



Received: April 1, 2024

Revised: August 17, 2025

Accepted: August 22, 2025

การปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
กรณีศึกษาอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

Adaptation of Small and Medium Enterprises:
Case Study of Pak Phanang District, Nakhon Si Thammarat Province

ณัฐธิดา พรหมมานนท์

บุษกร ถาวรประสิทธิ์*

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: tbussagone@tsu.ac.th

Nattida Prommanon

Bussagone Tavonprasith*

Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้กระบวนการสุ่มแบบโควต้า จำนวน 250 ตัวอย่าง สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมของการปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการปรับตัวสูงที่สุด ได้แก่ ธุรกิจการผลิต รองลงมาคือ ธุรกิจบริการ และธุรกิจการค้ามีการปรับตัวน้อยที่สุด โดยทั้งหมดมีการปรับตัวด้านช่องทางการจำหน่ายมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านต้นทุน และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินการ และจำนวนแรงงาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: การปรับตัว; วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัว

Abstract

The objectives of this research were to study the adaptation of small and medium enterprises and to study factors affecting the adaptation of small and medium enterprises. Data were collected using questionnaires. The sample group consisted of small and medium-sized enterprise operators by using a quota sampling process of 250 samples. Statistics for data analysis were mean, percentage, standard deviation, and multiple regression. The study found that an overview of the adaptation moderates the most adapted small and medium enterprises being in manufacturing, followed by service, and trades had the least adjustment. All businesses had the most adaptation in terms of distribution channels, followed by products, costs, and marketing promotions, respectively. Factors affecting the adaptation of small and medium enterprises were gender, age, education level, type of business, processing time, and the number of workers. There is a statistical significance level of 0.05.

Keywords: Adaptation; Small and Medium Enterprises (SMEs); Factors affecting the adaptation

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise : SMEs) ถือเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความหลากหลายอย่างมาก ทั้งในด้านขนาด คือ ตั้งแต่ขนาดเล็กแบบร้านค้าเจ้าของคนเดียว ผู้ให้บริการ ผู้ส่งออก ไปจนถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนให้กับบริษัทขนาดใหญ่และด้านระดับการเติบโตของธุรกิจรูปแบบการจัดตั้งกิจการ SMEs มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในหลาย ๆ ด้าน ทั้งทางด้านการผลิต การจ้างงาน การลงทุน และการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ถือเป็นหน่วยการผลิตที่สำคัญในการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าอุปโภคบริโภค อีกทั้งยังมีบทบาทอย่างมากต่อการจ้างงานของประเทศ เพราะ SMEs มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศซึ่งส่งผลต่อภารกิจงานทำและรายได้ของครัวเรือนจำนวนมาก จากข้อมูลรายงานของ Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2021) ในปี 2563 จำนวนผู้ประกอบการ SMEs และ ผู้ประกอบการรายย่อย มีจำนวน 3,134,442 ราย เพิ่มขึ้น 0.95% จากปีก่อนโดยเป็นผู้ประกอบการรายย่อยร้อยละ 85.31



พื้นที่อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของจังหวัดนครศรีธรรมราชห่างจากตัวจังหวัด ประมาณ 36 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 459.631 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 287,443.75 ไร่ มีประชากรทั้งสิ้น 107,631 คน อำเภอปากพนัง เป็นอำเภอที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยเหตุผลของทำเลที่ตั้งเหมาะสมในการเป็นเมืองท่า เอื้ออำนวยต่อการคมนาคมขนส่งทางน้ำ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรสัตว์น้ำในทะเลและความอุดมสมบูรณ์ของที่ราบลุ่ม รวมทั้งเป็นอำเภอที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่อดีต เพราะสภาพภูมิศาสตร์และท้องถิ่น อำเภอปากพนังเป็นจุดรวมอำเภอใกล้เคียงถือเป็นแหล่งรวมในการขนส่งสินค้าทางเรือ การประมง มีเรือเดินทะเลรับ - ส่งคนโดยสารจากปากพนังไปต่างประเทศถึงรัฐตรังกานู เรือเดินทะเลค้าขายระหว่างปากพนัง กับกรุงเทพมหานคร สินค้าจากอำเภอใกล้เคียงที่จะส่งไปต่างประเทศหรือกรุงเทพมหานคร จะต้องผ่านอำเภอปากพนังทั้งสิ้น (Pak Phanang Town Municipality Office, 2021) สภาพตัวเมืองของอำเภอปากพนังในปัจจุบันเป็นเมืองที่มีความเจริญเติบโตในด้านเศรษฐกิจพอสมควร และประชากรอยู่อย่างหนาแน่น มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นมากมายรวมทั้ง SMEs แบ่งเป็นธุรกิจการค้าขาย การบริการ และการผลิต อย่างไรก็ตามในช่วงที่ผ่านมาได้เกิดสถานการณ์ต่าง ๆ มากมาย ได้แก่ สถานการณ์การแพร่ของโรคระบาด ภัยธรรมชาติ ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ได้รับผลกระทบในการประกอบธุรกิจ บางธุรกิจจำเป็นต้องปิดกิจการไปชั่วคราว เพราะผลตอบแทนที่ได้ไม่คุ้มทุน แต่บางกิจการก็สามารถดำรงต่อไปแม้ยอดขายที่ได้จะไม่ดีเหมือนก่อนหน้านี้อีกตาม

