

# ความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืน

เขตกรุงเทพมหานคร

## THE SURVIVAL OF SMALL CLOTHING RETAILERS IN BANGKOK NIGHT MARKET

ธีระวัฒน์ คำสิงห์ ญาณพล แสงสันต์

Theerawat Khamsing<sup>1</sup>, Yanapol Sangsunt<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย บทบาทหน้าที่ในธุรกิจ จำนวนพนักงานในธุรกิจ จำนวนเงินในการลงทุน สินทรัพย์รวม และยอดขายต่อเดือน ที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการวางแผนธุรกิจ ส่วนประสมการตลาด 4P's การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และการบริหารความเสี่ยง ที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ส่วนใหญ่เจ้าของเป็นผู้บริหารเอง มีจำนวนพนักงานในร้าน 1-3 คน ใช้เงินลงทุนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท มีสินทรัพย์รวมน้อยกว่าหรือเท่ากับ 300,000 บาท และมียอดขายต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท 2) ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนประสมการตลาด 4P's มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การบริหารความเสี่ยง การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และการวางแผนธุรกิจ รองลงมาตามลำดับ 3) ลักษณะประชากรศาสตร์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจดังกล่าวแตกต่างกัน 4) ส่วนประสมการตลาด 4P's และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นเมื่อเจ้าของธุรกิจต้องการปรับระดับประกอบธุรกิจให้อยู่รอด ควรปรับขนาดของธุรกิจลงให้เหมาะสมกับกำไรและค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นจริง เช่น ลดจำนวนสินทรัพย์รวมเพื่อให้สอดคล้องกับกำไร แล้วเพิ่มระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด 4P's ควบคู่ไปกับการบริหารเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจอย่างระมัดระวัง

**คำสำคัญ:** ความอยู่รอด, ค้าปลีกเสื้อผ้า, ตลาดนัดกลางคืน

### Abstract

The objectives of this research are 1) to study general information of the business, consisting of business roles, Number of employees in the business, Amount of investment, total assets and sales per

<sup>1</sup> Faculty of Business administration for society, Srinakharinwirot University, Corresponding Author,

Email Address: Bestmeaw@gmail.com

<sup>2</sup> Faculty of Business administration for society, Srinakharinwirot University, Email Address: Dr.yanapol@gmail.com

month Which influences the survival of the small clothing retailers in the Bangkok night market 2) to study the factors of Business planning, 4P's Marketing mix, working capital management and risk management which influences the survival of the small clothing retailers in the Bangkok night market. The samples used in this research were 400 samples. Questionnaires were the research instruments. Statistics in data analysis are Frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and multiple regression statistics.

The results of the research can be summarized as follows, 1) General information about the small clothing retailers in the Bangkok Night Market, Most find that it's operated by the owner, there are 1-3 employees in the shop, The investment amount is less than or equal to 100,000 baht, Total assets are less than or equal to 300,000 baht and the monthly sales are less than or equal to 50,000 baht. 2) General information about factor which influences the survival of the small clothing retailers in the Bangkok night market, overall views were at high level. The highest average was marketing mix and followed by risk management, working capital management and business planning as lowest. 3) The demographic characteristics of the small clothing retailers in the Bangkok night market are different, influencing the survival of such businesses differently. 4) Marketing mix (4P's) and working capital management had a significant influence on the survival of the small clothing retailers in the Bangkok night market. So when business owners want to sustain their businesses to survive, they should adjust the size of the business to suit the actual profit and expenses such as reducing the total assets to be in line with the profit then increasing the importance of marketing mix (4P's) along with managing the working capital in the business carefully.

**Keywords:** Survive, Clothing Retailers, Night market

## บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านการผลิต การจ้างงาน การลงทุน และการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากธุรกิจดังกล่าวมีโครงสร้างของธุรกิจไม่ซับซ้อน มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ใช้แรงงานและต้นทุนต่ำ ซึ่งง่ายต่อการจัดตั้งและดำเนินงาน

ธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ในประเทศไทย การแข่งขันค่อนข้างสูงและมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในปี 2560 มีจำนวนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้า ประกอบกิจการอยู่ จำนวน 1,117 ราย คิดเป็นร้อยละ 62% ของผู้ประกอบการทั้งหมดในประเทศไทย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560) และอาจจะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมการลงทุน ข้อมูลสถิติดังกล่าวยังไม่รวมถึงร้านค้าปลีกเสื้อผ้าที่ยังไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์กับกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเปิดดำเนินการในรูปแบบร้านค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดเล็กตามห้างสรรพสินค้า คอมมูนิตีมอลล์ ตลาดนัด และ แม่ค้าหาบเร่ ซึ่งสามารถพบเห็นทั่วไปตามสถานที่ต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น ไม่แปลกที่ประชากรเหล่านี้มีความต้องการเสื้อผ้าซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของมนุษย์

