



ลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าวและ  
การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)  
ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร



โดย  
นางสาวชนัญชิตา เจริญวัฒน์

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2556

ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและ  
การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)  
ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2556

**THE CHARACTERS OF PRODUCT AND SERVICE CONSUMPTION OF ALIEN LABOR  
AND ADJUSTMENT OF ENTREPRENEURSHIP OF SMALL AND MEDIUM  
ENTERPRISES (SMES) IN SAMUTSAKHON CITY.**



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree  
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

**Faculty of Management Science**

**SILPAKORN UNIVERSITY**

**2013**

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว  
อนุมัติให้การวิจัย เรื่อง “ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว และการ  
ปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัด  
สมุทรสาคร” เสนอโดย นางสาวชนัญชิตา เจริญวัฒน์ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการ  
ศึกษาในรายวิชาคุณนิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ



.....  
(อาจารย์อมรินทร์ เทวตา)  
หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

อาจารย์ที่ปรึกษา  
อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เกษภูมิลักษณ์

คณะกรรมการสอบคุณนิพนธ์  
..... ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ประพล เปรมทองสุข)

..... / ..... / .....

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เกษภูมิลักษณ์)

..... / ..... / .....

..... กรรมการ

(อาจารย์อริสสา สะอาดนัก)

..... / ..... / .....

12530029: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: การประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) / แรงงานต่างด้าว / การปรับตัว  
ของการประกอบการ / การบริโภคนสินค้าและการใช้บริการ

ชญชิตา เจริญวัฒน์: ลักษณะการบริการ โภคสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าว  
และการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง  
จังหวัดสมุทรสาคร. อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ . 67 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการบริโภคนสินค้าและบริการ  
ของแรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของการประกอบการในด้านการจ้างงาน ด้านการสื่อสาร ด้าน  
สินค้าและบริการและด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบ  
เจาะลึกกับแรงงานต่างด้าวและผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย รวมทั้งสังเกต  
พฤติกรรมและปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นภายในชุมชน

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า 1) ลักษณะการบริโภคนสินค้าและบริการของแรงงานต่าง  
ด้าว แตกต่างจากคนไทย เนื่องจากมีลักษณะการอยู่อาศัยที่ชั่วคราวและยังมีวัฒนธรรมท้องถิ่น  
เฉพาะของตนเอง 2) การปรับตัวด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว ผู้ประกอบการมีการจ้างงาน  
แรงงานต่างด้าวมากขึ้นเนื่องจากขาดแคลนแรงงานไทย และปรับรูปแบบการจ้างงานให้ถูกต้องตาม  
กฎหมาย 3) การปรับตัวด้านการติดต่อสื่อสารกับแรงงานต่างด้าว ใช้การสื่อสารด้วยบทสนทนาที่  
ง่ายต่อการเข้าใจและใช้น้ำเสียงที่นุ่มนวลและอ่อนโยนเพื่อสร้างความอบอุ่นและแสดงความเป็น  
มิตร รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมของแรงงานต่างด้าว 4) การปรับตัวด้านสินค้าและบริการ  
ให้ความสำคัญกับการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เน้นการใช้งานมากกว่าคุณภาพ และทำการตลาด  
แบบเจาะกลุ่มให้ตรงตามความต้องการของแรงงานต่างด้าว 5) การปรับตัวด้านการกำหนดราคา  
สินค้าและบริการ ส่งเสริมให้แรงงานต่างด้าวบริโภคนสินค้าและบริการในปริมาณที่มากโดย  
ส่งเสริมการตลาดโดยการลดราคา และกำหนดราคาตามความสามารถในการบริโภคของแรงงาน  
ต่างด้าว

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่อนักศึกษา .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

12530029: MAJOR: GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

KEY WORDS: ENTREPRENEURSHIP OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMES) /  
ALIEN LABOR / ADJUSTMENT OF ENTREPRENEURSHIP / PRODUCT  
AND SERVICE CONSUMPTION

CHANUNCHIDA CHAROENWAT: THE CHARACTERS OF PRODUCT AND  
SERVICE CONSUMPTION OF ALIEN LABOR AND ADJUSTMENT OF  
ENTREPRENEURSHIP OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMES) IN  
SAMUTSAKHON CITY. RESEARCH ADVISOR: VIROJ JEDSADALUG, Ph.D. 67 pp.

This research is aimed to study characters of product consumption and alien labor service and adjustment for employment, communication, product and service and price indication of product and service of the business owner. The research method is interview in details with alien labors and business owner who are the main information source of this research as well as monitor behavior and incident occurred in the community.

Study result is found that 1) characters of product and service consumption of alien labor are different from those of Thai because they live temporarily and their culture are different from Thai people. 2) For employment adjustment of alien labor, business owner hire more alien labor because Thai labors are not enough and the alien labor hiring is more legal. 3) For communication with alien labor, the conversation is easy to understand and the tone is soft to build relationship and friendship with them and to be able to monitor behavior of Alien labor 4) For product and service adjustment, they focus on utility more than quality so the marketing should target specially on the need of alien labor group. 5) For product and service price indication adjustment, the promotion should be done by the price reducing campaign and indicate price in the level that the alien labor can afford.

---

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

Academic Year 2013

Students' signature .....

Research Advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจากอาจารย์ ดร. วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย รวมทั้งอาจารย์ประพล เปรมทองสุข ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์อริสสา สะอาดนัก กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาหลักสูตรและการนิเทศทุกท่านที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำและประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร และวิทยานิพนธ์ทุกเล่ม ที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ ขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ และน้องๆ ชาวหลักสูตรและการนิเทศทุกคนที่ให้คำแนะนำและกำลังใจตลอดมา

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการ และแรงงานต่างด้าว ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีใน การเก็บรวบรวมการวิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ที่อบรมสั่งสอน ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
<b>บทที่</b>	
1    บทนำ .....	1
ที่มาและความสำคัญ .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	4
ขอบเขตของการวิจัย .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
2    วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	6
ข้อมูลทั่วไปของอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร .....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) .....	9
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค .....	12
ทฤษฎีการปรับตัว .....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด .....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	22
3    วิธีดำเนินการวิจัย .....	28
การเลือกพื้นที่การศึกษา .....	28
ผู้ให้ข้อมูลหลัก .....	29
วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ .....	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	31
การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล .....	31
4    ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	33
ตอนที่ 1 ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการ	
ของแรงงานต่างด้าวที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ.....	34



บทที่	หน้า
ตอนที่ 2 การปรับตัวของการประกอบขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว .....	38
ตอนที่ 3 การปรับตัวของการประกอบขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าว .....	40
ตอนที่ 4 การปรับตัวของการประกอบขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการ .....	41
ตอนที่ 5 การปรับตัวของการประกอบขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ .....	44
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	47
สรุปผลการวิจัย .....	47
อภิปรายผลการวิจัย .....	50
ประโยชน์จากการวิจัย .....	53
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต .....	54
รายการอ้างอิง .....	56
ภาคผนวก .....	61
แบบสอบถาม สำหรับผู้ประกอบการ .....	62
แบบสอบถาม สำหรับแรงงานต่างด้าว .....	64
ประวัติผู้วิจัย .....	67