จากเหตุที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกรณีศึกษาอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs หอการค้าจังหวัด สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานท้องถิ่นในพื้นที่ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือธุรกิจให้สามารถอยู่รอดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

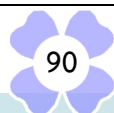
ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียดระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยข้อมูลจากสำมะโนอุตสาหกรรม พ.ศ. 2564 จังหวัดนครศรีธรรมราช มีทั้งสิ้น 1,785 แห่ง (Nakhon Si Thammarat Provincial Statistical Office, 2021) ใช้สูตรการสุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ความคลาดเคลื่อน 10% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 94.69 ตัวอย่าง ซึ่งในการศึกษาจะเก็บจำนวน 250 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเก็บข้อมูลตัวอย่าง

สถานที่/ตำบล	จำนวน SMEs	กลุ่มตัวอย่าง
ปากพนัง	573	80
ปากพนังฝั่งตะวันออก	216	30
บ้านเพิง	100	14
ท่าพญา	82	12
บางพระ	158	22
ปากพนังฝั่งตะวันตก	187	26



สถานที่/ตำบล	จำนวน SMEs	กลุ่มตัวอย่าง
แหลมตะลุมพุก	44	6
หูล่อง	165	24
ขนานนก	260	36
รวม	1,785	250

การสร้างเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่เป็นตัวเลือกใช้มาตรวัดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. คำถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตัวเลือก (Check List)

2. คำถามข้อมูลของสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม (Check List)

3. คำถามข้อมูลการปรับตัวของธุรกิจ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านต้นทุน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) โดยกำหนดค่า 5 ระดับ ได้แก่ 5 = การปรับตัวอยู่ในระดับมากที่สุด, 4 = การปรับตัวอยู่ในระดับมาก, 3 = การปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง, 2 = การปรับตัวอยู่ในระดับน้อย และ 1 = การปรับตัวอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช (Pre-test) เพื่อตรวจสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของการปรับตัวด้านช่องทางการตลาด = 0.744, การปรับตัวด้านต้นทุน = 0.769, การปรับตัวด้านการส่งเสริมการตลาด = 0.719 และการปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์ = 0.717 พบว่าทุกด้านมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถใช้เก็บข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการลงพื้นที่ทั้ง 9 ตำบล ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช รวบรวมข้อมูลจำนวน 250 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยพหุคูณ มีรายละเอียด ดังนี้

การปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้เกณฑ์ของ Likert scale สามารถแบ่งได้เป็น 4.50 - 5.00 ระดับการปรับตัวมากที่สุด, 3.50 - 4.49 ระดับการปรับตัวมาก, 2.50 - 3.49 ระดับการปรับตัวปานกลาง, 1.50 - 2.49 ระดับการปรับตัวน้อย และ 1.00 - 1.49 ระดับการปรับตัวน้อยที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบจำลอง ดังนี้

$$\text{Adapt}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Sex} + \beta_2 \text{Age} + \beta_3 \text{Edu}_1 + \beta_4 \text{Edu}_2 + \beta_5 \text{Edu}_3 + \beta_6 \text{Inc} + \beta_7 \text{Type}_1 + \beta_8 \text{Type}_2 + \beta_9 \text{Time} + \beta_{10} \text{Lab} + \beta_{11} \text{Mon} + \epsilon_i$$

โดยกำหนดให้

Adapt_i = การปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่

ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านต้นทุน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์

Sex = เพศหญิง (ตัวแปรอ้างอิง: เพศชาย)

Age = อายุ (หน่วย: ปี)

Edu_1 = มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า

Edu_2 = อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า

Edu_3 = ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและสูงกว่าปริญญาตรี (ตัวแปรอ้างอิง: มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า)

