

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี
ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)¹

**Factors Influencing the Performance of the Bakeries in Lopburi Province
under the COVID-19 Pandemic Situation**

สุธินี ม่วงสุวรรณ²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี 2) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อการประกอบการของร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการของร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรีที่มีจำนวนประชากรไม่แน่นอนจำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านสังคม อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับปานกลาง 2) ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านความมีนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก 3) ผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มุมมองด้านการปฏิบัติการภายในองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มุมมองด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต อยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: ผลประกอบการ, ร้านเบเกอรี่, โควิด 19

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

This independent study was a quantitative research aiming 1) To study factors influencing the performance of bakeries in Lopburi Province; 2) To study external environments influencing the performance of bakeries in Lopburi Province; and 3) To study personal factors of bakery entrepreneurs in Lopburi Province under the COVID-19 pandemic situation. For the quantitative research herein, the data were collected using questionnaires with 200 samples out of an uncertain population of bakery entrepreneurs in Lopburi Province. Findings of the study were as follows: 1) External environmental factors, overall, were at the 'Agree' level or high level. While considering it in each area, it was found the highest mean in social aspect (at high level), followed by technological and innovative aspects (at high level), and economic aspect with the lowest mean (at average level). 2) Personal factors of entrepreneurs, overall, were at the 'Strongly Agree' level or very high level. While considering it in each area, it was found the highest mean in competitive aggressiveness (at very high level), followed by achievement orientation (at very high level), and innovativeness with the lowest mean (at high level). 3) Performance of bakeries in Lopburi Province, overall, was at the 'Agree' level or high level. While considering it in each area, it was found the highest mean in internal process perspective (at very high level), followed by customer perspective (at high level), and learning and growth perspective with the lowest mean (at average level).

Keywords: Performance, Bakeries, COVID-19

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมเบเกอรี่เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับเศรษฐกิจของประเทศและความเป็นอยู่ของประชาชนในทุกประเทศทั่วโลก โดยสามารถแบ่งอุตสาหกรรมเบเกอรี่ได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ ขนมอบ และขนมปัง โดยมีวัตถุดิบหลักในการผลิต ได้แก่ แป้ง เนย น้ำตาล คริม ไข่ เป็นต้น และผ่านขั้นตอนการผสมแป้ง ขึ้นรูป หมัก ทอด อบ เป็นต้น ธุรกิจเบเกอรี่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคในเมืองที่มีชีวิตที่เร่งรีบและต้องการความสะดวกสบายในการรับประทานอาหารเช้ารับประทานเบเกอรี่จึงเข้ามามีบทบาทในแง่ของการเป็นอาหารว่างรองท้องที่ผู้บริโภคสามารถซื้อรับประทานได้ง่าย พกพาออกไปนอกบ้านได้บ่อยมากยิ่งขึ้น หากพิจารณาโอกาสการเติบโตของธุรกิจขนมอบ โดยพิจารณาปริมาณการบริโภคขนมปังของคนไทยที่ยังมีเพียง 2-3 กิโลกรัมต่อคนต่อปีซึ่งถือว่ายังน้อยเมื่อเทียบกับต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น 10-15 กิโลกรัมต่อคนต่อปีหรือประเทศรัสเซีย 80-90 กิโลกรัมต่อคนต่อปี (ศูนย์อภิจริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2559) จะเห็นได้ว่าธุรกิจเบเกอรี่ในประเทศไทยนั้นยังไม่

