

**การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรค
ระบาดโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร**

ศตกมล ศรีรามวอน

**การศึกษารายบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปีการศึกษา 2564**

**THE ADAPTATION OF THE RESTAURANT AND CAFE ENTREPRENEUR
IN THE COVID - 19 SITUATION AROUND BANGKOK AREA**

SATAKAMON KRAMWON

**An Individual Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
College of innovative Business & Accountancy, Dhurakij Pundit University
Academic Year 2021**



ใบรับรองการศึกษาบุคคล

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หัวข้อการศึกษาบุคคล การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร และเครื่องดื่มขนาดเล็ก
ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร
เสนอโดย ศตกมล ศรีามวอน
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบนิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาบุคคล
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ)

.....กรรมการ
(ดร.จิราพร ชมสวน)

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชีรับรองแล้ว

.....คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

วันที่ 24 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2564

หัวข้อการศึกษารายบุคคล	การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	ศตกมล ศรีมวอน
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามประเภทธุรกิจ และ 3. เพื่อศึกษาผลกระทบของการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ที่มีต่อการอยู่รอดของร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จาก ผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 390 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-Test F-Test และ Multiple Regression Analysis ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการปรับตัวด้านการเงินและบัญชี มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า และด้านการตลาด ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 แตกต่างกันไป และพบว่า การปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลต่อการอยู่รอดของร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในกรุงเทพมหานคร โดยการปรับตัวที่ส่งผลต่อการอยู่รอดมากที่สุด คือ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า รองลงมาคือ ด้านการตลาด ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการออกแบบทางกายภาพ ตามลำดับ

An Individual Study Title	The Adaptation of Small Restaurant and Café Entrepreneurs in Bangkok during the Covid-19 Pandemic Situation
Author	Satakamon Kramwon
An Individual Study Advisor	Asst. Prof. Dr. Charunya Parncharoen
Department	Business Administration
Academic Year	2021

ABSTRACT

The objectives of this study are 1. to study the adaptation of small restaurant and café entrepreneurs in Bangkok during the Covid-19 pandemic situation, 2. to compare the level of adaptation of small restaurant and café entrepreneurs in Bangkok during the Covid-19 pandemic situation, classified by type of business and 3. to study the impact of the adaptation of small restaurant and café entrepreneurs in Bangkok on their survival during the Covid-19 pandemic situation. The quantitative research was employed and data were collected via online questionnaires from 390 entrepreneurs of small restaurant and café in Bangkok. The statistical techniques used to analyze the data included percentage, mean, standard deviation, t-Test, F-test, and Multiple Regression Analysis. The results of this study reveal that small restaurant and café entrepreneurs in Bangkok have adapted the way to run their business during the Covid-19 pandemic situation at a high level. The most adaptation is Finance and Accounting, followed by Product Differentiation, Physical Layout, Customer Focus, and Marketing, respectively.

The results of hypothesis testing indicate that small restaurant and café entrepreneurs in Bangkok who have different type of business adapted the way to run business differently during the Covid-19 pandemic situation. It is also found that the adaptation of entrepreneurs during the Covid-19 pandemic situation have an effect on the survival of small restaurant and café in Bangkok. Customer Focus is the most adaptation that has the effect on the survival of small restaurant and café in Bangkok, followed by Marketing, Product Differentiation, and Physical Layout, respectively.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า ให้คำแนะนำช่วยเหลือ และข้อเสนอแนะต่างๆ ตลอดจนแก้ไขปรับให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบคุณ คณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาประกอบการ วิทยาลัยบริหารธุรกิจ นวัตกรรมและการบัญชี บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่ได้รับประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย

ขอบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบคำถาม และเพื่อนๆทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่ช่วยเหลือทุกท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือและเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ นางสาวศิรินาถ กิ่งสุวรรณวงศ์ ผู้ส่งเสริมในทุกๆด้านมาโดยตลอด ขอกราบขอบพระคุณ ว่าที่ร้อยตรี หญิง นัทธมน ไวยรัตน์ ผู้ช่วยลงพื้นที่ในการแจกแบบสอบถาม ขอกราบขอบพระคุณ ผู้สนับสนุน นายพิรุฑธ ชาติเผือก และขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ให้ความรัก ความห่วงใย เป็นกำลังใจจนทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี คุณประโยชน์ที่ได้รับจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของ บิดา มารดา และครูอาจารย์ ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

ศตกมล ศรีมวอน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญภาพ.....	๗
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามงานวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กร.....	7
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ.....	10
2.3 ข้อมูลผลกระทบของสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ต่อผู้ประกอบการขนาดเล็ก.....	16
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2.5 กรอบแนวความคิด.....	46
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	47
3.1 ประชากร และตัวอย่าง.....	47
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	49
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
4.1 ข้อมูลทั่วไปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	54
4.2 ผลการวิเคราะห์การปรับตัวของในช่วงสถานการณ์ โรคระบาดโควิด-19.....	56
4.3 ผลการวิเคราะห์ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและ เครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19.....	63
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	64
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....	69
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	70
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	70
5.2 อธิปราชผล.....	72
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	77
บรรณานุกรม.....	81
ภาคผนวก.....	86
ประวัติผู้เขียน.....	95

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ SMEs ได้รับ จำแนกตามขนาดธุรกิจ.....	19
2.2 ผลกระทบจากสถานการณ์ฯ จำแนกตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ.....	22
2.3 มาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐที่ผู้ประกอบการ SMEs มองว่าได้รับประโยชน์.....	23
2.4 ประโยชน์จากมาตรการภาครัฐจำแนกตามขนาดธุรกิจ.....	25
2.5 ประโยชน์จากมาตรการภาครัฐจำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ.....	26
2.6 ประโยชน์จากมาตรการภาครัฐจำแนกตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ	27
2.7 วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs.....	28
2.8 วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs จำแนกตามขนาดธุรกิจ.....	29
2.9 วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ.....	30
2.10 วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs จำแนกตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ..	31
2.11 ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ SMEs ตามพื้นที่ตั้งกิจการ.....	32
2. 12 ระยะเวลาที่ SMEs คาดว่าจะสามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้.....	33
2.13 ระยะเวลาที่ SMEs คาดว่าจะสามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้.....	35
2.14 ระดับความรุนแรงของผลกระทบจากสถานการณ์โควิด.....	36
3.1 ขนาดตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน.	48
3.2 ตารางแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบ โคต้า.....	49
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	54
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการ ปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในภาพรวม.....	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการออกแบบทางกายภาพ: ด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด.....	57
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการออกแบบทางกายภาพ: ด้านการตกแต่งร้าน.....	58
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการสร้าง ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์.....	59
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการเงินและบัญชี.....	60
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการตลาด.....	61
4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า.....	62
4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในภาพรวม.....	63
4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 จาแนกตามประเภทธุรกิจ.....	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11 ผลการวิเคราะห์รายกลุ่ม ด้านภาพรวม.....	65
4.12 ผลการวิเคราะห์รายกลุ่ม ด้านการออกแบบทางกายภาพ.....	66
4.13 ผลการวิเคราะห์รายกลุ่ม ด้านการตลาด.....	66
4.14 ผลการวิเคราะห์รายกลุ่ม ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า.....	67
4.15 การปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร.....	68
4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....	69

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SMEs ที่ตอบแบบสำรวจ.....	16
2.2 จำนวน SMEs ที่ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามสาขาธุรกิจ.....	17
2.3 จำนวน SMEs ที่ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามพื้นที่ภาค.....	18
2.4 ลักษณะของ SME ตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของ SME พ.ศ. 2562.....	20
2.5 ผลกระทบจาก Covid – 19 ต่อ SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ.....	21
2.6 New Normal ของธุรกิจร้านอาหารในยุคโควิด 19.....	38
2.7 บริการแบบ Delivery.....	39
2.8 บริการแบบ Physical Distancing.....	40
2.9 Home Cooking.....	41
2.10 กรอบแนวความคิด.....	46

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์ปัจจุบันทั่วโลกได้รับผลกระทบจากโรคระบาดไวรัสโคโรนาหรือโควิด - 19 มีการแพร่กระจายของเชื้อโรคอย่างรุนแรงเป็นอย่างมากทำให้ เศรษฐกิจโลกมีการชะลอตัวลง และมีผู้ติดเชื้อเพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น เนื่องด้วยเชื้อสามารถติดต่อได้ทาง ปาก ตา และจมูก หากประชาชนทุกคน ตระหนักถึงผลกระทบจากเชื้อไวรัสโดยล้างมือบ่อย ๆ ทานน้ำคนละแก้ว กินร้อนช้อนคนละคัน ไม่ทานอาหารรวมกัน และใส่หน้ากากอนามัย เป็นต้น ก็สามารถลดการกระจายได้ของเชื้อไวรัสโคโรนา ซึ่งในไทยปัจจุบันพบผู้ติดเชื้อมากขึ้น และเพิ่มความรุนแรงมากยิ่งขึ้นทำให้มีผลกระทบต่อธุรกิจต่าง ๆ โควิด - 19 ครั้งแรกของประเทศไทย จนเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2563 ถึงมีรายงานว่าพบผู้ป่วยที่ติดเชื้อจากการแพร่เชื้อในประเทศเป็นครั้งแรกจำนวนผู้ป่วยยังมีน้อยตลอดเดือนกุมภาพันธ์ 2563 โดยมีผู้ป่วยยืนยัน 40 รายเมื่อสิ้นเดือน แต่จำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นมากในกลางเดือนมีนาคม 2563 ณ ปัจจุบันวันที่ 12 กรกฎาคม 2564 ได้มีการประกาศล็อกดาวน์กรุงเทพฯและปริมณฑล ศบค. อธิบายว่าการยกระดับมาตรการควบคุมโรคในครั้งนี้ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ 1. จำกัดการเคลื่อนย้ายและการรวมกลุ่มของบุคคลขึ้นสูงสุดหรือ "ล็อกดาวน์" 2. กำหนดเวลาการออกนอกเคหสถาน หรือเคอร์ฟิว และ 3. เร่งรัดมาตรการด้านการป้องกันโรค การฉีดวัคซีน การควบคุมโรค การรักษาพยาบาลและการเยียวยา ล็อกดาวน์บางพื้นที่และขยาย พ.ร.ก. ฉุกเฉินฯ ต่อไปอีก 2 เดือน (ไทยรัฐออนไลน์, 2564)

จะเห็นได้ว่า ผลกระทบของโรคโควิด - 19 ได้กระจายทั่วทุกจังหวัด ซึ่งดูจากผลสำรวจของฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563, PP 1-14) พบว่า มี SMEs ให้ความสนใจตอบแบบสำรวจจาก 70 จังหวัด โดยอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคกลาง ภาคใต้ และกรุงเทพฯ และปริมณฑล ตามลำดับซึ่งในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 รายได้ลดลงไปมากหรือไม่ มีรายได้เลย ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินทรัพย์ดังกล่าวยังคงต้องจ่ายอยู่ เช่น ค่าเช่า ค่าบำรุงรักษา เครื่องมือ/อุปกรณ์ ยานพาหนะ ซึ่งไม่สามารถลดรายจ่ายในส่วนนี้ได้วิสาหกิจขนาดย่อย ได้รับ

ผลกระทบจากการลดลงของรายได้มากที่สุด โดยสาขาธุรกิจในการผลิตที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจผลิตเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ผลิตเครื่องสำอาง ผลิตยาและสมุนไพร ตามลำดับ ในขณะที่ธุรกิจภาคการค้า กระทบในสาขาธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก และธุรกิจภาคการบริการในสาขาธุรกิจบันเทิง/สารสนเทศ/การศึกษา ธุรกิจที่พักแรม/นำเที่ยว และธุรกิจร้านอาหาร มีรายได้ลดลงมากที่สุด ซึ่งผลประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มก็ได้รับผลกระทบหนักเช่นเดียวกัน ต้องมีการปรับเปลี่ยนช่องทางการขาย การปรับเปลี่ยนให้ตรงตามมาตรการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโควิด - 19 ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนช่องทางการขายแบบเดลิเวอรี่ ไม่นั่งในร้านขายรับกลับบ้านอย่างเดียว ของที่มาซื้อหรือมารับอาหารเครื่องดื่ม ก็ต้องมีการเช็คอินตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย และล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ล้างมือทุกครั้ง มีการเพิ่มเมนูอาหาร เครื่องดื่ม ไม่ว่าจะเพิ่มธุรกิจ เป็นต้น จากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่าการปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร เครื่องดื่มขนาดเล็กนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนากิจการเพื่อให้มีคุณภาพและตอบสนองตรงความต้องการของผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19

1.2 คำถามงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีคำถามการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครมีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 อย่างไร
2. ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 แตกต่างกันหรือไม่
3. การปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลต่อการอยู่รอดร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากคำถามการวิจัยข้างต้นสามารถนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามประเภทธุรกิจ
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ที่มีต่อการอยู่รอด ของร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

จากวัตถุประสงค์งานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐาน เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 แตกต่างกัน
2. การปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลต่อการอยู่รอดร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและข้อกำหนดในการศึกษาวิจัย ได้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
ศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโรคระบาดโควิด-19 ประกอบด้วย
 1. ด้านการออกแบบทางกายภาพ (Physical Layout) ตามแนวคิดของ Ruth (2021) และปณัฐภา ภาครูป และศุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร (2555)
 2. ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ตามแนวคิดของ

Cheungsvadee (2006), วิชยานันท์ ชันละ และ อารีย์ นัยพินิจ (2559) และ ปณัฐฐา ภาครูป และศุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร (2555)

3. ด้านการเงินและบัญชี (Finance and Accounting) ตามแนวคิดของ Cheungsvadee (2006) และ Ruth (2021)

4. ด้านการตลาด (Marketing) ตามแนวคิดของ Cheungsvadee (2006)

5. ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Focus) ตามแนวคิดของ ปณัฐฐา ภาครูป และศุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร (2555)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 25564 ถึงมกราคม 2565

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในช่วงสถานการณ์ โควิด -19 ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนในสถานการณ์ วิกฤตโรค โควิด -19

2. สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเพื่อประกอบธุรกิจหรือผู้ที่ลงทุนในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีแนวทางการวางแผนและพัฒนากิจการเพื่อให้มีคุณภาพและตอบสนองตรงความต้องการของผู้บริโภค

3. สำหรับนักวิจัย นักศึกษา หรือผู้ที่สนใจทั่วไปสามารถนำข้อมูล ที่ได้จากการวิจัย ในครั้งนี้นำไปเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสเพื่อนำเอาโอกาสต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ ณ ปัจจุบันให้ยังสามารถดำเนินธุรกิจ และคอยประคับประคองให้ธุรกิจดำเนินไปภายใต้ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลตอบแทนเชิงพาณิชย์กลับคืนแก่ผู้ดำเนินการ

ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก หมายถึงร้านที่มีเจ้าของบริหารเพียงคนเดียว มีหน้าร้านที่ไม่ใหญ่โตพื้นที่น้อยภายในร้านเล็กน้อย โต๊ะที่นั่งมีเพียงไม่กี่ที่นั่งตามริมทางหรือพื้นที่เช่า

สถานการณ์โควิด -19 หมายถึง การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา มีการแพร่กระจายผ่านฝอยละอองเป็นหลักมีการติดต่อผ่านช่องทาง ปาก ตา จมูก ในสถานการณ์ปัจจุบันมีผู้ติดเชื้อจำนวนมาก มีผลกระทบต่อร้านอาหาร ห้าง ที่พัก และตามสถานที่ท่องเที่ยวเป็นต้น

การปรับตัว หมายถึงการปรับตัวแก้ไขและการปรับปรุง ด้วยการศึกษาวិธีทางในการตอบสนองความต้องการของตนเอง การจัดการภายในร่างกายและภายนอกให้สามารถปรับตัวได้ดีต่อสภาวะล้อมในการดำเนินชีวิต รวมทั้งการตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคมประกอบไปด้วย 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการออกแบบทางกายภาพ (Physical Layout) หมายถึง การจัดสัดส่วนภายในร้าน การตกแต่งร้าน การจัดเรียงสินค้าและการสร้างบรรยากาศในร้าน เพื่อสร้างเอกลักษณ์ และยังมีจุดบริการล้างมือหรือเจลแอลกอฮอล์ จุดลงเบียนเข้า-ออก (ไทยชนะ) จุดบริการตรวจวัดอุณหภูมิ ส่วนภายในร้านมีการติดตั้งที่กัน (Table Shield) ตรงบริเวณเคาน์เตอร์ที่ให้บริการ หรือโต๊ะทานอาหาร จัดระเบียบเว้นระยะห่าง และพนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัยหรือFace Shiled ตลอดเวลาในช่วงปฏิบัติงาน สิ่งที่ต้องปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอการทำความสะอาดบริเวณ ภายในร้านหรือโต๊ะอาหารด้วยน้ำฆ่า

2. ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) หมายถึง การสร้างเอกลักษณ์ ความโดดเด่น ของผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่งแล้วมีความหลากหลาย ยังคงความเป็นสินค้าประเภทนั้นเพื่อง่ายต่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

3. ด้านการเงินและบัญชี (Finance and Accounting) หมายถึง ร้านค้าได้มีค้นหาแหล่งวัตถุดิบอุปกรณ์ที่ราคาถูกลง มีการบันทึกรายการรายรับ รายจ่ายเป็นประจำอยู่เสมอ มีการนำรายได้ของตนเองในกลับมาลงทุนซ้ำ ไม่ควรที่ใช้เงินกู้ยืมภายนอก และส่วนช่องทางการชำระเงินนั้นร้านค้าควรมีช่องทางการชำระเงินมากกว่า 1 ช่องทาง สิ่งที่ร้านควรเพิ่มนั้นเป็นการลงทะเบียนร้านค้าของรัฐที่รับเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน ถูงเงิน เพื่อรองรับเงินตามโครงการของรัฐผ่านแอปพลิเคชันเป้าดัง

4. ด้านการตลาด (Marketing) หมายถึง ร้านค้าสามารถเพิ่มช่องทางขายของออนไลน์ แพลตฟอร์ม Facebook Fanpage หรือแพลตฟอร์ม LINE Business สิ่งสามารถโฆษณา โปรโมทสินค้า และมีช่องทางการขายธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบDelivery เช่น LINE MAN, FOOD PANDA, GRAD FOOD, RODINHOOD เป็นต้น

5. ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Focus) หมายถึง การใส่ใจลูกค้า มีการแนะนำลูกค้า ดำเนินการตรวจวัดคุณภาพและลงทะเบียนเข้าออกก่อนเข้าใช้บริการ ร้านค้ามีการสารทิดเอกสารแสดงให้เห็นว่าร้านค้าให้ความสำคัญในช่วงสถานการณ์โรคระบาด มีการบริการอย่างเต็มใจ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้าแนะนำเมนูประจำร้าน และควรใส่ใจตรวจเช็คอาหารและเครื่องดื่มอย่างเคร่งครัดก่อนเสิร์ฟถึงมือลูกค้า และการสอบถามความพึงพอใจหรืออ่านรีวิวดตามแพลตฟอร์มต่างๆที่ลูกค้าได้มีการกล่าวไว้นำมาเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขอยู่เสมอ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่กลับมาใช้บริการอีกหรือลูกค้าประจำ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กร
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
- 2.3 ข้อมูลผลกระทบของสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ต่อผู้ประกอบการขนาดเล็ก
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กร

ผู้นำองค์กรเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่จะต้องอธิบายได้ว่าองค์กรอยู่ ณ จุดใดของกระบวนการ เปลี่ยนแปลง และจะก้าวต่อไปทางใด บอกได้ว่าสิ่งใดได้เกิดขึ้นกำลังเกิดขึ้น และจะเกิดขึ้นในอนาคต นั่นคือ การใช้ความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ให้เกิดความชัดเจน โดยสามารถสรุปให้ได้ต่อสิ่งเหล่านี้ (พัชรนันท์ กลั่นแก้ว, 2552, น.40)

การให้ข้อมูลอย่างถูกต้องแก่ผู้ปฏิบัติและผู้เกี่ยวข้องโดยสามารถอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่ได้รับอย่างเปิดเผยและถูกต้องแม่นยำ

การบอกเล่าและเปิดเผยข้อมูลที่สรุปได้ถึงข้อดี/ข้อเสียที่มีผลต่อพนักงานในองค์กร เพื่อแสดงความจริงใจและจริงจัง ในการแก้ไขสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลง

เปิดรับฟังถึงผลกระทบของความเปลี่ยนแปลงที่มีต่อทีมงานและฝึกให้พนักงานลงภาคการณืเหตุการณ์ในอนาคตหรือในระยะใกล้ ที่เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์นั้น ๆ จัดประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อวัดความเข้าใจต่อการปรับตัวอย่างถูกต้องของผู้ร่วม

ทีมงานนอกจากนี้การให้ความสนใจต่อพฤติกรรมของพนักงานและปฏิกิริยาตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง เป็นการป้องกันมิให้เกิดพฤติกรรมต่อต้านการเปลี่ยนแปลงขึ้นได้โดยคำนึงถึง

การสังเกตพฤติกรรมทั้งในสภาพแวดล้อมการทำงานและในขณะประชุมของผู้ร่วมทีม

ศึกษาปฏิกิริยาที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง โดย จัดการอบรมความรู้ และเรียนรู้ในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน

จัดระดับปฏิกิริยาของพนักงานว่ามีต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับใด เพื่อคาดการณ์ได้ถึงปฏิกิริยาต่อต้านการเปลี่ยนแปลงว่ามีมากเพียงใด

2.1.1 ความหมายของการปรับตัว

การปรับตัวเป็นผลของความพยายามของบุคคลที่พยายามปรับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ตน ไม่ว่าปัญหานั้น จะเป็นปัญหาด้านบุคลิกภาพ ด้านความต้องการหรือด้านอารมณ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นอยู่ (Coleman, 1981) การปรับตัวจึงเป็นกระบวนการทางจิต ซึ่งคนนำมาใช้เพื่อให้บรรลุถึงความต้องการต่างๆของตนเองสังคม และเข้าได้กับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่หรือที่เปลี่ยนแปลงไป และเป็นวิธีการให้คนคงไว้ซึ่งสุขภาพจิตที่ดี ด้วยการแก้ปัญหา หาทางออกเพื่อจัดหรือผ่อนคลายความทุกข์ความคับข้องใจ หรือความเครียด (ซูทิตย์ ปานปรีชา, 2538) หรืออาจกล่าวได้ว่าการปรับตัวเป็นการที่บุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับตนเองและ โลกภายนอกได้อย่างดีความพึงพอใจความแจ่มใสอย่างสูงสุด มีพฤติกรรมที่เหมาะสม กับสภาพสังคม มีความสามารถที่จะเผชิญและยอมรับความจริง (Bernard, 1960) ซึ่ง ศุภลักษณ์ จารุรัตน์และคณะ (2532) ได้ให้ความหมายของการปรับตัวไว้ว่า การปรับตัวคือ กระบวนการปรับความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรม โดยอาศัยพลังกาย ใจ และสติปัญญา ระหว่างความต้องการกับมโนธรรมของบุคคลและความเป็นจริง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายต่าง ๆ ที่เขาแสวงหาหรือปรารถนา

นอกจากนี้ ละออ หุตางกูร (2535) ยังได้กล่าวไว้ว่า การปรับตัว หมายถึงกระบวนการตอบสนองของระบบสิ่งมีชีวิตต่อสิ่งเร้าที่ก่อความจำ เป็นให้ระบบต้องปรับกระบวนการ เพื่อรักษาคุณภาพของชีวิต สิ่งเร้าที่เรียกร่องการปรับตัวได้แก่ สิ่งเร้าที่รบกวนหรือคุกคามคุณภาพต่อระบบ ดังนั้นในการปรับตัวสภาพทางจิตต้องคล้อยตามและยอมรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น โดยไม่ให้เกิดความกระทบกระเทือนต่อสุขภาพจิต (สุภัททา ปิณฑะแพทย์, 2532) การปรับตัวจึงเป็นการที่บุคคลพยายามปรับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ตน และพยายามปรับเปลี่ยน พฤติกรรมของตนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและความต้องการของตนเอง จนสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุขปราศจากความคับข้องใจ (ลัดดาวัลย์ เกษมเนตรและทัศนาศ ทองภักดี, 2543) หรือเป็นกระบวนการปรับและ

เปลี่ยนแปลงความรู้สึกอีกัดไม่สบายใจ วิตกกังวลและคับข้องใจอันเนื่องมาจากความรู้สึก คิด และแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องและกลมกลืนกับ สภาพการณ์หรือสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม (มัลลวีร์ อุดลวัฒน์ศิริและวิศรา ศรีสวัสดิ์, 2538)

จากความหมายของการปรับตัวที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การปรับตัวในงานวิจัยนี้ หมายถึงการแก้ไขและการปรับปรุง ด้วยการศึกษาวิธีทางในการตอบสนองความต้องการของตนเอง การจัดการภายในร่างกายและภายนอกให้สามารถปรับตัวได้ดีต่อสภาวะล้อมในการดำเนินชีวิต รวมทั้ง กานตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม

2.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร

การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน และในกระบวนการผลิต เน้นการให้บริการที่ใช้ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนและควบคุมระบบเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้บริโภคมาเป็นผู้กำหนดราคาในตลาด ผู้ผลิต การให้บริการลูกค้า จึงเน้นความต้องการที่สามารถตอบสนองให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด

มีการเปลี่ยนแปลงอำนาจการบริหาร ผู้บริหารใหม่ การเปลี่ยนเจ้าของกิจการ ทำให้วิธีการบริหารเปลี่ยนไปตามวิสัยทัศน์และทัศนคติของผู้นำ

การปรับเปลี่ยนระบบโครงสร้างขององค์กร ในด้านระบบการติดต่อสื่อสาร และการทำงานของกลไกการผลิต เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต

วัฒนธรรมองค์กรภายในมีการเปลี่ยนเป็นการให้ความสำคัญในการมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ และค่าของงานมากกว่าการถือตำแหน่งหน้าที่งาน

การปรับกระบวนการบริหารเพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงให้เป็นลักษณะการบริหารแบบยืดหยุ่น ให้เกิดความคล่องตัวในการตัดสินใจ (flexibility management)

2.1.3 อุปสรรคสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง

การที่บุคลากรมีการแสดงความคิดเห็นต่อด้านการเปลี่ยนแปลงย่อมเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เป็นผลมาจากการมีทัศนคติที่ได้รับการปลูกฝังมาจากระบบการศึกษาที่ยึดติดในกฎเกณฑ์ และความเชื่อจากการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน ทำให้มีประสบการณ์เดิมที่ไม่สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องเปลี่ยนแปลง ซึ่งมี หลายปัจจัยที่เป็นสาเหตุของการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ (พัชรนันท์ กลั่นแก้ว, 2552, น.44)

การยึดมั่นในแนวคิด/หลักการในอดีต จากการเรียนรู้ แบบท่องจำ มากกว่าการเรียนรู้แบบรู้เพิ่มเติม จึงไม่เปิดใจยอมรับสิ่งใหม่ ๆ

การมีข้อตกลงผูกพันไว้ก่อนแล้ว จึงไม่ต้องการเข้าร่วมการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ
การขาดข้อมูลข่าวสารที่ใช้ช่วยการตัดสินใจ และข้อมูลไม่ทันต่อสถานการณ์การ
เปลี่ยนแปลง
อิทธิพลของกลุ่มในองค์กร มีการชักจูงให้ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง
การกลัวความเสี่ยงในด้านความมั่นคงต่อตำแหน่งหน้าที่งานเดิม จึงเข้าร่วมต่อต้านการ
เปลี่ยนแปลง

2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

2.2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

ผุสดี รุมาคม (2540, น. 29) กล่าวว่าผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เป็นบุคคลที่ค้นพบความคิด และโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เป็นผู้รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ จัดระเบียบภายในธุรกิจ และบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดสินค้าและบริการให้แก่สาธารณชน ดังนั้นโดยสรุป ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มองเห็น โอกาสทางธุรกิจและสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นตั้งแต่ตัดสินใจที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจ ในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ต้องการผู้ประกอบการที่มีความสามารถหลาย ๆ ด้าน โดยในปัจจุบันมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ”อยู่หลากหลาย ดังเช่น Pickel and Abrahamson (1989) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่าเป็นผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก จัดตั้งและดำเนินงานธุรกิจโดยเผชิญกับความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ ในการดำเนินงาน และ Bygrave (1994) ยังได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า คือผู้ที่มองเห็นถึงโอกาส และสร้างองค์กรหรือบริษัทขึ้นมาเพื่อดำเนินการตามโอกาสนั้น

ส่วนในประเทศไทย วินิจ วีรยางกูร (2528) ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่าหมายถึงผู้ที่มีความคิดที่จะดำเนินธุรกิจทำการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาและคอยระคับ ประคองให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้น มีการเจริญเติบโต และธีรยุทธ วัฒนาศุกโขภ (2542) ได้เสนอความหมายของผู้ประกอบการว่าเป็น บุคคลผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา และจะต้องมีความอดทน มุ่งมั่นกล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ของตนเองนั้นมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์

จากความหมายของผู้ประกอบการที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ประกอบการต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสเพื่อนำเอาโอกาสต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ ณ ปัจจุบันให้ยังสามารถ

ดำเนินธุรกิจ และคอยประคับประคองให้ธุรกิจดำเนินไปภายใต้ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลตอบแทนเชิงพาณิชย์กลับคืนแก่ผู้ดำเนินการ

2.2.2 คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ

งานศึกษาวิจัยจำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดัน ให้ผู้ที่เข้ามาเป็นผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพซึ่งได้ประมวลไว้ดังต่อไปนี้ Abrahamson (1989, 7-14 อ้างถึงใน ฉัฐวุฒิ วิเศษ, 2552) ได้ศึกษาผู้ประกอบการขนาดย่อมจำนวน 97 ตัวอย่างผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จมีคุณสมบัติที่สำคัญ 5 ประการ คือ

แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ ในการทำงานอันประกอบด้วย ความรับผิดชอบ ความกระตือรือร้น ความคิดริเริ่มความเพียรพยายามทนทาน และความทะเยอทะยาน

ความสามารถทางด้านสติปัญญาอันประกอบด้วยความฉลาดทางสติปัญญา ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการคิดวิเคราะห์

ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์อันประกอบด้วย ความมั่นคงทางอารมณ์ ความสัมพันธ์ส่วนตัว ความสามารถในการเข้าสังคม ความมีไหวพริบ และความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น

ความสามารถในการติดต่อสื่อสารอันประกอบด้วย ความสามารถในการติดต่อสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร และความสามารถในการติดต่อสื่อสารด้วยวาจา

ความสามารถด้านเทคนิคอันประกอบด้วยความสามารถในกิจกรรมต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจเช่น ความรู้พื้นฐาน ความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่าง ประสบการณ์เพื่อทำให้ การดำเนินงานง่ายและสะดวกรวดเร็วต่อการปฏิบัติงาน

Longemecker and Moore (1987) ได้มีการศึกษาว่าผู้ประกอบการจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างจากบุคคลทั่วไปคือ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง มีความพร้อมรับกับความเสี่ยงมีความมั่นใจในตนเอง และมีความสามารถในการปรับตัว ส่วน Szonyi and Steinhoff (1979) ได้ให้ความหมายว่าผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ควรประกอบไปด้วยคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้คือ มีกำลังความสามารถมีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการจัดการ มีบุคลิกภาพที่ดีมีความรู้ด้านเทคนิค มีความสามารถด้านการบริหาร มีการพิจารณาตัดสินใจที่ดีมีความขบขันขี้ขันใจ มีความสามารถในการสื่อสาร มีความเป็นผู้นำ มีความอดทนอดกลั้น และมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจของตนเอง นอกจากนี้ Bygrave (1994) ยังได้กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทั้งหมดจะมี 10 ประการ โดยเรียกว่า 10 Ds ดังนี้คือ

1. Dream หมายถึงผู้ประกอบการควรมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล สามารถมองเห็นอนาคตของตนเองธุรกิจที่ทำ และยิ่งไปกว่านั้น ควรจะมีความสามารถในการที่จะทำ ให้ความฝันนั้นประสบความสำเร็จด้วยเช่นกัน

2. Decisiveness หมายถึง ผู้ประกอบการควรมีความแน่วแน่ ไม่ผัดวันประกันพรุ่งมีความรวดเร็วฉับไวในการตัดสินใจ เพราะความรวดเร็วฉับไวนี้เองที่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

3. Doers หมายถึง ผู้ประกอบการควรมีการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจอย่างเด็ดขาด และรวดเร็วฉับไว

4. Determination หมายถึงผู้ประกอบการควรมีการจัดการกับอุปสรรคต่าง ๆ มีความกล้าได้กล้าเสีย ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคถึงแม้ว่าจะใหญ่หลวงเพียงใด

5. Decdication หมายถึง ผู้ประกอบการควรอุทิศตนให้กับการดำเนินธุรกิจอย่างไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย บางครั้งที่ต้องสละเวลาส่วนตัวทำงานอย่างไม่มีวันหยุด ดิ้นรนต่อสู้เพื่อให้ธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จ

6. Devotion หมายถึง ผู้ประกอบการควรมีความรักในสิ่งที่ตนกำลังทำอยู่ ไม่ว่าจะเป็ความรักในตัวสินค้าและบริการ ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ

7. Details หมายถึง ผู้ประกอบการควรใส่ใจในรายละเอียดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็ธุรกิจที่กำลังเริ่มต้น หรือธุรกิจที่กำลังเติบโต ผู้ประกอบการควรจะศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการประกอบการเพื่อนำ มาปรับใช้ในธุรกิจของตน

8. Destiny หมายถึง ผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะควบคุมชะตาชีวิตและธุรกิจของตนเอง

9. Dollars หมายถึงความร่ำรวยและตัวเงินมีใช้แรงจูงใจสำคัญ หรือมีใช้เป็นตัววัดความสำเร็จในธุรกิจของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการจึงมองถึงภาพรวมของผลตอบแทนอื่นที่ได้รับจากการประกอบธุรกิจด้วยมากกว่า

10. Distribute หมายถึง ผู้ประกอบการควรมีการกระจายความเป็นเจ้าของ หรือความรับผิดชอบในธุรกิจกับ พนักงานที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการของ McClland and Winter (1969 อ้างในจินตนา สุนทรธรรม, 2533) สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. เป็นผู้ต้องการความสำเร็จในเบื้องต้น (The Need for Achievement Prime)

2. เป็นผู้มีความรับผิดชอบ (Desire for Responsibility)
3. เป็นผู้ที่ชอบเสี่ยงพอประมาณ (Preference Moderate Risks)
4. เป็นผู้มองเห็นความน่าจะเป็นสำเร็จของงาน (Perception of Probability of Success)
5. เป็นผู้มีความต้องการทราบผลสะท้อนกลับของการทำงาน (Stimulation by Feedback)
6. เป็นผู้มีพลังในหน้าที่การงาน (Energetic Activity)
7. เป็นผู้มองการณ์ไกล (Future Orientation)
8. เป็นผู้มีทักษะในการจัดการ (Management Skill)
9. เป็นผู้มีเจตคติต่อเงิน (Attitude toward Money)

จากการศึกษาจำนวนมากพบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีคุณลักษณะทางบุคลิกภาพต่อไปนี้ในระดับสูงคือ มีความเป็นมิตร มีความกระตือรือร้นความซื่อสัตย์สุจริต มีความขยันหมั่นเพียร มีความกระฉับกระเฉง มีความมุ่งมั่นบากบั่น มีความมั่นคง เด็ดเดี่ยว มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีความรับผิดชอบ และมีความคิดแน่วแน่ (Baumbach, 1988) โดย Levinson (1989) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพที่จะมีผลต่อการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมว่า ประกอบด้วย ความอดทน (Patience) ความก้าวร้าว (Aggressiveness) การเป็นคนเจ้าความคิดและมีจินตนาการ (Imagination) ความมีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน (Sensitivity) และการมีเป็นตัวของตัวเองสูง (Ego Strength)

ส่วน Dollinger (1999) เสนอว่าในการศึกษาวิจัยเมื่อไม่นานมานี้สามารถที่จะจำแนกคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จได้โดยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีคุณลักษณะคือ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความเชื่อในอำนาจแห่งตน และชอบที่จะเสี่ยง สำหรับในประเทศไทย วิฑูรย์ สิมะโชคดิ (2542) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของ “เจ้าแก้ม” หรือการเป็นผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จนั้น สามารถสรุปคุณสมบัติขั้นต่ำได้ 7 ประการคือ ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส ต้องเป็นนักเสี่ยงต้องเป็นคนที่มีความคิดริเริ่ม ต้องเป็นคนที่ไม่ทอดถอยง่าย ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ ต้องเป็นคนมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีจุดมุ่งหมายในอนาคตที่ชัดเจน และต้องมีเครือข่ายดีหมายถึงมีเพื่อนฝูง มีคนช่วยชี้แนะ ช่วยสนับสนุนช่วยเหลือ และมีแหล่งข้อมูลมากมาย ซึ่งสมชาย หิรัญกิตติ (2542) ได้ระบุถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ดีซึ่งจะช่วยส่งเสริมธุรกิจขนาดย่อมประสบความสำเร็จได้แก่

1. มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ค่อนข้างสูง เชื่อมั่นในตนเอง กล้าเสี่ยง ไม่กล้าล้มเหลว เป็นคุณสมบัติที่จะต้องมิในตัวผู้ประกอบการไม่มากนักน้อยเพราะเป็นประเด็นที่มักจะนำไปสู่การตัดสินใจที่

จะทำธุรกิจเอง เพราะบางคนแม้มีความรู้ความสามารถสูงแต่ใจไม่กล้าพอที่จะเปิดธุรกิจเองก็จะไม่สามารถเป็นผู้ประกอบการได้ทั้ง ๆ ที่คุณสมบัติในข้ออื่น มีพร้อม

2. มีความสามารถในการคิดหรือมีความคิดริเริ่มใหม่ๆ ที่จะเอาแนวความคิดที่ดีมาเสริมสร้างให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจทำ สิ่งที่ถูกต้องก่อนคนอื่นเสมอ จะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. มีความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ มีความสามารถในการจูงใจลูกน้อง มีศิลปะในการประกอบตนและดึงดูดลูกค้า มีทักษะด้านการติดต่อสื่อสารที่ดี

4. มีความรู้ความสามารถในการบริหาร รู้จักวางแผน การควบคุม การจัดการ การตั้ง การจัดหาบุคลากร ตลอดจนมีความอดทนและสามารถทำงานหนักได้

สำนักงานแรงงานระหว่างประเทศ (2543) ได้ศึกษาคุณสมบัติที่สำคัญของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจคือ ความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำธุรกิจ แรงจูงใจในการทำธุรกิจ ความซื่อสัตย์สุภาพ ความกล้าที่จะเสี่ยงและเสี่ยงอย่างฉลาด ความกล้าตัดสินใจ การสนับสนุนจากครอบครัว ความเป็นผู้นำ ความมีมนุษยสัมพันธ์ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ความชำนาญด้านเทคนิคความชำนาญด้านการบริหารธุรกิจ และความรู้เกี่ยวกับธุรกิจนั้น ๆ โดย อรพิน สันติธีรากุล (2543) สรุปว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการประกอบไปด้วย

1. ศักยภาพแห่งความสำเร็จ (Achievement Competencies) ซึ่งประกอบด้วย การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) ความมุ่งมั่น (Persistence) ความมีพันธะต่องาน ความผูกพันความรับผิดชอบในงาน (Commitment to Work Contract) ความต้องการใฝ่หาทางด้านคุณภาพ และประสิทธิภาพ (Demand for Quality and Efficiency) และความเสี่ยง (Risk Taking)

2. ศักยภาพแห่งการวางแผน (Planning Competencies) ซึ่งประกอบด้วยการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting) การวางแผน และการติดตาม / ประเมินอย่างมีระบบ (Systematic Planning and Monitoring) และการแสวงหาข้อมูล (Information Seeking)

3. ศักยภาพแห่งอำนาจ (Power Competencies) ซึ่งประกอบด้วยการชี้ชวน การชักชวนการมีเครือข่าย (Persuasion and Networking) และความมั่นใจ (Self Confidence)

อาทิศย์ วุฒิกะโร (2543) ได้สรุปจากการศึกษาข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการจัด “โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (Entrepreneurship Development Programme, EDP) มาตั้งแต่ปี 2523 ว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีดังนี้คือ มีความกล้าเสี่ยง มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มีความผูกพัน ต่อเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ มีความสามารถโน้มน้าว