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญ

การเปลี่ยนแปลงในสังคมโลกปัจจุบันประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของประเทศไทยทำให้ต้องปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงานให้ ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกจึงนำมาสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับ ที่ 11 ที่เน้นการพัฒนาแบบองค์รวมที่ยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์ เป็นทรัพยากรที่สร้างสรรค์คุณค่าให้แก่องค์กรสูงสุดเป็นทรัพยากรมูลค่าเพิ่มไม่ว่าโลกจะ เปลี่ยนแปลงไปมากเพียงใดก็ตามแต่ทรัพยากรที่แต่ละองค์กรต้องการก็คือ “คน” เนื่องจากความรู้ ทักษะและความสามารถมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรและความสามารถในการ จับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (ชมสุภัค ครุฑกะ, 2554) นโยบายประชาคมอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) มีซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลก รวมถึงการคมนาคมที่เสรีขึ้น ทำให้มี การเคลื่อนย้ายแรงงานเข้ามาทำงานในประเทศไทยมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องปรับตัว มากขึ้น โดยเฉพาะด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจุบันมีต่างด้าวเข้ามาทำงานในประเทศไทยจำนวน มาก ส่วนใหญ่มาจากประเทศพม่า ประเทศลาว และประเทศกัมพูชา เข้ามาทำงานมีทั้งชั่วคราวและถาวร การดำรงชีวิตของแรงงานต่างด้าวจำเป็นต้องพึ่งพาภาคธุรกิจเพื่อทำงานแลกรายได้ และภาค ธุรกิจก็จำเป็นต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าว เพื่อแลกการขับเคลื่อนการผลิต โดยเน้นจ้างงานกับแรงงาน ต่างด้าว นอกเหนือจากการจ้างงานที่มีต้นทุนต่ำแล้ว ภาคธุรกิจยังจำเป็นต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าว ในการอุปโภคและบริโภคสินค้า รวมถึงการใช้บริการต่างๆ ด้วย โดยเฉพาะธุรกิจประเภท SMEs ที่ กระจายอยู่ทุกภูมิภาค การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ทำให้ภาคธุรกิจและภาคแรงงานต่างต้องปรับตัว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการอยู่รอด โดยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยที่ทำให้ เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้แก่ นวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ กระแสตลาด และการ แข่งขันของโลก การเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง การรุกรานของผู้ประกอบการรายใหญ่ และการ เติบโตของแรงงานที่ต้องใช้ความรู้เป็นฐานในการทำงาน ซึ่งทำให้องค์กรธุรกิจทุกประเภทต้อง ปรับเปลี่ยนการประกอบธุรกิจอย่างมาก ทั้งในเรื่องการตอบสนองและการปรับตัวให้ทันกับ ความต้องการของลูกค้า การจัดองค์กร การลดขนาดขององค์กรในขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การใส่

ใจเรื่องทรัพยากรในฐานะสินทรัพย์ที่สำคัญขององค์กร การบริหารงานอย่างไม่มีการขอบเขตจำกัด การปลูกฝังค่านิยม การกำหนดวิสัยทัศน์ที่ถูกต้อง และการทำงานร่วมกันเป็นทีม เป็นต้นนอกจากนี้ กระแสแรงกดดันของปัจจัยดังกล่าว ยังนำมาสู่สถานการณ์ของการทำธุรกิจที่มีความไม่แน่นอนเพิ่มมากขึ้น เพราะการแข่งขันทางธุรกิจมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ประกอบกับผู้บริโภคต่างมีทางเลือกเกี่ยวกับสินค้าและบริการมากขึ้นด้วย

บทบาทที่สำคัญของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ยังมีความสัมพันธ์โดยตรงอย่างแน่นแฟ้นกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ และกระจายอยู่ทั่วประเทศไม่ว่าจะที่ไหนก็ตาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเองมีลักษณะของการกระจายอยู่ในท้องถิ่น โดยที่ทิศทางของธุรกิจย่อมแตกต่างกันไปตามสภาพท้องถิ่นเอง นอกจากนี้ธุรกิจยังมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในหลายด้าน ทั้งในด้านเสริมสร้างการจ้างงานและมูลค่าเพิ่ม ช่วยสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ โดยผู้ประกอบการเป็นแรงผลักดันสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ นวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้ตัดสินใจสร้างแรงจูงใจ สื่อสาร รวมถึงลงมือปฏิบัติ ผู้ประกอบการจึงถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจเพราะต้องทำหน้าที่ควบคุมดูแล ตั้งการ วางแผน และเป็นผู้ตัดสินใจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554) รายงานว่าผู้ประกอบการไทย มีภูมิหลังทางการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าคล้ายกับบุคลากรในกลุ่มลูกจ้าง ขณะเดียวกันลักษณะการประกอบการก็ไม่เอื้ออำนวยหรือจูงใจพอที่จะสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ขึ้นมาทำให้อัตราความล้มเหลวค่อนข้างสูง เพราะขาดการเตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการ

“แรงงานข้ามชาติ” หรือ ที่เรียกตามภาษาราชการว่า “แรงงานต่างด้าว” (คนต่างด้าว หมายถึง บุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีสัญชาติไทย) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากการเคลื่อนย้ายแรงงานจากประเทศหนึ่งสู่อีกประเทศหนึ่ง โดยมีลักษณะที่มีปฏิสัมพันธ์กับสังคมอีกสังคม หรืออีกวัฒนธรรมหนึ่งผ่านการจ้างแรงงาน ซึ่งการเคลื่อนย้ายลักษณะดังกล่าวนี้เกิดขึ้นในแทบทุกภูมิภาคของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่การคมนาคมและการสื่อสารไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของมนุษย์ดังเช่นอดีต ผสมรวมกับปัจจัยทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่มีความรวดเร็วและซับซ้อนมากขึ้น (กรมการจัดหางาน, 2551:1) (กระทรวงแรงงาน, 2551: 3) รายงานว่าจังหวัดที่มีแรงงานต่างด้าวคงเหลือ 5 อันดับแรก จำแนกตามลักษณะการเข้าเมืองรายจังหวัด พบว่า กรุงเทพมหานคร มีจำนวนแรงงานต่างด้าวมากที่สุด รองลงได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากข้อมูลดังกล่าว จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีการใช้แรงงานต่างด้าวมากจังหวัดหนึ่ง

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพเอื้อต่อการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม เนื่องจากอยู่ในเขตปริมณฑลกรุงเทพมหานคร มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกและรวดเร็ว ประกอบกับมีโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมต่อการลงทุน จึงมีผู้ประกอบการด้านธุรกิจให้ความสนใจมาลงทุนตั้งโรงงานอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดสมุทรสาครเป็นจำนวนมาก (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร, 2553) และยังมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการสามารถควบคุมดูแลกิจการได้ทั่วถึงและใกล้ชิด การดำเนินธุรกิจไม่ว่าด้านการผลิตสินค้า การจัดจำหน่ายหรือการบริการจะมีความยืดหยุ่นสูง สอดคล้องกับยุคการผลิตและการค้าที่ต้องการตอบสนองที่รวดเร็ว ตลอดจนการผลิตและการค้าที่มีความหลากหลายของรูปแบบหรือบริการ มุ่งคุณภาพมากกว่ามุ่งปริมาณ

แม้ว่าปัจจุบันมีการศึกษาเกี่ยวกับแรงงานต่างด้าว อาทิ การพลัดถิ่นของแรงงานต่างด้าว กฎหมายแรงงานข้ามชาติ การปรับตัว สาเหตุการเข้ามาทำงานของแรงงานต่างด้าว และมีการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ทั้งคุณลักษณะส่วนบุคคล ความรู้ความชำนาญ ความสำเร็จ ความต้องการของผู้ประกอบการ อย่างหลากหลาย แต่การศึกษาลักษณะการบริโภคนสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ที่มีแรงงานต่างด้าวมาอาศัยและประกอบอาชีพและเป็นพื้นที่เหมาะสมเอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการบริโภคนสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าว ที่เกี่ยวข้องกับประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าวในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อศึกษาการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าวในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
4. เพื่อศึกษา การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
5. เพื่อศึกษาการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลจากการศึกษาทำให้ทราบข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงของการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครทั้งในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว ด้านการติดต่อสื่อสารกับแรงงานต่างด้าว ด้านการสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการ และด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ

2. ผลจากการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถศึกษาลักษณะของแรงงานต่างด้าวและปรับรูปแบบการประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของผู้ประกอบการในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว ด้านการติดต่อสื่อสารกับแรงงานต่างด้าว ด้านสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการ และด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ งานวิจัย และเอกสารต่างๆ รวมถึงรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงปัญหาต่างๆ

#### ขอบเขตด้านพื้นที่

ทำการศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

#### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรสำหรับการศึกษา ประกอบไปด้วยประชากรกลุ่มต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ  
 ดังนี้ **ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี**

1. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ที่ดำเนินธุรกิจ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

2. แรงงานต่างด้าวที่เข้ามาอาศัยและทำงานในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

#### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ระหว่างเดือน มิถุนายน 2556 - เดือนธันวาคม 2556 และระยะเวลาในการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนสิงหาคม 2556 - เดือนพฤศจิกายน 2556

### นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง การอธิบายถึงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว ภายใต้สังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่าง
2. การปรับตัวด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว หมายถึง การปรับเปลี่ยนการคัดเลือกแรงงานต่างด้าวให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เมื่อรับเข้ามาแล้วสามารถจะทำงานร่วมกันไปได้นานเพื่อให้ได้แรงงานที่มีความสามารถมาช่วยขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้
3. การปรับตัวด้านการติดต่อสื่อสารกับแรงงานต่างด้าว หมายถึง การปรับเปลี่ยนและลักษณะการส่งสาร จากผู้ประกอบการไปยังแรงงานต่างด้าว โดยการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ความคิดเห็นและความรู้สึก ในรูปแบบของสัญลักษณ์ รูปภาพ น้ำเสียง และภาษา
4. การปรับตัวด้านสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการ หมายถึง การปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าแรงงานต่างด้าว และการปรับเปลี่ยนการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แรงงานต่างด้าว เพื่อความพึงพอใจสูงสุดและการให้ความสะดวกในสิ่งที่แรงงานต่างด้าวต้องการและในเวลาที่แรงงานต่างด้าวต้องการ
5. การปรับตัวด้านการกำหนดราคาของสินค้าและบริการ หมายถึง การปรับเปลี่ยนการกำหนดราคาสินค้าและบริการออกมาในรูปจำนวนเงินเพื่อให้เหมาะสมกับความสามารถในการบริโภคและบริการของลูกค้ากลุ่มแรงงานต่างด้าว

## บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีการปรับตัว
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. ข้อมูลทั่วไปของอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร

จังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดชายทะเล ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ประมาณเส้นรุ้งที่ 130 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศาตะวันออก เป็นจังหวัดปริมณฑล ห่างจากกรุงเทพมหานครตามระยะทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 35 (ถนนพหลโยธิน 2) ประมาณ 30 กิโลเมตร มีพื้นที่ 872,347 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 541,216 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้ (สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2556)

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดนครปฐม

ทิศใต้ ติดต่อทะเลอ่าวไทย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับกรุงเทพมหานคร

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดราชบุรี

### 1.1 ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดสมุทรสาคร มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม ชายฝั่งทะเล สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1.00 – 2.00 เมตร มีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่านตอนกลางจังหวัด ไหลคดเคี้ยวตามแนวเหนือใต้ลงสู่อ่าวไทยที่อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ระยะทางยาวประมาณ 70 กิโลเมตร พื้นที่ตอนบนในเขตอำเภอบ้านแพ้วและอำเภอกระทุ่มแบน มีความอุดมสมบูรณ์ของดินและมีโครงข่ายแม่น้ำลำคลองเชื่อมโยงถึงกัน กระจายอยู่ทั่วพื้นที่กว่า 170 สาย จึงเหมาะที่จะทำการเพาะปลูกพืชนานาชนิด และบางส่วนเป็นย่านธุรกิจอุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัย พื้นที่ตอนล่างของจังหวัดในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาครอยู่ติดชายฝั่งทะเลยาว 41.8 กิโลเมตร จึงเหมาะที่จะประกอบอาชีพที่จะประกอบอาชีพประมงทะเล เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งและทำนาเกลือ (สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2556)

### 1.2 สภาพสังคม

จังหวัดสมุทรสาครเป็นปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร สภาพสังคมแบบกึ่งชนบท กึ่งเมืองประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองส่วนใหญ่ จะตั้งบ้านเรือนกระจุกตัวอยู่ริมถนนสายหลัก และสายรองมีลักษณะครอบครัวเดี่ยว ส่วนใหญ่เป็นชนบทการตั้งบ้านเรือนจะกระจายอยู่ตามริมแม่น้ำลำคลอง ประชากรส่วนใหญ่เป็นคนไทย เชื้อสายจีน และเชื้อสายรามัญ (สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2556)

### 1.3 ที่ตั้งชุมชนของแรงงานต่างด้าว

แรงงานต่างด้าวที่ได้รับผ่อนผันให้ทำงานเป็นการชั่วคราวในจังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่เป็นชาวพม่าเชื้อสายมอญ โดยแหล่งที่ตั้งชุมชนคนต่างด้าวที่มีการพักอาศัยหนาแน่นอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองสมุทรสาครมีจำนวน 31 ชุมชนดังนี้ (สำนักงานจัดหางานจังหวัดสมุทรสาคร, 2556)

1. พื้นที่ตำบลมหาชัย ได้แก่ ชุมชนหอพักบ้านเช่าบริเวณวิเชียร โชฎก ซอย 16 (1,500 คน), ชุมชนสะพานปลาสมุทรสาคร (5,000 คน), ชุมชนตลาดกลางค้ากุ้ง (5,000 คน), ชุมชนหอพักบ้านเช่าบริเวณเกาะสมุทร (10,000 คน), ชุมชนตลาดพงษ์ทิพย์ (2,000 คน) ชุมชนเจษฎาวิถี ซอย 8 (5,000 คน), ชุมชนบ้านท่าจีน (10,000 คน), ชุมชนท่าฉลอม (10,000 คน), ชุมชนท่าทราย (20,000 คน)
2. พื้นที่ตำบลท่าจีน ได้แก่ ชุมชนตลาดทะเลไทย (500 คน), ชุมชนวัดหงส์อรุณรัศมี (3,000 คน)
3. พื้นที่ตำบลโคกขาม ได้แก่ ชุมชนหอพักบ้านเช่าหมู่บ้านมหาชัยนิเวศน์ (10,000 คน),



ชุมชนบ้านโคก (5,000 คน), ชุมชนบ้านขอม(2,000 คน), ชุมชนหมู่บ้านเบญจทรัพย์นคร(7,000 คน)

4. พื้นที่ตำบลท่าทราย ได้แก่ ชุมชนคลองครุ(15,000 คน), ชุมชน (10,000 คน),ชุมชน ตลาคมหาชัยวิลล่า(10,000 คน), ชุมชนซอยวัดทองธรรมิการาม(3,000 คน)

5. พื้นที่ตำบลบางน้ำจืด ได้แก่ ชุมชนซอยกองพนันพล (1,000 คน), ชุมชนนิคม อุตสาหกรรมบางปิ้ง (10,000 คน)

6. พื้นที่ตำบลบางหญ้าแพรก ได้แก่ ชุมชนซอยวัดสามัคคีศรีธรรมาราม(5,000 คน), ชุมชนวัดบางหญ้าแพรก (1,000 คน) ,ชุมชนโกรกกรากใน(5,000 คน)

7. พื้นที่ตำบลบางโทรัด ได้แก่ ชุมชนวัดเกตุมวดี(3,000 คน)

8. พื้นที่ตำบลโกรกกราก ได้แก่ ชุมชนวัดโกรกกราก (10,000 คน)

9. พื้นที่ตำบลนาดี ได้แก่ ชุมชนเคหะชุมชนมหาชัย (3,000 คน), ชุมชนปัญญาพัฒนา ที่ดิน (1,000 คน) ชุมชนคลองนา(5,000 คน), ชุมชนวัดเทพนรรัตน์ (5,000 คน)

10. พื้นที่ตำบลคอกกระบือ ได้แก่ ชุมชนแสงเจริญ (เชื่อมสุข) (500 คน)

#### 1.4 สภาพเศรษฐกิจ

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่มี GDP เป็นอันดับ 6 ของประเทศ และเป็นจังหวัดที่มีแรงงานต่างด้าวจำนวนมากเป็นอันดับที่ 5 ของประเทศ ทำงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออกในหลายๆ ประเภท หนึ่งในประเภทกิจการที่มีแรงงานข้ามชาติเข้าไปทำงานทดแทนแรงงานไทยมากที่สุดคือ กิจการอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากประมงทะเล การแปรรูปอาหารเบื้องต้นและอาหารแช่เยือกแข็งเพื่อการส่งออก ซึ่งในแต่ละปี ประเทศไทยมีการส่งออกอาหารแช่เยือกแข็งมากกว่า 90,000 – 100,000 ล้านบาทต่อปี และในแต่ละปีพบว่า สถานประกอบการมีการขยายตัว มีจำนวนสถานประกอบการเพิ่มขึ้นจำนวนมาก แสดงว่า กำลังแรงงานเป็นความต้องการที่ไม่มีสิ้นสุด ปัญหาขาดแคลนแรงงานเกิดขึ้นอยู่เสมอ ดังนั้นแรงงานต่างด้าวมีการอพยพเคลื่อนย้าย หลบหนีเข้าเมืองมาทำงานอย่างต่อเนื่องผ่านกระบวนการนายหน้าจากประเทศต้นทางระหว่างทางและปลายทาง และในแต่ละปีรัฐบาลตอบสนองปัญหาและมีนโยบายให้แรงงานหลบหนีเข้าเมืองที่มีนายจ้างต้องมาจดทะเบียนเพื่อขอใบอนุญาตทำงานปีต่อปี

(สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสมุทรสาคร, 2556) พบว่า จังหวัดสมุทรสาคร มีผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งจดทะเบียนนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัดและห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ที่ยังคงอยู่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 มีจำนวนทั้งสิ้น 7,848ราย แยกเป็นบริษัทจำกัด 5,746 ราย ห้างหุ้นส่วนจำกัด 2,074 ราย ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล 13 ราย และบริษัทมหาชนจำกัด 15 ราย

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความหมายของ SMEs ว่าเป็นคำย่อจากภาษาอังกฤษ คือ “Small and Medium Enterprises” หรือแปลเป็นภาษาไทยว่า “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”

SMEs หมายถึง ธุรกิจที่มีการบริหารงานอิสระไม่อยู่ในขอบเขตขององค์กรใด เงินลงทุนมาจากเจ้าของกิจการ หรือเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินภายในประเทศ ลักษณะการผลิตนั้นต้องคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น โดยอาศัยความรู้ ความสามารถของคนในชุมชนให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบมีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม เป็นผู้คอยให้คำแนะนำและคอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยี คิดค้นอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่างๆ และการวิจัยอย่างครบวงจร

### 2.1 ขอบเขตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ขอบเขตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในส่วนของประเทศไทยมีการกำหนดธุรกิจ SMEs โดยครอบคลุมประเภทกิจการ 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

2.1.1 กิจการด้านการผลิต ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจการเกษตร อุตสาหกรรม และเหมืองแร่ ซึ่งสามารถจำแนกตามปัจจัยหลักในการดำเนินงาน เป็น 2 กลุ่มใหญ่

2.1.1.1 Capital Intensive คือ ธุรกิจที่มีปัจจัยการผลิตส่วนใหญ่เป็นทุน เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ เคมี อิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ

2.1.1.2 Labor Intensive คือ ธุรกิจที่มีปัจจัยการผลิตส่วนใหญ่เป็นแรงงาน เช่น โรงงานเย็บผ้า รุ่งเก่า โรงงานทำรองเท้า ที่ยังใช้คนเย็บ

2.1.2 กิจการด้านการค้า จำแนกเป็นการค้าส่ง ค้าปลีก รวมทั้งการนำเข้า-ส่งออก ปัจจุบันมีการจำแนกธุรกิจ SMEs ภาคการค้าออกเป็น 6 กลุ่มคือ

2.1.2.1 สินค้าอุปโภคบริโภค

2.1.2.2 สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง เครื่องประดับ

2.1.2.3 ยานยนต์และอุปกรณ์ เครื่องจักร เชื้อเพลิง

2.1.2.4 เครื่องเรือน เครื่องใช้ในบ้าน

2.1.2.5 สิ่งพิมพ์ เครื่องเขียน

2.1.2.6 สินค้าเกษตร เกษตรแปรรูป

2.1.3 กิจการด้านการบริการ จำแนกออกเป็น 9 กลุ่มหลักๆ คือ

2.1.3.1 บริการด้านสุขภาพ

2.1.3.2 บริการด้านการท่องเที่ยว และนันทนาการ

2.1.3.3 ด้านสื่อต่างๆ เช่น ซอฟต์แวร์/ บันทึกลง/ โฆษณา

2.1.3.4 บริการปรึกษา วิชาชีพ

2.1.3.5 บริการด้านการศึกษาและฝึกอบรม เช่น โรงเรียน สถาบันกวดวิชา

2.1.3.6 ด้านอสังหาริมทรัพย์และLogistic (Inbound, Outbound)

2.1.3.7 บริการด้านการเงิน รับจำนำ และการร่วมลงทุน

2.1.3.8 บริการด้านโทรคมนาคม

กลุ่มดังกล่าว ในการกำหนดแผนการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญคือ ต้องสามารถกำหนดขนาดของธุรกิจที่จัดเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพธุรกิจของประเทศ สำหรับการกำหนดขนาดของ SMEs มีการใช้เกณฑ์ต่างๆ มากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น การใช้ยอดจำหน่าย จำนวนพนักงาน เงินลงทุน รายได้ มูลค่าสินทรัพย์ถาวร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากหน่วยงานที่เป็นกลางคือ ศูนย์กลางค้าระหว่างประเทศแห่งสหประชาชาติ ปรากฏว่า ได้มีการกำหนดกรอบกิจการ SMEs ดังนี้

1. เป็นธุรกิจขนาดเล็ก เน้นกิจการในครัวเรือน และอยู่ในภูมิภาคหรือชนบท
2. มีผลผลิตที่สำคัญต่อชุมชน แต่มีจำนวนผลผลิตน้อย
3. ผลิตเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐาน เช่น อาหาร เสื้อผ้า และเครื่องใช้ใน
4. เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่เกี่ยวข้องกับ งานไม้ หัตถกรรม และงานซ่อมแซมต่างๆ
5. มีการใช้วัตถุดิบนำเข้าและเครื่องจักรในปริมาณที่น้อยมาก

กิจการที่เข้าข่ายเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ได้แก่ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรซึ่งไม่รวมที่ดิน สำหรับการประกอบกิจกรรมด้านการผลิตหรือการให้บริการไม่เกิน 200 ล้านบาท และมีการจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน (รสนันท์ สรรเสอาด, 2546)

## 2.2 เกณฑ์กำหนดขนาดของธุรกิจ

ในอดีตการกำหนดขนาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย มีความหลากหลายในการเลือกใช้เกณฑ์ต่างๆ เนื่องจากการกำหนดขนาดดังกล่าวจะเป็นการจำแนกสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับ ซึ่งเดิมเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขึ้นกับการใช้งานภายในองค์กร หรือหน่วยงานต่างๆ อย่างไรก็ตามเพื่อให้การดำเนินงานต่างๆ ที่มีต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นไปในทิศทางเดียวกันสำหรับทุกๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง ธนาคารของธุรกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้สินทรัพย์ถาวรรวมที่ดินและจำนวนการจ้างงานเป็นเกณฑ์จำแนกขนาดธุรกิจดังนี้

ตารางที่ 1 หลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดธุรกิจขนาดย่อม มีเกณฑ์ในการจำแนกดังนี้

ประเภทกิจการ	การจ้างงาน	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (ล้านบาท)
ผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
บริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
ค้าส่ง	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
ค้าปลีก	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 50	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

ที่มา : แผนแม่บทการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปี 2556

ตารางที่ 2 หลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดธุรกิจขนาดกลาง มีเกณฑ์ในการจำแนกดังนี้

ประเภทกิจการ	การจ้างงาน	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (ล้านบาท)
ผลิตสินค้า	51 – 200	เกินกว่า 50 แต่ไม่เกิน 200	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
บริการ	51 – 200	เกินกว่า 50 แต่ไม่เกิน 200	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
ค้าส่ง	26 – 50	เกินกว่า 50 แต่ไม่เกิน 100	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
ค้าปลีก	16 – 30	เกินกว่า 30 แต่ไม่เกิน 60	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

ที่มา : แผนแม่บทการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปี 2556

ผู้วิจัยทำการเลือกธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีประเภทธุรกิจที่หลากหลาย กระจายตัวอยู่ทั่วชุมชน การกำหนดหลักเกณฑ์การกำหนดประเภทธุรกิจนี้ สามารถนำมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง

ประเภทธุรกิจของผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างการศึกษาในครั้งนี้

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคล แต่ละบุคคลในการค้นหาการเลือกซื้อการใช้การประเมินผลหรือจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการ ของตนเองได้ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเทคนิคและการบริการทางเศรษฐกิจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538: 28)