ตลาดนัดกลางคืนก็เป็นแหล่งรวมหลายธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมและเปิดบริการตอนกลางคืน ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังเลิกงานของคนใช้แรงงานส่วนมาก นักเรียน และเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวชอบมาเดินเพื่อซื้อสินค้าต่างๆ เนื่องจากในเวลาากลางคืนมีบรรยากาศดี อากาศดี ตลาดนัดกลางคืนในเขตกรุงเทพฯ มีจำนวนทั้งหมด 94 แห่ง (smeleader, 2561) ซึ่งในตลาดนัดกลางคืนจะประกอบไปด้วย โซนอาหาร โซนเสื้อผ้า โซนสถานบันเทิง เป็นต้น ในโซนเสื้อผ้าก็จะประกอบด้วยธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมจำนวนหนึ่งตามขนาดของตลาดนัดกลางคืนซึ่งแข่งขันกันทางธุรกิจเพื่อความอยู่รอด

จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายใหม่และเกิดการแข่งขัน ดังนั้น การวิจัยถึงความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจในการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจ และปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้า เพื่อให้กิจการสามารถอยู่รอดได้ ในการศึกษาวิจัยนี้จะศึกษาถึง การวางแผนธุรกิจ โดยเน้นการคิดเชิงกลยุทธ์และการวางแผนกลยุทธ์ ส่วนประสมการตลาด 4P's ที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด การบริหารเงินทุนหมุนเวียน เน้นการจัดหาเงินทุน ต้นทุนของเงินทุน และการใช้ไปของเงินทุน และการบริหารความเสี่ยง เน้นถึงการบริหารอย่างมีขั้นตอนได้แก่ การระบุความเสี่ยง ประเมินความเสี่ยง จัดการความเสี่ยง และติดตามประเมินผลและรายงาน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารธุรกิจให้อยู่รอดและเติบโตในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย บทบาทหน้าที่ในธุรกิจ จำนวนพนักงานในธุรกิจ จำนวนเงินในการลงทุน สินทรัพย์รวม และยอดขายต่อเดือน ที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการวางแผนธุรกิจ ส่วนประสมการตลาด 4P's การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และการบริหารความเสี่ยง ที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร

## ทบทวนวรรณกรรม

**แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะธุรกิจขนาดย่อม** อ้างอิงจาก กองบริหารภาษีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก, (2560), สมชาย หิรัญกิตติ (2542, น.15) และสุธีรา อะทวงษา (2560, น.10) กล่าวโดยสรุปว่า ธุรกิจขนาดย่อม เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจการอย่างอิสระในทุกประเภทธุรกิจ ส่วนใหญ่มีเจ้าของเป็นผู้นำในการบริหาร มีสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท และมีจำนวนพนักงานในร้านทั้งหมดรวมเจ้าของแล้วไม่เกิน 15 คน ที่สำคัญธุรกิจขนาดย่อมนี้ต้องมีเงินทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท รวมถึงมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการไม่เกิน 30 ล้านบาท

**แนวคิดเกี่ยวกับ การวางแผนธุรกิจ** อ้างอิงจาก เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2546, น.22-24), ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา (2559, น.38), ประจวบ เพิ่มสุวรรณ (2558, น.83-90) กล่าวโดยสรุปว่า การวางแผนธุรกิจ หมายถึง การนำภาพจินตนาการจากความคิดดีๆ มากำหนดทิศทางของกระบวนการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรจากการประกอบการ ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ 1) การคิดเชิงกลยุทธ์ คือการคิดโดยใช้ประสบการณ์และความรู้ กำหนดแนวทางที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ประกอบด้วย การคิดในการแก้ไขปัญหา การคิดในการตัดสินใจ และการคิดในการวางแผน การคิดดังกล่าวอาจจะมีที่ยืดหยุ่น ไม่ตายตัว แต่อาจพลิกแพลงโอนอ่อนไปตามสถานการณ์ที่แตกต่างกัน 2) การวางแผนกลยุทธ์ คือการกำหนดกลยุทธ์ระดับบริษัทและระดับธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการระบุงการกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กร ได้แก่ 1. กลยุทธ์ระดับบริษัท ประกอบด้วย กลยุทธ์การขายตัว กลยุทธ์อยู่กับที่ และกลยุทธ์การตัดทอนหรือหดตัว 2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ประกอบด้วย กลยุทธ์เป็นผู้นำด้านราคา กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเน้นเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย

**แนวคิดเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด 4P's** อ้างอิงจาก อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2550, น.17-18), ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552, น.80-81) กล่าวโดยสรุปว่า เครื่องมือที่นักการตลาดใช้เพื่อจูงใจผู้บริโภค คือ ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ คือ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค เช่น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ และป้ายฉลาก สามารถก่อให้เกิดอิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภคได้ บรรจุภัณฑ์ที่ “สะดุดตา” อาจทำให้ผู้บริโภคคัดเลือกไว้เพื่อพิจารณา เพื่อการตัดสินใจซื้อ 2) ราคา เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มี

อิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในขั้นตอนการประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ โดยปกติ ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะประเมินผลิตภัณฑ์ราคาต่ำในเรื่องความคุ้มค่า นักการตลาดจึงพยายามที่จะลดต้นทุนการซื้อและ เสนอขายในราคาที่ไม่แพง 3) การจำหน่าย คือโครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมที่ใช้เพื่อ เคลื่อนย้ายสินค้าจากองค์การไปยังตลาด เช่น กิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า 4) การส่งเสริมตลาด เป็นเครื่องมือ การสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจ ต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้การจูงใจให้เกิดความ ต้องการ หรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อ

**แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเงินทุนหมุนเวียน** อ้างอิงจาก เฉลิมขวัญ ทรัพย์บุญยงค์ (2555, น.96), กัตัญญ หิรัญญสมบุรณ์ (2549, น.136-143) และรศ.ธนาปนา ฉิ่งไพศาล (2551, 199-209) กล่าวโดยสรุปว่า การบริหารเงินทุน หมุนเวียน หมายถึง การจัดการเงินทุนที่ธุรกิจมีอยู่เพื่อใช้ในกิจกรรมการดำเนินงานปกติประจำวันของธุรกิจ เพื่อให้เกิด สภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึง 3 ปัจจัยหลักดังนี้ 1) การจัดหาเงินทุน หมายถึง การหา เงินทุนเพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กับธุรกิจ เช่น การกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนต่างๆ 2) ต้นทุนของเงินทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ เกิดจากการจัดหาเงินทุนเพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กับธุรกิจ เช่น ดอกเบี้ยที่จะต้องจ่ายให้กับธนาคารเมื่อตัดสินใจกู้เงิน จากธนาคารพาณิชย์ 3) การใช้ไปของเงินทุน หมายถึง การนำเงินทุนมาใช้จ่ายในธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจบรรลุตาม จุดประสงค์และจุดมุ่งหมาย และต้องคำนวณเงินสดในองค์การก่อนตัดสินใจทุกครั้ง เช่น การซื้อสินค้า ลงทุนในการซื้อ ที่ดิน

**แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง** อ้างอิงจาก สำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2561), และ จิรพร สุเมธีประสิทธิ์ (2556, น.90-118) กล่าวโดยสรุปว่า การบริหารความเสี่ยง หมายถึง การกำหนด แนวทางควบคุมความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์กับ กระบวนการทำงาน กิจกรรม และหน้าที่ ในองค์การ เพื่อให้องค์การลด ความเสียหายจากความเสี่ยงนั้นมากที่สุด และสามารถควบคุมความเสี่ยงนั้นให้อยู่ในระดับที่เจ้าของหรือผู้บริหาร ระดับสูงยอมรับได้ ประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้ 1) การระบุความเสี่ยง ความเสี่ยงมีสาเหตุมาจากปัจจัยทั้งภายในและ ภายนอก 2) การประเมินความเสี่ยง สามารถประเมินได้ 2 มิติ คือ มิติด้านโอกาสและมิติผลกระทบ 3) การจัดการความ เสี่ยงแต่ละวิธีอาจมีความเหมาะสมกับบางสถานการณ์ แนวทางการจัดการความเสี่ยงใดๆ อาจมีได้มากกว่า 1 แนวทาง โดยวิธีจัดการความเสี่ยงแบ่งออกได้ 2 แนวทางหลักได้แก่ การลดโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสียหาย และการลด ขนาดผลกระทบของความเสียหาย พิจารณาทั้งมิติโอกาสและผลกระทบ และต้องพิจารณาเรื่องต้นทุนและความเสียหาย ที่สามารถลดได้หรือมีความคุ้มค่า 4) การติดตามประเมินผลและรายงาน เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการ ความเสี่ยงด้วยการติดตามเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการจัดการความเสี่ยง มีคุณภาพ มีความเหมาะสม

