่างไรต่อธุรกิจเสริมสวย ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือและการบริการ ตลอดจนการเป็นมิตรกับสังคมธุรกิจเดียวกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ Laguna, et al, (2012) พบว่า สมรรถนะการบริหารของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านภาพพจน์หรือทัศนคติเกี่ยวกับตัวเอง ส่งผลเชิงลบ แสดงว่าผู้ประกอบการยังขาด เจตคติ ค่านิยม ความมีคุณธรรมและความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตน หรือสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็น เช่น มีความซื่อสัตย์ในการคิดราคาค่าบริการที่มีความเหมาะสมแก่ลูกค้าผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้ประกอบการร้านเสริมสวยต้องพัฒนาและปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้น และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ โชติรส สมพงษ์ (2562), วิไล พิงผล (2561) สัญญา บริสุทธิ์ (2562)

ที่กล่าวว่า สมรรถนะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ในด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านบทบาททางสังคม ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านแรงจูงใจ และเมื่อมีการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการจะสามารถสร้างผลการดำเนินการที่สูงและเป็นธุรกิจที่มีความยั่งยืน ส่วนด้านความรู้ ด้าน ทักษะ และด้านแรงจูงใจ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านเสริมสวย แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมิได้ให้ความสำคัญในปัจจัยของสมรรถนะซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดของ McClelland (1973) ในด้าน ความรู้ ทักษะ และแรงจูงใจ ในการทำธุรกิจร้านเสริมสวย ที่บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย หรือมุ่งสู่ความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Staniewski (2019) ศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการ จากกรณีการลาออกจากการประจำมาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กพบว่า มีปัจจัยด้านทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญและแรงจูงใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการขาดการพัฒนาและการเติบโตของธุรกิจ

จากการศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็ก พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการทดสอบสมมติฐานเป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ ในการวิจัยครั้งนี้ ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจทั้งนี้เป็นการที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม มีความต้องการให้ธุรกิจเสริมสวยเติบโต มีผลประกอบการอย่างต่อเนื่อง และได้รับมาตรฐานในระดับมาก ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน ที่จะต้องเป็นคนที่มีความอดทนสูงโดยเฉพาะในระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจ พร้อมรับมือกรณีประสบปัญหาและที่ยืนหยัดอยู่ได้ เพื่อแข่งขันและแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง การยอมรับความเสี่ยง การรับมือกับสิ่งอันอาจเกิดขึ้นจากการขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเป็นนักเสี่ยงอย่างมีหลักการ คือ ตัดสินใจอย่างฉับไว รอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้ตามแนวคิดของ Dess , et al. (2016) , Frese (2000) กล่าวว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิบัติ ทัทภรณ์ (2562) พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และวนิดา บุญโถม (2562) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าช่างทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการดังกล่าวสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าช่างทางได้ร้อยละ 49.3

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวย มากที่สุดเป็นปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ใช้แนวทางในการไปใช้ในการวางแผนก่อนการดำเนินธุรกิจเสริมสวยเพื่อลดปัญหาการล้มเลิกกิจการ หรือผู้ที่สนใจสามารถนำไปใช้

ในการนี้ศึกษาสำหรับเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ซึ่งควรคำนึงถึงความสอดคล้องของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ด้วยเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

2. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสมรรถนะผู้ประกอบการ มีด้านบทบาททางสังคมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมเชิงบวก ส่วนด้านด้านมโนทัศน์ที่ส่งผลเชิงลบ ซึ่งผู้ประกอบการอาจต้องสร้างมโนทัศน์และเข้าใจในธุรกิจเสริมสวยให้มากกว่านี้ จากข้อมูลแบบสอบถามผู้ประกอบการมิได้ให้ความสำคัญ ทางด้านทักษะ ความรู้ แรงจูงใจ ในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปศึกษา และสร้างสมรรถนะในตนเอง เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ความสามารถไปพร้อมกับการเติบโตของธุรกิจในอนาคตได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาต่อยอดงานวิจัยนี้ ในการเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในพื้นที่จังหวัด อื่น ๆ เพื่อเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ แล้วนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการอบรมสนับสนุน ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะสามารถสร้างรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศต่อไป

2. งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมจากสัดส่วนของจำนวนผู้ประกอบการทั้งสองขนาดธุรกิจนั้นมีจำนวนต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จต่างกัน ควรมีการศึกษาจำแนกตามขนาด เล็ก กลาง หรือใหญ่ เพื่อผลการวิจัยที่ชัดเจนขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). สถิติข้อมูล. สืบค้นจาก <https://www.dbd.go.th>
- โชติรส สมพงษ์. (2562). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 11(1), 210-327.
- ทิปติ ทัทพรณ์. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน). *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 9(1), 106-117.
- วนิดา บุญโสม. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าช่องทางในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 8(2), 90-102.
- วิไล พิงผล. (2561). คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(2), 303-318.
- สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ องค์การมหาชน. (2559). สาขาวิชาชีพธุรกิจเสริมสวย. สืบค้นจาก <https://www.tpqi.go.thhttps://mgronline.com>.
- สวลี วงศ์ไชยา. (2561). อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 23(2), 139-152.

สัญญา บริสุทธิ์. (2562). คุณลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวาย. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, 12(5), 1090-1107.

Beauty Salon at Nakhon Pathom, Thailand. (2563). [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564, สืบค้นจาก <https://vymaps.com/TH/Nakhon-Pathom/beauty-salon>.

Cochran, W. G. (1977). **Sampling techniques** (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons.

Frese, M. (2000). **Success and Failure of Micro business Owners in Africa: A Psychological Approach**. United States of America: Greenwood Publishing Group.

Gonzales, J. (2020). **Hair design career development systems**. Retrieved from <https://hcds4you.com/faqs-hair-stylist-career/>

Gregory G. Dess, Gerry McNamara and Alan B. (2016). **Strategic management: Creating Competitive Advantages**. McGraw-Hill Education, New York. 8th edition.

Kaplan, Robert S., and Norton David P. (1996). **The Balanced Scorecard: Translating Strategies into Action**. Boston: Harvard Business School Press.

Laguna, M., Wiecheteck, M., & Talik, W. (2012). The competencies of managers and their Business success. **Central European Business Review**, 1(3), 7-13.

McClelland, C. David. (1973). **Testing for Competence rather than for Intelligence**. New Jersey : American Psychologist.

R K Sahu. (2009). **Competency Mapping**. Naraina, New delhi : Excel Books.

Staniewski, Marcin W. & Awruk, Katarzyna. (2019). Entrepreneurial success and achievement Motivation a preliminary report on a validation study of the questionnaire of entrepreneurial success, **Journal of Business Research**, 101(C), 433-440.