จิตใจผู้อื่น มีความมานะและทำงานหนัก มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง มีความสามารถการเรียนรู้จากประสบการณ์ มีความรับผิดชอบ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความสนใจการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม มีความสามารถในการบริหาร มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการปรับสภาพแวดล้อม มีความกล้าตัดสินใจ มีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์แผนธุรกิจหรือโครงการลงทุน มีความสามารถในการสร้างพันธมิตร มีความซื่อสัตย์ มีความประหยัดเพื่ออนาคต มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ชวลิต ประภาวนนท์ (2548) สรุปว่า คุณสมบัติของผู้ประกอบการประกอบไปด้วย

1. ต้องมีความพยายาม (Energy Level) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ ต้องใช้ความพยายามและความอดทน ต้องทำงานหนักและอุทิศเวลาให้กับงาน จากการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการโดยทั่วไปต้องทำงานมากกว่า 60 ชั่วโมงต่อสัปดาห์และ 25 % ของรายงานแจ้งว่า บางรายต้องทำงานถึง 70 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ผู้ประกอบการจะต้องมีพลังงานที่สูงกว่า ปกติเพื่อให้เพียงพอต่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่

2. มีความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ (Need for Achievement) ผู้ประกอบการที่มีความต้องการให้ธุรกิจนั้น ประสบความสำเร็จ จะก่อให้เกิดแรงกระตุ้น ในการทำงาน ทั้งระยะสั้นและยาวเมื่องานนั้น สำเร็จก็จะเกิดความพึงพอใจ

3. ระดับของความเสี่ยง (Level of Risk) แม้ว่า การประกอบธุรกิจใหม่จะมีความเสี่ยงสูง แต่ถ้าผู้ประกอบการมีการวางแผนที่ดีก็สามารถลดภาวะความเสี่ยงได้

4. ความเชื่อมั่น ในตนเอง (Self - Confidence) ผู้ประกอบการที่เชื่อมั่น ในความสามารถของตัวเอง ที่จะวางแผนกลยุทธ์ การตัดสินใจ และปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นทุกวันว่าทำได้ก็จะเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ ได้

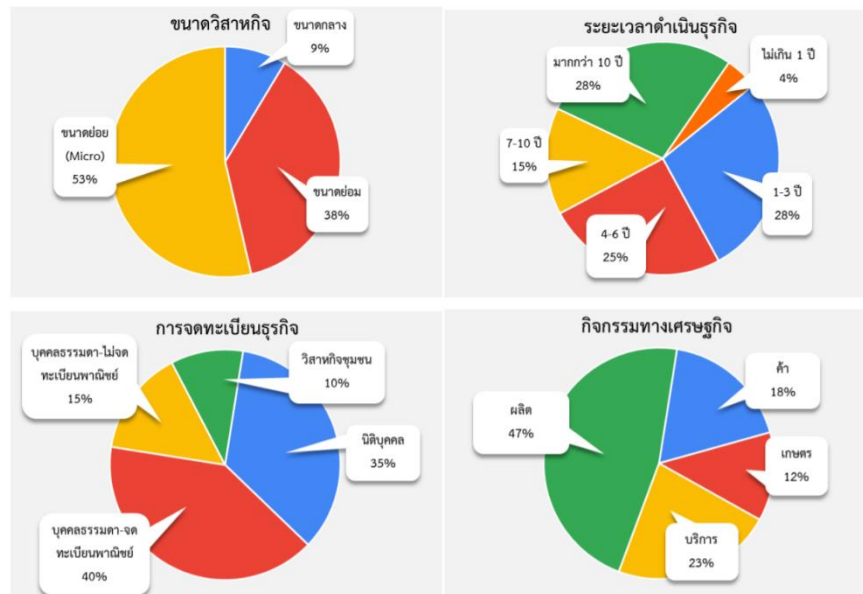
5. เน้นที่การควบคุม (Focus of Control) ผู้ประกอบการ โดยมากจะเชื่อความสามารถของตัวเอง ที่จะควบคุมตัวเองในการปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงได้ โคนอาศัยความสามารถ ไม่ใช่โชคชะตา

6. ต้องมีความอดทนต่อความเคลือบแคลง (Tolerance of Ambignity) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของสถานการณ์ปัญหาหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการไม่ชัดเจน ทางเลือกที่ยากต่อการกำหนดและตัดสินใจรวมทั้งผลลัพธ์ที่จะได้ในอนาคตไม่เพียงพอแต่ผู้ประกอบการก็มีความสุขในการตัดสินใจแม้ว่า ข้อมูลที่มีอยู่จะไม่สมบูรณ์

2.3 ข้อมูลผลกระทบของสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ต่อผู้ประกอบการขนาดเล็ก

ผลการสำรวจ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดย ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ 2563, น. 1-14) พบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าและธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs มาตั้งแต่ต้นปี 2563 และยังมีการแพร่ระบาดครั้งใหม่ในช่วง ปลายปีที่ผ่านมา ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันนั้น สสว. ตระหนักถึงผลกระทบของการระบาดที่มีต่อธุรกิจ SMEs จึงได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของ SMEs ในช่วงระหว่างวันที่ 1 - 15 กุมภาพันธ์ 2564 ที่มีต่อมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐ รวมทั้งวิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานภาครัฐ จัดทำนโยบายและกำหนดมาตรการช่วยเหลือ ที่ตรงความต้องการของธุรกิจ และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรวบรวมความเห็นจากผู้ประกอบการที่ตอบแบบสำรวจจำนวน 660 ราย ดังนี้

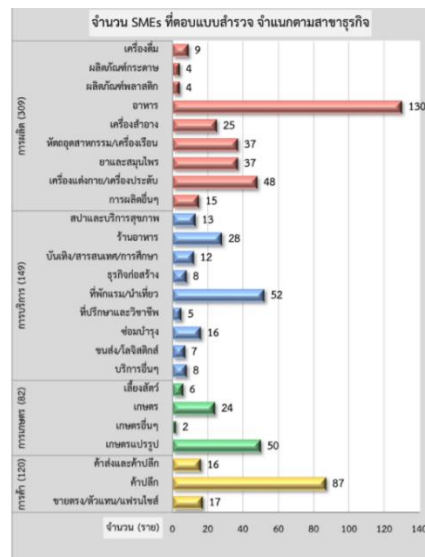
ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SMEs ที่ตอบแบบสำรวจ



ภาพที่ 2.1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SMEs ที่ตอบแบบสำรวจ

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

SMEs ที่ตอบแบบสำรวจฯ ส่วนใหญ่จะเป็นวิสาหกิจขนาดย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม คิดเป็น 91% ของ SMEs ทั้งหมด และ 2 ใน 3 มีการดำเนินธุรกิจมานานกว่า 4 ปีขึ้นไป เป็น SMEs Startup (ดำเนินธุรกิจมาไม่เกิน 3 ปี) คิดเป็น 32% ในด้านการจดทะเบียนทางธุรกิจ พบว่า ส่วนมากเป็น SMEs ที่มีการจดทะเบียนทั้งจดทะเบียนนิติบุคคล จดทะเบียนพาณิชย์ และขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชน รวมคิดเป็น 85% และเมื่อพิจารณาตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจพบว่า SMEs ส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคการผลิต คิดเป็น 47% รองลงมาได้แก่ ภาคการบริการ (23%) ภาคการค้า (18%) และภาคการเกษตร (12%)



ภาพที่ 2.2 จำนวน SMEs ที่ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามสาขาธุรกิจ

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อจำแนกตามสาขาธุรกิจ พบว่า SME ในสาขาธุรกิจผลิตอาหารมีจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ สาขาค้าปลีก ที่พักแรม/นำเที่ยว เกษตรแปรรูป และ เครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ



ภาพที่ 2.3 จำนวน SMEs ที่ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามพื้นที่ภาค

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อพิจารณาตามพื้นที่ตั้งของธุรกิจ พบว่า มี SMEs ให้ความสนใจตอบแบบสำรวจจาก 70 จังหวัด โดยอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคกลาง ภาคใต้ และ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ตามลำดับ

ตารางที่ 2.1 ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ SMEs ได้รับ จำแนกตามขนาดธุรกิจ

ขนาด ธุรกิจ	กิจกรรม ทางเศรษฐกิจ	จำนวน (ราย)	ผลกระทบที่ธุรกิจได้รับ (%)				ความรุนแรง ของ ผลกระทบ ต่อธุรกิจ โดยรวม
			รายได้ ลดลง	ต้องลด รายจ่าย	ทุนจม	ความเสี่ยง ในการ ดำเนินงาน	
ขนาดย่อย (Micro)		332	61.4	39.7	44.3	33.6	57.0
ขนาดย่อม		249	61.5	46.2	48.6	40.6	59.3
ขนาดกลาง		57	63.6	37.6	49.4	37.5	61.1
วิสาหกิจชุมชน		22	58.9	45.7	53.0	30.9	53.6
		รวม 660	61.6	42.2	46.6	36.5	58.1

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเดือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อพิจารณาผลกระทบต่อ SMEs จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ พบว่า ธุรกิจ SMEs ได้รับผลกระทบทั่วหน้า โดยวิสาหกิจขนาดกลางได้รับผลกระทบมากที่สุด รองลงมา คือ วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดย่อย ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจาก วิสาหกิจขนาดกลางส่วนใหญ่จะมีสินทรัพย์ถาวรในสัดส่วนที่มากกว่าวิสาหกิจอื่นๆ ซึ่งในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 รายได้ลดลงไปมากหรือไม่มีรายได้เลย ในขณะที่ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสินทรัพย์ดังกล่าวยังคงต้องจ่ายอยู่ เช่น ค่าเช่า ค่าบำรุงรักษา เครื่องมือ/อุปกรณ์ ยานพาหนะ ซึ่งไม่สามารถลดรายจ่ายในส่วนนี้ได้

วิสาหกิจขนาดย่อย ได้รับผลกระทบจากการลดลงของรายได้มากที่สุด โดยสาขาธุรกิจในภาคการผลิตที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจผลิตเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ผลิตเครื่องสำอาง ผลิตยาและสมุนไพร ตามลำดับ ในขณะที่ธุรกิจภาคการค้า กระทบในสาขาธุรกิจค้าส่ง

และค้าปลีก และธุรกิจภาคการบริการในสาขาธุรกิจบันเทิง/สารสนเทศ/การศึกษา ธุรกิจที่พักแรม/นำเที่ยว และธุรกิจร้านอาหาร มีรายได้ลดลงมากที่สุด

วิสาหกิจขนาดย่อม ได้รับผลกระทบจากการลดลงของรายได้มากที่สุด โดยสาขาธุรกิจในภาคการผลิตที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจผลิตเครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ และ หัตถอุตสาหกรรม/เครื่องเรือน ส่วนธุรกิจภาคการค้า ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ได้รับผลกระทบด้านรายได้ลดลงมากที่สุด และธุรกิจภาคบริการ ได้แก่ ธุรกิจสปาและบริการด้านสุขภาพ ธุรกิจที่พักแรม/นำเที่ยว และธุรกิจซ่อมบำรุง ได้รับผลกระทบด้านรายได้ลดลงมากที่สุด และมีเงินลงทุนจมต้องลดรายจ่าย ความแตกต่างระหว่างวิสาหกิจขนาดย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมโดยด้านสายการผลิตกับการบริการและการค้า วิสาหกิจขนาดย่อยการจ้างงาน 5 ขึ้นไปมีรายได้ประมาณ 1.8 ล้านบาท กับทางวิสาหกิจขนาดย่อมมีอัตราการจ้างงานสูงกว่า จำนวน 50 คนขึ้นไป มีรายได้สูงสุด 100 ล้านบาทขึ้นไป วิสาหกิจขนาดย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมมีความแตกต่างเพียงเล็กน้อย



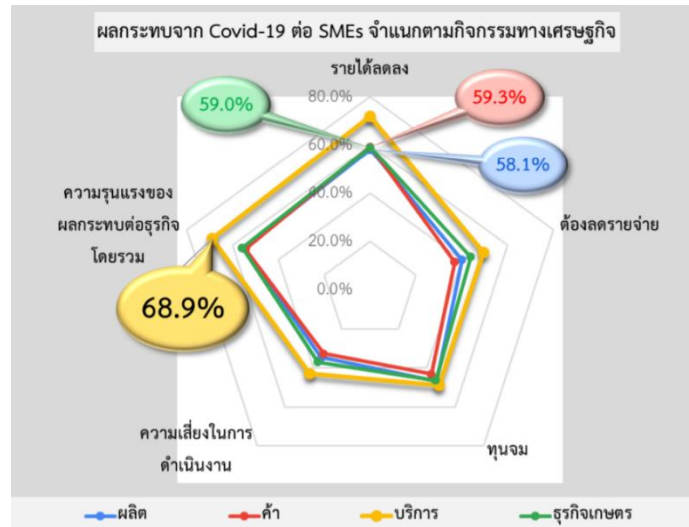
ภาพที่ 2.4 ลักษณะของ SME ตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของ SME พ.ศ. 2562

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลาง ได้รับผลกระทบจากการลดลงของรายได้มากที่สุด โดยสาขาธุรกิจในภาคการผลิตที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ธุรกิจผลิตยาและสมุนไพร ธุรกิจผลิตเครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ สำหรับธุรกิจภาคการค้าที่มีรายได้ลดลงมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก

และธุรกิจภาคบริการที่มีรายได้ลดลงมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจที่แพคเกจ/นำเที่ยวสำหรับธุรกิจภาคการเกษตร และวิสาหกิจชุมชน ได้รับผลกระทบในระดับปานกลาง และน้อยกว่าธุรกิจภาคอื่นๆ

ผลกระทบจากสถานการณ์ฯ จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ



ภาพที่ 2.5 ผลกระทบจาก Covid – 19 ต่อ SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

ผลกระทบจากสถานการณ์ฯ จำแนบตามลักษณะการจัดธุรกิจ

ตารางที่ 2.2 ผลกระทบจากสถานการณ์ฯ จำแนกตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ

ลักษณะการจัดตั้งกิจการ	กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	ความรุนแรงผลกระทบ ของธุรกิจโดยรวม (%)
นิติบุคคล		64.1
	ผลิต	59.2
	ค้า	59.4
	บริการ	72.1
	เกษตร	65.3
บุคคลธรรมดา - จดทะเบียนพาณิชย์		56.5
	ผลิต	56.2
	ค้า	53.3
	บริการ	65.8
	เกษตร	47.0
บุคคลธรรมดา – จดทะเบียนพาณิชย์		54.1
	ผลิต	44.4
	ค้า	52.4
	บริการ	61.1
	เกษตร	72.9
วิสาหกิจชุมชน		49.9
	ผลิต	47.1
	ค้า	40.0
	บริการ	74.3

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ลักษณะการจัดตั้งกิจการ	กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	ความรุนแรงผลกระทบ ของธุรกิจโดยรวม (%)
	เกษตร	47.6
รวมทุกประเภท		58.1

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อพิจารณาผลกระทบต่อธุรกิจ SMEs จำแนกตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ พบว่า SMEs ที่เป็นนิติบุคคล ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ฯ มากที่สุด รองลงมาคือ SMEs ที่เป็นบุคคลธรรมดา และมีการจดทะเบียนพาณิชย์ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ยกเว้นวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในภาคการบริการ

มาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐที่ผู้ประกอบการ SMEs มองว่าได้รับประโยชน์

ตารางที่ 2.3 มาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐที่ผู้ประกอบการ SMEs มองว่าได้รับประโยชน์

กลุ่มมาตรการ	มาตรการ	ร้อยละ
การช่วยเหลือทาง การเงิน 30.6%	พักชำระหนี้/ผ่อนผันการชำระหนี้/แก้ไข NPL	17.8%
	สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำจากสถาบันการเงินของรัฐ	8.7%
	การค้ำประกันสินเชื่อจาก บสย.	4.1%
การลดค่าใช้จ่ายให้ ธุรกิจ 27.1%	ลดค่าน้ำค่าไฟ	10.9%
	ขยายกำหนดระยะเวลาเสียภาษีฯ	6.5%
	ลดเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม	5.1%
	คืนเงินภาษี	4.5%

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

กลุ่มมาตรการ	มาตรการ	ร้อยละ
การตั้งค่าใช้จ่าย ของประชาชน 24.3%	คนละครึ่ง	18.29%
	เราเที่ยวด้วยกัน	4.6%
	ช้อปดีมีคืน	1.5%
การอบรมและพัฒนา จากภาครัฐ 13.8%	การบ่มเพาะธุรกิจ	3.7%
	การจัดทำแผนธุรกิจและแผนความเสี่ยง	3.2%
	โครงการพัฒนาด้านต่างๆ รัฐจัดให้	6.9%
อื่นๆ 4.2%	ข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐ	4.2%

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

กลุ่มมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐที่ธุรกิจ MSME มองว่าได้รับประโยชน์มากที่สุด คือ มาตรการช่วยเหลือทางการเงิน เช่น การพักชำระหนี้/ผ่อนผันชำระหนี้รอลงมา คือ มาตรการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ เช่น มาตรการลดค่าน้ำค่าไฟ และ มาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชน และเมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการ “คนละครึ่ง” เป็นมาตรการที่ MSME ได้รับประโยชน์มากที่สุด ซึ่งในปี 2564 รัฐบาลยังคงดำเนินมาตรการเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชน และมาตรการเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโครงการคนละครึ่งเฟส 2 โครงการเราชนะ หรือมาตรการลดค่าสาธารณูปโภค เช่นค่าน้ำ ค่าไฟ เป็นต้น

ประโยชน์จากมาตรการภาครัฐจำแนกตามขนาดธุรกิจ

ตารางที่ 2.4 ประโยชน์จากมาตรการภาครัฐจำแนกตามขนาดธุรกิจ

หน่วย : %

ขนาดวิสาหกิจ	มาตรการช่วยเหลือทางการเงิน	การลดค่าใช้จ่ายให้ธุรกิจ	การตุ้นการใช้จ่ายของประชาชน	การอบรมและพัฒนาจากภาครัฐ	ข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานรัฐ
ขนาดย่อย (Micro)	30.8	25.4	25.0	13.9	4.9
ขนาดย่อม	30.4	27.7	23.2	14.6	4.0
ขนาดกลาง	31.2	35.1	21.8	9.4	2.5
วิสาหกิจชุมชน	25.9	16.7	37.0	18.5	1.9
ผลรวมทั้งหมด	30.6	27.1	24.4	13.8	4.2

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อพิจารณาตามขนาดธุรกิจ พบว่า มาตรการช่วยเหลือทางการเงิน ได้แก่ การพักชำระหนี้/ผ่อนผันการชำระหนี้ และการแก้ไข NPL เป็นมาตรการที่วิสาหกิจขนาดย่อย และ วิสาหกิจขนาดย่อม ได้รับประโยชน์มากที่สุด ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางได้รับประโยชน์จากมาตรการลดค่าใช้จ่ายให้ธุรกิจ โดยเฉพาะมาตรการขยายกำหนดระยะเวลาเสียภาษีฯ และการลดเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม สำหรับวิสาหกิจชุมชน ได้รับประโยชน์จากกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโครงการคนละครึ่งมากที่สุด ในขณะที่มาตรการในด้านอื่นๆ นั้น พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อม Micro และ วิสาหกิจชุมชน ได้รับประโยชน์จากการเข้ารับการอบรมพัฒนาในโครงการที่ภาครัฐจัดให้มากที่สุด แต่ วิสาหกิจขนาดกลางได้รับประโยชน์จากการอบรมและการพัฒนาของภาครัฐน้อยที่สุด และ วิสาหกิจชุมชนได้รับประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานรัฐน้อยที่สุด

ประโยชน์จากมาตรการภาครัฐจําแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 2.5 ประโยชน์จากมาตรการภาครัฐจําแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

หน่วย : %

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	มาตรการช่วยเหลือทางการเงิน	การลดค่าใช้จ่ายให้ธุรกิจ	การคุ้มครองค่าใช้จ่ายของประชาชน	การอบรมและพัฒนาจากภาครัฐ	ข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานรัฐ
ขนาดย่อย (Micro)	30.2	24.9	24.3	16.6	4.1
ขนาดย่อม	32.2	22.9	27.4	13.3	4.2
ขนาดกลาง	32.6	31.9	23.0	8.3	4.2
วิสาหกิจชุมชน	25.5	31.4	22.7	15.5	5.0
ผลรวมทั้งหมด	30.6	27.1	24.4	13.8	4.2