เหตุผลที่จำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาแนวแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคเองย่อมมีแตกต่างกันไปตามลักษณะภูมิหลัง เนื่องจากถิ่นฐานที่แตกต่างกัน ปัจจุบันการตลาดเป็นยุคของผู้บริโภคจึงต้องเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ กับกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป ทำให้ต้องตระหนักถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลเพื่อประโยชน์ในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมตามวิถีของตนเพราะมนุษย์มีทัศนคติ และสิ่งจูงใจ ของตนเองแตกต่างไปจากบุคคลอื่น ๆ ที่สำคัญจะเป็นการช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือเรียกอีกอย่างได้ว่าเป็นการทำธุรกิจแบบยั่งยืน

#### 3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภค ได้รับสิ่งที่กระตุ้นทำให้เกิดความต้องการผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด ผู้บริโภคแต่ละรายมีความรู้สึกนึกคิดที่ได้รับอิทธิพลจาก คุณลักษณะต่างๆ ของตนเอง และสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเพื่อทำให้เกิดการตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ พฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหรือสิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุอันจูงใจให้เกิดการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ อาจเกิดจากเหตุจูงใจด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยาก็ได้ สำหรับผู้ประกอบการ ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย 2 ส่วนคือ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543: 139)

- 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการและความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติการรับรู้และการเรียนรู้
- 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจรอบครัว สังคม วัฒนธรรม การติดต่อธุรกิจ และสภาพแวดล้อม

### 3.1.1 ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลในด้านความคิดและการแสดงออกซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนาแรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะการรับรู้

3.1.1.1 ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ซึ่งเราจะใช้คำว่าความต้องการในการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการ ในการใช้สินค้าหรือบริการคือเมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการไม่ว่าในด้านร่างกายหรือจิตใจ บุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือความต้องการนั้นๆ เราอาจจะกล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์หรือความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด นอกจากนั้นยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอด ความสามารถในการสร้างกำไรและความเจริญเติบโตของธุรกิจภายใต้สิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีการแข่งขันกล่าวคือธุรกิจต้องสามารถที่จะกำหนดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ได้ดีกว่าและรวดเร็วกว่าคู่แข่ง

3.1.1.2 แรงจูงใจ เมื่อบุคลิกเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้นและหากปัญหานั้นไม่รุนแรงผู้บริโภคอาจจะปล่อยวางไม่คิดไม่ใส่ใจหรือไม่ทำการตัดสินใจใดๆ แต่หากปัญหานั้นๆ ขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้นผู้บริโภคก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่ต้องศึกษาถึงความต้องการและและความคิดของผู้บริโภคเพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคให้ได้

3.1.1.3 บุคลิกภาพ เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจากความคิดความเชื่อ อุปนิสัยและสิ่งจูงใจต่างๆ ระยะเวลาและแสดงออกมาในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น การที่ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะมีการแสดงออก หรือตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจและกล้าแสดงความคิดเห็น มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่นได้ง่ายจะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

3.1.1.4 ทักษะคิด เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยทักษะคิด จะมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลนั้น เมื่อเราต้องการให้บุคคลใดๆ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทักษะคิดของเขาก่อนแต่ในความเป็นจริงทักษะคิดเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้นการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคย่อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งต้อง

ใช้ความเข้าใจแรงพยายามและระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

3.1.1.5 การรับรู้ เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดเห็นหรือการกระทำของบุคคลอื่น ก้าวแรกเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภค คือ ต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการสร้างภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์กร ให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภคซึ่งจะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

3.1.1.6 การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลทั้งที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาวดังนั้นหากมีการรับรู้แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างจะคงที่ก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้

### 3.2.1 ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยที่ปัจจัยภายนอกสามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

3.2.1.1 สภาพเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อ ของผู้บริโภคทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

3.2.1.2 ครอบครัวการเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคล จะได้รับอิทธิพลจากครอบครัวซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่นๆ เนื่องจากบุคคลจะใช้ชีวิตในวัยเด็ก ซึ่งเป็นวัยซึมซับและเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำของบุคคลไปตลอดชีวิต เป็นต้น

3.2.1.3 สังคม กลุ่มสังคมนอบๆ ตัวของบุคคล มีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันของสังคม เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือที่เรียกว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมของสังคม และความเชื่อ นอกจากนี้สังคมนับเป็นได้ทั้งสังคมอาชีพและสังคมท้องถิ่น ทำให้ต้องศึกษาถึงลักษณะของสังคม เพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยเฉพาะบรรทัดฐาน ที่สังคมกำหนด

3.2.1.4 วัฒนธรรม เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อว่าเป็นสิ่งที่ดีงามและยอมรับปฏิบัติมาเพื่อให้สังคมดำเนินและพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมนับว่าเหมือนกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน การรับรู้ ความต้องการ และพฤติกรรม ซึ่งเรียนรู้จากการเป็นสมาชิกของสังคมใน

ครอบครัวชุมชนและสังคม จึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต ที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับประกอบด้วยค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมในการใช้ชีวิตหรือสิ่งของหรือแม้กระทั่งวิถีคิดก็เป็นวัฒนธรรมด้วย

3.2.1.5 การติดต่อธุรกิจ หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้นๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆ ก็จะมีความคุ้นเคยซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะซื้อสินค้านั้น ดังนั้นธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคพบเห็น ได้รู้จัก ได้สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง การสร้างให้บุคคลเกิดการเปิดรับ มากเท่าใดก็ยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น ตามหลักจิตวิทยา ที่มีอยู่ว่าความคุ้นเคยนั้นก่อให้เกิดความรัก

3.2.1.6 สภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความแปรวนแปรของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำ หรือ เชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ EI Ninyo และ La Nina เป็นต้นส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ปัจจัยแวดล้อมภายนอกจะมีความสำคัญอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ เพียงแต่องค์ประกอบแต่ละตัวจะมีความรุนแรงและผลกระทบในมิติที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรที่จะต้องตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญ โดยติดตามตรวจสอบและวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อสินค้าและบริการ

จากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษา ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวตลอดจนสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลของแรงงานต่างด้าวที่ส่งผลให้ธุรกิจจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีการปรับตัว

การดำเนินชีวิตของมนุษย์มีจุดหมายสำคัญ คือ การทำตัวเองให้มีความสุขและปราศจากความทุกข์ ดังนั้น ทุกชีวิตจึงต้องขวนขวายทุกวิถีทางเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง คือ มีสุข ปราศจากทุกข์ ในกระบวนการตอบสนองความต้องการ บางครั้งก็สำเร็จลุล่วงด้วยดี บางครั้งก็มีอุปสรรคขัดขวางไม่ให้อำนาจลุล่วงตามความต้องการ เมื่อมีปัญหาอุปสรรคเกิดขึ้น ย่อมก่อให้เกิดความทุกข์ เช่น ความไม่สบายใจ เกิดความเครียด ซึ่งเป็นเหตุให้มนุษย์ค้นหาวิธีการต่างๆ เพื่อมาจัดการกับปัญหาอุปสรรคที่มีให้หมดไป หรือหากลวิธีที่สามารถจัดการกับปัญหาอุปสรรคได้ โดยในทางจิตวิทยาเรียกวิธีการนี้ว่า “การปรับตัว”

ได้มีนักจิตวิทยาและนักการศึกษาให้ความหมายไว้ ดังนี้ เบร์เนด (Bernard, 1960, อ้างถึงใน จุมจินต์ สัตตทุกข์, 2543) ได้กล่าวถึง เรื่องการปรับตัวนั้น หมายถึง ในการที่



บุคคลสามารถปรับตัวว่า หมายถึง การที่บุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับตนเองและโลกภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพความพึงพอใจ ความแจ่มใสอย่างสูงสุดมีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับสภาพสังคม มีความสามารถที่จะเผชิญและยอมรับความจริงของชีวิต