Inc = รายได้ต่อเดือน (หน่วย: บาท)



Type₁ = ธุรกิจการผลิต
 Type₂ = ธุรกิจการค้า (ตัวแปรอ้างอิง: ธุรกิจบริการ)
 Time = ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ (หน่วย: ปี)
 Lab = จำนวนแรงงาน (หน่วย: คน)
 Mon = เงินทุนหมุนเวียน (หน่วย: บาท)

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.80 เพศชาย ร้อยละ 37.20 อายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 32.20 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปี ร้อยละ 30.80 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ร้อยละ 33.60 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า ร้อยละ 24.00 และรายได้ต่อเดือนมากที่สุดไม่เกิน 20,000 บาท ร้อยละ 40.40 รองลงมาคือ 20,001-40,000 บาท ร้อยละ 28.00

ข้อมูลการประกอบการของธุรกิจ พบว่า สินค้าของธุรกิจการผลิตส่วนใหญ่ผลิตสินค้าประเภทอาหาร ร้อยละ 77.14 รองลงมาคือสินค้าประเภทการเกษตร ร้อยละ 12.86 ส่วนสินค้าที่กลุ่มธุรกิจการค้าจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ ร้อยละ 52.22 รองลงมาคือร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง ร้อยละ 40.00 และสินค้าที่กลุ่มธุรกิจบริการส่วนใหญ่เป็นบริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 52.20 รองลงมาคือที่พักและอื่น ๆ ร้อยละ 20.00 สถานที่ตั้งของธุรกิจมากที่สุดอยู่ใกล้ชุมชน ร้อยละ 36.00 รองลงมาคืออยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 32.00 ส่วนระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากที่สุดอยู่ระหว่าง 5-10 ปี ร้อยละ 32.20 รองลงมาคือไม่เกิน 5 ปี ร้อยละ 28.40 ด้านการจ้างงานส่วนใหญ่จำนวนแรงงานไม่เกิน 5 คน ร้อยละ 92.00 รองลงมาคือ 6-10 คน ร้อยละ 7.20 และเงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่ไม่เกิน 100,000 บาท ร้อยละ 84.40 รองลงมาคือมากกว่า 300,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 7.60

การวิเคราะห์การปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า การปรับตัวธุรกิจการผลิตโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.47 ซึ่งอยู่ระดับปานกลาง แบ่งเป็นรายด้านดังนี้ การปรับตัวด้านช่องทางการจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทำเลที่ตั้งอยู่ในที่ปลอดภัย สามารถเดินทางได้สะดวก และเพิ่มช่องทางการจัดส่งออนไลน์มีการปรับตัวอยู่ในระดับมาก การปรับตัวด้านต้นทุน ค่าเฉลี่ย 3.49 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การปรับลดค่าใช้จ่ายการผลิตและการตัดค่าใช้จ่ายบางส่วนมีการปรับตัวในระดับมาก ส่วนการคาดการณ์รายรับ-รายจ่ายล่วงหน้าและการปรับลดการผลิตสินค้ามีการปรับตัวในระดับปานกลาง การปรับตัวด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีการปรับตัวในระดับมาก รองลงมาคือ การจัดโปรโมชั่นและการเพิ่มขนาด/ปริมาณของสินค้ามีอยู่ในระดับปานกลาง และการปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.86 ซึ่งอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การสร้างผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ การปรับเพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลาย และการเพิ่มจุดเด่นของสินค้ามีการปรับตัวอยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รูปแบบการปรับตัว	ธุรกิจการผลิต		ธุรกิจการค้า		ธุรกิจบริการ		รวม	
	$\bar{X}$ (SD)	ความหมาย	$\bar{X}$ (SD)	ความหมาย	$\bar{X}$ (SD)	ความหมาย	$\bar{X}$ (SD)	ความหมาย
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.99 (0.893)	มาก	3.70 (0.741)	มาก	4.13 (0.722)	มาก	3.46 (1.320)	ปานกลาง
1.ทำเลที่ตั้งอยู่ที่ปลอดภัย	4.37 (0.745)	มาก	4.51 (0.658)	มากที่สุด	4.51 (0.585)	มากที่สุด	3.81 (0.780)	มาก
2.ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก	4.07 (0.890)	มาก	4.78 (0.691)	มากที่สุด	4.67 (0.603)	มากที่สุด	4.47 (0.660)	มาก
3.เพิ่มช่องทางออนไลน์	3.83 (1.532)	มาก	2.16 (1.315)	น้อย	3.10 (1.573)	ปานกลาง	4.38 (0.743)	มาก
4.ปรับปรุงร้านให้น่าสนใจ	3.19 (1.266)	ปานกลาง	3.13 (1.334)	ปานกลาง	3.99 (1.185)	มาก	2.96 (1.614)	ปานกลาง



