



การศึกษาการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ภายใต้การดำเนินชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19
A Study on the Adaptation of Small and Medium Enterprises (SMEs)
to Under the New Lifestyle During the COVID-19 Epidemic Crisis

จิรฎาภา บุญณสาร^{1*} ปภาภัทร แสงแก้ว^{2*} ปรางทิพย์ เสยกระโทก³ รัฐชนา พันพิมพ์¹ หฤทัย มณีสวาท¹

E-mail: paphaphat30@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การศึกษาการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมืองหนองคาย จำนวน 1,028 แห่ง เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดหนองคาย จำนวน 288 แห่ง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา มีความเชื่อมั่นที่ 0.89 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 ธุรกิจเริ่มเข้าสู่การค้าออนไลน์มากขึ้น พบว่า มีการบริการหลังการขายอย่างเหมาะสม และลดปริมาณสินค้าคงคลัง/ปริมาณสินค้าคงเหลือเพื่อลดพื้นที่ในการจัดเก็บ ลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการสร้างความคุ้นเคย ความสนใจในสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มการกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มีการลดต้นทุนการตลาดโดยใช้การสร้างเครือข่ายหรือการสร้างช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น Tiktok และลดราคาขายสินค้าเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งในจำนวนมาก ธุรกิจยังคงต้องการให้รัฐบาลกระตุ้นการใช้จ่ายคนละครั้ง เป็นแรงกระตุ้นให้ประชาชนออกมาใช้จ่ายมากขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ช่วยลดค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพ และสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจระบบฐานรากได้ดี มีการกระจายรายได้สู่ผู้ประกอบการรายย่อย

คำสำคัญ: การปรับตัว ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โรคระบาด COVID-19

Abstract

The purpose of this study was to study the adaptation of small and medium enterprises (SMEs) to the new lifestyle during the COVID-19 epidemic crisis. The population was 1,028 business entrepreneurs in small and medium enterprises (SMEs) in Muang Nong Khai District. Cluster sampling was used to select them. The sample group consisted of 288 business entrepreneurs in small and medium enterprises (SMEs) in Muang Nong Khai District. And the questionnaire was used as a research tool. The reliability was 0.89. The statistics used in data analysis were percentage, mean, and standard deviation.

The results of the study found that the overall adaptation of small and medium enterprises (SMEs) under the new way of life during COVID-19. Businesses began to enter online trading more and found that there was appropriate after-sales service. and reduce inventory or remaining storage space. Reduce administrative costs and build familiarity. Interest in products and services to increase customer demand for products. There is a reduction in marketing costs by using networking or creating various communication channels. Tiktok and reduce sales prices when customers order each product in large quantities. Businesses still want the government to stimulate half-and-half spending. It is an incentive for people to come out and spend more. Able to reach the target group of the project It helps reduce expenses and living expenses. and can help stimulate the grassroots economy. Income is distributed to small entrepreneurs.

Keywords: the adaptation, small and medium enterprises, COVID-19 epidemic crisis

¹ นักศึกษาหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาหนองคาย สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

² อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาหนองคาย สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

³ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม



ความเป็นมาของปัญหา

ในการคาดการณ์เศรษฐกิจไทยปี 2566 หรืออนาคตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้มากที่สุด อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของ ไทยในปี พ.ศ.2566 จะอยู่ที่ 3.0-3.7% อัตราเงินเฟ้อ 3-4% อัตราดอกเบี้ยนโยบายอยู่ที่ 2.50-3% คาดการณ์ค่าเงินบาทจะเคลื่อนไหว เฉลี่ยอยู่ในช่วง 32.50-34 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐในปีหน้า อัตราการขยายตัวของการบริโภค 4-5% โดยทิศทางอัตราดอกเบี้ยขาขึ้นมีผล ต่อภาคการบริโภคและรายได้ครัวเรือนโดยเฉลี่ยเริ่มฟื้นตัว สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อจีดีพีปรับลดลงต่อเนื่องจากระดับสูงสุดเมื่อปี 2563 อัตราขยายตัวของการลงทุน 3.5-4% โดยอัตราการใช้จ่ายการลงทุนฟื้นตัวในหลายอุตสาหกรรมจำเป็นต้องมีการลงทุนใหม่ๆเพิ่มเติม อาจเกิดภาวะขาดแคลนแรงงานในหลายธุรกิจอุตสาหกรรมและกิจการท่องเที่ยว อัตราการขยายตัวของการส่งออก 2-5% ลดลงจาก การชะลอตัวของเศรษฐกิจคู่ค้าบางประเทศ อัตราการขยายตัวของการนำเข้า 12-14% ขยายตัวต่อเนื่องจากการฟื้นตัวของการลงทุน ภายในประเทศ [1]