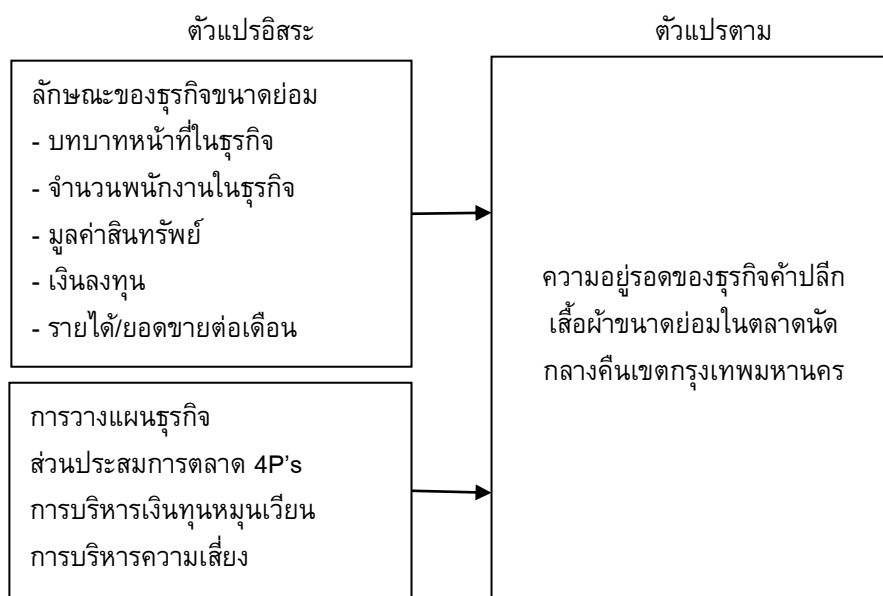
**แนวคิดเกี่ยวกับความอยู่รอดของธุรกิจขนาดย่อม** สุธีรา อะทะวงษา (2560, น.21) อธิบายว่า ด้วยข้อจำกัดของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีเงินลงทุนจำนวนไม่มากหากเปรียบเทียบกับธุรกิจขนาด ใหญ่ จากการศึกษาขององค์การธุรกิจขนาดย่อมของประเทศอเมริกา (Scarborough, 2012: 47) รายงานว่าธุรกิจขนาด ย่อมมีข้อจำกัดหลายประการ ได้แก่ ทรัพยากร ประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และความมั่นคงของสถานะทางการเงิน มีอัตราการอยู่รอด ของธุรกิจทั้งหมดร้อยละ 100 เมื่อดำเนินธุรกิจในปีแรกจะพบว่าอัตราการอยู่รอดที่ร้อยละ 81 และมีอัตราความล้มเหลวอยู่ที่ร้อยละ 19 เมื่อพิจารณาอัตราความล้มเหลวของธุรกิจโดยภาพรวมพบว่ามีร้อยละ 54 หรือ ประมาณกว่าครึ่งหนึ่งของธุรกิจที่เปิดใหม่มีประสบการณ์ล้มเหลว ภายในระยะเวลาไม่เกิน 4 ปีแรกและในจำนวนนี้จะ สามารถอยู่รอดได้ภายในระยะเวลา 10 ปีเพียงร้อยละ 25 เท่านั้น

**แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าในตลาดนัดกลางคืน** นิกรนิภา สหัสโยธิน. (2552: 71-85) อธิบาย ว่า เสื้อผ้าถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิตอยู่ของมนุษย์ เรียกได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นของทุกคนที่ต้องซื้อหาอยู่ ตลอดเวลา ปัจจัยสำคัญนี้จึงส่งผลให้ธุรกิจเสื้อผ้า มีการพัฒนามากขึ้นเรื่อยๆ

ตลาดนัดกลางคืน จะเริ่มขายตั้งแต่ประมาณ 3 โมงเย็น เพื่อรอเวลาในช่วงเลิกงานของบรรดาลูกค้า ในช่วง เวลาหกโมงถึงสามทุ่ม ถือเป็นช่วงเวลาทอง ตลาดกลางคืนจะมีช่วงเวลาการขายมากกว่า แต่ค่าเช่าที่ก็จะแพงขึ้นด้วย

การเข้าไปจับจองที่ในตลาดมีอยู่หลายวิธีเลยที่เดียว ส่วนใหญ่เจ้าของสถานที่จะแบ่งขนาดของส่วนพื้นที่ สำหรับการตั้งร้านเอาไว้ตามตัวอักษร ซึ่งแม้ค่าจะต้องมาจับจองพื้นที่ในแต่ละส่วนพื้นที่ด้วยวิธีการต่างๆ นานา จากทางเจ้าของสถานที่ ค่าเช่าที่รายวันนั้นจะราคาถูกกว่าการใช้วิธีเหมาเป็นเดือน ยังมีเรื่องที่เราจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มอีกคือ ติดตั้งร้านเอง ประมาณ 500-800 บาท เงินทุนเริ่มต้น 30,000 บาทขึ้นไป แล้วแต่ขนาดของร้าน