ถึงจุดอิ่มตัวและยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมากในอนาคต ธุรกิจเบเกอรี่ในสังคมปัจจุบันเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในหมู่สังคมวัยรุ่น วัยกลางคน และนักเรียนนักศึกษา โดยเฉพาะเบเกอรี่ที่มีขนมหลากหลายสถานที่ทำเลค่อนข้างดี และมีการจัดร้าน สวยงามเหมาะกับการพักผ่อนหย่อนใจในประเทศไทย ร้านเบเกอรี่ส่วนใหญ่ก็ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องตลอดมา คนทุกเพศทุกวัยส่วนใหญ่ให้ความสนใจเริ่มหันมารับประทานเบเกอรี่กันมากขึ้น ทำให้มีแนวโน้มในการเลือกรับประทานขนมเบเกอรี่กันมากขึ้นในปัจจุบัน การเปิดร้านเบเกอรี่เริ่มมีมากขึ้นตามจำนวนความต้องการของผู้ซื้อ สิ่งที่สำคัญที่สุดของผู้ผลิตก็คือการรักษาร้านให้อยู่ต่อไปได้อย่างมั่นคง ผู้ประกอบการจะต้องมีความใส่ใจและรักษาคุณภาพของสินค้าและมาตรฐานของการบริการให้มีความสม่ำเสมอ มีการขยายและพัฒนาสินค้าและบริการควบคู่ไปกับการสร้างแบรนด์สินค้า การตกแต่งใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีลูกเล่นให้สินค้าดูมีชีวิตชีวา รวมถึงการจะเลือกใช้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า การที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างความรู้สึกรักประทับใจและรักษาคุณภาพของกิจการไว้ได้อย่างเหนียวแน่นนั้น ไม่ว่าจะกิจการจะมีขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ก็จะทำให้สามารถดำรงกิจการอยู่ได้ท่ามกลางเศรษฐกิจที่แปรปรวนในอนาคตได้อย่างมั่นคง

จากผลประกอบการธุรกิจของร้านเบเกอรี่ มีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ ได้แก่ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยี ส่วนปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ อาทิ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีวินัย อดทน ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ และมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกถือเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้ เป็นผลกระทบต่อธุรกิจที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยภายในสามารถเปลี่ยนแปลงได้และผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการที่เป็นทักษะ ความสามารถ หรือความเชี่ยวชาญนั้น สามารถปรับเปลี่ยนตนเองได้ ส่วนมาตรการการป้องกันแพร่ระบาดของโควิด เป็นมาตรการสาธารณสุขที่มีผลต่อการบริหารจัดการร้าน และต้นทุนการจัดการ ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อผลการประกอบการมากหรือน้อยตามความสำคัญของแต่ละปัจจัย

จากปัญหาที่พบคือ ผู้ประกอบการมีการแข่งขันกันทำธุรกิจทั้งจากธุรกิจเดียวกันหรือธุรกิจทดแทน ต้องการความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปทำแผนธุรกิจและการบริหารความเสี่ยงนั้น คือนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจที่จะดำเนินต่อไปในอนาคต มีการขาดภาวะผู้นำขององค์กร ยังขาดคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดี เช่น ขาดวิสัยทัศน์ ขาดความเด็ดขาดในการตัดสินใจ เป็นต้น นอกจากนี้มาตรการต่าง ๆ ตามกระทรวงสาธารณสุขที่ต้องการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจและเห็นความสำคัญต่อมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐขอความร่วมมือ

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และนำข้อมูลที่ได้ไปบริหารจัดการร้านเบเกอรี่ ให้ได้ผลประกอบการ คือ ผลกำไรสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อผลประกอบการของร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการของร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความเป็นไปได้สูง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความเป็นไปได้สูง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ภายใต้สถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นการศึกษาผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านการปฏิบัติการภายในองค์กร และมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโตที่มีปัจจัย 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือ 1). ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ด้านการเมือง การปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ 2). ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการวิจัย คือ เขตพื้นที่ลพบุรี

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ประชากร คือ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ที่มีจำนวนประชากรไม่แน่นอน

3.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรีที่มีจำนวนประชากรไม่แน่นอน จากการคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตร Cochran (1977) ได้จำนวนตัวอย่าง 196 คน แต่จากการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างจริง ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน

4. ขอบเขตของเวลา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2564 ถึงเดือน ธันวาคม 2564

คำถามในการวิจัย

1. ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี
2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกของร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี เป็นอย่างไร
3. ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการของร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี เป็นอย่างไร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ผลประกอบการ

ผลประกอบการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ หรือบรรลุเป้าหมาย จะใช้ระดับความสำเร็จที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเบเกอรี่แบบสมดุลประกอบด้วย

ผลประกอบการเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรแบบสมดุลของ Balanced Scorecard หรือเรียกย่อๆว่า BSC คือ แนวคิดด้านการจัดการที่องค์กรธุรกิจในประเทศไทยตลอดจนองค์กรทางราชการของไทย ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินผลประกอบการและกำลังแพร่หลายขึ้นในวงกว้าง Balanced Scorecard เป็นแนวคิดด้านการจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติโดยอาศัยการวัดหรือการประเมินอันจะทำให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวและมุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อผลประกอบการขององค์กร แนวคิดพื้นฐานของ Balanced Scorecard แต่เดิมผู้บริหารองค์กรมักประเมินผลองค์กรหรือผลประกอบการ โดยมุ่งเน้นไปที่การเงินเพียงอย่างเดียวแนวคิดของ Balanced Scorecard หรือ BSC กำหนดให้พิจารณาทั้งหมด 4 มุมมองได้แก่ (นิรมิต เทียมทัน, 2555:123)

1.1 มุมมองทางการเงิน (Financial Perspective) จะมีวัตถุประสงค์ทางการเงินอย่างไร ที่จะทำให้องค์กรเติบโตและมีความสามารถในการผลิต มุมมองทางการเงิน เป็นการพิจารณาฐานะการเงินรายได้ ผลตอบแทน อันหมายถึง ธุรกิจมีรายได้จากขายเบเกอรี่ เพิ่มมากขึ้น รายได้จากลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น

รายได้จากลูกค้ารายเก่าเพิ่มขึ้น ถ้าไรของธุรกิจมีความแน่นอนและต่อเนื่อง ต้นทุนต่อหน่วยผลิตลดลงและ ความเสี่ยงทางการเงินของธุรกิจอยู่ในระดับที่สามารถควบคุมได้

1.2 มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) จะต้องพิจารณาถึงความแตกต่างในเชิงคุณภาพ โดยต้องคิดหาวิธีที่จะดึงดูดใจลูกค้าการรักษาฐานลูกค้าเดิมและกิจกรรมอะไรที่จะสร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้าให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น โดยต้องหายุทธวิธีเปลี่ยนฐานะจากลูกค้าให้เป็นลูกค้าให้ได้ ความจริงวัตถุประสงค์ ทางด้านการเงินและลูกค้าคือ ผลลัพธ์ของการบริหารจัดการขององค์กร แต่โดยทั่วไปไม่นิยมอธิบายถึง ความชัดเจนในเหตุผลว่าจะบรรลุได้อย่างไร แต่จะเปลี่ยนไปอธิบายทางอ้อมในรูปแบบของการเงิน อันหมายถึง ลูกค้ามีความพึงพอใจ ธุรกิจสามารถหาลูกค้าใหม่ได้มากขึ้น ธุรกิจสามารถรักษาฐานลูกค้าเก่า ได้ จากการขยายฐานลูกค้า ทำให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น และธุรกิจสามารถขจัดปัญหาที่เป็นข้อ ร้องเรียนของลูกค้าได้อย่างดี

1.3 มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process) พิจารณาในรูปแบบ รูปลักษณะของ ผลลัพธ์การพัฒนาเครื่องหมายความการค้าและการตลาด การขาย การบริการ กระบวนการปฏิบัติหรือการบริหาร ภายใน การขนส่ง และการจัดจำหน่าย สิ่งเหล่านี้จะต้องวิเคราะห์ สังเคราะห์ให้เกิดกิจกรรมเพื่อสร้างมูลค่า คุณค่า และความหลากหลายให้เหมาะสมกับประเภทและกำลังซื้อของลูกค้า อันหมายถึง ธุรกิจมีการวางแผนการปฏิบัติงานล่วงหน้า แผนงานการปฏิบัติงานที่วางไว้มีความเหมาะสม สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ธุรกิจมีระบบและขั้นตอนการดำเนินงานที่เหมาะสม ธุรกิจมีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า