ความปกติใหม่ที่คุ้นเคยหลังเกิดวิกฤตโควิด-19 เช่น การย้อนกลับถิ่นฐานการผลิตจากการปิดประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทำให้ หลายประเทศที่ไม่มีฐานการผลิตภายในต้องพึ่งพาสินค้าจากต่างประเทศได้รับผลกระทบตามมา ซึ่งฐานการผลิตที่สำคัญของโลกก็คือ จีน ดังนั้น การกระจายกำลังการผลิตไปยังที่อื่นเพื่อบริหารความเสี่ยงจึงมีมากขึ้น รวมถึงการพึ่งพาตัวเองของแต่ละประเทศทำให้ หลายธุรกิจเริ่มสร้างฐานการผลิตภายในท้องถิ่นและหาแหล่งผลิตใหม่ที่ไม่ได้พึ่งพาเพียงแค่ประเทศใดประเทศหนึ่ง การนำ Digital Takeover เทคโนโลยีเข้ามากลายเป็นเรื่องปกติของชีวิตเพราะโควิดได้เร่งปฏิกิริยาทำให้คนหันมาใช้ดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในอนาคต เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์จะกลายเป็นเหมือนโครงสร้างพื้นฐานที่รัฐต้องมีให้บริการแก่ประชาชน เช่นเดียวกับน้ำประปาหรือไฟฟ้า จาก การวิจัยในช่วงโควิดพบว่าการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเรียนออนไลน์ หัดทำอาหาร ออกกำลังกาย รวมไปถึง การทำกิจกรรมทำในรูปแบบ Virtual และ e-Market Place ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว การสั่งออนไลน์เดลิเวอรี่ที่เพิ่มขึ้นแบบก้าว กระโดด การลดการใช้คนแทนการสื่อสารแบบ Face to Face รวมไปถึงการเป็น Cashless Society ด้วยการใช้เงินดิจิทัลผ่านการ ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชัน, e-Payment, บัตรเครดิต และ Mobile Banking เช่น SCB Easy App ที่มีฟีเจอร์รองรับ กับ New Normal และไลฟ์สไตล์ของคนในยุคดิจิทัล รูปแบบการทำงานเปลี่ยนการทำงานที่บ้าน หรือ Work From Home การ จ้างงานเปลี่ยน เพราะบริษัทสามารถเลือกจ้างคนเก่งมีฝีมือจากที่ไหนก็ได้ในโลก เป็นการเปิดโอกาสให้คนมีฝีมือสามารถทำงานโดยไม่ จำกัใดในเรื่องระยะทางและสถานที่ ต่อไปการจ้างงานจะเปลี่ยนจากการจ้างเป็นรายเดือนสู่การจ้างเป็นชิ้นงานแทนหรือที่เรียกว่า GIG Economy มากขึ้น เป็นการจ้างแบบชั่วคราว เปลี่ยนแปลงรูปแบบการจ้างงาน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง การรื้อระบบความปลอดภัยทางสังคม เศรษฐกิจจะถูกขับเคลื่อนด้วย GIG Economy หรือการทำงานแบบชั่วคราว ทำให้แรงงานต่าง รู้สึกกว่าตนเองไม่มีความมั่นคงในเรื่องการจ้างงาน ขาดรายได้ที่แน่นอน และไม่มีสวัสดิการรองรับ Big Data ช่วยในการขายและ การตลาดของธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทำความเข้าใจลูกค้าหรือผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงลดต้นทุนและระยะเวลาดำเนินการ ช่วยการ ตัดสินใจได้อย่างแม่นยำมากขึ้น การยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยและสุขภาพทั่วโลก ช่วงโควิดทำให้คนใส่ใจเรื่องสุขอนามัยเพิ่ม มากขึ้น ทั้งการใส่หน้ากากอนามัย การล้างมือ การรักษาความสะอาดพื้นผิวสัมผัสต่างๆ รวมถึงการระมัดระวังตัวเองมากขึ้นเมื่อไป สัมผัสกับจุดสาธารณะ จนกลายเป็น New Normal หรือเรื่องปกติที่คนทั่วไปให้ความสำคัญกับด้านสุขอนามัยและจะเป็นมาตรฐาน ใหม่ เศรษฐกิจติดบ้าน การเคยชินกับการอยู่ที่บ้านทั้งทำงาน ทำกิจกรรมต่างๆ ส่งผลให้ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนเปลี่ยนไป จากเดิมที่หาที่พักใจกลางเมือง เดินทางสะดวกติดรถไฟฟ้า จะเปลี่ยนเป็นบ้านชานเมืองที่มีพื้นที่ใช้สอยมากขึ้น [2]