รูปแบบการปรับตัว	ธุรกิจการผลิต		ธุรกิจการค้า		ธุรกิจบริการ		รวม	
	$\bar{X}$ (SD)	ความหมาย	$\bar{X}$ (SD)	ความหมาย	$\bar{X}$ (SD)	ความหมาย	$\bar{X}$ (SD)	ความหมาย
ด้านต้นทุน	3.49 (0.823)	ปานกลาง	2.80 (1.144)	ปานกลาง	2.88 (1.090)	ปานกลาง	2.67 (1.177)	ปานกลาง
1. คาดการณ์รายรับ-รายจ่ายล่วงหน้า	3.20 (1.281)	ปานกลาง	2.29 (1.164)	น้อย	2.90 (1.358)	ปานกลาง	2.93 (1.040)	ปานกลาง
2. ลดค่าใช้จ่ายการผลิต	3.73 (1.191)	มาก	2.49 (1.318)	น้อย	2.81 (1.208)	ปานกลาง	2.76 (1.319)	ปานกลาง
3. ตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น	3.90 (1.052)	มาก	3.09 (1.186)	ปานกลาง	3.14 (1.157)	ปานกลาง	2.95 (1.337)	ปานกลาง
4. ปรับลดการผลิตหรือจำหน่ายสินค้า	2.59 (1.018)	ปานกลาง	2.92 (1.220)	ปานกลาง	2.49 (1.094)	น้อย	3.34 (1.189)	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.06 (1.371)	ปานกลาง	2.06 (1.032)	น้อย	2.98 (1.324)	ปานกลาง	2.29 (1.361)	น้อย
1. โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์	3.71 (1.580)	มาก	1.97 (1.185)	น้อย	3.43 (1.551)	ปานกลาง	2.56 (1.250)	ปานกลาง
2. ให้ของสมนาคุณช่วงเทศกาล	2.03 (1.007)	น้อย	1.92 (1.134)	น้อย	2.32 (1.262)	น้อย	2.98 (1.628)	ปานกลาง
3. จัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าหรือบริการ	3.27 (1.752)	ปานกลาง	2.26 (1.378)	น้อย	3.22 (1.556)	ปานกลาง	2.10 (1.158)	น้อย
4. เพิ่มขนาด/ปริมาณสินค้าหรือบริการ	2.61 (1.627)	ปานกลาง	1.74 (0.919)	น้อย	2.58 (1.349)	ปานกลาง	2.89 (1.619)	ปานกลาง
ด้านผลิตภัณฑ์	3.86 (1.417)	มาก	3.10 (1.039)	ปานกลาง	3.39 (1.420)	ปานกลาง	3.50 (1.460)	มาก
1. สร้างผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการใหม่ๆ	3.87 (1.532)	มาก	2.22 (1.252)	น้อย	3.32 (1.585)	ปานกลาง	3.29 (1.264)	ปานกลาง
2. จัดจำหน่ายสินค้า/บริการที่ต้นทุนสูง	3.43 (1.509)	ปานกลาง	2.81 (1.340)	ปานกลาง	2.63 (1.156)	ปานกลาง	3.08 (1.604)	ปานกลาง
3. ปรับเพิ่มสินค้า/บริการที่หลากหลาย	3.71 (1.524)	มาก	3.69 (1.215)	มาก	3.52 (1.574)	มาก	2.92 (1.363)	ปานกลาง
4. เพิ่มจุดเด่นสินค้า/บริการให้น่าสนใจ	3.97 (1.454)	มาก	3.04 (1.217)	ปานกลาง	3.60 (1.564)	มาก	3.64 (1.437)	มาก
รวม	3.47 (0.810)	ปานกลาง	2.80 (0.674)	ปานกลาง	3.25 (0.862)	ปานกลาง	3.15 (0.829)	ปานกลาง