1.4 มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective) การวางระบบ บริหารจัดการแบบมียุทธศาสตร์จะต้องกำหนดกลยุทธ์ให้ครบด้านทั้งสี่ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ล้วนแล้วแต่อาศัยความรู้ความสามารถของผู้ที่ เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ผู้บริหารขององค์กรและลูกค้า ดังนั้นการเรียนรู้และการเติบโตจึงเป็น ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรประกอบทั้งสามด้านประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลว องค์กรประกอบด้านนี้ เราไม่อาจวัดได้เป็นเชิงปริมาณ เพราะเป็นเรื่องของสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (intangible) แต่เป็นเรื่องที่ เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมขององค์กรและลูกค้าที่จะทำให้การดำเนินงานมีมาตรฐานสูงขึ้น

การพิจารณาการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต เป็นการมองการพัฒนาและศึกษา เพิ่มเติมให้การบริการได้มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และกิจการมีการเจริญเติบโต อันหมายถึง ธุรกิจมีการ ฝึกอบรมหรือสอนงานให้แก่พนักงานเพื่อการพัฒนาตนเอง พัฒนางานและพัฒนาองค์กร อัตราการเข้า-ออก ของพนักงานอยู่ในระดับที่เหมาะสม พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อวัฒนธรรมองค์กร สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ระบบการทำงาน และระบบการให้ผลตอบแทน ธุรกิจมีการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรม ต่างๆ ของธุรกิจ พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจ

จากการทบทวนแนวคิด ซึ่งใช้ในการประเมินผลประกอบการในการดำเนินงานของธุรกิจ มีการนำตัวแปรการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุลมาใช้ในการวัดผลประกอบการของธุรกิจในองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ด้านการเงินหมายถึง ผลการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งพิจารณาจากการเพิ่มขึ้นของผลกำไร การเพิ่มขึ้นของรายได้ การลดต้นทุน ด้านลูกค้า หมายถึง การพิจารณาด้านความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนแบ่งตลาด การรักษารฐานลูกค้า การเพิ่มลูกค้าใหม่ ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง การที่ องค์การสามารถนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ โดยพิจารณาด้านผลิตภาพ ทักษะของพนักงาน คุณภาพ วงจรเวลา การปฏิบัติงาน และด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์การ หมายถึง การที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์การ โดยพิจารณาในด้านความพึงพอใจและทัศนคติของพนักงาน ทักษะของพนักงาน อัตราการเข้า-ออกของพนักงาน

2. ร้านเบเกอรี่ หมายถึง ร้านขนมปัง หรือ เบเกอรี่ คือร้านค้าที่ผลิตขนมอบ อาทิ ขนมปัง พาย เค้ก ขนมปังกรอบ คุกกี้ โดนัท ฯลฯ แล้วนำมาวางขายภายในร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซื้อขนมอบสดใหม่จากเตา ร้านขนมปังบางร้านมีมุมกาแฟหรือชาในลักษณะคาเฟ่ให้บริการด้วย โดยงานวิจัยนี้ เป็นร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี

3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ตัวแบบที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ ที่มีผลต่อการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ

ศิริญา ตังณภูมิตร(2558) ได้กล่าวว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ หรือด้านมหภาค มีผลกระทบต่อธุรกิจ ประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้ (1) สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและสังคม (2) สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (3) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และ (4) สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี