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อพิจารณาตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า มาตรการช่วยเหลือทางการเงิน โดยเฉพาะมาตรการการพักชำระหนี้/ผ่อนผันการชำระหนี้เป็นมาตรการที่ SMEs ในภาคผลิต ภาคการค้า และภาคบริการได้ประโยชน์มากที่สุด ส่วนการแก้ไข NPL และการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ เป็นมาตรการที่ธุรกิจภาคบริการได้รับประโยชน์มากที่สุดสำหรับมาตรการลดค่าใช้จ่ายให้ธุรกิจ เป็นมาตรการที่ธุรกิจภาคเกษตรได้รับประโยชน์มากที่สุดโดยเฉพาะการลดค่าน้ำค่าไฟ ซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญของธุรกิจดังกล่าว นอกจากนี้ ธุรกิจในการผลิตและภาคการค้า ได้รับประโยชน์จากการอบรมและการพัฒนาของภาครัฐมากที่สุด ในขณะที่ธุรกิจภาคบริการมองว่าได้รับประโยชน์จากมาตรการดังกล่าว น้อยที่สุด

ประโยชน์จากมาตรการภาครัฐจำแนกตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ

ตารางที่ 2.6 ประโยชน์จากมาตรการภาครัฐจำแนกตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ

หน่วย : %

ลักษณะการจัดตั้ง ธุรกิจ	มาตรการ ช่วยเหลือ ทางการเงิน	การลด ค่าใช้จ่ายให้ ธุรกิจ	การคุ้มครอง ใช้จ่ายของ ประชาชน	การอบรมและ พัฒนาจาก ภาครัฐ	ข้อมูล ข่าวสารจาก หน่วยงาน รัฐ
นิติบุคคล	31.9	35.2	16.0	13.7	3.2
บุคคลธรรมดา - จด ทะเบียนพาณิชย์	30.9	19.5	29.0	15.0	5.5
บุคคลธรรมดา - ไม่ จดทะเบียนพาณิชย์	27.9	26.7	31.1	10.4	4.0
วิสาหกิจชุมชน	26.8	21.6	33.3	14.4	3.9
ผลรวมทั้งหมด	30.6	27.1	24.4	13.8	4.2

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อพิจารณาตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ พบว่า SMEs นิติบุคคล ได้รับประโยชน์จากมาตรการลดค่าใช้จ่ายให้ธุรกิจมากที่สุด โดยเฉพาะการขยายกำหนดระยะเวลาเสียภาษี และการลดเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม นอกจากนี้ ยังได้รับประโยชน์จากมาตรการพักชำระหนี้ และการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำมากที่สุดอีกด้วย ในขณะที่ได้รับประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานรัฐน้อยที่สุดเช่นกัน ในส่วนของ SMEs ที่เป็นบุคคลธรรมดาที่จดทะเบียนพาณิชย์ ได้รับประโยชน์จากมาตรการช่วยเหลือทางการเงิน ได้แก่ มาตรการพักชำระหนี้ และโครงการคนละครึ่ง มากที่สุดสำหรับ SMEs ที่เป็นบุคคลธรรมดาที่ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ ได้รับประโยชน์จากโครงการคนละครึ่ง และมาตรการพักชำระหนี้ มากที่สุด ในขณะที่ผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าวมองว่าได้รับประโยชน์จากการอบรมและการ

พัฒนาของภาครัฐน้อยที่สุด ส่วนวิสาหกิจชุมชน มองว่าได้รับประโยชน์จากโครงการคนละครึ่งมากที่สุด

วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs

ตารางที่ 2.7 วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs

วิธีการปรับตัว		ร้อยละ
หารายได้เพิ่มเติม 40.7%	หารายได้เสริมธุรกิจ	18.1%
	ปรับใช้ให้บริการออนไลน์	15.4%
	ขายสินทรัพย์บางส่วนเพื่อเสริมสภาพคล่อง	7.1%
ลดค่าใช้จ่ายของธุรกิจ 29.1%	เจรจากับเจ้าหนี้ขอพักชำระหนี้	12.8%
	ลดพนักงาน	9.1%
	ปิดร้านเร็วขึ้น (เพื่อลดค่าใช้จ่าย)	4.2%
เปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจ 19.9%	ลดค่าจ้างพนักงาน	3.0%
	มองหาโมเดลธุรกิจ	10.6%
	หาพันธมิตรธุรกิจให้ช่วยพยุงธุรกิจ	4.0%
วางแผนเพื่อรับมือ 10.3%	เปลี่ยนไปประกอบกิจการอื่น	3.9%
	ควมรวมกิจการ	1.5%
	วางแผนระยะสั้นคาดการณ์และแก้ไขความเสี่ยง	10.3%

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs ในช่วงที่ผ่านมา พบว่า การหารายได้เพิ่มและการลดรายจ่าย เป็นวิธีที่ SMEs ใช้ในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจมากที่สุด โดยวิธีการปรับตัว พบว่า SMEs ใช้วิธีหารายได้เสริมให้ธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือการใช้ช่องทางออนไลน์ในการดำเนิน

ธุรกิจ และการเจรจากับเจ้าหนี้เพื่อขอพักชำระหนี้ ซึ่งถือเป็นการแก้ไขปัญหาในระยะสั้นของผู้ประกอบการ ในขณะที่ SMEs บางส่วนมีการปรับเปลี่ยนวิธีการทำธุรกิจ เช่น การมองหาโมเดลธุรกิจใหม่ และการวางแผนเพื่อรับความเสี่ยง ซึ่งเป็นสิ่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาวต่อไป

วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs จำแนกตามขนาดธุรกิจ

ตารางที่ 2.8 วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs จำแนกตามขนาดธุรกิจ

หน่วย : %

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	หารายได้เพิ่มเติม	ลดค่าใช้จ่ายของธุรกิจ	ปรับวิธีการดำเนินงานธุรกิจ	วางแผนเพื่อรับมือ
ขนาดย่อย (Micro)	44.5	25.5	20.9	9.2
ขนาดย่อม	38.2	32.0	19.3	10.5
ขนาดกลาง	34.2	33.7	17.4	14.7
วิสาหกิจชุมชน	35.1	31.2	20.8	13.0
ผลรวมทั้งหมด	40.7	29.1	19.9	10.3

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อพิจารณาตามขนาดธุรกิจ พบว่าการเพิ่มรายได้ให้ธุรกิจ เช่น การหารายได้เสริมและการใช้บริการช่องทางออนไลน์ เป็นวิธีการที่วิสาหกิจทุกขนาดนำมาใช้เพื่อปรับตัวรับมือกับวิกฤตโควิด-19 มากที่สุด โดย วิสาหกิจรายย่อยใช้วิธีการหารายได้เสริม และวิสาหกิจชุมชนมีการใช้บริการช่องทางออนไลน์มากที่สุดนอกจากการเพิ่มรายได้ให้ธุรกิจแล้ว พบว่า วิสาหกิจขนาดกลาง ปรับตัวโดยการลดค่าใช้จ่ายให้ธุรกิจมากที่สุด โดยเฉพาะการเจรจากับเจ้าหนี้เพื่อขอพักชำระหนี้ และการปรับลดค่าจ้างของพนักงานมากที่สุดสำหรับวิสาหกิจขนาดย่อมมีแนวโน้มที่จะมองหาโมเดลธุรกิจใหม่ สำหรับวิสาหกิจรายย่อยมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปประกอบธุรกิจอื่นมากที่สุด แต่ก็มีการทำแผนระยะสั้นเพื่อคาดการณ์และแก้ไขความเสี่ยงน้อยที่สุดและวิสาหกิจชุมชนใช้วิธีการหาพันธมิตรธุรกิจรายใหญ่ช่วยพยุงธุรกิจมากที่สุด

วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 2.9 วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

หน่วย : %

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	หารายได้เพิ่มเติม	ลดค่าใช้จ่ายของธุรกิจ	ปรับวิธีการดำเนินงานธุรกิจ	วางแผนเพื่อรับมือ
ผลิต	43.5	27.4	18.4	10.8
ค้า	44.9	26.9	18.6	9.7
บริการ	31.9	35.5	22.6	10.0
เกษตร	42.4	25.4	22.0	10.2
ผลรวมทั้งหมด	40.7	29.1	19.9	10.3

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อพิจารณาตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า SMEs ในภาคผลิต ภาคการค้า และภาคเกษตรใช้วิธีการเพิ่มรายได้ให้ธุรกิจ โดยธุรกิจภาคเกษตรใช้วิธีการหารายได้เสริมมากที่สุด ส่วนธุรกิจภาคผลิตใช้บริการช่องทางออนไลน์มากที่สุดในขณะที่ธุรกิจภาคบริการปรับตัวโดยการลดค่าใช้จ่ายให้ธุรกิจมากที่สุด โดยการเจรจากับ เจ้าหนี้เพื่อขอพักชำระหนี้ การปรับลดพนักงาน และปรับลดค่าจ้างของพนักงานมากที่สุด นอกจากนี้ธุรกิจภาคบริการ ยังมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นการมองหาโมเดลธุรกิจใหม่ การเปลี่ยนไปประกอบกิจการอื่น การหาพันธมิตรธุรกิจรายใหญ่ ช่วยพยุงธุรกิจ หรือแม้แต่การควบรวมกิจการมากที่สุด ในขณะเดียวกันก็เป็นภาคธุรกิจที่มีการทำแผนระยะสั้นเพื่อคาดการณ์และแก้ไขความเสี่ยงมากที่สุดเช่นเดียวกัน

วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs จำแนกตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ

ตารางที่ 2.10 วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs จำแนกตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ

หน่วย : %

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	หารายได้เพิ่มเติม	ลดค่าใช้จ่ายของธุรกิจ	ปรับวิธีการดำเนินธุรกิจ	วางแผนเพื่อรับมือ
นิติบุคคล	36.8	29.6	22.8	10.8
บุคคลธรรมดา - จดทะเบียนพาณิชย์	42.3	30.0	18.3	9.5
บุคคลธรรมดา - ไม่จดทะเบียนพาณิชย์	46.2	27.1	16.5	10.2
วิสาหกิจชุมชน	43.3	25.6	18.9	12.2
ผลรวมทั้งหมด	40.7	29.1	19.9	10.3

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อพิจารณาตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ พบว่า SMEs ทุกประเภทการจัดตั้งธุรกิจปรับตัวโดยใช้วิธีการเพิ่มรายได้ให้ธุรกิจมากที่สุด โดย SMEs นิติบุคคล มีการใช้บริการช่องทางออนไลน์และการขายสินทรัพย์บางส่วนเพื่อเสริมสภาพคล่องมากที่สุด นอกจากนี้ยังใช้วิธีการลดค่าจ้างพนักงานเพื่อลดรายจ่ายมากที่สุดอีกด้วย ในขณะที่วิสาหกิจชุมชนใช้วิธีการปรับลดพนักงานมากที่สุด สำหรับการปรับวิธีการดำเนินธุรกิจพบว่า SMEs ที่เป็นนิติบุคคล มีแนวโน้มในการมองหาโมเดลธุรกิจใหม่ การหาพันธมิตรธุรกิจรายใหญ่ช่วยพยุงธุรกิจ และการควบรวมกิจการมากที่สุด

ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ SMEs ตามพื้นที่ตั้งกิจการ

ตารางที่ 2.11 ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ SMEs ตามพื้นที่ตั้งกิจการ

พื้นที่ตั้งกิจการ	จำนวน (ราย)	ผลกระทบที่ธุรกิจได้รับ(%)					มาตรการภาครัฐที่ธุรกิจได้ประโยชน์ (%)					การปรับตัวของธุรกิจ			
		รายได้ลดลง	ต้องลดรายจ่าย	ทุนจม	ความเสี่ยงในการดำเนินงาน	ความรุนแรงของผลกระทบต่อธุรกิจโดยรวม	มาตรการช่วยเหลือทางการเงิน	มาตรการลดค่าใช้จ่ายให้ธุรกิจ	มาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย	การอบรมและพัฒนาจากหน่วยงานรัฐ	ข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานรัฐ	หารายได้เพิ่มเติม	ลดค่าใช้จ่ายของธุรกิจ	ปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงาน	วางแผนเพื่อรับมือ
กทม. และ ปริมณฑล	94	63.7	42.4	45.2	35.2	60.6	28.3	33.1	20.3	15.1	3.2	37.9	27.3	23.3	39.4
กลาง	122	62.0	42.0	49.2	36.8	58.7	32.0	27.6	23.8	12.2	4.4	39.7	30.3	21.6	27.0
ตะวันออก	55	65.9	47.4	51.6	43.1	64.0	32.6	28.9	20.0	13.7	4.7	36.3	30.3	24.9	30.9
ใต้	115	56.1	38.3	42.7	34.3	50.3	28.5	21.9	30.2	16.3	3.1	42.0	28.0	17.0	38.3
เหนือ	200	62.4	41.6	46.8	35.9	59.5	29.8	26.1	25.6	14.5	4.0	42.1	28.2	18.9	33.5
อีสาน	74	61.1	45.9	46.2	37.6	58.1	34.4	26.8	22.4	9.3	7.1	44.5	32.3	14.8	25.7
รวม	660	61.6	42.2	46.6	36.5	58.1	30.6	27.1	24.4	13.8	4.2	40.7	29.1	19.9	32.9

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2663)

พื้นที่ตั้งกิจการ พบว่า SMEs ในภาคตะวันออกได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ กรุงเทพมหานคร และภาคเหนือตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ครั้งใหม่ ตั้งแต่ช่วงปลายปี 2563 จนถึงปัจจุบัน ในขณะที่ผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคใต้ ได้รับผลกระทบโดยรวมน้อยที่สุดสำหรับมาตรการภาครัฐที่ SMEs ได้รับประโยชน์ พบว่าผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคอีสาน ได้รับประโยชน์จากมาตรการช่วยเหลือทางการเงินมากที่สุด รองลงมา คือ ภาคตะวันออก และกรุงเทพมหานคร ขณะที่มาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย เช่น โครงการคนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน ผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคใต้มองว่าได้รับประโยชน์มากที่สุด ในส่วนของการอบรมและการพัฒนาของภาครัฐนั้น ผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคอีสานมองว่าได้รับประโยชน์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ และผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคใต้ มองว่าได้รับประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานรัฐน้อยที่สุดในด้านการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs พบว่าผู้ประกอบการในภาคอีสาน มีปรับตัวโดยใช้วิธีการเพิ่มรายได้โดยเฉพาะการใช้บริการช่องทางออนไลน์และวิธีการลดรายจ่ายของธุรกิจมากที่สุด สำหรับผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีการทำแผนระยะสั้นเพื่อคาดการณ์และแก้ไขความเสี่ยงมากที่สุด

ระยะเวลาที่ SMEs คาดว่าจะสามารถประคองธุรกิจต่อไปได้ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ตารางที่ 2.12 ระยะเวลาที่ SMEs คาดว่าจะสามารถประคองธุรกิจต่อไปได้

ขนาดวิสาหกิจ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะสามารถประคองธุรกิจ (เดือน)
ขนาดกลาง	7.1
ผลิต	6.7
ค้า	7.5
บริการ	7.9
เกษตร	4.4

ตารางที่ 2. 12 (ต่อ)

ขนาดวิสาหกิจ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะสามารถประกอบธุรกิจ (เดือน)
ขนาดย่อม	6.4
ผลิต	5.8
ค้า	5.7
บริการ	7.2
เกษตร	7.6
ขนาดย่อย (Micro)	5.8
ผลิต	5.7
ค้า	5.6
บริการ	6.3
เกษตร	5.6
วิสาหกิจชุมชน	6.4
ผลิต	6.1
บริการ	9.5
เกษตร	6.3
รวม	6.1

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

เมื่อพิจารณาตามขนาดธุรกิจ พบว่าวิสาหกิจขนาดกลาง มีระยะเวลาที่คาดว่าจะสามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้อีกมากที่สุด โดยเฉลี่ยเท่ากับ 7.1 เดือน ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อย (Micro) มีระยะเวลาที่คาดว่าจะสามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้โดยเฉลี่ยเท่ากับ 5.8 เดือน ซึ่งนับว่าน้อยกว่าธุรกิจภาคอื่น และยังพบว่าธุรกิจในภาคบริการ มีระยะเวลาที่คาดว่าจะสามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้โดยเฉลี่ยยาวนานกว่าธุรกิจภาคอื่นๆ ในวิสาหกิจทุกขนาด

ระยะเวลาที่ SMEs คาดว่าจะสามารถประคองธุรกิจต่อไปได้

ตารางที่ 2.13 ระยะเวลาที่ SMEs คาดว่าจะสามารถประคองธุรกิจต่อไปได้

พื้นที่	ระยะเวลาที่คาดว่าจะสามารถประคองธุรกิจ (เดือน)
กทม. และปริมณฑล	6.6
กลาง	6.4
ตอ. ใต้	6.4
เหนือ	6.1
อีสาน	6.2
รวม	4.9
	6.1

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

และเมื่อพิจารณาตามพื้นที่ตั้งของธุรกิจ พบว่าส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่คาดว่าจะสามารถประคองธุรกิจต่อไปโดยเฉลี่ย อยู่ระหว่าง 6.1 ถึง 6.6 เดือน มีเพียงผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคอีสานที่มีระยะเวลาสั้นที่สุดโดยเฉลี่ยเท่ากับ 4.9 เดือน สรุปได้ว่า ไม่ว่าจะสถานการณ์โควิด-19 จะคงอยู่นานแค่ไหน ธุรกิจ SMEs ทุกขนาดต้องประคองตัวให้อยู่รอดได้อีกประมาณ 6 เดือน โดยเฉพาะธุรกิจภาคบริการ (ท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว) ต้องเร่งรีบพัฒนาธุรกิจโดยเร็ว

ระดับความรุนแรงของผลกระทบจากสถานการณ์โควิด

ตารางที่ 2.14 ระดับความรุนแรงของผลกระทบจากสถานการณ์โควิด

ระดับความรุนแรงของผลกระทบจากสถานการณ์โควิด – 19 ต่อ SMEs						
จากการสำรวจ วันที่ 1 – 15 กุมภาพันธ์ 2564						
ผลกระทบ	ระดับความรุนแรงของผลกระทบ					ได้รับผลกระทบสูง (81%-100%)
	ไม่ได้รับผลกระทบ 0%	ได้รับผลกระทบต่ำ (1%-20%)	ได้รับผลกระทบ ค่อยๆ ซ้ำๆ	ได้รับผลกระทบ ปานกลาง	ได้รับผลกระทบ ค่อนข้างสูง	
1. การลดลงของรายได้					61.9%	
2. การลดลงของยอดขาย					61.6%	
3. การลดลงของลูกค้า					60.8%	
4. การลดลงของสภาพคล่องทางการเงิน					61.9%	
5. การลดลงของการจ้างพนักงาน				46.4%		
6. การลดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเช่า ค่าซ่อมบำรุง ดอกเบี้ย ฯลฯ				47.2%		
7. การให้พนักงานหยุดงานชั่วคราวและงดการจ่ายค่าจ้าง				41.7%		
8. การให้พนักงานรับงานที่บ้านและงดจ่ายค่าเดินทาง			33.4%			

ตารางที่ 2.14 (ต่อ)

ระดับความรุนแรงของผลกระทบจากสถานการณ์โควิด – 19 ต่อ SMEs						
จากการสำรวจ วันที่ 1 – 15 กุมภาพันธ์ 2564						
ผลกระทบ	ระดับความรุนแรงของผลกระทบ					
	ไม่ได้รับผลกระทบ 0%	ได้รับผลกระทบต่ำ (1%-20%)	ได้รับผลกระทบค่อนข้างต่ำ	ได้รับผลกระทบปานกลาง	ได้รับผลกระทบค่อนข้างสูง	ได้รับผลกระทบสูง (81%-100%)
9. การรับภาระสินค้าคงคลัง (ค้างสต็อก)				48.7%		
10. เงินลงทุนจมที่วัตถุดิบที่ยังไม่ผลิต				49.0%		
11. มีค่าเสื่อมเกิดขึ้นจากเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต				42.2%		
12. มียอดคำสั่งซื้อที่ไม่สามารถผลิตและส่งมอบลูกค้าได้			33.2%			
13. การเสียเครดิตกับลูกค้าประจำ						
14. การลดลงของ Supplier			30.7%			
15. สายป่านธุรกิจหยุดชะงัก/ ถูกต้องความช่วยเหลือจากเครือข่าย			38.9%			
				43.0%		
ระดับความรุนแรงของผลกระทบต่อธุรกิจโดยรวม				58.1%		