การปรับตัวธุรกิจการค้าโดยรวม ค่าเฉลี่ย 2.80 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง แบ่งเป็นรายด้านดังนี้ การปรับตัวด้านช่องทางการจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่าเลที่ตั้งที่ปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวกมีการปรับตัวในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพให้น่าสนใจอยู่ในระดับปานกลาง การปรับด้านต้นทุน ค่าเฉลี่ย 2.80 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การตัดค่าใช้จ่ายบางส่วนที่ไม่จำเป็นและการปรับลดสินค้าบางชนิดมีการปรับตัวในระดับปานกลาง การปรับตัวด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 2.06 ซึ่งอยู่ในระดับน้อย โดยพิจารณารายข้อทุกข้ออยู่ในระดับน้อย และการปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.10 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การปรับเพิ่มสินค้าให้หลากหลายมีการปรับตัวอยู่ในระดับมาก และการงดจำหน่ายสินค้าต้นทุนสูงและการเพิ่มจุดแก่สินค้าอยู่ในระดับปานกลาง

การปรับตัวธุรกิจบริการโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง แบ่งเป็นรายด้าน ดังนี้ การปรับตัวด้านช่องทางการจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.13 ซึ่งอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่าเลที่ตั้งปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวกมีการปรับตัวอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพให้น่าสนใจอยู่ในระดับมาก การปรับตัวด้านต้นทุน ค่าเฉลี่ย 2.88 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การคาดการณ์รายรับ-รายจ่ายล่วงหน้า การปรับลดค่าใช้จ่ายและการตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นมีการปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง การปรับตัวด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 2.98 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ การจัดโปรโมชั่นและการเพิ่มขนาด/ปริมาณสินค้ามีการปรับตัวในระดับปานกลาง และการปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.39 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การปรับเพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลายและการเพิ่มจุดเด่นของสินค้าหรือบริการมีการปรับตัวในระดับมาก รองลงมาคือ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และการงดจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีต้นทุนสูงมีการปรับตัวในระดับปานกลาง

โดยรวมแล้ว SMEs มีการปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 ทั้งนี้เมื่อแบ่งเป็นรายด้าน พบว่า การปรับตัวด้านช่องทางการจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.46 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวกมีการปรับตัวอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ และที่ตั้งอยู่ในที่ปลอดภัย อยู่ในระดับมาก การปรับตัวด้านต้นทุน ค่าเฉลี่ย 2.67 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อย่อยมีระดับการปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง การปรับตัวด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 2.29 ซึ่งอยู่ในระดับน้อย พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้ของสมนาคุณช่วงเทศกาล การเพิ่มขนาด/ปริมาณสินค้า และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีการปรับตัวในระดับปานกลาง และการปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การเพิ่มจุดเด่นของสินค้าหรือบริการให้น่าสนใจมีการปรับตัวในระดับมาก รองลงมาคือ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และการจดจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่ต้นทุนสูงมีการปรับตัวในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ	ด้านช่องทางจำหน่าย		ด้านต้นทุน		ด้านการส่งเสริมการตลาด		ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านรวม	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
ค่าคงที่	3.861*	.000	2.749*	.000	3.484*	.000	3.990*	.000	3.521*	.000
เพศหญิง	-0.203*	.034	-0.364*	.008	-0.318*	.025	-0.708*	.000	-0.398*	.000
อายุ	-0.001	.942	0.008	.437	-0.031*	.004	-0.025*	.030	-0.012	.090
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	0.471*	.000	0.209	.254	0.391*	.040	0.605*	.003	0.419*	.001
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	0.367*	.014	-0.037	.816	0.499*	.024	0.528*	.027	0.339*	.023
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	0.583*	.000	0.073	.749	0.715*	.003	0.600*	.019	0.493*	.002
รายได้ต่อเดือน	1.117E-7	.861	-6.992E-7	.445	-1.518E-7	.873	3.130E-7	.752	-1.041E-7	.870
ธุรกิจการผลิต	-0.060	.615	0.564*	.001	0.205	.251	0.712*	.000	0.355*	.003
ธุรกิจการค้า	-0.142	.243	0.011	.951	-0.464*	.010	0.077	.690	-0.130	.286
ระยะเวลาดำเนินการ	-0.025*	.022	-0.029	.058	0.012	.439	0.000	.990	-0.010	.329
จำนวนแรงงาน	0.031	.198	0.022	.523	0.108*	.003	0.032	.407	0.048*	.046
เงินทุนหมุนเวียน	-1.747E-7	.310	1.176E-7	.637	7.161E-8	.782	-1.568E-7	.574	-3.558E-8	.838
ค่าสถิติ										
R-squared	0.244		0.126		0.350		0.261		0.329	
Adj R-squared	0.209		0.085		0.320		0.226		0.298	
F-statistic	6.973*		3.111*		11.674*		7.622*		10.611*	
Prob > F	0.000		0.001		0.000		0.000		0.000	