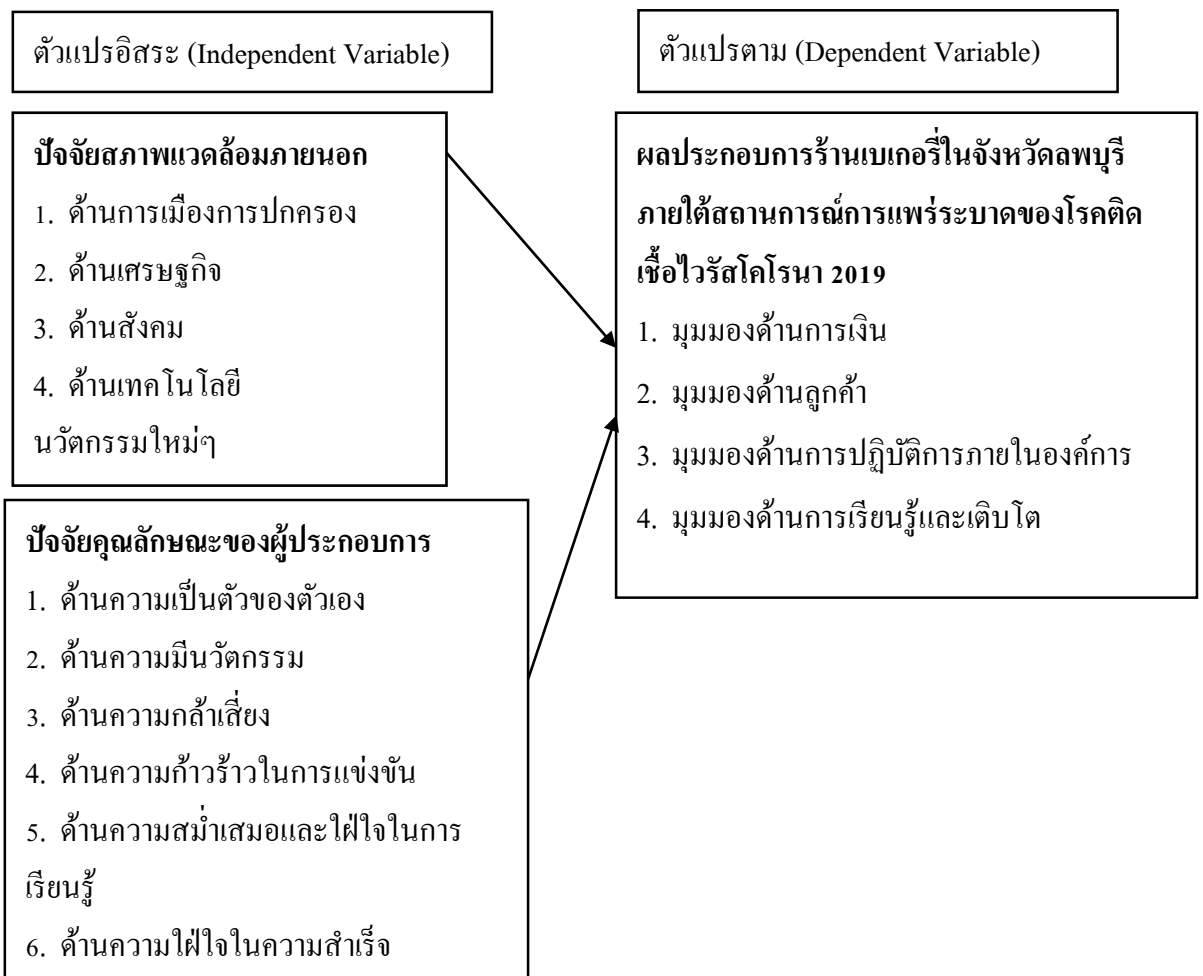
4. ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่อยู่ในตัวและเป็นผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ประกอบด้วย ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2557) ได้กล่าวว่า ผู้ที่ให้ความสนใจศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของ ดร.เฟรเซอ (Frese, 2000) ประกอบด้วย 6 ลักษณะคือ (1) ความเป็นตัวของตัวเอง (2) ความมีนวัตกรรม (3) ความกล้าเสี่ยง (4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (5) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และ (6) ความใส่ใจในความสำเร็จ

มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หมายถึง มาตรการ D-M-H-T-T ป้องกันโรคโควิด-19 คือ D : Social Distancing เว้นระยะห่าง 1-2 เมตร เลี่ยงการอยู่ที่แออัด M : Mask Wearing สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยตลอดเวลา H : Hand Washing ล้างมือบ่อยๆ ด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์ T : Testing การตรวจวัดอุณหภูมิและตรวจหาเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในกรณีที่มี

อาการเข้าข่าย T : Thai Cha Na สแกนไทยขณะก่อนเข้า-ออกสถานที่สาธารณะทุกครั้งหรือการใช้แอปพลิเคชันหมอปพร้อม เพื่อให้มีข้อมูลในการประสานงานได้ง่ายขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ผลการวิจัย