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมที่เปิดขายสินค้าตามตลาดนัดกลางคืนตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ได้จากสูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 5% ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ ตลาดนัดหัวมุมในเขตตลาดพร้าว ตลาดนัดเสียบต่วนในเขตบางเขน ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ในเขตประเวศ ตลาดนัดกลางคืน กทม.ในเขตบางกะปิ ตลาดนัดสายไหม 49 ในเขตสายไหม ตลาดน้ออนในเขตราชเทวี ตลาดสายใต้เซ็นเตอร์ในเขตตลิ่งชัน ตลาดอินดีในเขตจอมทอง ตลาดกรีนเดียร์ไนท์ในเขตบางขุนเทียน และตลาดแบงะดินในเขตหนองแขม โดยจะแบ่งโควตาตามสัดส่วนตัวอย่างทั้งหมดได้ 40 ตัวอย่าง แล้วสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก เนื่องจากตลาดนัดกลางคืนเหล่านี้ถูกกล่าวถึงเป็นอันดับต้นตามเว็บไซต์ที่มีการจัดอันดับความนิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยว จากจำนวนตลาดนัดทั้งหมด 94 แห่งในเขตกรุงเทพฯ เช่น 10 ตลาดนัดกลางคืน ถนนคนเดิน ในกรุงเทพฯ กินดีมี แสงค์เอาร์ทโฮป แบบสายฮิป จาก travel.trueid.net หรือ เดินเล่นซิวๆ กับ 15 ตลาดนัดกลางคืนยอดฮิต ในกรุงเทพฯ จาก travel.mthai.com

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลลักษณะทั่วไปของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามแบบปลายปิด มีหลายคำตอบให้เลือกแต่ให้เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติและเรียงลำดับ

**ส่วนที่ 2 - 5** การวางแผนธุรกิจ ส่วนประสมการตลาด 4P's การบริหารเงินทุนหมุนเวียนและการบริหารความเสี่ยง ที่มีอิทธิพลกับความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร คำถาม

ทั้งหมดใช้แบบสอบถามปลายปิด เป็นแบบ Likert Scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) 5 ระดับ

**ส่วนที่ 6** ข้อมูลเกี่ยวกับความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด โดยใช้การวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

แบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงเสร็จแล้วผ่านการทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าในตลาดนัดกลางคืนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับเท่ากับ .946 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบัก ของตัวแปรดังกล่าวมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วอยู่ในเกณฑ์ที่ดีและเหมาะสมที่จะนำไปใช้กับงานวิจัยในครั้งนี้

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการวิจัย ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

**ขั้นที่ 1** แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาข้อมูล ที่มีผู้รวบรวมไว้ดังนี้ วารสารต่างๆ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หนังสือทางวิชาการ งานวิจัย บทความและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

**ขั้นที่ 2** ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของเจ้าของธุรกิจหรือลูกจ้างที่ดำเนินการแทนเจ้าของ จำนวน 400 ตัวอย่าง

**การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล** นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ทางคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS และทำการตรวจสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยค่า Variance inflation factor (VIF) พบว่ามีค่าไม่เกิน 4 ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้ว ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันหรือไม่เกิด Multicollinearity

**สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล** ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สำหรับวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เชิงอนุมาน ด้วยค่าสถิติ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป และสถิติความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบตัวแปรอิสระหลายตัวรวมกันมีผลกระทบต่อตัวแปรตาม ใช้ทดสอบความมีอิทธิพลเชิงเส้นของตัวแปรเชิงปริมาณที่มีต่อตัวแปรเชิงปริมาณ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น.48- 333)

## ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของ ร้อยละ 86.80 มีพนักงานในร้านจำนวน 1-3 คน ร้อยละ 92 ใช้เงินลงทุนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท ร้อยละ 52.10 มีสินทรัพย์รวมน้อยกว่าหรือเท่ากับ 300,000 บาท ร้อยละ 40.50 และมียอดขายต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท ร้อยละ 41.80

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (Mean=4.09, S.D.= 0.639) เมื่อจำแนกรายปัจจัยพบว่า ส่วนประสมการตลาด 4P's มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การบริหารความเสี่ยง, การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และการวางแผนธุรกิจ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและจำแนกรายปัจจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
การวางแผนธุรกิจ	4.02	0.641	มาก	4
ส่วนประสมการตลาด 4P's	4.18	0.585	มาก	1
การบริหารเงินทุนหมุนเวียน	4.06	0.712	มาก	3
การบริหารความเสี่ยง	4.09	0.621	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>4.09</b>	<b>0.639</b>	<b>มาก</b>	

ผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ในด้านกำไรเฉลี่ยต่อปี (ประมาณการ) ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (บาท/ปี) ลักษณะทั่วไปของธุรกิจประกอบด้วย บทบาทหน้าที่ในธุรกิจ จำนวนพนักงานในธุรกิจ จำนวนเงินในการลงทุน สินทรัพย์รวม และยอดขายต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของบทบาทหน้าที่ในธุรกิจ พบว่า เจ้าของธุรกิจมีความสามารถในการทำกำไรเฉลี่ยต่อปี (บาท/ปี) ได้มากกว่าลูกจ้างที่มีสิทธิในการตัดสินใจในธุรกิจ มีผลต่างกำไรเฉลี่ยต่อปี (บาท/ปี) เท่ากับ 105,176.55 บาท/ปี (Sig = .019) และในส่วนของจำนวนพนักงานในธุรกิจ จำนวนเงินในการลงทุน สินทรัพย์รวม และยอดขายต่อเดือน มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างจำนวนพนักงานในธุรกิจแตกต่างกันกับความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร

จำนวนพนักงาน	Mean	จำนวน 4-6 คน
จำนวน 1-3 คน	273,901.96	-416,616.55*

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างจำนวนเงินในการลงทุนแตกต่างกันกับความอยู่รอดของธุรกิจ ค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร

จำนวนเงินในการลงทุน	Mean	100,001–300,000 บาท	300,001–500,000 บาท	> 500,001 บาท
≤ 100,000 บาท	199,504.95	-147,299.73*	-335,215.04*	-800,495.04*
100,001–300,000 บาท	346,804.69		-187,915.31*	-653,195.31*
300,001–500,000 บาท	534,720.00			-465,280.00*

**ตารางที่ 4** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างสินทรัพย์รวมแตกต่างกันกับความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร

สินทรัพย์รวม	Mean	300,001 - 600,000 บาท	600,001 - 900,000 บาท	900,001 - 1,200,000 บาท	≥ 1,200,001 บาท
≤ 300,000 บาท	201,210.19	-69,789.80*	-357,361.23*	-119,698.89*	-333,623.14*
300,001-600,000 บาท	271,000.00	-	-287,571.42*	-	-263,833.33*
600,001-900,000 บาท	558,571.42	-	-	237,662.33*	-
900,001-1,200,000 บาท	320,909.09	-	-	-	-213,924.24*

**ตารางที่ 5** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างยอดขายต่อเดือนแตกต่างกันกับความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร

ยอดขายต่อเดือน	Mean	50,001 - 150,000 บาท	150,001 - 250,000 บาท	250,001 - 350,000 บาท	≥ 350,001 บาท
≤ 50,000 บาท	168,395.06	-111,156.40*	-518,316.47*	-348,735.37*	-266,604.93*
50,001-150,000 บาท	279,551.47	-	-407,160.06*	-237,578.96*	-
150,001-250,000 บาท	686,711.53	-	-	-	251,711.53*

**ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2** พบว่า การวางแผนธุรกิจ ส่วนประกอบการตลาด 4P's การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และการบริหารความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น .431 และสามารถรวมกันพยากรณ์ความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 18.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ +/- 224,994.08 ดังนี้

**ตารางที่ 6** การวิเคราะห์การถดถอยด้วยเทคนิค All Enter เพื่อพยากรณ์ความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อม ในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	B	SE <sub>B</sub>	β	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	-493,430.15	85,994.79		-5.738	0.000
การวางแผนธุรกิจ (X <sub>1</sub> )	47,058.48	25,177.33	0.120	1.869	0.062
ส่วนประกอบการตลาด 4P's (X <sub>2</sub> )	81,000.39	30,259.58	0.192	2.677*	0.008
การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (X <sub>3</sub> )	71,943.38	21,700.06	0.207	3.315*	0.001
การบริหารความเสี่ยง (X <sub>4</sub> )	-6,297.08	27,420.72	-0.016	-0.230	0.818
SEest = +/- 224,994.08	R = 0.431	R <sup>2</sup> = 0.186	F = 23.67	Sig. of F = .000	

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 6 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า ในด้านกำไรเฉลี่ยต่อปี (ประมาณการ) ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (บาท/ปี) มีเพียงแค่ 2 ปัจจัยเท่านั้น (การวางแผนธุรกิจ (Sig.= .062) และการบริหารความเสี่ยง (Sig. = .818) ที่ไม่สามารถพยากรณ์ความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานครได้ และสำหรับปัจจัยส่วนประกอบการตลาด 4P's (Sig. = .008) และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน (Sig. = .001) สามารถพยากรณ์ความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืน



เขตกรุงเทพมหานครได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของผลการวิเคราะห์ สมการถดถอยเชิงซ้อนข้างต้นมาเขียนในรูปสมการได้ดังนี้

$$Y = -493,430.15 + 81,000.39 * X_2 \text{ (ส่วนประสมการตลาด 4P's)} + 71,943.38 * X_3 \text{ (การบริหารเงินทุนหมุนเวียน)}$$

กำหนดให้  $Y$  = ความมั่งคั่งของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร

\* = อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความมั่งคั่งของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาค้นคว้าตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่บริหารโดยเจ้าของที่มีเงินลงทุนในธุรกิจน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท และมีพนักงานในร้านประมาณ 1-3 คน ซึ่งส่วนมากมีสินทรัพย์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 300,000 บาท และมียอดขายต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท โดยลักษณะทั่วไปของธุรกิจแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความมั่งคั่งของธุรกิจดังกล่าวแตกต่างกัน โดยมีความสัมพันธ์กับกำไรต่อปี กล่าวคือ 1) ธุรกิจนี้ควรถูกบริหารโดยเจ้าของมากกว่าการจ้างพนักงานมาดูแล อาจจะเป็นเพราะเจ้าของธุรกิจสามารถตัดสินใจในหลายๆ ด้านได้ทันที โดยไม่ต้องรอการอนุมัติหรือการตัดสินใจจากคนอื่น ๆ 2) การเพิ่มจำนวนพนักงานในธุรกิจและจำนวนเงินในการลงทุน จะส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เจ้าของธุรกิจควรตัดสินใจเพิ่มจำนวนพนักงานและเงินลงทุนถ้าต้องการกำไรเพิ่มขึ้น แต่ควรศึกษาข้อมูลให้ดีก่อนการตัดสินใจ 3) สินทรัพย์เพิ่มขึ้นจนถึงระดับ 600,000 – 900,000 บาท ส่งผลให้ธุรกิจดังกล่าวได้กำไรมากกว่า สินทรัพย์รวมที่มีจำนวน 900,001 บาทขึ้นไป อาจจะมาจกสินค้างคลังหรือสินค้างเหลือ ดังนั้น เจ้าของธุรกิจควรหาระดับสินค้างคลังที่ได้กำไรดีที่สุดและหลีกเลี่ยงการมีสินค้างคลังจำนวนมากเกินไป ดังนั้นเจ้าของธุรกิจควรพยายามหาระดับสินค้างคลังที่เหมาะสมกับกำไร โดยการสังเกตหาช่วงเวลาที่ยาดีและช่วงเวลาที่ยาไม่ดี แล้วพยายามเพิ่มจำนวนสินค้างคลังในช่วงเวลาที่ยาดีและพยายามลดสินค้างคลังในช่วงเวลาที่ยาไม่ดี 4) ยอดขายต่อเดือนที่เพิ่มขึ้นถึงระดับ 150,001 – 250,000 บาท ส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรมากกว่า ยอดขายต่อเดือนมากกว่า 250,001 ขึ้นไป อาจจะมาจากการลดราคาสินค้าเพื่อระบายสินค้างคลัง และหลีกเลี่ยงการขาดทุน จึงทำให้มีกำไรน้อยกว่าปกติ ดังนั้น เจ้าของธุรกิจควรขายสินค้าที่เน้นได้กำไรมากกว่าการขายสินค้าที่ได้ยอดขาย

เจ้าของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร ควรบริหารธุรกิจด้วยตัวเอง โดยเน้นการพิจารณาเพิ่มเงินลงทุนพร้อมกับเพิ่มจำนวนพนักงานในช่วงที่มีลูกค้าจำนวนมาก เช่น ช่วงสิ้นเดือน ช่วงเทศกาล เป็นต้น ในขณะที่เดียวกัน เจ้าของธุรกิจต้องควบคุมระดับสินค้างคลังให้อยู่ในระดับที่ได้กำไรมากที่สุดและไม่ควรลดราคามากเกินไปเพราะอาจจะทำให้มีผลกระทบต่อกำไร

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องในทางกลับกันกับงานวิจัยของ สุรัชย์ จันทร์จรัส (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการทำนายนการล้มเหลวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ยอดขายต่อสินทรัพย์รวม กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีต่อหนี้สินหมุนเวียน ส่วนของผู้ถือหุ้น สินทรัพย์หมุนเวียน อัตราทุนหมุนเวียนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม และโดยเฉพาะกำไรสุทธิต่อยอดขาย มีผลต่อการล้มเหลวมากที่สุด

2. ส่วนประสมการตลาด 4P's และการบริหารเงินทุนหมุนเวียนมีอิทธิพลต่อความมั่งคั่งของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร สามารถพยากรณ์ความแม่นยำได้ร้อยละ 18.6 และถ้ากำหนดให้เจ้าของธุรกิจดังกล่าวไม่ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด 4P's และการบริหารเงินทุนหมุนเวียนเท่ากับศูนย์ จะส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรลดลง 493,430.15 บาท/ปี แต่ถ้าเจ้าของธุรกิจเพิ่มความสนใจเรื่อง ส่วนประสมการตลาด 4P's และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน 1 ระดับ จะส่งผลให้ธุรกิจนั้นมีกำไรเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้น 152,943.77 บาท ดังนั้นเพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารธุรกิจเพื่อความมั่งคั่ง เจ้าของธุรกิจควรให้ความสำคัญกับส่วนประสม

