

# ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

## Relationship between Sufficiency Economy Acknowledgement and Managing Retail Business in Bangkok

สมพร ปานยืนดี<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร สมมติฐานการวิจัยคือ การรับรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร การทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

### Abstract

This research aims to study personal factors of retail entrepreneurs in Bangkok, their acknowledgement of Sufficiency Economy Philosophy, and relationship between the acknowledgement and their business operations. This research has a hypothesis that there is a relationship between the acknowledgement of Sufficiency Economy Philosophy and retail business operations in Bangkok. As expected, statistical hypothesis test confirms that the two have relationship at significant level of 0.05.

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจการค้าปลีกเป็นการให้บริการกับประชาชนผู้บริโภค การประกอบธุรกิจค้าปลีกเป็นอาชีพอิสระอย่างหนึ่งของคนไทย จัดได้ว่าเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีวัฒนธรรมทางการค้าสืบเนื่องมาแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นอย่างมากทั้งในด้านของการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) และในด้านของการจ้างงานระดับต่าง ๆ (อัมพวรรณ มงคลอินทร์, 2545)

ทศวรรษก่อนวิกฤติเศรษฐกิจปีพ.ศ. 2540 เป็นช่วงที่ประเทศไทยมีการปรับโครงสร้างการผลิต โดยมีความเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้น ซึ่งสินค้าอุตสาหกรรมเป็นสินค้าที่มีทักษะการผลิตสูง ทั้งยังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงทั้งด้านการส่งออกและการผลิต (ณัฐพงษ์ ทองภักดี, 2540) ประกอบกับการเปิดเสรีทางการค้าทำให้นักธุรกิจต่างชาติเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย เข้ามาลงทุนใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิต หรืออาศัยช่องว่างทางการตลาดเข้ามาประกอบธุรกิจ เช่น ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ ส่งผลกระทบต่อเชิงบวก ช่วยให้ซัพพลายเออร์มีรายได้จากการส่งสินค้าไปยังห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อเชิงลบกับผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็กที่ไม่สามารถปรับตัวได้ และจะต้องล้มเลิกกิจการ

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่กล่าวถึงแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ทันยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุมีผล การมีภูมิคุ้มกัน และมีความรู้ คู่คุณธรรม สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เป็นหน่วยงานหลักในการวางแผนของประเทศตระหนักถึงความสำคัญของหลักดังกล่าว และนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) และฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) รวมทั้งได้เสริมสร้างความเข้าใจไปยังภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและน้อมนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตต่อไป (จิราภร บุญไชยศรี, 2551)

การรับรู้ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเรื่องที่สำคัญ หากผู้ประกอบการมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน นำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในทิศทางที่ไม่ถูกต้อง การดำเนินธุรกิจจะไม่เกิดผลในขณะเดียวกันหากภาคธุรกิจมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ในหลักการ ทั้งความพอประมาณ ความมีเหตุมีผล การมีภูมิคุ้มกัน มีความรู้และคุณธรรม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการผลิต การตลาด การเงิน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ช่วยให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง และเติบโตได้อย่างยั่งยืน

## 2. วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีก
4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

## 3. สมมติฐานการวิจัย

การรับรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

## 4. ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ที่มีลูกจ้างไม่เกิน 15 คน เงินลงทุนไม่เกิน 30 ล้านบาท (กฎกระทรวง, 2545) ประกอบธุรกิจร้านขายปลีกเครื่องเรือนและเครื่องตกแต่งบ้าน ร้านขายส่งข้าวและผลิตภัณฑ์จากโรงสีข้าว ร้านขายของชำ ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชกรรม เวชภัณฑ์ และสินค้าทางการแพทย์ ร้านขายปลีกยานยนต์ ร้านขายส่งเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในงานอุตสาหกรรม ร้านขายปลีกหนังสือพิมพ์ เครื่องเขียนและนิตยสาร ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน และร้านขายวัสดุก่อสร้าง

### 2. ตัวแปรที่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้

- 2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน
- 2.2 ข้อมูลการประกอบธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ เงินลงทุนของกิจการ ประเภทของร้านค้าปลีก มูลค่ายอดขายเฉลี่ยต่อปี จำนวนลูกจ้าง ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เป้าหมายในการลงทุน แนวทางที่สอดคล้องกับการลงทุน ความสามารถในการผ่อนชำระหนี้ และการเก็บออม
- 2.3 การรับรู้เกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- 2.4 การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ

3. การวิจัยในครั้งนี้ได้สำรวจจากธุรกิจค้าปลีกทั่วกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต โดยมีธุรกิจค้าปลีก ทั้งสิ้น 230,046 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551)

## 5. วิธีดำเนินการวิจัย

### 5.1 ประชากร

ประชากร คือผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีพนักงานไม่เกิน 15 คน และเงินลงทุนไม่เกิน 30 ล้านบาท โดยมีจำนวน 230,046 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551)