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มอ้างอิงตัวแปรอิสระ: เพศชาย, มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า, ธุรกิจบริการ

จากตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านช่องทางการจำหน่ายพบว่า มีค่า Adj R² เท่ากับ 0.209 ค่า F-statistic เท่ากับ 6.973 มีค่า Significance ที่ 0.05 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ เพศหญิง ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า และระยะเวลาดำเนินการ



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านต้นทุน มีค่า Adj R² เท่ากับ 0.085 ค่า F-statistic เท่ากับ 3.111 มีค่า Significance ที่ 0.05 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านต้นทุน ได้แก่ เพศหญิง และธุรกิจการผลิต

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Adj R² เท่ากับ 0.320 ค่า F-statistic เท่ากับ 11.674 มีค่า Significance ที่ 0.05 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ เพศหญิง อายุ ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ธุรกิจการค้า และจำนวนแรงงาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า Adj R² เท่ากับ 0.226 ค่า F-statistic เท่ากับ 7.622 มีค่า Significance ที่ 0.05 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เพศหญิง อายุ ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า และธุรกิจการผลิต

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านรวม มีค่า Adj R² เท่ากับ 0.298 ค่า F-statistic เท่ากับ 10.611 มีค่า Significance ที่ 0.05 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านรวม ได้แก่ เพศหญิง ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ธุรกิจการผลิต และจำนวนแรงงาน

การอภิปรายผล

การปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ธุรกิจการผลิตมีการปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากธุรกิจดำเนินกิจการมานานมีฐานลูกค้าประจำและได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจช่วงโรคระบาด เล็กน้อยทำให้มีการปรับตัวในระดับปานกลาง แต่ก็ยังมีการปรับตัวสูงในบางด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่ายและด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ Decsuksaeng & Sonprajak (2021) ที่ว่าปัจจัยสถานการณ์ภายนอกโดยรวมมีการปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง

ธุรกิจการค้ามีการปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากธุรกิจการค้าส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ทำให้มีการปรับตัวได้ในระดับปานกลางของด้านต้นทุนและด้านผลิตภัณฑ์ อีกทั้งด้านการส่งเสริมการตลาดมีการปรับตัวในระดับน้อย แต่ธุรกิจการค้าก็พยายามปรับตัวในด้านช่องทางการจำหน่ายมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Thongsri & Smith (2020) ที่ว่าการแข่งขันร้านค้าปลีกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเป็นอย่างมากเนื่องจากการเข้ามาถึงร้านสะดวกซื้อ ซึ่งได้มีการขยายสาขาหลายสาขา ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่สูงขึ้น ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่คาดว่าจะในอนาคตจะต้องเลิกกิจการหรือเปลี่ยนไปทำธุรกิจประเภทอื่น ประกอบกับเจ้าของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีเงินทุนไม่มาก ไม่สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ในอนาคต

ธุรกิจการบริการมีการปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการยังขาดทักษะในการสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดทำให้การปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง แต่ธุรกิจการบริการพยายามเพิ่มการปรับตัวในด้านช่องทางการจำหน่ายมากขึ้น เช่น สถานที่ตั้งปลอดภัยและเดินทางสะดวก อีกทั้งการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพของร้านและการเพิ่มช่องทางการจัดส่งออนไลน์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ TTB Bank (2021) ที่ว่า ธุรกิจต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค อาทิ การเข้าถึงผู้บริโภคจากหลายช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งธุรกิจต้องผสมผสานอย่างสมดุล หรือที่เรียกว่า Omni-Channel และจะต้องปรับใช้เทคโนโลยี Digital Ecosystem ที่อยู่รอบตัว อาทิ E-Commerce, E-Payment, E-Transportation, Inventory Management ฯลฯ มาใช้ในธุรกิจเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภค



ภาพรวมของการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการปรับตัวด้วยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสูงสุด รองลงมาคือการปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์ อาจเนื่องมาจากในพื้นที่ยังมีสภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่ไม่รุนแรง นอกจากนั้นประชาชนส่วนใหญ่ยังคงวิถีชีวิตแบบเดิมที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนัก จึงทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ไม่จำเป็นต้องปรับตัวมากก็ยังสามารถดำเนินธุรกิจได้อยู่