สุชา จันทน์เอม (2544) กล่าวถึง การปรับในแง่ของจิตวิทยา หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้แสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายต่างๆ ในสิ่งแวดล้อมของเขา มนุษย์ทุกคนต้องมีการปรับตัวราวเท่าที่เขาจะดำรงชีวิตอยู่ ต้องแก้ปัญหาเพื่อความสำเร็จในการทำงาน เพื่อทำมาหาเลี้ยงชีพ เพื่อสนองความต้องการทั้งทางกาย ทางจิตใจ และทางสังคม

มัลลวีร์ อคฺลว้ฒนศิริ (2538) การปรับตัว หมายถึง การที่บุคคลใช้ความสามารถที่ตัวเองมีอยู่อย่างเต็มที่ ในการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงความรู้ นึกคิด และความต้องการของตนให้สามารถแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกลมกลืนกับสถาน การณ์และสภาพแวดล้อม

สรุปว่า การปรับตัว หมายถึง ความสามารถปรับกระบวนการ ความคิด ความรู้สึก หรือพฤติกรรมไปตามสภาพสังคม สิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงนั้นๆ ได้ดี เพื่อสามารถอยู่รอดได้อย่างปกติสุขทั้งทางกายและจิตใจ

#### 4.1 ทฤษฎีการปรับตัว

การปรับตัวเป็นผลมาจากการที่บุคคลมีวุฒิภาวะเพียงพอที่จะเอาชนะอุปสรรคหรือวิกฤติการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงของพัฒนาการ โดยอาศัยประสบการณ์ที่บุคคลได้เรียนรู้จากสภาพแวดล้อมทางสังคมมาแก้ไขอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและสิ่งแวดล้อม การที่บุคคลสามารถเอาชนะอุปสรรคในช่วงแรกของชีวิต ไม่ได้ส่งผลให้แก้ไขอุปสรรคในช่วงต่อไปในชีวิตไม่ได้ ดังนั้น การปรับตัวของวัยรุ่นจึงขึ้นอยู่กับปรับตัวขั้นแรกและการปรับตัวได้ดีในวัยรุ่นส่งผลให้บุคคลนั้นสามารถปรับตัวได้ดีในอนาคตด้วย

โรเจอร์ส (Rogers, 1972, อ้างถึงใน นันทิชา บุญละเอียด, 2554) ผู้นำทฤษฎีว่าด้วยตนและทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบผู้รับคำปรึกษาเป็นศูนย์กลาง ได้พิจารณาการปรับตัวในแง่ของการปรับตัวภายในตนเอง โดยเชื่อว่ามนุษย์ทุกคนเป็นศูนย์กลางของประสบการณ์ต่างๆ รอบตัว ซึ่งเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ส่วนหนึ่งของประสบการณ์ที่บุคคลได้รับและมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น รวมทั้งการประเมินผลจากการมีปฏิสัมพันธ์นั้นก่อให้เกิดตัวเราหรือโครงสร้างของตนขึ้นมา เป็น การรับรู้เกี่ยวกับตนเองในด้านต่างๆ เช่น บุคลิกลักษณะ ความสามารถของตน บทบาทต่างๆ ของตนเองในการเกี่ยวข้องกับผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม ทศนคติค่านิยมต่างๆ ของตัวเรา ประสบการณ์ที่แต่

ละคนได้รับจึงมีส่วนสำคัญในการกำหนดบุคลิกภาพให้แตกต่างกัน โดยที่แต่ละคนจะเข้าใจและรู้จักโลกส่วนตัวของเขาได้ดีที่สุด

บุคคลที่ปรับตัวได้ คือ บุคคลที่เป็นตัวของตัวเอง เข้าใจและยอมรับตนเองและผู้อื่น รวมทั้งสามารถรับรู้ประสบการณ์ต่างๆ ตามความเป็นจริง นำประสบการณ์นั้นมาจัดให้สอดคล้องกับโครงสร้างหรือบุคลิกลักษณะของตนเองอย่างไม่ขัดแย้งหรือบิดเบือน จะมีการรับรู้และมีความคิดเกี่ยวกับตนเองทางบวก ส่วนบุคคลที่ปรับตัวไม่ได้ จะมีความขัดแย้งระหว่างความคิดเกี่ยวกับตน กับประสบการณ์ที่เกิดขึ้นมาใหม่อย่างมาก ทำให้เกิดความตึงเครียด วิตกกังวล สับสน ไม่แน่ใจ สูญเสียความเป็นตัวเองและมีความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเองในทางลบ

Roy กล่าวว่า ทฤษฎีพื้นฐานความเชื่อเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ประกอบด้วยร่างกาย จิตใจและสังคมซึ่งทำงานผสมผสานเป็นหน่วยเดียวกัน เพื่อคงภาวะปกติสุขหรือภาวะสุขภาพดี ความเจ็บป่วย หรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงภายนอกหรือภายในบุคคลที่เข้าสู่ระบบชีวิต อันก่อให้เกิดความกระทบกระเทือนต่อบุคคลทั้งด้านร่างกาย จิตใจและสังคม ดังนั้น บุคคลจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อรักษาความสมดุลร่างกาย จิตใจ และสังคม บุคคลที่ประสบความสำเร็จในการปรับตัวจะมีความมั่นคงในชีวิต ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกให้เห็น คือ การมีสุขภาพดี ยอมรับความเป็นจริง มีความพึงพอใจในชีวิต เป็นต้น ส่วนผู้ที่ประสบความล้มเหลวในการปรับตัวก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพไม่ยอมรับความเป็นจริงมีความซึมเศร้า เป็นต้น Roy (1964, อ้างถึงใน ดวงแข วิทยาสุนทรวงศ์, 2541)

#### 4.2 สาเหตุของการปรับตัว

มนุษย์ทุกคนจำเป็นต้องปรับตัว เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยทำงาน หากมนุษย์ไม่มีการปรับตัวอาจทำให้ไม่สามารถอยู่รอดได้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (วราภรณ์ ตระกูลสฤษดิ์, 2545) กล่าวถึงสาเหตุของการปรับตัวว่า มนุษย์ต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของชีวิตและเพื่อความสุขและราบรื่นในชีวิตมนุษย์ โดยมีเหตุผลสำคัญ ดังนี้

1. เพื่อความอยู่รอดของชีวิต ตลอดชั่วชีวิตของบุคคลหนึ่งๆ ย่อมผ่านช่วงชีวิตมา มากมายพบกับความเปลี่ยนแปลง ทั้งที่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเริ่มตั้งแต่ ปฏิสนธิ เป็นตัวอ่อนอยู่ในครรภ์มารดา เจริญเติบโตมาเป็นทารกอยู่ในครรภ์มารดาต่อมาตลอดเป็น ทารกแรกเกิดและเติบโตมาจนถึงทุกวันนี้เราทุกคนต้องพบกับสภาพความเปลี่ยนแปลงมาโดยตลอด ซึ่งทุกคนต้องปรับตัวเพื่อจะอยู่รอดให้ได้ในแต่ละช่วงชีวิต เช่น เมื่อทารกแรกเกิดก็ดูดนมกินนม มารดาเพียงอย่างเดียวเมื่อโตขึ้นสักหน่อย ราวๆ 3 เดือน มารดาก็เริ่มจะให้อาหารอื่นทดแทน

ลักษณะการปรับตัวเช่นนี้เหตุผลคือ ความจำเป็นต้องปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับตัวเรา “เพื่อความอยู่รอดของชีวิต”

2. เพื่อความสุข หากมีคำถามว่า ความสุขคืออะไร ความสุข คือ การไม่มีความทุกข์ ความทุกข์ คือ การไม่มีความสุข การปรับตัว ช่วยให้เรามีความสุขได้อย่างไร การปรับตัวช่วยให้เรายอมรับสภาพการณ์ สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น แล้วพยายามหาวิธีการแก้ไข จัดปัดเป่าปัญหาหรือสภาพที่ค่อนข้างเลวร้ายหรือสภาพการณ์ที่เลวร้ายมาๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเราให้บรรเทาเบาบางลง ซึ่งอาจจะพยายามแก้ไขด้วยตนเองหรือมีการแสวงหาบุคคลอื่นมาช่วยแก้ไขปัญหา สุดท้ายเมื่อปัญหาลี้คลาย มีการแก้ไขแล้ว ความคิด ความรู้สึก ของเราก็จะดีขึ้นผ่อนคลายความตึงเครียดลงไป เมื่อความทุกข์หายความสุขสบายใจย่อมเกิดขึ้น