จำนวน ร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา เพศชาย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และเพศทางเลือก จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา 31-40 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 41-50 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 มากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ มีระดับการศึกษา คือปริญญาตรี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ มีรายได้ต่อเดือน คือ 45,000-60,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมา 30,001-45,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ต่อมา

15,000-30,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ต่อมา 60,0001-75,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 75,000 บาทขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ มีสถานภาพการสมรส คือ โสด จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา แต่งงานแล้ว จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 แยกกันอยู่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	\bar{X}	S.D	แปลผล	อันดับที่
ด้านการเมืองการปกครอง	3.22	0.46	ปานกลาง	3
ด้านเศรษฐกิจ	2.91	0.48	ปานกลาง	4
ด้านสังคม	4.36	0.35	มากที่สุด	1
ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ	3.46	0.53	มาก	2
รวม	3.49	0.32	มาก	

พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.32 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.35 รองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	\bar{X}	S.D	แปลผล	อันดับที่
ด้านความเป็นตัวของตัวเอง	4.28	0.52	มากที่สุด	4
ด้านความมีนวัตกรรม	3.66	0.42	มาก	6
ด้านความกล้าเสี่ยง	4.15	0.48	มาก	5
ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน	4.54	0.53	มากที่สุด	1
ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้	4.32	0.41	มากที่สุด	3
ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ	4.52	0.42	มากที่สุด	2
รวม	4.25	0.30	มากที่สุด	

พบว่าปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 รองลงมา คือ ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐานเท่ากับ 0.42 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านความมีนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี

ผลประกอบการร้านเบเกอรี่ ในจังหวัดลพบุรี	\bar{X}	S.D	แปลผล	อันดับที่
มุมมองด้านการเงิน	3.78	0.49	มาก	3
มุมมองด้านลูกค้า	3.89	0.45	มาก	2
มุมมองด้านการปฏิบัติการภายในองค์กร	4.52	0.56	มากที่สุด	1
มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต	3.31	0.53	ปานกลาง	4
รวม	3.87	0.32	มาก	

พบว่า ผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.32 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มุมมองด้านการปฏิบัติการภายในองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.56 รองลงมา คือ มุมมองด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.45 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53

อภิปรายผล

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี คือ ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่น พยายาม ไม่ละทิ้งงานกลางคัน ตั้งใจในการทำงานให้สำเร็จจุลวง มีการวางเป้าหมายในความสำเร็จ นำความล้มเหลวมาเป็นบทเรียน และตั้งใจจะทำงานให้สำเร็จเหนือผู้อื่น ซึ่งผู้ประกอบการร้านเบเกอรี่ มีคุณลักษณะผู้ประกอบการดังกล่าว มีผลต่อผลประกอบการร้านเบเกอรี่ คือทำให้สามารถรักษาลูกค้าเก่า หาลูกค้าใหม่เพิ่มได้ มีต้นทุนต่อหน่วยผลิตลดลง สามารถมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มมากขึ้น แก้ปัญหาข้อร้องเรียนของลูกค้าได้ ผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผนการปฏิบัติงานล่วงหน้า มีระบบขั้นตอนการทำงานและประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ประกอบการมีการพัฒนาตนเอง พัฒนางานและพัฒนาองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2557) ที่พบว่า ด้านความใส่ใจในความสำเร็จมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบการ

2. สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อการประกอบการของร้านเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่าด้านสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่ในระดับมาก ด้านการเมืองการปกครองและด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยเห็นว่า การเป็นมนุษย์ เป็นผู้เข้าร่วมในสังคม มีระดับการศึกษา ค่านิยม

ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมและประเพณีตลอดจนพฤติกรรมกรบรี โภคอุปโภค เป็นต้น ย่อมกระทบต่อการประกอบกรรณเบเกอรี่ ในปัจจุบันเทคโนโลยีสมัยใหม่มีการเปลี่ยนแปลงย่อมกระทบการประกอบกรรณเบเกอรี่ เช่น การชำระเงินผ่านแอป QR Code ทำให้การชำระเงินง่ายและปลอดภัย ส่วนด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ เช่น การว่างงาน อัตราดอกเบี้ย ย่อมกระทบทางอ้อมต่อการประกอบกรรณเบเกอรี่ ได้ด้วย สอดคล้องกับแนวคิด PEST Analysis ที่ประกอบด้วย ด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ *Hanief Rizqi Rahmatullah* (2019) ที่พบว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ โอกาสและภัยคุกคาม คือการขยายเครือข่ายการผลิตภัณฑ์ผ่าน การฝากขายหรือการร่วมทุนในการเอาชนะศักยภาพของธุรกิจเบเกอรี่

3. ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการกรรณเบเกอรี่ในจังหวัดลพบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่าด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมีนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ประกอบการมีลักษณะความสำเร็จด้วยความสามารถตนเอง สามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าของกิจการให้รุ่งเรือง มีความคิดที่จะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และการให้บริการ การใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัย มีการใช้การส่งเสริมทางการตลาด เช่น ลดราคาพิเศษตามเทศกาล ทำโปรโมชัน สร้างเมนูที่แปลกใหม่ มีแนวคิดในการเพิ่มพนักงานหรือขยายสาขา มีการมุ่งมั่นและพัฒนาธุรกิจตลอดเวลา ต้องการเหนือคู่แข่ง มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าและพนักงาน การให้บริการคำนึงถึงความพึงพอใจและความสะดวกของลูกค้า จากคุณลักษณะของผู้ประกอบการดังกล่าว มีผลต่อผลประกอบการกรรณเบเกอรี่ คือ สามารถเพิ่มลูกค้ารายใหม่ รักษาฐานลูกค้ารายเก่า ทำให้ได้ผลตอบแทนเพิ่มขึ้น สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ *Frese* (2000) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ *วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์* (2557) ที่พบว่า ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้และด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และงานวิจัยของ *วิมพีภา เกตุเทียน* (2556) พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางมีจำนวน 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยความเป็นตัวของตัวเอง ปัจจัยความมีนวัตกรรม ปัจจัยความกล้าเสี่ยง ปัจจัยการบริหารจัดการ ปัจจัยความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ และปัจจัยความใฝ่ใจในความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. จากข้อค้นพบว่า อัตราดอกเบี้ยต่อการกู้ยืมมีความเหมาะสม ภาครัฐควรมีโครงการสินเชื่อที่ปล่อยกู้อัตราดอกเบี้ยต่ำสำหรับธุรกิจเบเกอร์ เพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการเงินแก่ธุรกิจประเภทนี้
2. จากข้อค้นพบว่า อัตราค่าจ้างพนักงานหรือเงินเดือนพนักงานมีความเหมาะสมควรจ่ายค่าจ้างพนักงานเป็นเปอร์เซ็นต์ตามรายได้ในแต่ละวัน คือ ขายได้มาก ค่าจ้างก็มาก ขายได้น้อย ค่าจ้างก็น้อย คือ ธุรกิจอยู่ได้ พนักงานก็อยู่ได้
3. จากข้อค้นพบว่า การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในการชำระเงิน ควรมีการชำระเงินผ่าน QR Code หรือผ่านแอปธนาคาร เพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสและเป็นการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

ข้อเสนอแนะเพื่อวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องอื่น ๆ เช่น การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจเบเกอร์ เพื่อเป็นการพิจารณาสิ่งที่จะทำให้ธุรกิจเบเกอร์ มีผลตอบแทนที่ดี มีส่วนแบ่งการตลาดที่สูง
2. ควรศึกษาประชากรอื่น ๆ เช่น ผู้บริโภค ผู้ขายวัตถุดิบ พนักงานหรือลูกจ้าง
3. ควรศึกษาด้วยเครื่องมืออื่น ๆ เช่น แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต

บรรณานุกรม

- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2564). แนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับ ร้านอาหาร. สืบค้นจาก https://covid19.anamai.moph.go.th/web-upload/2xdccaaf3d7f6ae30ba6ae1459eaf3dd66/m_document/6736/35208/file_download/98fa731cde4a80f2171bd941f581b111.pdf.
- วันวิสาข์ โฉมพรหมอนันต์. (2557) คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวายจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริญา ตังนฤมิตร. (2558). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.