ธุรกิจบางประเภทได้รับผลกระทบมากกว่าธุรกิจอื่น โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีปริมาณมากในปัจจุบัน เช่น ธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและที่พัก ร้านอาหารและภัตตาคาร ได้รับผลกระทบก่อนธุรกิจอื่น ๆ ซึ่ง SMEs ไทยที่อยู่ใน ธุรกิจเหล่านี้ได้รับผลกระทบอย่างเห็นได้ชัดในช่วงต้นปีพุทธศักราช 2563 เป็นต้นมา ผลกระทบเหล่านี้แม้ว่าจะสามารถคาดการณ์ได้ถึง รูปแบบและระดับความรุนแรง แต่สิ่งที่คาดการณ์ได้ยากคือ ระยะเวลาของผลกระทบว่าจะยาวนานเพียงใด ความท้าทายจากวิกฤตโรค ระบาด COVID-19 ที่มีผลกระทบต่อ SMEs สามารถระบุได้ดังนี้ 1) ปริมาณสินค้าและบริการหายไปจากตลาดอย่างรวดเร็วในภาวะ วิกฤตนี้ปริมาณการผลิตสินค้าและบริการไม่ได้ค่อย ๆ ลดลง จากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ แต่เกิดจากการที่สินค้าและบริการที่เคยมี อยู่ในตลาดหายไปจากการหยุดผลิตและหยุดบริการจากนโยบายรัฐบาลที่ให้เว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ซึ่งเป็นการ ลดลงของสินค้าและบริการในโซ่อุปทาน (Disruption in Global Supply Chain) 2) ความต้องการในสินค้าและบริการลดลงจากการ ที่ผู้บริโภคเกิดการตกใจในวิกฤตความไม่มั่นใจในนโยบายทางเศรษฐกิจ และการเลิกจ้างงานจากการปิดกิจการชั่วคราว อันส่งผลต่อ รายได้ และการใช้จ่ายของผู้บริโภค การซื้อสินค้าและบริการที่มีภาระผูกพันระยะยาว เช่น อสังหาริมทรัพย์ หรือสินค้าทุน มีการชะลอ การลงทุนของธุรกิจจนกว่าจะมั่นใจ (Demand Effects Materialize) 3) ผลกระทบย้อนกลับมาหาปริมาณการผลิตสินค้าและบริการ จากการลดลงของความ ต้องการ ธุรกิจปรับตัวลดกำลังการผลิตตามความต้องการที่ลดลง จนกระทั่งบางธุรกิจต้องปิดกิจการลดภาระ ค่าใช้จ่ายเพื่อรักษาสภาพคล่องไว้รอให้สภาพเศรษฐกิจกลับมาฟื้นตัว (Feedback Loop into Supply) 4) ผลกระทบย้อนกลับมาหา ความต้องการในสินค้าและบริการ จากการปิดกิจการของธุรกิจ ผู้บริโภคตกงาน หรือถูกลดเงินเดือน ผลกระทบจากการปรับตัวของดี



มาตรฐานชีพพลายทั้ง 4 ข้อ ที่ได้กล่าวมาส่งผลกระทบต่อ SMEs ในธุรกิจบริการโดยตรง แต่หลังจากผ่านไประยะหนึ่งวิกฤตโรคระบาด COVID-19 ยังคงมีผลกระทบอย่างต่อเนื่อง จากการที่รัฐประกาศให้หยุดกิจกรรม (Shut down) ชั่วคราว ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอื่น ๆ เป็นวงกว้าง SMEs ที่มีทุนสำรองไม่มากได้รับผลกระทบโดยตรง สภาพคล่องของ SMEs ลดลง ทั้งจากความต้องการของลูกค้าที่ลดลงและการชะลอการชำระเงินของลูกค้าที่ต้องการรักษาสภาพคล่อง หรืออาจเกิดปัญหาการขาดสภาพคล่อง ยิ่งเป็น SMEs ที่มีการค้าระหว่างประเทศยิ่งมีผลกระทบรุนแรงจากความยาวของโซ่อุปทาน [3]

จากผลกระทบทางเศรษฐกิจดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องศึกษาการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 ศึกษาแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย : วิจัยเชิงสำรวจ
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมืองหนองคาย จำนวน 1,028 แห่ง

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดหนองคาย จำนวน 288 แห่ง [4] (ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2565) ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุของกิจการ จำนวนพนักงานในกิจการ และประเภทของธุรกิจ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการบริการ ด้านการค้า ด้านธุรกิจการค้าส่ง และด้านธุรกิจการค้าปลีก

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการการสนับสนุนจากรัฐบาล ด้านพักชำระหนี้ / ผ่อนผันชำระหนี้ ด้านการลดค่าน้ำค่าไฟ ด้านกระตุ้นการใช้จ่ายคนละครั้ง และด้านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในค้างนี้ ผู้ศึกษาได้ขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการตอบแบบสอบถามการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 โดยใช้ช่องทางค้างนี้ 1) ส่งทางไปรษณีย์ 2) เก็บข้อมูลด้วยตนเอง 3) สอบถามทางสื่ออื่น ๆ ประกอบด้วย ทางโทรศัพท์ Application lineของสถานประกอบการ และ Mail แบบสอบถามที่ได้รับคืนมาจำนวน 268 ฉบับคิดเป็นร้อยละ 93.05 เป็นฉบับที่สมบูรณ์ นำมาบันทึกลงในแบบลกรหัส (Coding) แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน [5] ดังต่อไปนี้

- 5.1 ค่าร้อยละ (Percentage)
- 5.2 ค่าเฉลี่ยประชากร (Mean)
- 5.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)



กรอบแนวคิดการวิจัย



ผลการวิจัย

การวิเคราะห์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 57.78 อายุระหว่าง 31 – 35 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 29.51 จบการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 31.94 มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 11 – 15 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 มีจำนวนพนักงานในกิจการ 31 – 60 คน จำนวน 77 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 26.74 และประกอบธุรกิจประเภทการบริโภคจำนวน 88 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 30.56

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 โดยภาพรวม

การปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านการผลิต	4.22	0.41	มาก
2. ด้านการบริการ	4.42	0.30	มาก
3. ด้านการค้าออนไลน์	4.61	0.29	มากที่สุด
4. ด้านธุรกิจการค้าส่ง	4.34	0.30	มาก
5. ด้านธุรกิจการค้าปลีก	4.33	0.32	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	4.34	0.15	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.15) พบว่า ด้านการค้าออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.29) รองลงมา ด้านบริการ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.30) ด้านธุรกิจการค้าส่ง ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.30) และด้านธุรกิจการค้าปลีก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.32)



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยภาพรวม

ความต้องการการสนับสนุนจากรัฐบาล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านการพักชำระหนี้ / ผ่อนผันชำระหนี้	4.39	0.32	มาก
2. ด้านการลดค่าน้ำค่าไฟ	4.18	0.34	มาก
3. ด้านกระตุ้นการใช้จ่ายคนละครึ่ง	4.51	0.31	มากที่สุด
4. ด้านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ	4.42	0.22	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	4.33	0.16	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.16) พบว่า ด้านกระตุ้นการใช้จ่ายคนละครึ่ง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.31) รองลงมา ด้านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.22) ด้านการพักชำระหนี้ / ผ่อนผันชำระหนี้ ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.32) และด้านการลดค่าน้ำค่าไฟ ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.34)

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงหลังวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการผลิต พบว่า สามารถผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า การบริหารต้นทุนการผลิตสินค้าโดยรวมได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ การปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบันเน้นการสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้า การวิเคราะห์จุดบกพร่องในกระบวนการผลิตและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพขึ้น มีการนำระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in Time) มาประยุกต์ใช้ และใช้เครื่องจักร/อุปกรณ์ในการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ด้านการบริการ พบว่า การปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวังรอบคอบในอันที่จะทำให้ผลการปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ และมีความสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการได้ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า เช่น การทักทายลูกค้าและพูดจาไพเราะ ให้คำแนะนำ อธิบาย และตอบข้อซักถามอย่างชัดเจนและตรงประเด็น และแต่งกายสุภาพเหมาะสมกับกาลเทศะ และสวมหน้ากากอนามัยในการให้บริการ