สรุปได้ว่า แต่ละบุคคลมีสาเหตุของการปรับตัวที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่จะปรับตัวเพื่อแก้อุปสรรคหรือข้อขัดข้องใจของตนเอง เช่นการปรับตัวเมื่อเกิดความไม่สบายใจ ความวิตกกังวล ความคับข้องใจ และความเครียด เพื่อตอบสนองความต้องการแห่งตน หรือที่ตนไม่สามารถจะกระทำได้

#### 4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัว

การกำหนดแนวทางพฤติกรรมปรับตัว ซึ่งเป็นรากฐาน บุคลิกภาพ อิทธิพลของทั้ง 3 ประการ ไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างเด็ดขาด แต่จะเชื่อมโยงเกี่ยวพันกันตลอดชีวิต ปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้ ได้แก่

4.3.1 อิทธิพลของสภาวะพื้นฐานทางกายในเชิงชีววิทยา อัน ได้แก่ อิทธิพลของพันธุกรรมมีอันเป็นตัวนำลักษณะต่างๆ ทำให้เกิดโครงสร้างทางกายวิภาค และทำหน้าที่ทางสรีระภายในตัวของแต่ละบุคคล เช่น การทำงานของระบบประสาท ระบบต่อมต่างๆ รูปร่าง หน้าตา อัตราการเจริญเติบโต และทำให้มีขีดจำกัดของความสามารถด้านต่างๆ เช่น แรงขับ สักยภาพในการเรียนรู้ อารมณ์ ความแข็งแรง ความเร็วและช้าในการเคลื่อนไหวของบุคคลแตกต่างกันด้วย จึงทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคลโดยกำเนิดและมีอิทธิพลในการทำให้บุคคลมีการปรับตัวต่อสภาพปัญหาแตกต่างกัน

4.3.2 อิทธิพลของสภาวะแวดล้อม ได้แก่ วัฒนธรรมในสังคมที่อยู่จะเป็นตัววางรากฐานให้แก่บุคลิกภาพ ทั้งในด้านความรู้สึกนึกคิด การกระทำ ความเชื่อต่างๆ จรรยาบรรณ ข้อยกเว้น ระเบียบ กฎเกณฑ์ทั้งหลายที่เป็นที่ยอมรับในสังคมนั้น โดยเริ่มต้นจากครอบครัว ซึ่งมีอิทธิพลต่อการปลูกฝังลักษณะนิสัยและบุคลิกภาพพื้นฐานให้แก่เด็กได้มาก สถาบันทางสังคมอื่นๆ เช่น โรงเรียน ชุมชน วัด ตลอดจนสถาบันชาติ ล้วนเป็นสถาบันซึ่งสมาชิกของสังคมต้องเกี่ยวข้องกับ

ด้วย โดยมีสิ่งต่อไปนี้ เป็นเครื่องกำกับระเบียบแบบแผน การประพฤติปฏิบัติ ได้แก่ กฎหมาย หลักธรรมคำสอน จรรยา มารยาท และข้อห้ามตลอดจนระเบียบกฎเกณฑ์ทั้งหลายที่เป็นที่ยอมรับกันในสังคมนั้น

4.3.3 อิทธิพลของสภาวะความเป็นคน เป็นอิทธิพลของความรู้สึกรู้สึกและความเข้าใจเกี่ยวกับตนเอง ซึ่งได้แก่ แบบแผนของชีวิตซึ่งเป็นแบบเฉพาะตัว ทั้งนี้หมายความว่ารวมถึงความสามารถ ลักษณะนิสัย ความสนใจ ค่านิยม ตลอดจนความรู้สึกความเข้าใจ หรือความคิดรวบยอดเกี่ยวกับสภาวะแห่งตน ซึ่งคนแต่ละคนเรียนรู้ที่จะประเมินหรือตัดสินคุณค่าของตนเอง การที่บุคคลจะสามารถประเมินค่าตัวเองทั้งทางร่างกายและจิตใจ ก็เนื่องมาจากเจตคติที่ผู้อื่นมีต่อบุคคล โดยเฉพาะบุคคลที่มีความหมายและมีความสำคัญต่อชีวิต เช่น บิดา มารดา เพื่อนฝูง และครูอาจารย์

ปัจจัยพื้นฐานของมนุษย์ทั้งในทางชีววิทยา สภาพแวดล้อมและตัวบุคคลแต่ละคนนั้นมีอิทธิพลต่อการปรับตัวของมนุษย์อย่างแท้จริงและปัจจัยทั้ง 3 อย่างนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน และมีอิทธิพลต่อกันอย่างต่อเนื่องตลอดไป การปรับตัวเป็นกระบวนการหนึ่งที่มนุษย์ใช้เพื่อเป็นกลไกในการสร้างสรรค์ความสุขตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยการพยายามทุกอย่างเพื่อให้ตัวเองสามารถอยู่ร่วมในสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ได้อย่างมีความสุข การปรับตัวจะเกิดขึ้นเมื่อมนุษย์เผชิญกับปัญหา นั่นคือ สิ่งที่มาขัดขวางทำให้ไม่สามารถบรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ การปรับตัวจะได้ผลนั้น บุคคลต้องมีความรู้ความเข้าใจในตัวเอง และรู้เท่าทันเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มีความเข้มแข็งอดทน มีสติปัญญา มีความยืดหยุ่นพอเหมาะกับสถานการณ์นั้นๆ ผู้ที่ไม่สามารถปรับตัวได้อาจแสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อันจะส่งผลให้เกิดปัญหาความเดือดร้อนทั้งต่อตัวผู้กระทำเอง สังคม และสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวด้วย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีของการปรับตัว ผู้วิจัยสามารถนำแนวข้อมูลที่ศึกษาไปวิเคราะห์และอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจเนื่องจากการแรงงานต่างด้าวเข้ามาอาศัยและทำงานที่ประเทศไทยนั้น มีสังคมและวัฒนธรรมแตกต่างจากคนไทย ส่งผลให้การประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และสภาพสังคมใหม่ รวมถึงการปรับตัวให้เข้ากับเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

## 5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

พรพิมล กาบบัว (2549:12-14) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) คือ การประสมที่เข้ากันได้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ของเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา

การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับ พิษณุ จงสถิตวัฒนา (2548: 10) ที่ได้อธิบายไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัยแปรผันทางการตลาดที่ผู้บริหารตลาดเสนอให้แก่ ตลาดเป้าหมาย เพื่อบำบัดความต้องการพร้อมทั้งนำความพอใจสูงสุดมาสู่ตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยแปรผันทางการตลาดที่ผู้บริหารสามารถควบคุมได้และเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จำเป็นต้องปรับปัจจัยแปรผันเหล่านี้ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดเป้าหมายและสภาวะการแข่งขันในตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งได้กล่าวถึงองค์ประกอบของเครื่องมือทั้ง 4 ประการ โดยสังเขปดังต่อไปนี้

5.1 ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าบริการแนวความคิด ที่ธุรกิจนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์อาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ กิจกรรมหรือนักการตลาดจะต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอยู่เสมอ

5.2 การกำหนดราคา หมายถึง การกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของตัวเงินหรืออย่างอื่นที่ได้รับการยอมรับทั้งสองฝ่ายคือ ฝ่ายผู้ซื้อกับฝ่ายผู้ขาย การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ ต้องกำหนดไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของกิจการ เช่น การกำหนดราคาเพื่อต้องการกำไรสูงสุด การกำหนดราคาเพื่อต้องการยอดขายสูงสุด การกำหนดราคาเพื่อรักษาส่วนครองตลาด เป็นต้น เมื่อเป้าหมายราคาแตกต่างกันการกำหนดราคาจึงต้องแตกต่างกันไปเป็นหน้าที่ของนักการตลาด จะต้องศึกษา นโยบายการกำหนดราคา และศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการกำหนดราคาได้อย่างเหมาะสมสำหรับแต่ละส่วนของตลาด