การตลาด 4P's และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน เช่น การคัดสรรเสื้อผ้าที่มีคุณภาพและดึงดูดความสนใจในราคาที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ และควรระมัดระวังเกี่ยวกับการบริหารเงินทุนหมุนเวียน เช่น ควรพิจารณาระดับเงินสดในมือก่อนการตัดสินใจใช้จ่ายและหาวิธีต่อรองกับผู้ผลิตในเรื่องเครดิตการค้า รวมถึงการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เร็วเมื่อธุรกิจต้องการเงินทุน

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชยานันท์ ชันละ (2560) ที่พบว่า ธุรกิจค้าปลีกไม่มีความรู้ในส่วนประสมการตลาดและการบริหารเงินทุนหมุนเวียน จึงส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกนั้น มีต้นทุนสูงขึ้น ยอดขายลดลง กำไรลดลง และขาดเงินลงทุนหมุนเวียนภายในร้านค้า

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ เจ้าของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มา ประกอบการพิจารณาหรือประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจได้เป็นอย่างดี รวมถึงนำผลวิจัยดังกล่าวไปปรับปรุงใช้เพื่อต่อยอดให้ธุรกิจเติบโตและรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในตลาดนัดกลางคืน เช่น การเพิ่มสาขาในตลาดนัดกลางคืนอื่นในเขตกรุงเทพและพื้นที่อื่นๆ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกในแต่ละด้านเพื่อพัฒนาการบริหารธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในระยะยาวแบบยั่งยืน เช่น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมในตลาดนัดกลางคืนเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าขนาดย่อมให้เจริญเติบโต และสามารถขยายกิจการให้ใหญ่ขึ้น

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อ.ดร.ญาณพล แสงสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ด้วยความเอาใจใส่ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของงานวิจัยจนเสร็จสิ้น ขอขอบคุณเจ้าของและพนักงานของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าในตลาดนัดกลางคืนทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและขอขอบคุณบิดา มารดาและครอบครัวตลอดจนเพื่อน พี่น้อง ที่ให้กำลังใจและกำลังกายในการทำงานวิจัย

## เอกสารอ้างอิง

- กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. (2549). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม = Small Business Management*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์. (2560). *ธุรกิจร้านขายปลีกเสื้อผ้า*. ค้นหาคำเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2561, จาก [https://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2560/T26/T26\\_201707.pdf](https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2560/T26/T26_201707.pdf).
- กองบริหารภาษีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก. (2018). *ลักษณะของ Smes. กรมสรรพากร*. ค้นหาคำเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2561 จาก <http://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>.
- กัลยา วานิชย์. (2550). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2546). *การคิดเชิงกลยุทธ์ = Strategic Thinking*. กรุงเทพฯ: ชัดเชส มีเดีย.
- จิรพร สุเมธีประสิทธิ์. (2556). *การบริหารความเสี่ยงอย่างมืออาชีพ = Professional Risk Management*. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- เฉลิมขวัญ ทรัพย์บุญยงค์. (2555). *การเงินธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฐาปนา ฉินไพศาล. (2551). *การเงินธุรกิจ = Business Finance*. กรุงเทพฯ: วิชา.
- นิกรีนภา สหัสโยธิน. (2552). *11 ไอเดีย ธุรกิจเล็ก ๆ ทำง่าย กำไรดี*. กรุงเทพฯ: ไอดีซี.

- ประจวบ เพิ่มสุวรรณ. (2558). *การวางแผนและควบคุมงานบริหาร = Management Planning and Control*. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา. (2559). *การคิดเชิงกลยุทธ์:ความได้เปรียบเชิงนวัตกรรม=Strategic Thinking : In Search of Innovative Advantage*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ = Marketing Management*. กรุงเทพฯ: ศิริวรรณ เสรีรัตน์.
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม = Small Business Management*. กรุงเทพฯ: Diamond in business world.
- สำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2561). *Risk Mamagement*. ค้นหามื่อ 13 ตุลาคม 2561, จาก <http://department.utcc.ac.th/ocs/m-ocsactionplan/m-ocsactionplan55/1172-2011-06-05-04-%2009-52.html>.
- สุธีรา อะทะวงษา. (2560). *การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม = Small and Medium Enterprises Management*. เชียงใหม่: สุธีรา.
- อดุลย์, จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค = Consumer behavior*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- SMELEADER. (2561). *306 รายชื่อตลาดนัดพื้นที่ขายของกรุงเทพฯและต่างจังหวัด*. ค้นหามื่อ 30 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.smeleader.com/รายชื่อตลาดนัด-ขายของ/>