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

การสำรวจในรอบนี้ พบว่า ในภาพรวมธุรกิจ SMEs ได้รับผลกระทบไม่รุนแรงเท่ากับการสำรวจรอบแรก ณ เดือนกรกฎาคม 2563 โดยมีระดับความรุนแรงของผลกระทบอยู่ที่ 58.1% แต่ระดับความรุนแรงของสภาพปัญหาที่ธุรกิจประสบยังคงคล้ายกับรอบแรก นั่นคือธุรกิจได้รับ

ผลกระทบค่อนข้างสูง ประมาณ 61% – 80% ในเรื่องของรายได้/ ยอดขาย/ลูกค้า/ สภาพคล่องทางการเงินลดลงธุรกิจได้รับผลกระทบปานกลาง ประมาณ 41% - 60% ในเรื่องของเงินลงทุนที่จมไปกับวัตถุดิบที่ยังไม่ผลิต/ ภาระสินค้าค้างสต็อก/ การลดค่าใช้จ่ายด้านค่าเช่า ค่าซ่อมบำรุงดอกเบี้ย/ การลดการจ้างพนักงาน/ สายป่านธุรกิจหยุดชะงัก/ การมีค่าเสื่อมจากเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต/ การหยุดทำงานชั่วคราวของพนักงาน เป็นต้นส่วนธุรกิจได้รับผลกระทบต่ำ ประมาณ 21% - 40% ในเรื่อง การลดลงของ Supplier/การให้พนักงานทำงานที่ที่พัก (Work from home)/ การมียอดคำสั่งซื้อที่ไม่สามารถผลิตและส่งมอบลูกค้าได้/ การเสียเครดิตกับลูกค้าประจำ เป็นต้น

ปรับใช้ให้บริการออนไลน์



New Normal ของธุรกิจร้านอาหารในยุคโควิด 19

ภาพที่ 2.6 New Normal ของธุรกิจร้านอาหารในยุคโควิด 19

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2663)

New Normal

ของธุรกิจร้านอาหารในยุคโควิด 19 (ธนาคารแห่งประเทศไทย,2563,PP.54-55)

“กินร้อน ช้อนส่วนตัว ล้างมือ และสวมหน้ากากอนามัย” เป็นประโยคที่เราได้ยินกันอย่างคุ้นหู รวมไปถึงการปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตมาอยู่ที่บ้านเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 หลายธุรกิจได้รับผลกระทบอย่างหนัก อย่างเช่นธุรกิจร้านอาหารที่ต้องเผชิญกับความท้าทายครั้งใหม่ หลายร้านต้องปรับตัวเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าและฝ่าวิกฤติธุรกิจครั้งนี้ไปได้ นี่คือรูปแบบการปรับตัวของร้านอาหารให้พร้อมไปกับ new normal ในยุคโควิด 19

Delivery

รูปแบบแรกคือ การให้บริการส่งถึงบ้านหรือลิเวอริผ่านแอปพลิเคชันผู้ให้บริการอย่าง Grab, LINE MAN, food panda, GET เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางแรกๆ ที่เกือบทุกร้านเลือกใช้ เพราะเป็นวิธีที่ตอบ โจทย์พฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในยุคโควิด 19 ได้ตรงจุดที่สุด ซึ่งในบางแอปพลิเคชันมีการจัดโปรโมชั่นร่วมกับร้านอาหาร ไม่ว่าจะเป็นส่วนลดค่าอาหาร ส่วนลดค่าจัดส่ง สำหรับผู้ที่อยู่อาศัยในละแวกใกล้เคียงกับร้านอาหาร หรือการจัดชุดเมนูในราคาพิเศษอีกด้วย

ไม่เว้นแม้แต่วิวทางร้านอาหารแนว fine-dining อย่างร้าน โบ.ลาน ที่ได้ปรับรูปแบบธุรกิจมาให้บริการดีลิเวอริเช่นกัน โดยทางร้านทำการจัดส่งเองและกำหนดเวลาเป็นรอบ ๆ เพื่อรักษาคุณภาพของอาหารและมาตรฐานของร้าน รวมไปถึงร้านอาหารญี่ปุ่นแนวโอมากาเสะ (omakase) อย่างร้าน Sushi Ichizu และร้าน Sushi Masato ที่มีบริการจัดส่งซูชิเป็นคำ ๆ โดยยังคงเอกลักษณ์ในแบบฉบับโอมากาเสะไว้เหมือนเวลาที่ลูกค้าไปรับประทานที่ร้าน



ภาพที่ 2.7 บริการแบบ Delivery

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563)

Physical Distancing

เมื่อประเทศไทยมีมาตรการคลายล็อกที่อนุญาตให้ร้านอาหารสามารถเปิดให้ลูกค้ามานั่งรับประทานในร้านได้ หลายร้านจึงได้พร้อมใจกันปรับรูปแบบการให้บริการตามแนวทางการเว้นระยะห่างทางกายภาพ (physical distancing) เช่น การจำกัดจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการในแต่ละรอบ การตรวจคัดกรองวัดอุณหภูมิลูกค้าก่อนใช้บริการ และการทำความสะอาดฆ่าเชื้อหลังลูกค้าเข้าใช้บริการ โดยร้านปิ้งย่างชื่อดังอย่าง บาร์บีคิว พลาซ่า ก็ได้เพิ่มความน่าเอ็นดูด้วยการนำหุ่นบาบีก้อน (มาสคอตของร้าน) มานั่งรับประทานอาหารเป็นเพื่อนลูกค้าเพื่อช่วยเว้นระยะห่างของลูกค้านั่นเอง นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าร้านอาหารหลายร้านได้ประดิษฐ์คิดค้นฉากกั้นระหว่างลูกค้าที่นั่งรับประทานอาหารเพื่อช่วยป้องกันการแพร่เชื้อและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าอย่างเช่น ร้านบุฟเฟต์นานาชาติชื่อดังอย่าง Copper และร้านบุฟเฟต์ชาบูยอดนิยมอย่าง Penguin Eat Shabu ก็ได้ปรับตัวตามแนวทางดังกล่าวเช่นกัน



ภาพที่ 2.8 บริการแบบ Physical Distancing

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563)

Home Cooking

ในช่วงที่ผ่านมา เมื่อไม่สามารถทำงานประจำได้เหมือนเคยหรือต้องว่างงานจากผลกระทบของการระบาด หลายคนได้หันมาทำอาหารที่บ้าน (home cooking) กันมากขึ้นและหาอาชีพเสริมด้วยการนำมาขายผ่านทางโซเชียลมีเดีย ทำให้เกิดธุรกิจการขายรูปแบบใหม่และเป็นอีกช่องทางหนึ่งให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้น

ตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นถือเป็นรูปแบบใหม่ในยุค new normal กับการปรับตัวของร้านอาหารไทยให้อยู่รอดในสถานการณ์ที่โลกยังคงเผชิญกับวิกฤติโควิด 19 ในมุมมองของลูกค้าเองก็ต้องปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตเช่นกัน โดยเฉพาะเมื่อต้องออกมาพบปะผู้คน มารับประทานอาหารที่ร้านหรือทำกิจกรรมนอกบ้าน การปฏิบัติตามแนวทางของกระทรวงสาธารณสุขยังคงเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรค รวมถึงลดความเสี่ยงในการติดเชื้อให้กับตนเองและผู้อื่น



ภาพที่ 2.9 Home Cooking

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุมาลี จิระไกร โสธร (2560) ศึกษาเรื่อง ความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็ก เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการวิจัยในการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการศึกษาเนื้อหาตามเอกสารต่างๆ โดยนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนา ความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็กจะสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในประเด็นที่ต้องการศึกษา เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงและความคิดเห็นจากร้านอาหารขนาดเล็ก โดยมีแนวคำถามในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. คำถามเกี่ยวกับการวางแผน วิธีดำเนินการและการจัดการงานของร้านอาหารขนาดเล็ก
2. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็ก
3. คำถามที่ใช้เกี่ยวกับการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็ก

ผลการศึกษาพบว่า การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์จนได้ข้อมูลที่ครบถ้วนแล้วจึงนำมาสรุปอีกครั้ง เป็นการนำเสนอในเชิงพรรณนา แนวความคิดเกี่ยวกับความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็กเป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อให้ได้วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งเป็น

1. วิเคราะห์ การวางแผน วิธีดำเนินการและการจัดการงานของร้านอาหารขนาดเล็ก
2. วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็ก
3. วิเคราะห์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็ก

จากการสัมภาษณ์ร้านอาหารขนาดเล็กทั้ง 3 ร้าน ที่ประสบความสำเร็จในเรื่องของการทำธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็ก ได้แก่ ร้านลิ้มเหล่าโฮงว ร้านรวมมิตร ร้านครัวเจ๊อ สามารถนำมาสรุปผลเป็นตารางเปรียบเทียบ และวิเคราะห์ผลสรุปผลในการดำเนินธุรกิจ

ณ ชชนก จิตรบรรจง (2546) ศึกษาวิจัยเรื่อง การดำเนินธุรกิจร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจเอง จัดตั้งสถานประกอบการอยู่ในเขตเทศบาลและมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตพื้นที่ตั้งสถานประกอบการ การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง โดยจัดตั้งสถานประกอบการเป็นร้านอาหารที่มีขนาดเล็กคือมีจำนวนที่นั่งลูกค้าน้อยกว่า 40 ที่นั่ง มุ่งคนในท้องถิ่นที่เป็นเป้าหมายหลักผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการบริหารจัดการร้านมากที่สุด โดยเน้นการควบคุมในเรื่องความสะอาดของร้านและรองลงมาคือการบริการลูกค้ามีการกำหนดหน้าที่หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟให้ดูแลปรับปรุงการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การสร้างกลยุทธ์ให้ความสำคัญในการจัดร้านอาหารเพื่อเข้าร่วมโครงการร้านอาหารสะอาดและสุขลักษณะที่ดีของกระทรวงสาธารณสุข

อัมพร งามพานิชชกิจ (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร ถนนบางขุนเทียน – ชายทะเล โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์ลูกค้า ที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารบริเวณถนนบางขุนเทียน - ชายทะเล ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการร้านอาหาร ถนนบางขุนเทียน – ชายทะเล ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุ 20 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 85.3 มีทั้งกลุ่มผู้หญิงและผู้ชายไม่ต่างกันมากนัก มีสถานภาพแต่งงานคิดเป็นร้อยละ 83.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.6 มีอาชีพรับจ้างในภาคเอกชน คิดเป็นร้อยละ 57.1 ซึ่งเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า อาหารที่มีความสะอาดและมีความหลากหลาย มีระดับการจูงใจมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ บรรยากาศของร้านที่มีกลิ่นอายทะเลและ

มีความสวยของสภาพแวดล้อมส่วนคุณค่าจากการใช้บริการเป็นปัจจัยจูงใจในการใช้บริการร้านอาหารที่มีความสำคัญเป็นอันดับสามจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอมอร เกียรติมาศ (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านนมนในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา วิธีการวิจัยจำแนกประชากรกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการร้านนม โคนการสัมภาษณ์จำนวน 17 ราย
2. กลุ่มผู้บริโภค ผู้ที่มาใช้บริการร้านนมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีที่พักอาศัยอยู่ทั้งในเขตและนอกเขตพื้นที่ดังกล่าวและมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

ผลการศึกษา พบว่า ผลกระทบจากการขยายตัวของธุรกิจร้านนมต่อผู้ประกอบการร้านนมและการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านนมในพื้นที่วิจัย จำนวนร้านนมที่เพิ่มขึ้น ได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการร้านนมโดยส่วนใหญ่ (15 ราย หรือร้อยละ 88.24) ไม่ว่าจะเป็นการลดลงของรายได้และจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการตั้งแต่ร้อยละ 20 ไปจนถึงร้อยละ 50 และส่งผลกระทบต่อไปยังกำไรความสามารถในการชำระหนี้สิน (กรณีที่ผู้ประกอบการร้านนมมีหนี้สินจากการกู้เงิน) และเงินออมให้ลดลงตามไปด้วย อย่างไรก็ตามมีผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 11.76 ที่ระบุว่า ไม่ได้รับผลกระทบใด ๆ อาจเนื่องมาจากร้านนมเหล่านี้มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับกลุ่มลูกค้าหลักคือ อยู่ใกล้กับโรงเรียน ทำให้ยังคงมีจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการร้านนมเกือบทั้งหมด (15 ราย หรือร้อยละ 88.24 มีการปรับตัวด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การเพิ่มรายการอาหาร/เครื่องดื่ม (รายการอาหาร/เครื่องดื่มใหม่ และหรือที่แตกต่างจากร้านอื่น) การปรับปรุงรายการอาหาร/เครื่องดื่มให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าหลัก การลดจำนวนแรงงาน (ถ้าบริการลาออกจะไม่มีการเปิดรับสมัครบริการ) การเปิดให้บริการเร็วขึ้น การสร้างเพจในสื่อสังคมออนไลน์

ธีรภัทร เจริญฤทธิ์ และ นฤภร ไชยสุขทักษิณ (2561) ศึกษาเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา ตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการในตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 280 คน (ชมรมผู้ประกอบการตลาดกิมหยง, 2564) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 162 คน ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการในพื้นที่ตลาดกิมหยงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40-49 ปีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67.90 จบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ขนาดกิจการส่วนใหญ่มีขนาดเล็กจำนวน 70 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 45.80 ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ มากกว่า 10-14 ปี สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่ ได้แก่ ของฝาก เช่น ขนม

ผลไม้อบแห้ง ถั่ว/ธัญพืช/ชา/กาแฟ เป็นต้น ยอดขายสินค้าก่อนสถานการณ์โควิด-19 อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 50.30 และยอดขายสินค้าช่วงสถานการณ์โควิด-19 น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 60.50 ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้เข้าร่วมโครงการสวัสดิการจากภาครัฐ คือ โครงการคนละครึ่งและเราชนะ

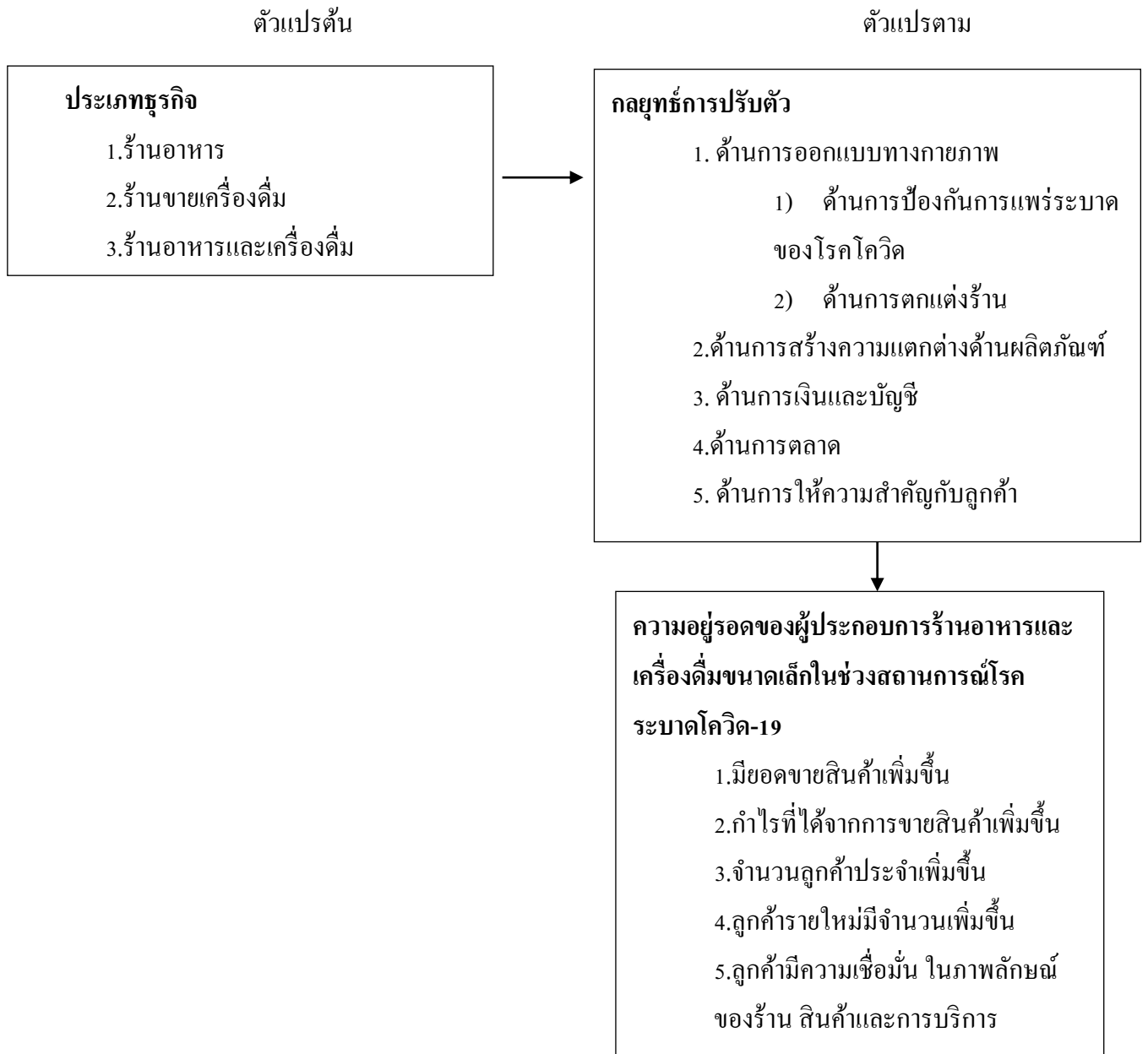
ปณัฐฐา ภาคฐป และ สุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร (2555) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขต เทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครกรณีศึกษา ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร จำนวน 120 รายจากการสำรวจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.1) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 41.4) จบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. (ร้อยละ 51.4) ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 5-10 ปี (ร้อยละ 55.7) สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่ได้แก่ รองเท้า (ร้อยละ 27.1) มียอดขายสินค้ามากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 41.4) และค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้ามาจำหน่าย 50,000-1000,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 50) กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (ร้อยละ 3.96) การปรับตัวด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 3.95) กลยุทธ์การปรับตัวด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า (ร้อยละ 3.95) กลยุทธ์การปรับตัวด้านการสร้างบรรยากาศภายในร้าน (ร้อยละ 3.93) กลยุทธ์การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการ (ร้อยละ 3.92) และระดับความอยู่รอดโดยภาพรวม (ร้อยละ 4.08)

จิษยานันท์ ชันละ,ดร.อารีย์ นัยพินิจ (2016) ศึกษาเรื่อง การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในตำบลลิดลา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษา ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในตำบลลิดลา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 16 คน ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในตำบลลิดลา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบ จำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 400 คน ผลการศึกษา ผู้ประกอบการควรปรับปรุงร้านค้าให้มี แสงสว่างเพียงพอ มีที่เก็บของแยกให้เป็นสัดส่วน วางสินค้าบนชั้น สินค้าสะอาดอยู่เสมอ มองเห็นง่ายผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการปิดป้ายราคาสินค้าที่ชัดเจน อาจกระทำโดยการเขียน พิมพ์ หรือกระทำให้ปรากฏด้วยวิธี อื่นบนแผ่นกระดาษ แผ่นไม้ แผ่นกระจก ผง หรือวัตถุอื่น และแสดงไว้ที่สินค้าที่จำหน่ายหรือบริเวณใกล้เคียงสินค้านั้น การรวมกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าปลีก แบบดั้งเดิม เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับตัวแทนจำหน่ายสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการควรปรับตัวกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าเนื่องจากเป็น หนึ่งกลไกทางธุรกิจ ที่

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการเอาใจใส่ หรือเป็นมิตร เพราะตัวแทนจำหน่ายสินค้า เป็นผู้ควบคุมต้นทุน ส่วนหนึ่งของธุรกิจวิธี ที่ทำให้ธุรกิจไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ ของผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในตำบลลือลา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คือ เพิ่มสินค้าให้มีความแปลกใหม่และทันสมัยมากขึ้น ขายสินค้าในราคาถูก ทำบรรยากาศภายในร้านให้มีแสงสว่างเพียงพอ มีการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบและตกแต่งร้านให้มีความน่าสนใจ และให้พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความกระตือรือร้นต่อผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการมากขึ้น