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เพศ จะเห็นว่าปัจจัยเพศหญิงจะมีการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมน้อยกว่าเพศชาย อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการที่เป็นเพศหญิงค่อนข้างมีความระมัดระวังในการดำเนินธุรกิจ เปิดรับการเปลี่ยนแปลงได้น้อยกว่าเพศชาย ซึ่งมีลักษณะบุคลิกที่กล้าได้กล้าเสีย สามารถรับความเสี่ยงได้มากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jittimongkon (2020) ที่ว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มบริการ

อายุ จะเห็นว่าปัจจัยอายุส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยผู้ประกอบการที่มีอายุสูงขึ้นจะมีการปรับตัวได้ลดลงหรือน้อยกว่าผู้ประกอบการที่อายุน้อย อาจเนื่องมาจากการปรับตัวในด้านต่าง ๆ ย่อมต้องใช้เทคโนโลยีหรือระบบสารสนเทศเข้าช่วยในการปรับตัวทำให้ผู้ที่อายุเยอะซึ่งมีทักษะการเรียนรู้เรื่องดังกล่าวได้น้อย และช้ากว่าผู้ที่มีอายุน้อย อีกทั้งในด้านความเสี่ยงผู้ประกอบการที่มีอายุมากสามารถแบกรับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงหรือผิดพลาดได้น้อยกว่าผู้ประกอบการที่ยังเป็นวัยหนุ่มสาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jittimongkon (2020) ที่ว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มบริการ

ระดับการศึกษา จะเห็นว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า จะมีการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มากกว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า อาจเนื่องมาจากการปรับตัวในด้านต่าง ๆ ย่อมต้องใช้เทคโนโลยีหรือระบบสารสนเทศเข้าช่วยในการปรับตัวทำให้ผู้ที่มีพื้นฐานการศึกษาในระดับที่สูงย่อมสามารถเรียนรู้เรื่องดังกล่าวได้เร็ว เข้าใจ สามารถนำมาปรับใช้ในธุรกิจของตนได้ดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Prathum & Chumthongdo (2015) ที่ว่าเจ้าของผู้ประกอบการและพนักงานของธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมได้ดำเนินการปรับตัวด้านการศึกษา เพื่อการปรับตัวต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ประเภทธุรกิจ จะเห็นว่าผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจประเภทการผลิต จะมีการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มากกว่าผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจประเภทบริการ อาจเนื่องมาจากในกระบวนการผลิตจะมีการปรับตัวในการลดปริมาณ การปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้ค่อนข้างจะทำได้ง่ายกว่าเพราะเป็นการควบคุมผ่านเครื่องมือเครื่องจักร ซึ่งธุรกิจหลายแห่งก็ปรับตัวโดยการลดการผลิต การปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่คำนึงเรื่องสุขภาพ และอนามัยเป็นหลัก ในขณะที่ภาคบริการ ส่วนใหญ่จะปรับตัวได้น้อยกว่าเพราะส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความใกล้ชิดประชาชน เช่น ร้านอาหาร ร้านซ่อมบำรุงต่าง ๆ ที่พัก และท่องเที่ยว เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phithaksikul (2017) ที่ว่า ประเภทธุรกิจส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ จะเห็นว่าปัจจัยระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยธุรกิจที่มีระยะเวลานานจะมีการปรับตัวได้น้อยกว่าธุรกิจที่เพิ่งดำเนินการหรือมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจน้อยกว่า อาจเนื่องมาจากธุรกิจที่ดำเนินมานานจะมีความคุ้นชินกับการดำเนินในรูปแบบเดิมไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ ตรงกันข้ามกับธุรกิจที่เพิ่งเปิดหรือระยะเวลาเปิดยังไม่นาน จะมีการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ได้มากกว่า และพร้อมรับ พร้อมปรับตัวให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Decsuksaeng & Sonprajuk (2021) ที่ว่า ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจส่งผลต่อการปรับตัวของร้านอาหารริมบาทวิถี



จำนวนแรงงาน จะเห็นว่าปัจจัยจำนวนแรงงานในการดำเนินธุรกิจส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยธุรกิจที่มีจำนวนแรงงานมากจะมีการปรับตัวได้มากกว่าธุรกิจที่มีจำนวนแรงงานน้อย เนื่องจากในสถานการณ์ปัจจุบัน ธุรกิจต้องมีการปรับตัวหลายอย่างซึ่งการมีแรงงานจำนวนมากก็จะมี的帮助ในการปรับตัว ร่วมมือร่วมใจกันในการช่วยเหลือกิจการให้ดำรงอยู่ได้ เพราะหากรายได้ของธุรกิจลดลงก็ต้องลดการจ้างแรงงานด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jiamat (2020) ที่ว่า การขยายตัวของธุรกิจร้านนมมีผลกระทบเชิงลบต่อผู้ประกอบการร้านนมโดยส่วนใหญ่ คือ ทำให้รายได้และจำนวนผู้ใช้บริการลดลง ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านนมเหล่านี้มีการปรับตัว เช่น การปรับรายการอาหาร/เครื่องดื่ม และการลดลงจำนวนแรงงานลง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ส่งเสริมการตลาดให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างเป็นระบบ จากผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการปรับตัวด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ เทคนิคและกลยุทธ์ด้านการตลาดอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ การจัดโปรโมชั่นและการสร้างแบรนด์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

2. สนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ควบคู่กับถ่ายทอดองค์ความรู้จากคนรุ่นเก่า จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการดั้งเดิม รุ่นพ่อแม่ ควรมีการถ่ายทอดความรู้และส่งมอบกิจการให้กับผู้ประกอบการรุ่นลูก เพราะปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยี ระบบสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินธุรกิจซึ่งรุ่นลูกวัยหนุ่มสาวย่อมมีความได้เปรียบ สามารถเรียนรู้และใช้ทักษะดังกล่าวได้มากกว่า นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการรายใหม่ๆที่เป็นหนุ่มสาวซึ่งมีกำลังความสามารถให้เข้าสู่ธุรกิจมากขึ้น โดยการฝึกอบรม สนับสนุนเงินทุนทุน สนับสนุนด้านการลดหย่อนภาษี เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวม ดังนั้นในครั้งต่อไปอาจศึกษาเฉพาะเจาะจงในประเภทของธุรกิจ เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายสินค้า ธุรกิจเสริมความงาม ธุรกิจซ่อมบำรุง ธุรกิจผลิตสินค้า เป็นต้น เพื่อให้เกิดความหลากหลายจากมุมมองที่แตกต่าง

References

- Decsuksaeng, P. & Sonprajuk, P. (2021). Adaptation of Street Food Covid-19 situation period in Pak Nam Pho Subdistrict, Mueang Nakhon Sawan District, Nakhon Sawan Province. In *Proceeding NPSC 1 April 2021*. 114-131. Phitsanulok: Naresuan University. (in Thai)
- Jiamat, A. (2020). Adaptation Strategies of Daily Entrepreneurs in Hatyai City Municipality, Songkhla Province. In *Proceeding RMUT 2020*. 341-348. Songkhla: Rajamangala University of Technology. (in Thai)
- Jittimongkon, S. (2020). The Guidelines for the Development of the Success of Small and Medium Enterprises in Service Sector in Kalasin Province. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkon Rajabhat University*, 14(1), 207-221. (in Thai)
- Nakhon Si Thammarat Provincial Statistical Office. (2021). *Industrial Census Data*. Retrieved 2021, October 10, From <http://nksitham.old.nso.go.th>. (in Thai)



- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2021). *Overview of the economy and SMEs in 2021*. Retrieved 2021, October 10, From https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-0210929102948.pdf. (in Thai)
- Pak Phanang Town Municipality Office. (2021). *General Information of Pak Phanang*. Retrieved October 10, 2021. From <https://www.pakphanangtown.go.th/content/general>. (in Thai)
- Phithaksikul, S. (2017). *The Successful Model to Promote Small and Medium Enterprises (SMEs) in the Northern Province of Thailand*. (Doctor of Business Administration Thesis). Rangsit University, Faculty of Business Administration. (in Thai)
- Prathum, B. & Chumthongdo, S. (2015). Recognition and Adaptation of Entrepreneurs Small And Mid-Sized Business in Nakhon Si Thammarat into the ASEAN Economic Community. *Narkbhutparitat Journal*, 7(2), 1-10. (in Thai)
- Thongsri, P. & Smith, N. (2020). The Adaptation of Traditional Retail Shop in Bangplama District, Suphanburi Province. *Dusit Thani College Journal*, 14(3), 447-460. (in Thai)
- TTB Bank. (2021). *Dealing with the impact of the new round of COVID-19 on SMEs*. Retrieved 2021, August 20, From <https://www.ttbbank.com/archive/en/analytics/industry-analysis/view/THAI-SME-COVID21.html>. (in Thai)

ผู้เขียน

นางสาวณัฐธิดา พรหมมานนท์

นิสิตปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

140 ถนนกาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

E-mail: aonnattida@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุษกร ถาวรประสิทธิ์

อาจารย์ประจำ สาขาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

140 ถนนกาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

E-mail: tbussagone@tsu.ac.th