ด้านการค้าออนไลน์ พบว่า มีการบริการหลังการขายอย่างเหมาะสม และลดปริมาณสินค้าคงคลัง/ปริมาณสินค้าคงเหลือเพื่อลดพื้นที่ในการจัดเก็บและลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ สร้างความคุ้นเคย ความสนใจในสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มการกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มีการลดต้นทุนการตลาดโดยใช้การสร้างเครือข่ายหรือการสร้างช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น Tiktok และลดราคาขายสินค้าเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งในจำนวนมาก

ด้านธุรกิจการค้าส่ง พบว่า มีจำนวนสินค้าเพียงพอให้เลือก มีสินค้าตรงตามความต้องการ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองก่อนซื้อ สินค้ามีคุณภาพดี และมีสินค้าใหม่ทันสมัย

ด้านธุรกิจการค้าปลีก พบว่า มีการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก สะดวก/ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน มีราคาถูกกว่าที่อื่น มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และมีบรรยากาศร้านชวนให้ไปเลือกสินค้า

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการพักชำระหนี้ / ผ่อนผันชำระหนี้ พบว่า มีกระบวนการและขั้นตอนในการจัดทำนิติกรรมสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนด้านการเงินให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุม สถานที่เข้ารับบริการมีความสะดวกและปลอดภัยในการเข้ารับบริการ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเต็มใจในการให้บริการและสามารถให้คำตอบแก่ลูกค้าได้ และการเข้าร่วมโครงการไม่คิดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมตลอดเวลาเข้าร่วมโครงการ [7] มีความพยายามฟื้นฟูเศรษฐกิจและเยียวยาผู้คนที่ต้องเริ่มใหม่อีกทั้งภาคธุรกิจบริการร้านอาหารการท่องเที่ยวเกษตรที่ต่างก็ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ในครั้งนี้ส่งผลให้ผู้คนที่เกิดความกังวลต่อสถานการณ์เริ่มมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายอัตราการว่างงานที่ยังสูงในระดับสูงการชะลอขอพักชำระหนี้โดยต้องมีมาตรการช่วยเหลือรองรับผู้คนที่ได้รับผลกระทบโดยเฉพาะแรงงานและผู้ประกอบการ พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้คนที่และสินค้าในประเทศถ้าหากมีการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ได้คาดว่าเศรษฐกิจจะมีการขยายตัวมากขึ้นโดยกำลังซื้อภายในประเทศเป็นตัวขับเคลื่อนหลังจากมาตรการที่ช่วยลดค่าครองชีพและกระตุ้นค่าใช้จ่ายของประชาชนเพื่อให้มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น



ด้านการลดค่าน้ำค่าไฟ พบว่า ตรงความต้องการให้ได้ทันทีโดยไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนแข่งขันใด ๆ ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้มีรายได้น้อย ยกเว้นการเรียกเก็บอัตราค่าไฟฟ้าต่ำสุด ช่วยเหลือบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายไฟฟ้าและค่าน้ำประปาของประชาชน และการลดค่าไฟและค่าน้ำเข้าถึงทุกครัวเรือน

ด้านกระตุ้นการใช้จ่ายคนละครึ่ง เป็นแรงกระตุ้นให้ประชาชนออกมาใช้จ่ายมากขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ช่วยลดค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพของ และสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจระบบฐานรากได้ดี มีการกระจายรายได้สู่ผู้ประกอบการรายย่อย

ด้านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ พบว่า ช่วยลดค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน ด้านการบริการให้กับคนจนให้เกิดแก่ผู้ยากไร้ สามารถนำงบประมาณไปช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อนและมีความจำเป็นจริง ๆ ได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น โดยภาพรวมเห็นด้วยกับนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และด้านการลดปัญหาทางสังคมเป็นสิทธิพื้นฐานทางสังคม