### 5.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยขนาดตัวอย่างประชากรที่ใช้สำหรับการศึกษานี้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งได้มาจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Yamane และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) กระจายกันทั้ง 50 เขต ทั่วกรุงเทพมหานคร

### 5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งได้จากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิด รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและดัดแปลงจากแบบสอบถามที่มีผู้สร้างมาแล้วเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ลักษณะของการสอบถามเป็นการสำรวจรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการประกอบธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ เงินลงทุนของกิจการ ประเภทของร้านค้าปลีก มูลค่ายอดขายเฉลี่ยต่อปี จำนวนลูกจ้าง ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เป้าหมายในการลงทุน แนวทางที่สอดคล้องกับการลงทุน ความสามารถในการผ่อนชำระหนี้ และการเก็บออม ลักษณะของการสอบถามเป็นการสำรวจรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 20 ข้อ โดยแบ่งเป็นคำถามเชิงบวก และคำถามเชิงลบเกณฑ์ในการให้คะแนน

คำถามเชิงบวกมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ใช่ เท่ากับ 1 คะแนน

ไม่ใช่ เท่ากับ 0 คะแนน

คำถามเชิงลบมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ใช่ เท่ากับ 0 คะแนน

ไม่ใช่ เท่ากับ 1 คะแนน

ส่วนที่ 4 การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ ลักษณะของการสอบถามเป็นการสำรวจรายการ (Checklist)

### 5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และมีการลงรหัส บันทึกรายข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

- 1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ด้วยสถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
- 2) ข้อมูลการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ เงินลงทุนของกิจการ ประเภทของร้านค้าปลีก มูลค่ายอดขายเฉลี่ยต่อปี จำนวนลูกจ้าง ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เป้าหมายในการลงทุน แนวทางที่สอดคล้องกับการลงทุน ความสามารถในการผ่อนชำระหนี้ และการเก็บออม ด้วยสถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
- 3) การรับรู้เกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยสถิติแจกแจงความถี่ (Frequency)
- 4) การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ ด้วยสถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
- 5) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ด้วยการทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้ T-test

## 6. ผลการวิจัย

- 1) **ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เท่ากัน ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี สถานภาพสมรส มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจต่ำกว่า 10 ปี
- 2) **ข้อมูลการประกอบธุรกิจ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว ใช้เงินลงทุนในการทำธุรกิจไม่เกิน 100,000 บาท ประเภทธุรกิจเป็นร้านขายของชำ ยอดขายเฉลี่ยต่อปี 100,001 - 500,000 บาท รองลงมาคือ ไม่เกิน 100,000 บาท และส่วนใหญ่ไม่มีลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ มีลูกจ้าง 1-5 คน ร้อยละ 34.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เปิดดำเนินธุรกิจมาแล้ว 5 ปี สูงสุดคือเปิดดำเนินธุรกิจมาแล้ว 45 ปี มีจำนวน 1 ราย เป้าหมายในการลงทุนของกิจการคือ เพื่อให้พอมีพอกินคิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงมาคือ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงคิดเป็นร้อยละ 33.25 การดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของตนเองคิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคือ ใช้ทั้งทุนส่วนตัวและการกู้ยืมคิดเป็นร้อยละ 39.75 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถผ่อนชำระหนี้ได้ทุกงวดคิดเป็นร้อยละ 50.75 มีการเก็บออมคิดเป็นร้อยละ 75.25 ซึ่งส่วนใหญ่จะเก็บออมร้อยละ 20 ของรายได้ ลักษณะการออม 3 ลำดับแรกคือ การฝากธนาคาร การประกันชีวิต และการซื้อพันธบัตรรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 58.50 ร้อยละ 7.75 และร้อยละ 4.75 ตามลำดับ
- 3) **ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าคะแนนการรับรู้ที่ 17 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 23.75 รองลงมาคือ 18 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 18.50
- 4) **การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าเศรษฐกิจพอเพียงสามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ คิดเป็นร้อยละ 92.50 และได้นำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 76.50 โดยมีรายละเอียดในการบริหารจัดการดังนี้
  - **ด้านการจัดซื้อ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สั่งซื้อสินค้าในจำนวนที่พอเหมาะ โดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดคิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาคือ สั่งซื้อสินค้าคราวละมาก ๆ เพื่อให้ได้ส่วนลด แล้วจึงวางแผนการขายภายหลังคิดเป็นร้อยละ 23.75
  - **ด้านการตลาด** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เน้นการรักษาลูกค้าเดิมในท้องถิ่นมากกว่าการแสวงหากลูกค้าใหม่ คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาคือ รักษาและพยายามเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 27.75
  - **ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับลูกจ้าง/พนักงานเท่าที่จำเป็น คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ ส่งเสริมให้ลูกจ้าง/พนักงานทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต คิดเป็นร้อยละ 31.25