สรุปได้ว่าความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็ก ประกอบไปด้วยการจัดระเบียบร้าน สะอาดถูกต้องตามกฎหมายข้อบังคับของกระทรวงสาธารณสุข มีการจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างจากร้านอื่น ด้านการบัญชีและด้านการตลาด สามารถส่งผลต่อความอยู่รอดของร้านอาหารและเครื่องดื่มนขนาดเล็กทั้งสิ้นจากการศึกษาและทบทวนแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยทั้งหมดที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความอยู่รอดของร้านอาหารและเครื่องดื่มนขนาดเล็ก ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการค้นคว้าข้อมูลเพื่อศึกษาความอยู่รอดของร้านอาหารและเครื่องดื่มนขนาดเล็ก

2.5 กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 2.10 กรอบแนวความคิด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งในบทนี้จะได้กล่าวถึงสาระสำคัญเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้าคือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล หรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากร และตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากร และตัวอย่าง

3.1.1 การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม หรือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 8,469 ร้าน (Wongoai.com,2019)

3.1.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง

ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางของ Yamane (อ้างถึงใน รพีวรรณ พิมพ์จันทร์, 2557) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5%

ตารางที่ 3.1 ขนาดตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน

ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1250	769	500	345	96
3,000	*	1364	811	517	353	97
3,500	*	1458	843	530	359	97
4,000	*	1538	870	541	364	98
4,500	*	1607	891	549	367	98
5,000	*	1667	909	556	370	98
6,000	*	1765	938	566	375	98
7,000	*	1842	959	574	378	99
8,000	*	1905	976	580	381	99
9,000	*	1957	989	584	383	99
10,000	5000	2000	1000	588	385	99
15,000	6000	2143	1034	600	390	99
20,000	6667	2222	1053	606	392	100
25,000	7143	2273	1064	610	394	100
50,000	8333	2381	1087	617	397	100
100,000	9091	2439	1099	621	398	100
∞	10000	2500	1111	625	400	100

* หมายถึง ขนาดตัวอย่างไม่เหมาะสมที่จะ assume ให้เป็นการกระจายแบบปกติจึงไม่สามารถใช้สูตร
คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้

ที่มา: https://sites.google.com/_/รพีวรรณ พิมพิจันทร์, 2557

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างในการวิจัยนี้มีจำนวนไม่น้อยกว่า 383 ตัวอย่าง และได้มีการเพื่อการสุญเสียแบบสอบถาม เนื่องจากแบบสอบถามที่ตอบอาจมีการให้คำตอบผิด โดยสำรวจ 7 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 390 ตัวอย่าง

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ทำการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นแบบหลายขั้นตอน กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 จับฉลากเลือกเขตที่จะทำการเก็บข้อมูล จาก 50 เขต เลือกมา 5 เขต คือ เขตบางนา เขตดุสิต เขตลาดกระบัง เขตบางกะปิ และเขตธนบุรี

ขั้นตอนที่ 2 จาก 5 เขต ทำการเก็บข้อมูลเขตละ 78 ร้าน

ขั้นตอนที่ 3 โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโคต้า ประเภทละ 78 ตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ตารางแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบโคต้า

เขต	ร้านอาหาร	ร้านเครื่องดื่ม	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	รวม
เขตบางนา	26	26	26	78
เขตคูสิต	26	26	26	78
เขตลาดกระบัง	26	26	26	78
เขตบางกะปิ	26	26	26	78
เขตธนบุรี	26	26	26	78
รวมทั้งหมด	130	130	130	390

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

3.2.1 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

แบบสอบถามมีขั้นตอนการสร้าง ดังต่อไปนี้

1. สร้างแบบสอบถามโดยศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยและวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษา และความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) เพื่อปรับปรุงแก้ไข
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากอาจารย์ที่ปรึกษาไปพัฒนาเป็นแบบสอบถามจริง จากนั้นนำไปแจกให้กับผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2.1 แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประเภทธุรกิจของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยดังนี้ ประเภทร้านอาหาร ประเภทร้านขายเครื่องดื่ม และร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การปรับตัวของร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก จำนวน 35 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการออกแบบทางกายภาพจำนวน 12 ข้อ ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ 5 ข้อ ด้านการเงินและบัญชี 4 ข้อ ด้านการตลาด 7 ข้อ และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า 7 ข้อในการพิจารณาเลือกคำตอบ ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับปฏิบัติงานมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับปฏิบัติงานมาก
3	หมายถึง	ระดับปฏิบัติงานปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับปฏิบัติงานน้อย
1	หมายถึง	ระดับปฏิบัติงานน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยใช้เกณฑ์การแปลความหมายแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	ระดับปฏิบัติงานมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	ระดับปฏิบัติงานมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.60	หมายถึง	ระดับปฏิบัติงานปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	ระดับปฏิบัติงานน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	ระดับปฏิบัติงานน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย มียอดขายสินค้าเพิ่ม กำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น จำนวนลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น ลูกค้ารายใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น และลูกค้ามีความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ของร้านสินค้าและบริการ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกคำตอบ ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับมาก
3	หมายถึง	ระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับน้อย
1	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยใช้เกณฑ์การแปลความหมายแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.60	หมายถึง	ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ขอหนังสือจาก คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากตัวอย่างที่ทำการวิจัย

2. ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ให้กับตัวอย่างผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการทำการตอบสอบถามที่ได้รับ

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติวิเคราะห์ที่ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลยุทธ์การปรับตัว สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ การปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่

2.1 ค่า t (t-test) เป็นค่าที่ใช้ทดสอบเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน

2.2 ค่า F (F-test) เป็นค่าที่ใช้ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปร 3 กลุ่ม ขึ้นไปที่ไม่เกี่ยวข้องกัน

2.3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) และตัวแปรอิสระ (X) ของประชากรจะเห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระ ($\alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรตามได้ส่วนหนึ่ง ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถอธิบายได้นี้ เรียกว่า ค่าคาดเคลื่อนในพยากรณ์ (Error: ϵ) การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณจะเป็นการพยากรณ์หาค่าสัมประสิทธิ์ α และ β_1 จากค่าสถิติ a และ b ที่ได้จากการคำนวณโดยกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในช่วงสถานการณ์ โครonavirus-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามลำดับความ โดยได้นำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามจากตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่มหรือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก จำนวน 390 ตัวอย่างนำมาวิเคราะห์ใน โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สามารถนำเสนอผลการศึกษา ตามลำดับวัตถุประสงค์การศึกษาและสมมติฐานของการวิจัย ได้ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์การปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

n=390

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	192	49.2
หญิง	198	50.8
รวม	390	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	73	18.7
30-40 ปี	166	42.6
41-50 ปี	128	32.8
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	23	5.9
รวม	390	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	41	10.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	88	22.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ปวส.	128	32.8
ปริญญาตรี	126	32.3
สูงกว่าปริญญาตรี	7	1.8
รวม	390	100.00
4. ประเภทของกิจการ		
ร้านอาหาร	130	33.3
ร้านเครื่องดื่ม	130	33.3
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	130	33.3
รวม	390	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n=390

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
5. ยอดขายต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	17	4.4
10,000-30,000 บาท	139	35.6
30,000-50,000 บาท	171	43.8
มากกว่า 50,000 บาท	63	16.2
รวม	390	100.00
6. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		
น้อยกว่า 3 ปี	51	13.1
ตั้งแต่ 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	113	29.0
มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี	117	30.0
มากกว่า 10 ปี	109	27.9
รวม	390	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ จำนวน 390 คน พบว่า

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 และเป็นเพศชาย จำนวน 192 คิดเป็นร้อยละ 49.2

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30-40 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมา มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และมีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ปวส. จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมา มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6

ประเภทของกิจการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นร้านอาหารร้าน ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และเป็นร้านอาหาร จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ยอดขายต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มียอดขายต่อเดือน 30,000-50,000 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมามียอดขายต่อเดือน 10,000-30,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 และมียอดขายต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 63 คิดเป็นร้อยละ 16.2

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9

4.2 ผลการวิเคราะห์การปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

ผลการวิเคราะห์การปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ปรากฏดังตารางที่ 4.2-4.8

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในภาพรวม

กลยุทธ์การปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19	Mean	S.D.	ระดับปฏิบัติงาน
ด้านการออกแบบทางกายภาพ	3.99	0.997	มาก
ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์	4.21	0.818	มากที่สุด
ด้านการเงินและบัญชี	4.26	0.905	มากที่สุด
ด้านการตลาด	2.97	1.420	ปานกลาง
ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า	3.89	1.274	มาก
ภาพรวม	3.86	1.083	มาก

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการปรับตัวด้านการเงินและบัญชีมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า และด้านการตลาด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของ ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ด้านการออกแบบทางกายภาพ: ด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด

ด้านการออกแบบทางกายภาพ: ด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด	Mean	S.D.	ระดับปฏิบัติงาน
มีจุดบริการล้างมือ หรือเจล แอลกอฮอล์วางให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง	4.57	0.657	มากที่สุด
มีจุดบริการตรวจวัดอุณหภูมิ	3.61	1.444	มาก
มีจุดบริการลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการ	3.16	1.620	มาก
มีการติดตั้งที่กัน (Table Shield) ตรงบริเวณเคาน์เตอร์ที่ให้บริการ หรือโต๊ะทานอาหาร	3.43	1.278	มาก
มีการจัดระเบียบการเว้นระยะห่าง 1-2 เมตร	4.18	0.912	มาก
หมั่นทำความสะอาดภายในร้านและโต๊ะอาหารอย่างสม่ำเสมอด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ	4.33	0.759	มากที่สุด
พนักงานในร้านสวมใส่หน้ากากอนามัยหรือ Face Shiled ตลอดเวลา	4.63	0.618	มากที่สุด
ภาพรวม	3.99	1.041	มาก

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ด้านการออกแบบทางกายภาพ ในประเด็นของการป้องกันการ

แพร่ระบาดของโรคโควิด อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานในร้านสวมใส่หน้ากากอนามัยหรือ Face Shield ตลอดเวลา รองลงมา คือ มีจุดบริการล้างมือ หรือเจล แอลกอฮอล์วางให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการออกแบบทางกายภาพ: ด้านการตกแต่งร้าน

ด้านการออกแบบทางกายภาพ: ด้านการตกแต่งร้าน	Mean	S.D.	ระดับปฏิบัติงาน
มีปรับปรุงการตกแต่งร้านเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น	4.17	0.755	มาก
มีการจัดระเบียบสินค้าเป็นหมวดหมู่ให้มีความเรียบร้อย	3.88	0.926	มาก
เปลี่ยนบรรยากาศภายในร้านให้ดูสะอาดสะบาย และน่านั่งมากยิ่งขึ้น	4.13	0.831	มาก
เพิ่มการสร้างบรรยากาศภายในร้านด้วยเสียงดนตรี และกลิ่น	3.77	1.166	มาก
ภาพรวม	3.99	0.919	มาก

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการออกแบบทางกายภาพในประเด็นของการตกแต่งร้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีปรับปรุงการตกแต่งร้านเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น รองลงมา คือ เปลี่ยนบรรยากาศภายในร้านให้ดูสะอาดสะบาย และน่านั่งมากยิ่งขึ้น ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์

ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ระดับปฏิบัติงาน
ปรับหรือเพิ่มเมนูที่มีรสชาติหรือรูปลักษณ์ที่โดดเด่นเมื่อเทียบกับกิจการอื่นในธุรกิจเดียวกัน	4.12	0.853	มาก
ปรับบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า	4.28	0.783	มากที่สุด
เพิ่มเมนูให้มีความหลากหลายที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.27	0.807	มากที่สุด
เพิ่มเมนูประจำร้านเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม	4.19	0.823	มาก
ปรับชื่อร้านหรือตราสัญลักษณ์ให้จดจำได้ง่ายและชัดเจนขึ้น	4.19	0.823	มาก
ภาพรวม	4.21	0.818	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่มร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์รายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปรับบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า รองลงมา คือ เพิ่มเมนูให้มีความหลากหลายที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการเงินและบัญชี

ด้านการเงินและบัญชี	Mean	S.D.	ระดับปฏิบัติงาน
มีการค้นหาแหล่งวัตถุดิบอุปกรณ์ที่ถูกกว่า	4.66	0.580	มากที่สุด
มีการนำผลกำไรที่ได้รับกลับมาลงทุนซ้ำและใช้เงินทุนตัวเองแทนที่จะใช้เงินกู้ยืมภายนอก	4.28	0.737	มากที่สุด
มีการบันทึกรายรับรายจ่ายอย่างสม่ำเสมอ	4.32	0.858	มากที่สุด
มีการเพิ่มช่องทางการชำระเงินมากกว่า 1 ช่องทาง เช่น โอนบัญชี กู้ยืม ทรูมันนี่ วอลเล็ท พร้อมเพย์ ไลน์เพย์ และดอลฟิน เป็นต้น	3.95	1.066	มาก
เข้าร่วมนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล เพื่อเพิ่มยอดขาย เช่น ลงทะเบียนร้านค้าของรัฐ ที่รับเงินผ่านแอปพลิเคชันถุงเงิน เพื่อรองรับเงินตามโครงการของรัฐผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง	4.09	1.284	มาก
ภาพรวม	4.26	0.905	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการเงินและบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการค้นหาแหล่งวัตถุดิบอุปกรณ์ที่ถูกกว่า รองลงมา คือ มีการบันทึกรายรับรายจ่ายอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการตลาด

ด้านการตลาด	Mean	S.D.	ระดับปฏิบัติงาน
มีการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เพิ่มขึ้น Facebook Fanpage	3.22	1.309	ปานกลาง
มีการสร้างแพลตฟอร์ม LINE Business เพิ่มขึ้น	1.92	1.330	น้อย
เพิ่มระบบออนไลน์เดลิเวอรี่ เช่น Line Man, Food Panda, Grad Food, Robinhood เป็นต้น	4.09	2.284	มาก
มีบริการส่งถึงบ้านบริเวณใกล้เคียง โดยร้านตัวเอง	3.06	1.170	ปานกลาง
มีการปรับปรุงป้ายโฆษณาให้เด่นและชัดเจนขึ้น	3.63	1.057	มาก
มีการยิงแอดโฆษณาออนไลน์เพิ่มมากขึ้น	2.42	1.390	น้อย
มีการจัดโปรโมชั่น/ส่วนลด/โบนัสหรือของขวัญฟรีเพิ่มมากขึ้น	2.43	1.401	น้อย
ภาพรวม	2.97	1.420	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ด้านการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์รายชื่อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เพิ่มระบบออนไลน์เดลิเวอรี่ เช่น Line Man, Food Panda, Grad Food, Robinhood เป็นต้น รองลงมา คือ มีการปรับปรุงป้ายโฆษณาให้เด่นและชัดเจนขึ้น ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า

ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า	Mean	S.D.	ระดับปฏิบัติงาน
มีพนักงานคอยให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับการตรวจวัดอุณหภูมิและลงทะเบียนเข้าออกก่อนเข้าใช้บริการ	3.18	1.356	มาก
มีการติดเอกสาร ที่แสดงให้เห็นว่าพนักงานในร้านทุกคนได้รับวัคซีนแล้วและใบรับรองว่าได้ปฏิบัติตามมาตรการอย่างเคร่งครัดของกระทรวง สาธารณสุข (Thai Stop Covid)	3.35	1.287	มาก
อบรมและย้ำเตือนให้พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ เช่น พุดจาไพเราะ สีสหน้าท่าทางแวตพร้อมรับบริการ เป็นต้น	4.21	1.025	มากที่สุด
มีความกระตือรือร้นและการดูแลเอาใจใส่ในการบริการลูกค้า	4.39	0.852	มากที่สุด
มีพนักงานคอยแนะนำเมนูประจำร้าน หรือเมนูใหม่	4.13	1.087	มาก
มีตรวจเช็คอาหารและเครื่อง ก่อนเสิร์ฟให้ลูกค้าทุกครั้ง	4.49	2.146	มากที่สุด
มีการสอบถามความพึงพอใจหรืออ่านรีวิวดตามแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขอยู่เสมอ	3.46	1.164	มาก
ภาพรวม	3.89	1.274	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีตรวจเช็คอาหารและเครื่อง ก่อนเสิร์ฟให้ลูกค้าทุกครั้ง รองลงมา คือ มีความกระตือรือร้นและการดูแลเอาใจใส่ในการบริการลูกค้า ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

ผลการวิเคราะห์ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ปรากฏดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในภาพรวม

ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19	Mean	S.D.	ระดับปฏิบัติงาน
มียอดขายสินค้าเพิ่ม	3.88	0.863	มาก
กำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น	3.67	0.935	มาก
จำนวนลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น	3.67	0.943	มาก
ลูกค้ารายใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น	3.33	1.323	ปานกลาง
ลูกค้ามีความเชื่อมั่น ในภาพลักษณ์ของร้านรวมทั้งสินค้าและการบริการ	4.29	0.710	มากที่สุด
ภาพรวม	3.77	0.955	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกค้ามีความเชื่อมั่น ในภาพลักษณ์ของร้านรวมทั้งสินค้าและการบริการ รองลงมา คือ มียอดขายสินค้าเพิ่ม กำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น จำนวนลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น และลูกค้ารายใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ตามลำดับ

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด - 19 แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ด้วย F-Test ปรากฏดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 จำแนกตามประเภทธุรกิจ

การปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19	ประเภทธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านการออกแบบทางกายภาพ	ร้านอาหาร	3.84	0.616	14.405	.000*	แตกต่าง
	ร้านเครื่องดื่ม	3.94	0.532			
	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.19	0.469			
ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์	ร้านอาหาร	4.13	0.591	2.181	.114	ไม่แตกต่าง
	ร้านเครื่องดื่ม	4.26	0.573			
	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.25	0.546			
ด้านการเงินและบัญชี	ร้านอาหาร	4.18	0.588	2.660	.071	ไม่แตกต่าง
	ร้านเครื่องดื่ม	4.29	0.472			
	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.31	0.437			

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

การปรับตัวในช่วง สถานการณ์โรคระบาด โควิด -19	ประเภทธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	F	Sig	ผลการ ทดสอบ สมมติฐาน
ด้านการตลาด	ร้านอาหาร	2.62	0.672	17.470	.000*	แตกต่าง
	ร้านเครื่องดื่ม	3.20	1.095			
	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	3.08	0.629			
ด้านการให้ความสำคัญกับ ลูกค้า	ร้านอาหาร	3.69	0.869	8.641	.001*	แตกต่าง
	ร้านเครื่องดื่ม	3.98	0.597			
	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	3.99	0.509			
ภาพรวม	ร้านอาหาร	3.65	0.489	16.053	.000*	แตกต่าง
	ร้านเครื่องดื่ม	3.90	0.486			
	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	3.95	0.375			

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม หรือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 แตกต่างกันในภาพรวมและในรายด้าน 3 ด้าน คือ ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการตลาด และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างในรายคู่ด้วยค่า LSD. ปรากฏดังตารางที่ 4.11 – 4.14

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์รายคู่ ด้านภาพรวม

ภาพรวม	— X	ร้านอาหาร	ร้านเครื่องดื่ม	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม
ร้านอาหาร	3.65	-	0.000	0.000
ร้านเครื่องดื่ม	3.90	0.000	-	-
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.95	0.000	-	-

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่าแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ คือ 1) ร้านอาหาร กับ ร้านเครื่องดื่ม และ 2) ร้านอาหาร กับ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่มหรือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กที่มีร้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านภาพรวมมากกว่าร้านอื่น ๆ

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์รายคู่ ด้านการออกแบบทางกายภาพ

ด้านการออกแบบทาง กายภาพ	— X	ร้านอาหาร	ร้านเครื่องดื่ม	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม
ร้านอาหาร	3.84	-	-	0.000
ร้านเครื่องดื่ม	3.94	-	-	0.000
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.17	0.000	0.000	-

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่าแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ คือ 1) ร้านอาหาร กับ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และ 2) ร้านเครื่องดื่ม กับ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่มหรือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กที่มีร้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการออกแบบทางกายภาพ มากกว่าร้านอื่น ๆ

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์รายคู่ ด้านการตลาด

ด้านการตลาด	\bar{X}	ร้านอาหาร	ร้านเครื่องดื่ม	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
ร้านอาหาร	2.60	-	0.000	0.000
ร้านเครื่องดื่ม	3.17	0.000	-	-
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.09	0.000	-	-

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่าแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ คือ 1) ร้านอาหาร กับ ร้านเครื่องดื่ม และ 2) ร้านอาหาร กับ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่มหรือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กที่มีร้านเครื่องดื่ม ด้านการตลาด มากกว่าร้านอื่น ๆ

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์รายคู่ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า

ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า	\bar{X}	ร้านอาหาร	ร้านเครื่องดื่ม	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
ร้านอาหาร	3.69	-	0.000	0.000
ร้านเครื่องดื่ม	3.97	0.000	-	-
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.98	0.000	-	-

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่าแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ คือ 1) ร้านอาหาร กับ ร้านเครื่องดื่ม และ 2) ร้านอาหาร กับ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่มหรือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กที่มีร้านอาหารและเครื่องดื่มด้านการให้ความสำคัญ มากกว่าร้านอื่น ๆ

สมมติฐานที่ 2 การปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลต่อการอยู่รอดร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ด้วย Multiple Regression Analysis ปรากฏดังตารางที่

4.15

ตารางที่ 4.15 การปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลต่อการอยู่รอดร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t-value	P value
ด้านการออกแบบทางกายภาพ	-0.182	-0.129	-2.244	0.025*
ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์	0.257	0.186	3.390	0.001*
ด้านการเงินและบัญชี	-0.053	-0.034	-0.626	0.532
ด้านการตลาด	0.188	0.205	3.662	0.000*
ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า	0.313	0.273	5.070	0.000*
ค่าคงที่	1.867		4.992	0.000*

R = 0.436 R² = 43.60 F = 18.013 p value = < 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ส่งผลต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่มหรือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p value<0.05) ซึ่งตัวแปรทั้ง 5 สามารถอธิบายการผันแปรการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลต่อการอยู่รอดร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 17.70 (R² = 17.70) โดยด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้าส่งผลทางบวกต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ด้านการออกแบบทางกายภาพส่งผลทางลบต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร และยังพบว่าปรับตัวที่ส่งผลต่อการอยู่รอดมากที่สุด คือ

ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า รองลงมาคือ ด้านการตลาด ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการออกแบบทางกายภาพ ตามลำดับ

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมปรากฏดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. มีการจัดการอบรมเกี่ยวกับบุคลิกของพนักงานให้ดียิ่งขึ้น	41	10.5
2. มีการใช้วัสดุที่ดีมีคุณภาพในการทำและมีราคาที่ย่อมเยา	68	17.4
3. มีการเพิ่มเติมเกี่ยวกับเมนูในร้านให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น	85	21.8
4. มีจุดคัดกรองที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	58	14.9
รวม	252	64.6

จากตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พบว่า มีผู้ตอบข้อเสนอแนะจำนวน 252 คน จากทั้งหมดจำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยสามารถแบ่งเป็นรายข้อ คือ มีการเพิ่มเติมเกี่ยวกับเมนูในร้านให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เป็นข้อเสนอแนะที่มีผู้แสดงความคิดเห็นมากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 รองลงมาการใช้วัสดุที่ดีมีคุณภาพในการทำและมีราคาที่ย่อมเยา จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 มีจุดคัดกรองที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จำนวน 58 คน เป็นร้อยละ 14.9 และมีการจัดการอบรมเกี่ยวกับบุคลิกของพนักงานให้ดียิ่งขึ้น จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษา การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขต กรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามประเภทธุรกิจ และเพื่อศึกษาผลกระทบของการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ที่มีต่อการอยู่รอด ของร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นแบบหลายขั้นตอนกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 3 ขั้นตอน จับฉลากเลือกเขตที่จะทำการเก็บข้อมูล จาก 5 เขต ทำการเก็บข้อมูลเขตละ 78 ร้าน และโดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโคต้า ประเภทละ 78 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการแจกแจง ความถี่ ค่าร้อยละ หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ F-Test และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุป อภิปราย และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 มีอายุ 30-40 ปีมากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ปวส. จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารร้านเครื่องดื่ม จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 มียอดขายต่อเดือน 30,000-50,000 บาท มากที่สุด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

5.1.2 การปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการปรับตัวด้านการเงินและบัญชี มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า และด้านการตลาด ตามลำดับ

5.1.3 ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

ผลการวิเคราะห์ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกค้ามีความเชื่อมั่น ในภาพลักษณ์ของร้านรวมทั้งสินค้าและบริการ รองลงมา คือ มียอดขายสินค้าเพิ่ม กำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น จำนวนลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น และลูกค้ารายใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ตามลำดับ

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่มหรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์

โรคระบาดโควิด -19 แตกต่างกัน ในภาพรวมและในรายด้าน 3 ด้าน คือ ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการเงินและบัญชี ด้านการตลาด และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า

สมมติฐานที่ 2 การปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลต่อการอยู่รอดร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการสร้าง ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ส่งผลต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร และเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \text{ value} < 0.05$) ซึ่งตัวแปรทั้ง 5 สามารถอธิบายการผันแปรการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลต่อการอยู่รอดร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 17.70 ($R^2 = 17.70$)

5.2 อธิบายผล

5.2.1 การปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์ โรคระบาดโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการปรับตัวในการดำเนินงาน ทุกด้านในระดับมากที่สุด อาจเนื่องจากการเกิดภัยโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่มหรือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก จำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 โดยใช้กลยุทธ์ด้านการเงินและการบัญชีมากที่สุด เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอมอร์ เกียรติมาศ (2560) ที่พบว่า การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านนมไม่ว่าจะเป็นการลดลงของรายได้ ผู้ประกอบการร้านนมเกือบทั้งหมด มีการปรับตัวด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การเพิ่มรายการอาหาร/เครื่องดื่ม (รายการอาหาร/เครื่องดื่มใหม่และหรือที่แตกต่างจากร้านอื่น) การปรับปรุงรายการอาหาร/เครื่องดื่มให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าหลัก การลดจำนวนแรงงาน (ถ้าบริการลาออก จะไม่มีการเปิดรับสมัครบริการ) การเปิดให้บริการเร็วขึ้น การสร้างเพจในสื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา ได้แก่ ด้านการสร้าง ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณัฐฐา ภาณุรูป และ สุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร (2555) ที่พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กส่วนใหญ่ มีการปรับตัวด้านการสร้าง ความแตกต่างด้าน

ผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 3.95) กลยุทธ์การปรับตัวด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า (ร้อยละ 3.95) กลยุทธ์การปรับตัวด้านการสร้างบรรยากาศภายในร้าน (ร้อยละ 3.93) กลยุทธ์การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการ (ร้อยละ 3.92) และระดับความอยู่รอดโดยภาพรวม (ร้อยละ 4.08) ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด โดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับงานวิจัยของณชนก จิตรบรรจง เป้าหมายหลักผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญด้านการบริหารจัดการร้านมากที่สุด โดยเน้นการควบคุมในเรื่องความสะอาดของร้าน โดยการสร้างกลยุทธ์ให้มีความสำคัญในการจัดร้านอาหารเพื่อเข้าร่วมโครงการร้านอาหารสะอาดและสุขลักษณะที่ดีของกระทรวงสาธารณสุข ด้านการตกแต่งร้าน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมาลี จีระไกรโสธร (2560) ที่พบว่า ความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็กเป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อให้ได้วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งเป็น

1. วิเคราะห์ การวางแผน วิธีดำเนินการและการจัดการงานของร้านอาหารขนาดเล็ก
2. วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็ก
3. วิเคราะห์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็ก

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิชยานันท์ ชันละและ อารีย์ นัยพินิจ (2016) ที่ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการควรปรับปรุงร้านค้าให้มี แสงสว่างเพียงพอ มีที่เก็บของแยกให้เป็นสัดส่วน วางสินค้าบนชั้น สินค้าสะอาดอยู่เสมอ มองเห็นง่ายผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการติดป้ายราคาสินค้าที่ชัดเจน อาจกระทำโดยการเขียน พิมพ์หรือกระทำให้ปรากฏด้วยวิธี อื่นบนแผ่นกระดาษ แผ่นไม้ แผ่นกระจก ผงัง หรือวัตถุอื่น และแสดงไว้ ที่สินค้าที่จำหน่ายหรือบริเวณใกล้เคียงสินค้านั้น ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพร งามพานิชยกิจ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยจุดใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร การใส่ใจความสดใหม่ของ อาหารที่มีความสะอาดและมีความหลากหลายมีระดับการจูงใจมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ บรรยากาศของร้านที่มีกลิ่นอายทะเลและมีความสวยของสภาพแวดล้อม และด้านการตลาด แต่มีข้อจำกัดคือ การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการระบบกิจการ แล้วยังมีต้นทุนในส่วนของการตลาดต้นทุนสูง ประกอบด้วยผู้ประกอบการบ้างรายไม่มีความรู้เกี่ยวกับด้านเทคโนโลยี ซึ่งร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มที่นำระบบเทคโนโลยีเข้ามาจัดการร้านที่ดีกว่า สามารถตอบสนองลูกค้าได้ รวดเร็ว ประหยัดเวลา และสะดวก กว่าร้านที่ยังไม่ได้นำระบบเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรภัทร เจริญฤทธิ์ และ นฤกร ไชยสุทักมณีน (2561) ที่ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่ตลาดกิมหยง มีสินค้าที่จำหน่ายส่วน

ใหญ่ ได้แก่ ของฝาก เช่น ขนม ผลไม้อบแห้ง ถั่ว/ธัญพืช/ชา/กาแฟ เป็นต้น ยอดขายสินค้าก่อนสถานการณ์โควิด-19 อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน และยอดขายสินค้าช่วงสถานการณ์โควิด-19 น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้เข้าร่วมโครงการสวัสดิการจากภาครัฐ คือ โครงการคนละครึ่งและเราชนะ ทำให้รายได้เพิ่มขึ้น

สรุปผลการวิจัยพบว่า การปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ให้ผลสรุปว่า ด้านการออกแบบทางกายภาพ ผลการทดสอบสมมติฐานแตกต่างกัน เนื่องจาก เรื่องของด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด ถือได้ว่าทุกร้านมีการเตรียมความพร้อมแล้วให้ความสำคัญทั้งผู้บริโภคนัก พนักงาน และเจ้าของร้าน และเพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุข แต่สิ่งที่ร้านเครื่องดื่ม ส่วนมากไม่ได้สะดวกบริการให้นั่งทานในร้านได้ อาจจะมีบ้างส่วนที่ปฏิบัติน้อยกว่าร้านอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งยังมีการบริการให้นั่งทานในร้านได้ และเรื่องของด้านการตกแต่งร้านการปรับปรุงร้านทำให้เป็นเอกลักษณ์ชัดเจน ส่วนมากจะเป็นในส่วน of ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่พอมีกำลังในการตกแต่งร้านเพิ่มเติม และมีการสร้างบรรยากาศด้วยเสียงเพลง กลิ่นให้เกิดความผ่อนคลายน่านั่งมากยิ่งขึ้น ส่วนร้านอาหารและเครื่องดื่มก็มีการตกแต่งเพิ่มเช่นกันแต่อาจจะตกแต่งร้านยังไม่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมาก แต่ก็ยังมีการจัดระเบียบสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ให้มีความเรียบร้อย ดูสะอาดทำให้ร้านหน้าเข้าใช้บริการ

สรุปผลการวิจัยพบว่า การปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ให้ผลสรุปว่า ด้านการตลาด ผลการทดสอบสมมติฐานแตกต่างกัน เนื่องจากร้านอาหารและเครื่องดื่มจะมีการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์เกือบทุกประเภท เช่น Facebook Fanpage, Line Business, ระบบออนไลน์เดลิเวอรี่ และยังมีการยิงแอดโฆษณาออนไลน์ แต่ในส่วน of ร้านอาหาร หรือร้านเครื่องดื่ม ไม่ได้มีแพลตฟอร์มออนไลน์ครบ เหมือนร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีระบบออนไลน์เดลิเวอรี่ และส่งด้วยตนเอง ยังมีส่วนของที่มีอายุ 41 ขึ้นไป ไม่มีทักษะด้านเทคโนโลยีจึงก่อกำให้การปรับตัวด้านการตลาดจึงมีความแตกต่าง

สรุปผลการวิจัยพบว่า การปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ให้ผลสรุปว่า ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ผลการทดสอบสมมติฐานแตกต่างกัน เนื่องจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีการให้บริการนั่งทานในร้านต้องให้ความสำคัญกับ

ผู้บริโภคมากเป็นสำคัญทั้งด้านการบริการที่ดีแล้วยัง มีการทำตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด ในส่วนของร้านอาหาร หรือร้านเครื่องดื่ม อาจจะตกข้อบกพร่อง บางส่วนที่ไม่ได้เคร่งครัดเท่าไรนัก เช่นเอกสารพนักงานได้รับวัคซีนครบ 2 เข็ม หรือเอกสาร Thai Stop Covid

สรุปผลการวิจัยพบว่า การปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ให้ผลสรุปว่า ด้านการเงินและบัญชี และด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ผลการทดสอบสมมติฐานไม่แตกต่างกัน เนื่องจากสถานการณ์ โรคระบาดโควิด - 19 ก่อให้เกิดภาวะเศรษฐกิจแย่ลง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจแบบใดก็ต้องมีการลดค่าใช้จ่ายลง เพื่อลดต้นทุนการจัดเตรียมวัตถุดิบนั้น มีการจัดเตรียมที่พอประมาณ และด้านผลิตภัณฑ์อาจจะมีการสร้างเอกลักษณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่าย

5.2.2 ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

ผลการวิจัยพบว่า ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกค้ามีความเชื่อมั่น ในภาพลักษณ์ของร้านรวมทั้งสินค้าและการบริการ รองลงมา คือ มียอดขายสินค้าเพิ่ม กำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น จำนวนลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น และลูกค้ารายใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ตามลำดับ อาจเนื่องจากลูกค้ามีความเชื่อมั่น ในภาพลักษณ์ของร้านรวมทั้งสินค้าและการบริการ เพราะเชื่อมั่นในการให้บริการของร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุข ในการควบคุมดูแลการแพร่กระจายของโรคระบาดโควิด - 19 ให้ปลอดภัย บ้างก็การได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตลาดทำให้มียอดขายสินค้าเพิ่ม ก่อให้ตามมาด้วยกำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น แล้วจำนวนลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น และยังสามารถเปิดการมองเห็นของลูกค้ารายใหม่ให้มีการเพิ่มจำนวน นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องยังคงรักษาหรือสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

5.2.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่มหรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์

โรคระบาดโควิด -19 แตกต่างกันในภาพรวม และในรายด้าน 4 ด้าน คือ ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการเงินและบัญชี ด้านการตลาด และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า โดยด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด การปรับตัวของผู้ประกอบการในส่วนของ New Normal ของธุรกิจร้านอาหารในยุคโควิด - 19 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563, น.54-55) “กินร้อน ช้อนส่วนตัว ล้างมือ และสวมหน้ากากอนามัย” ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม โดยทำความสะอาด โต๊ะ ที่นั่ง ที่นที่ก่อนและหลังใช้บริการด้วยน้ำยาทำความสะอาด ด้านผู้รับบริการ ควรมีการคัดกรองความเสี่ยงของผู้รับบริการก่อนเข้าร้าน เว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร ในการซื้ออาหาร นั่งกินอาหาร หมั่นล้างมืออย่างสม่ำเสมอด้วยสบู่ โดยด้านการเงินและบัญชี จากตารางที่ 2.6 ประโยชน์จากมาตรการภาครัฐจําแนกตามลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ โดยได้รับประโยชน์จากมาตรการลดค่าใช้จ่ายให้ธุรกิจมากที่สุด โดยเฉพาะการขยายกำหนดระยะเวลาเสียภาษี และการลดเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม นอกจากนี้ ยังได้รับประโยชน์จากมาตรการพักชำระหนี้ และการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำมากที่สุดอีกด้วย

ในส่วนด้านการตลาดจากตารางที่ 2.7 วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด- 19 ของ SMEs การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจมากที่สุด โดยวิธีการปรับตัว พบว่า SMEs ใช้วิธีหารายได้เสริมให้ธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือการใช้ช่องทางออนไลน์ในการดำเนินธุรกิจ และ การเจรจากับเจ้าหนี้เพื่อขอพักชำระหนี้ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า การปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการสร้าง ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ส่งผลต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร โดยด้านการสร้าง ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้าส่งผลทางบวกต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ด้านการออกแบบทางกายภาพส่งผลทางลบต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะเห็นได้ว่าในสาขาธุรกิจผลิตอาหารมีจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ สาขาค้าปลีก ที่พักรวม/น้ำดื่ม เกษตรแปรรูป และ เครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ ซึ่งผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ SMEs พึงเห็นได้ว่าในส่วนของรายได้มีจำนวนน้อยกว่ารายจ่าย ได้รับผลกระทบจากโรคระบาดโควิด- 19 มีระดับความรุนแรงของผลกระทบต่อธุรกิจโดยรวม (ร้อยละ 68.90) โดยมี วิธีการปรับตัวฝ่าวิกฤตโควิด-19 ของ SMEs โดย

วิธีการปรับตัว พบว่า SMEs ใช้วิธีหารายได้เสริมให้ธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือการใช้ช่องทางออนไลน์ในการดำเนินธุรกิจ และการเจรจากับเจ้าหนี้เพื่อขอพักชำระหนี้

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า การปรับตัวที่ส่งผลต่อการอยู่รอดมากที่สุด คือ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า รองลงมาคือ ด้านการตลาด ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการออกแบบทางกายภาพ ตามลำดับ อาจเนื่องจากการใส่ใจรายละเอียดพิถีพิถันทุกขั้นตอนถูกหลักอนามัย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของร้าน ทั้งสินค้าและการบริการ รองลงมาได้แก่ มียอดขายสินค้าเพิ่ม เนื่องจากผู้ประกอบการบังกิจการได้เริ่มนำเทคโนโลยี แพลตฟอร์มฟู้ด เดลิเวอรี่ เข้ามาปรับใช้ในช่วงโรคระบาดโควิด – 19 ในช่วงที่รัฐบาลได้มีประกาศล็อกดาวน์เข้มขึ้น ผู้บริโภคได้มีการทำงานที่บ้าน และนักศึกษาต้องเรียนออนไลน์ ก็ไม่สามารถนั่งทานที่ร้านได้ ผู้บริโภคใช้การบริการแพลตฟอร์มฟู้ด เดลิเวอรี่ เพิ่มขึ้นมากอย่างเห็นได้ชัดเจน และกำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น จากที่ผู้บริโภคเริ่มใช้บริการ เดลิเวอรี่เพิ่มขึ้นก็ยังมี โครงการของรัฐบาล โครงการคนละครึ่ง โครงการเราชนะ เป็นต้น สามารถเพิ่มยอดขายสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนจึงก่อให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้น ก็เป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่าย จึงมีการเพิ่มจำนวนลูกค้าประจำได้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปณัฐธา ภาครูปและ สุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร (2555) ที่ศึกษา “กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขต เทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร” และพบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็ก มีการปรับตัวการอยู่รอดในเรื่องความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ การจัดการบรรยายกาศภายในร้าน ให้เกิดแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการ และการจัดวางสินค้าในสะดวกในการเลือกซื้อ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า การปรับตัวที่ส่งผลต่อการอยู่รอดมากที่สุด คือ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า รองลงมาคือ ด้านการตลาด ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการออกแบบทางกายภาพ ตามลำดับ โดยด้านการสร้าง ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้าส่งผลทางบวกต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ด้านการออกแบบทางกายภาพส่งผลทางลบต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ให้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

1. ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า การปรับตัวด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ในส่วนของ มีพนักงานคอยให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับการตรวจวัดอุณหภูมิ และลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการสื่อสาร กับพนักงาน โดยการกำชับพนักงานให้พูดทุกครั้งเมื่อมีผู้บริโภคมารับบริการ หรือเครื่องอัดเสียงที่เวลาผู้บริโภคมารับบริการเครื่องก็พูดอัตโนมัติ

2. ด้านการตลาด

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า การปรับตัวด้านการตลาด ในส่วนของการสร้างแพลตฟอร์ม LINE Business เพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ LINE Business ได้ช่องทาง Youtube ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน เข้ามาสอนโดยไม่เสียเงิน เนื่องจากแพลตฟอร์ม LINE Business สามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ง่ายกว่าช่องทางออนไลน์อื่นๆ ยังสามารถสร้างโปรโมชั่นได้ง่ายแล้วชัดเจน และส่วนการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคมกับผู้ประกอบการสามารถสื่อสารลูกค้าได้ง่าย โดยเพียงทุกเช้าสามารถพิมพ์ข้อความต่างๆ แล้วส่งถึงลูกค้าได้ทุกท่าน สิ่งสุดท้ายแพลตฟอร์ม LINE Business ยังสามารถตอบคำถามอัตโนมัติได้ โดยเพียงผู้ประกอบการร้าน ได้ใส่คำสำคัญ เช่น ราคาแก้วมีเท่าไรบ้าง ระบบ AI สามารถตอบกลับผู้บริโภคมได้อัตโนมัติ เป็นต้น

3. ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า การปรับตัวด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการปรับหรือเพิ่มเมนูที่มีรสชาติหรือรูปลักษณะที่โดดเด่นเมื่อเทียบกับกิจการอื่นในธุรกิจเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการศึกษา และปรับเปลี่ยนสูตร หรือเปลี่ยนแปลงหน้าตา ซึ่งสามารถปรับสูตรเครื่องดื่มให้มีความแปลกใหม่ โดยมีแนวคิดจากอาหารคาว หรืออาหารหวาน ปรับสูตรให้เป็นเครื่องดื่มมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นดังตัวอย่างเช่น เครื่องดื่มยำ สามารถปรับสูตรให้เป็นเครื่องดื่มได้ หรือ ขนมบราวนี่สามารถปรับสูตรให้เป็นช็อกโกแลตบราวนี่ปั่นได้ ในส่วนของการปรับอาหารนั้น ควรปรับในส่วนของคุณภาพ ที่เรียกว่า เทคนิค วิทยาศาสตร์การอาหาร (Food Science) และเรียนรู้ควบคู่กับการจัดการอาหาร ก็สามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มได้ เทคนิคต่างๆ สามารถเปิดดูได้ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Youtube Facebook เป็นต้น

4. ด้านการออกแบบทางกายภาพ

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า การปรับตัวด้านการออกแบบทางกายภาพในส่วนของการมีจุดบริการลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรปรับการจดบันทึก โดยที่ผู้บริโภคไม่ต้องจดบันทึกเอง โดยผู้ประกอบการสามารถ สอบถามผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการ เพื่อจดบันทึกการเข้าออก ตัวอย่างเหตุการณ์ เช่น ICED COOFFEE AROMA สวัสดิ์ค๊ะ คุณผู้หญิงรับเครื่องดื่ม ขนมอะไรค๊ะ (คิดเงินเรียบและสอบถามผู้บริโภค) คุณผู้หญิงซื้อเล่นอะไรคะ ขออนุญาตสอบถามเบอร์ติดต่อณะคะ เพื่อป้องกันความปลอดภัยตามกฎหมายของรัฐบาลคะ โดยทางร้านจะจดบันทึกให้คะ เป็นต้น ผู้ประกอบก็ยังได้ฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อนำไปใช้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดได้ และด้านการตกแต่งร้าน ในส่วนของ เพิ่มการสร้างบรรยากาศภายในร้านด้วยเสียงดนตรี และกลิ่น ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควร มีการปรับเปลี่ยน เพิ่มบรรยากาศโดยการเปิดเพลง เบา ๆ สบาย ๆ และมีกลิ่นปรับอากาศที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย

จากการศึกษา พบว่า ด้านการออกแบบทางกายภาพส่งผลทางลบต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

1. จากการศึกษ พบว่า กลยุทธ์ด้านการงานและบัญชีมีความสัมพันธ์กับความอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร เครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรศึกษาด้านการเงินและบัญชี ให้เข้าใจอย่างลึกซึ้ง ความละเอียดด้านการเงินถือได้ว่า ส่งผลการปรับตัวให้มีการดำเนินกิจการให้อยู่รอด ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด - 19 หรือเหตุการณ์อื่นที่ส่งผลด้านเศรษฐกิจ หรือการท่องเที่ยว

2. ผู้ประกอบต้องมีการปรับเปลี่ยน ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์และด้านการออกแบบทางกายภาพ ให้มีความแตกต่างออกจากมากกว่าในธุรกิจเดียวกัน เช่น การออกแบบร้าน การตกแต่งร้าน หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดิจแบรนด์ ชื่อร้าน เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ ซึ่งการตกแต่งร้าน สามารถออกแบบโดยการเปลี่ยนการจัดวาง หรือชื่อของตกแต่งที่ราคาถูก และในส่วนของออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็สามารถวาดเขียนบนแก้วน้ำให้มีความแตกต่างได้ ด้านการออกแบบทางกายภาพ มีจุดบริการล้างมือ หรือเจลแอลกอฮอล์ มีการบริการให้ทั่วถึง จุดบริการตรวจวัดอุณหภูมิ การลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการ มีการจัดระเบียบเว้นระยะห่าง ติดตั้ง Table Shield หมั่นทำความสะอาดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ และพนักงานต้องสวมใส่หน้ากากอนามัย หรือ Face Shiled ตลอดเวลา รวมถึงการสร้างการบริการที่แตกต่างด้านการตลาด เช่น มีระบบช่องทางการชำระเงินที่รวมเร็ว หรือระบบการชำระเงินที่ไม่ใช่แค่เงินสด เช่น Mobile Banking PromptPay บัตรเครดิต และโครงการของรัฐบาล เราชนะ คนละครึ่ง

ยังชีพยังชีพ เป็นต้น และการนำสินค้า หรือสอบถามความชื่นชอบของลูกค้า และเลือกสิ่งที่ลูกค้าต้องการ มีการบริการด้วยความซื่อสัตย์ ใฝ่ใจ การบริการด้วยรอยยิ้ม และสิ่งที่ไม่ได้เลยในส่วนของการตรวจเช็คคุณภาพอาหารเครื่องดื่มก่อนส่งมอบให้ลูกค้า เป็นต้น

3. สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กที่กำลังปรับตัวในช่วงสถานการณ์โควิด - 19 และสถานการณ์แข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน นอกจากการการสร้างความผลิตภัณท์ให้เข้ากับการแข่งขันในปัจจุบัน ควรใช้กลยุทธ์ด้านการออกแบบทางกายภาพ ทั้งด้านด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด กับด้านการตกแต่งร้าน เนื่องจากเป็นการแข่งขันทั้งทางธุรกิจ และการต่อสู้กับโรคระบาดที่รุนแรง ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กจำดำรงอยู่ได้ด้วยความแตกต่างอาจจะเป็นความแตกต่างรูปแบบบรรจุภัณท์ การตกแต่งร้าน การบริการ การตลาด และการเงินและบัญชี ที่ต้องมีความละเอียด

4. สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก โดยภาพรวมที่ได้มีการทดสอบข้อเสนอแนะ โดยต้องมีการจัดอบรมเกี่ยวกับบุคลิกของพนักงานให้ดียิ่งขึ้น มีการใช้วัตถุดิบคุณภาพในการทำและมีราคาที่ย่อมเยา มีการเพิ่มเติมเกี่ยวกับเมนูในร้านให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และมีจุดคัดกรองที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

5.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต อาจนำทฤษฎีอื่นๆ มาสร้างเป็นกลยุทธ์การปรับตัว แล้วนำไปศึกษาความอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านอาหารเครื่องดื่มขนาดเล็กในจังหวัดอื่นๆที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยการเพิ่มประชากรเป้าหมายให้มากขึ้น และอาจศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อขยายผลการศึกษาต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จิษยานันท์ ชันละ และอารีย์ นัยพิณิจ. (2559). การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในตำบลศิลา อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น. *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ระดับชาติและนานาชาติ*, 15 มกราคม 2559 ณ อาคารพจน์ สารสิน มหาวิทยาลัยขอนแก่น (น. 1102 - 1111).
- จิตนา สุนทรธรรม. (2533). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชวลิต ประภวานนท์. (2548). *การบริหารสำนักงานแบบใหม่ ฉบับปรับปรุงใหม่ล่าสุด*. พัฒนาศึกษา.
- สุทธิชัย ปานปรีชา. (2538). *บรรยายพิเศษเรื่อง วิสัยทัศน์ในปัญหาสุขภาพจิตของสังคมไทยในช่วงแผนพัฒนา (พิมพ์ครั้งที่ 8)*. โรงพยาบาลสมเด็จพระยา กรมสุภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.
- ณชนก จิตรบรรจง. (2546). *การดำเนินธุรกิจร้านอาหารในเขตอำเภอมืองนครปฐม*. วิทยาลัยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2552). *คุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาการเป็นผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร*. วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). *ยกระดับสูงสุดคุมโควิด กางมาตรการ ศบค.ฉบับเต็ม สั่งล็อกดาวน์เคอร์ฟิว*. สืบค้น 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/2136631>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *New Normal ของธุรกิจร้านอาหารในยุคโควิด 19*. สืบค้น 13 ธันวาคม 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256303_EatGuide.aspx.
- ธีรภัทร เจริญฤทธิ์ และ นฤกร ไชยสุขทักษิณ. (2561). *การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กรณีศึกษา ตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุภโชค. (2542). *ถ้าจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายต่อระบบเศรษฐกิจไทย*. *Entrepreneurship*, 12(45), 65-75.

- ปณัฐฐา ภาณุรูป และ ศุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร. (2555). *กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุสติ รุมาคม. (2540). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. พิสิกส์เซ็นเตอร์.
- ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ. (2563). *ผลการสำรวจ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*. สืบค้น 13 ธันวาคม 2564, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210302115054.pdf.
- พัชรนันท์ กลั่นแก้ว. (2552). ภูมิคุ้มกันที่ดี ในภาวะเศรษฐกิจฝืดเคือง. *วารสารเพื่อคุณภาพ*, 16(139), 32-34.
- มัลลวีร์ อุดลวัฒน์ศิริ, และวริศรา ศรีสวัสดิ์. (2538). *ปัญหาการปรับตัวและวิธีแก้ไขของนักเรียนประถมศึกษา*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รพีวรรณ พิมพ์จันทร์. (2557). *ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม*. สืบค้น 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://sites.google.com/site/bb24559r/khnad-khxng-klum-tawxyang-thi-hemaa-sm>
- ละออ หุตางกูร. (2535). *หลักพื้นฐานเพื่อการพยาบาลชีว-จิต-สังคม*. มหาวิทยาลัยรังสิต ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา.
- ลัดดาวัลย์ เกษมเนตร และทัศนาก ทอภักดี. (2543). *รายงานการวิจัยสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์*. สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542). *วิศวกรรมและการบริหารความปลอดภัยในโรงงาน* (พิมพ์ครั้งที่ 11). ส. เอเชียเพลส.
- วินิจ วีรยางกูร. (2528). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม* (พิมพ์ครั้งที่ 1). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศุภลักษณ์ จารุรัตน์ และคณะ. (2532). *การปรับตัวและสุขภาพจิต : จิตวิทยาเบื้องต้น*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ฉบับสมบูรณ์*. ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สำนักงานแรงงานระหว่างประเทศ. (2543). *คุณสมบัติที่สำคัญของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจ*. สำนักงานแรงงานระหว่างประเทศ.

- สุภัททา ปิณฑะแพทย์. (2532). *จิตวิทยาทั่วไป: แนวคิดและทฤษฎีขั้นมูลฐานและการประยุกต์*.
ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุมาลี จีระไกร โสธร. (2560). *ความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็ก*.
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อรพิน สันติธีรากุล. (2543). *หนังสือคู่มือมาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs การพัฒนา
ขีดความสามารถผู้ประกอบการ*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัมพร งามพาณิชย์กิจ. (2547). *ปัจจัยจูงใจของลูกค้าในการบริการร้านอาหารนบนบางขุนเทียน
ชายทะเล*. บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543). *สรุปสาระสำคัญร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม*. *อุตสาหกรรม*, 43(1), 40-45.
- เอมอร เจียรมาศ. (2560). *แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านนมในเขตเทศบาลนคร
หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. การประชุมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราช
มงคล สร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0*.
- Wongnai.com. (2019). *เปิดร้านอาหารไม่ควรพลาด! สรุปเทรนด์ร้านอาหาร ปี 2562
ในประเทศไทย*. สืบค้น 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.wongnai.com/business-owners/thailand-restaurant-trend-2019?ref=ct>.

ภาษาต่างประเทศ

- Baumbach, C. M. (1988). *How to organize and operate a small business*. prentice Hall.
- Bernard, R. (1960). *Evolution above the Species Level*. Columbia University Press.
- Bygrave. (1994). *The Entrepreneurial Process*. In: *The Portable MBA in Entrepreneurship*. Ed.
By W.D. Bygrave.
- Cheungsuvadee, K. (2006). *Business adaptation strategies used by small and medium retail and
increasingly competitive environment: a study of Ubon Ratchathani*. Edith Cowan
University (P 230).
- Coleman, J. S. (1981). *Public and private schools* (Vol. 3). ERIC Document Reproduction
Service.
- Dollinger, P. (1999). *The German Hansa* (Vol. 1). Psychology Press.

Levinson, D. (1989). *Family violence in cross-cultural perspective*. Sage Publications, Inc.

Longemecker, J.G., & Moore, C.D. (1987). *Management* (5th ed.). Columbus, Ohio: C.E.

Meririll.

Pickle, H. B., & Abrahamson, R. L. (1989). *Small Business Management* (4 ed.). John Wiley.

Ruth, A. (2021). The public's role in COVID-19 vaccination: Human-centered recommendations

to enhance pandemic vaccine awareness, access, and acceptance in the United

States. *Vaccine*, 39(40), 6004-6012.

Szonyi, A. J., & Steinhoff, D. Z. (1979). *Small Business Management Fundamentals*.

McGraw-Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
หนังสือขอความร่วมมือในการวิจัย

แบบสอบถามเก็บข้อมูลทำวิจัย
“การปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วง
สถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร”

แบบสอบถามฉบับนี้ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำวิจัยของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น จะไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของทุกท่านแต่ประการใดผู้ศึกษาหวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ทั้งนี้ แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน โปรดตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด และคำถามแต่ละข้อ สามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ศตกมล ศรีรามวอน
นักศึกษาระดับปริญญาโท
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
635151020018@dpu.ac.th

แบบสอบถาม

เรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์
โรคระบาดโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

โปรดเลือกคำตอบลงในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1.ชาย 2.หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 30 ปี 2. 30-40 ปี
 3. 41-50 ปี 4. ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- 1.ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น 2.มัธยมศึกษาตอนต้น
 3.มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ปวส. 4.ปริญญาตรี
 5.สูงกว่าปริญญาตรี

4. ประเภทของกิจการ

1. ร้านอาหาร 2. ร้านเครื่องดื่ม
 3. ร้านอาหารและเครื่องดื่ม

5. ยอดขายต่อเดือน

- ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-30,000 บาท
 30,000- 50,000 บาท มากกว่า 50,000 บาท

6. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

- 1.น้อยกว่า 3 ปี 2.ตั้งแต่ 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี
 3.มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี 4.มากกว่า 10 ปี

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ท่านมีการปรับปรุงกิจการของท่านในประเด็นต่างๆ เหล่านี้อยู่ในระดับใด

ระดับปฏิบัติงานมากที่สุด	=	5
ระดับปฏิบัติงานมาก	=	4
ระดับปฏิบัติงานปานกลาง	=	3
ระดับปฏิบัติงานน้อย	=	2
ระดับปฏิบัติงานน้อยที่สุด	=	1

กลยุทธ์การปรับตัว	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านการออกแบบทางกายภาพ					
1) ด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด					
1.1 มีจุดบริการล้างมือ หรือเจล แอลกอฮอล์วางให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง					
1.2 มีจุดบริการตรวจวัดอุณหภูมิ					
1.3 มีจุดบริการลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการ					
1.4 มีการติดตั้งที่กั้น (Table Shield) ตรงบริเวณเคาน์เตอร์ที่ให้บริการ หรือโต๊ะทานอาหาร					
1.5 มีการจัดระเบียบการเว้นระยะห่าง 1-2 เมตร					
1.6 หมั่นทำความสะอาดภายในร้านและโต๊ะอาหารอย่างสม่ำเสมอด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ					
1.7 พนักงานในร้านสวมใส่หน้ากากอนามัยหรือ Face Shiled ตลอดเวลา					
2) ด้านการตกแต่งร้าน					
1.9 มีปรับปรุงการตกแต่งร้านเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น					

กลยุทธ์การปรับตัว	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.10 มีการจัดระเบียบสินค้าเป็นหมวดหมู่ให้มีความเรียบร้อย					
1.11 เปลี่ยนบรรยากาศภายในร้านให้ดูสะอาดสบาย และน่านั่งมากยิ่งขึ้น					
1.12 เพิ่มการสร้างบรรยากาศภายในร้านด้วยเสียงดนตรี และกลิ่น					
2. ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์					
2.1 ปรับหรือเพิ่มเมนูที่มีรสชาติหรือรูปลักษณ์ที่โดดเด่นเมื่อเทียบกับกิจการอื่นในธุรกิจเดียวกัน					
2.2 ปรับบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า					
2.3 เพิ่มเมนูให้มีความหลากหลายที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า					
2.4 เพิ่มเมนูประจำร้านเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม					
2.5 ปรับชื่อร้านหรือตราสัญลักษณ์ให้จดจำได้ง่ายและชัดเจนขึ้น					
3. ด้านการเงินและบัญชี					
3.1 มีการค้นหาแหล่งวัตถุดิบอุปกรณ์ที่ถูกกว่า					
3.2 มีการนำผลกำไรที่ได้รับกลับมาลงทุนซ้ำและใช้เงินทุนตัวเองแทนที่จะใช้เงินกู้ยืมภายนอก					
3.3 มีการบันทึกรายรับรายจ่ายอย่างสม่ำเสมอ					
3.4 มีการเพิ่มช่องทางการชำระเงินมากกว่า 1 ช่องทาง เช่น โอนแบบงคั้ง ทรูมันนี่ วอลเล็ท พรีเมียมเพย์ ลายเพย์ และคอลลฟิน เป็นต้น					

กลยุทธ์การปรับตัว	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.ด้านการตลาด					
4.1 มีการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เพิ่มขึ้น Facebook Fanpage					
4.2 มีการสร้างแพลตฟอร์ม LINE Business เพิ่มขึ้น					
4.3 เพิ่มระบบออนไลน์เดลิเวอรี่ เช่น Line Man, Food Panda, Grad Food, Rodinhood เป็นต้น					
4.4 มีบริการส่งถึงบ้านบริเวณใกล้เคียงโดยร้านค้าเอง					
4.5 มีการปรับปรุงป้ายโฆษณาให้เด่นและชัดเจนขึ้น					
4.6 มีการยิงแอดโฆษณาออนไลน์เพิ่มมากขึ้น					
4.7 มีการจัดโปร โมชั่น/ส่วนลด/โบนัสหรือของขวัญฟรีเพิ่มมากขึ้น					
5. ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า					
5.1 มีพนักงานคอยให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับการตรวจวัดอุณหภูมิและลงทะเบียนเข้าออกก่อนเข้าใช้บริการ					
5.2 มีการติดเอกสาร ที่แสดงให้เห็นว่าพนักงานในร้านทุกคนได้รับวัคซีนแล้วและใบรับรองว่าได้ปฏิบัติตามมาตรการอย่างเคร่งครัดของกระทรวง สาธารณสุข (Thai Stop Covid)					
5.3 อบรมและข้่าเตือนให้พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ เช่น พูจาไพเราะ สีน้ทำทางแววตาพร้อมรับบริการ เป็นต้น					

กลยุทธ์การปรับตัว	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.4 มีความกระตือรือร้นและการดูแลเอาใจใส่ในการบริการลูกค้า					
5.5 มีพนักงานคอยแนะนำเมนูประจำร้าน หรือเมนูใหม่					
5.6 มีการตรวจสอบเช็คอาหารและเครื่อง ก่อนเสิร์ฟให้ลูกค้าทุกครั้ง					
5.7 มีการสอบถามความพึงพอใจหรืออ่านรีวิวดตามแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขอยู่เสมอ					

ส่วนที่ 3 ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรค

ระบาด

โควิด-19

โปรดเลือกคำตอบลงในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด โดยมีการวัดระดับดังนี้

ระดับมากที่สุด = 5

ระดับมาก = 4

ระดับปานกลาง = 3

ระดับน้อย = 2

ระดับน้อยที่สุด = 1

ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19	ระดับผลการดำเนินงาน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มียอดขายสินค้าเพิ่ม					
2. กำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น					
3. จำนวนลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น					
4. ลูกค้ารายใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น					
5. ลูกค้ามีความเชื่อมั่น ในภาพลักษณ์ของร้านรวมทั้งสินค้าและบริการ					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวศตกมล ศรีมวอน
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2562 คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม (การโรงแรม) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธุรกิจส่วนตัว 481 ถนนช่างอากาศอุทิศ เขตดอนเมือง แขวงดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210