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้ดังนี้

1. การปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การดำเนินวิถีชีวิตใหม่ในช่วงวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 จากผลการศึกษา พบว่า การปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ COVID-19 โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีการลดต้นทุนการตลาดโดยใช้การสร้างเครือข่ายหรือการสร้างช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ลดปริมาณสินค้าคงคลัง/ปริมาณสินค้าคงเหลือเพื่อลดพื้นที่ในการจัดเก็บและลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ มีการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม ลดราคาสินค้า และใช้บริการส่งของเดลิเวอรี่เพิ่มขึ้น มีการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์มีการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ระดับสูง และไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนประเภทสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย [6] ได้ศึกษากลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid - 19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผู้ประกอบการไม่ได้มีปรับราคาสินค้าให้กับผู้บริโภคแต่จะมีการลดราคา มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าโดยใช้ช่องทางออนไลน์ ลดจำนวนพนักงาน และใช้มาตรการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส

2. นโยบายการสนับสนุนจากรัฐบาล จากผลการศึกษา พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งรัฐบาลมีมาตรการรักษาระดับการบริโภคภายในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นโครงการคนละครึ่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้มีรายได้น้อยที่พอจะมีกำลังซื้อมาร่วมจ่ายกับรัฐแล้ว โครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐที่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือเยียวยา และลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่กลุ่มดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีการพักชำระหนี้ / ผ่อนผันชำระหนี้ และการลดค่าน้ำค่าไฟ รัฐบาลมีมาตรการช่วยเหลือต่าง ๆ ให้ครอบคลุมถึงประชาชนทุกกลุ่มก้อน เนื่องจากวิกฤตสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 “ระลอก 3-4” ถือเป็นระลอกที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อมากกว่าทุกระลอกที่ผ่านมา และส่งผลกระทบต่อประชาชนคนไทยทุกคน แม้ว่าความหนักเบาของผลกระทบจะมากหรือน้อยย่อมแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกลุ่มอายุ/วัย กลุ่มอาชีพ พฤติกรรมการออมและการใช้ชีวิตที่ผ่านมา รัฐมิได้ดำเนินการเฉพาะระดับประชาชนเท่านั้น ยังครอบคลุมถึงเจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการรายย่อยต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับบทความ [3] เรื่อง การบริหารธุรกิจ SMEs ในช่วงวิกฤตของโรคระบาด COVID-19 รัฐบาลมีความต้องการในการจัดการกับโรคระบาด COVID-19 ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ซึ่งนโยบายของรัฐบาลที่ประกาศออกมาส่งผลกระทบต่อการบริหาร SMEs ในแต่ละวันเช่นกันและรัฐบาลยังให้ความช่วยเหลือด้านภาษีระยะยาว และระยะสั้น และการเยียวยา โดยมีโครงการคนละครึ่ง เราชนะ และการลดค่าน้ำค่าไฟให้แก่ประชาชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ศึกษาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ และส่งเสริมการค้าขายหลังการเกิดผลกระทบโควิด 19
2. ศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ของผู้ประกอบการค้าขาย เพื่อส่งเสริมรายได้หลายช่องทาง

ช่องทาง



เอกสารอ้างอิง

- [1] อนุสรณ์ ธรรมใจ. (25 ธันวาคม 2565). พลวัตเศรษฐกิจไทย 2566 ภายใต้รัฐบาลใหม่ และระเบียบโลกใหม่. มติชนออนไลน์.1
- [2] ธนาคารไทยพาณิชย์. (2566). รู้จัก 8 New Normal ความปกติใหม่ที่คุ้นเคย หลังเกิดวิกฤตโควิด-19. <<https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/tips-for-you/new-normal.html>>
- [3] คมนันท์ พันธรักษ์. (2563). การบริหารธุรกิจ SMEs ในช่วงวิกฤตของโรคระบาด COVID-19. <<https://www.tbs.tu.ac.th/wp-content/uploads/2020/04/การบริหารธุรกิจ-SMEsในช่วงวิกฤตของโรคระบาดCOVID-19.pdf>>
- [4] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs. <<http://www.sme.go.th/th/index.php/member>>
- [5] ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: เอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- [6] กิตติกร เรืองขำ, ยุวเรศ มาซอริ และกิตติกาญจน์ กาญจนะคูหะ. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ. 4(2), 748-760.
- [7] ณัฐจริกานต์ วิบูลย์จันทร์ และ รัชตะ จันทรพาณิชย์ . (2566). การปรับกลยุทธ์ของสายการบินในช่วงวิกฤตของโรค COVID-19 วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา. 35(126), 11-15.