5.3 การจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์จากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งกิจกรรมนั้นจะผ่านคนกลางหรือไม่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับนโยบายการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการในแต่ละแห่งผู้ผลิตหรือผู้ขายต้องศึกษา และเข้าใจวิธีการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้ประโยชน์และคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย การเลือกวิธีการขนส่ง และการบริหารการคลังสินค้า

5.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ เพื่อสร้างความเชื่อ ทศนคติแก่ข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง แนวความคิดปัจจุบันเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดได้มี

นักวิชาการประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น ด้วยการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดทั้ง 4 อย่างประสมประสานกันตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายภายใต้งบประมาณที่มีอยู่ โดยมุ่งเน้นให้เกิดประสิทธิภาพ (ศิริกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2549: 28-29) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด ที่รู้จักกันในนาม 4P's ซึ่งได้รับการพัฒนาขึ้นในช่วงทศวรรษ 1960 ว่าเป็นมุมมองที่แคบเกินไป และไม่เหมาะสมกับธุรกิจบริการซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไป จึงควรเพิ่มเติมอีก 3 องค์ประกอบคือ พนักงานขาย กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่

5.5 พนักงานหมายถึง การจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลากรของกิจการ โดยเริ่มตั้งแต่ การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ได้แก่ ด้านทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การทักทายลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ การขอบคุณลูกค้าหรือผู้ใช้บริการทุกครั้งที่มาใช้บริการ สาเหตุที่พนักงานเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ พนักงานเป็นผู้ที่ลูกค้าพบเป็นอันดับแรกหลังเข้ามาติดต่อในบริเวณสำนักงานหรือในบริเวณที่ให้บริการ ดังนั้นลูกค้าจะรับรู้และเข้าใจถึงภาพลักษณ์ของบริษัทจากบุคลิกของพนักงานเป็นอันดับแรก ธุรกิจจึงต้องมีการให้การพัฒนาและฝึกอบรมให้มีบุคลิกภาพที่ดี

5.6 กระบวนการ หมายถึง การวางระบบและออกแบบให้ตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรอนาน จัดระบบการไหลของการให้บริการให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด เนื่องจากการรอคอยการให้บริการที่นาน อาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้ โดยแนวคิด One stop service ให้ลูกค้าอยู่ที่จุดเดียว รวมทั้งการพัฒนา Standard of service คือ มาตรฐานในการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

5.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง การออกแบบวางผังสำนักงาน อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้สำนักงาน การจัดวางโต๊ะทำงาน เฟอร์นิเจอร์ในสำนักงาน ให้เรียบร้อยเป็นระเบียบเหมาะสมกับลักษณะของบริษัท ลูกค้าหรือ ผู้ใช้บริการจะรับรู้และเข้าใจภาพลักษณ์การให้บริการของกิจการจากสิ่งเหล่านี้ เนื่องจากเมื่อลูกค้าติดต่อบริษัทลูกค้าจะมองไปรอบๆ บริษัทใดมีการตกแต่งสถานที่ได้อย่างเหมาะสมจะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจมากขึ้น อุปกรณ์สำนักงานไม่จำเป็นต้องมีราคาแพง เพียงแต่ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในบริษัท

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยสามารถนำแนวข้อมูลที่ศึกษาไปสร้างเป็นประเด็นคำถามกับผู้ประกอบการ ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างได้ ดังนี้

1. การปรับตัวด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว ซึ่งเป็นการประยุกต์จากส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องพนักงาน คือ การปรับเปลี่ยนการคัดเลือกแรงงานต่างด้าวให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เมื่อรับเข้ามาแล้วสามารถจะทำงานร่วมกันไปได้ยาวนาน เพื่อให้ได้แรงงานที่มีความสามารถมาช่วยขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

2. การปรับตัวด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าว ซึ่งเป็นการประยุกต์จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องการส่งเสริมการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นการปรับเปลี่ยน กระบวนการที่สารถูกส่งจากผู้ประกอบการไปยังแรงงานต่างด้าว โดยการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ความคิดเห็นและความรู้สึก ในรูปแบบของสัญลักษณ์ รูปภาพ และภาษา โดยผ่านสื่อหรือช่องทางการ

3. การปรับตัวสินค้าและการให้บริการ ซึ่งเป็นการประยุกต์จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องผลิตภัณฑ์ การปรับเปลี่ยนการจัดจำหน่าย และกระบวนการ คือ การพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานต่างด้าว ภายใต้ปัจจัยที่แรงงานต่างด้างมีความพึงพอใจสูงสุด

4. การปรับตัวด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการประยุกต์จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องการกำหนดราคา คือ การปรับเปลี่ยนการตราสินค้าหรือบริการออกมาในรูปจำนวนเงินเพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนกับแรงงานต่างด้าวอย่างเหมาะสม

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาวิจัยมาประกอบได้ ดังนี้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้เก็บรวบรวมและทำวิจัยโดยใช้ระยะเวลาประมาณ 50 ปี พบว่าปัญหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวของวิสาหกิจ SMEs ไทย มี 8 ด้าน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2552) ดังนี้

1. ด้านการตลาด วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดในประเทศ ยังขาดความรู้ความสามารถด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้าทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

2. ด้านแหล่งเงินทุน วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมมักประสบปัญหาการขอเงินจาก

สถาบันการเงินเพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุน หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

3. ด้านแรงงานแรงงานที่ทำงานในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมจะมีปัญหาการเข้าออกสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญงานมากขึ้น ก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอและการพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของสินค้า

4. ด้านเทคโนโลยีการผลิตโดยทั่วไปวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนเนื่องจากการลงทุนต่ำ และผู้ประกอบการ พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาการที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

5. ด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักขาดความรู้ในด้านการจัดการหรือการบริหารงานที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก อาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงาน การบริหารในลักษณะนี้แม้มีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึงหากธุรกิจไม่ใหญ่นัก แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็เกิดปัญหาขึ้นได้

#### 6. ด้านการส่งเสริมของรัฐ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่นผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานห้องแถว ไม่มีการจดทะเบียนโรงงานจดทะเบียนพาณิชย์หรือทะเบียนการค้า ดังนั้นกิจการหรือโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ หรือแม้แต่กิจการหรือโรงงานที่มีการจดทะเบียนถูกต้อง ก็มักไม่ค่อยอยากเข้ามายังเกี่ยวกับหน่วยงานของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือการรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐบาลจะได้ลดเงื่อนไขขนาดเงินลงทุนและการจ้างงาน หรือจูงใจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเสนอโครงการขอรับการส่งเสริมการลงทุนให้มากขึ้น แต่จากข้อมูลการศึกษาวิจัยพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพียง 8.1 % เท่านั้นที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาล

7. ด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์กรภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมที่ผ่านมา ได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการ



ส่งเสริมการลงทุน บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยตลอดจนสมาคมการค้าและอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างไรก็ตามเนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงานดังกล่าว เช่น ในเรื่องของบุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาในภูมิภาค การให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่างๆ จึงไม่อาจตอบสนองได้ทั่วถึงและเพียงพอ

กลยุทธ์การปรับตัวทางการจัดการของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด (ชัชฎา เกษมทรัพย์ แสงจันทร์ ศรีประเสริฐรุ่งศักดิ์ วิลา มาศและอื่นๆ, 2551) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสภาพการปรับตัวทางการจัดการของผู้ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทั้ง 5 ด้านและแนวโน้มด้านการขยายตัวของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในอนาคตในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวทางการจัดการของผู้ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทั้ง 5 ด้านพบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวทางการจัดการได้ออกเป็นด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ด้านการวางแผนควรมีการปฏิบัติงานตามแผนงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์มีขั้นตอนในการทำงานนั้นๆ ในการที่จะดำเนินงานควรแบ่งความรับผิดชอบและดูแลเป็นฝ่ายๆ มีการวางแผนด้านการปฏิบัติงานและมีการสื่อสารภายในกิจการนั้นเพื่อให้งานออกมาถูกต้องและทันเวลาส่งมอบงาน

2. ด้านการจัดองค์กรผู้ประกอบการควรจะต้องมีทีมงานที่เหมาะสมทั้งทางด้านสำนักงานและด้านปฏิบัติการมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและมีการแบ่งหน้าที่ให้ลูกน้องแต่ละคนทำงานนั้นๆ ต้องมีข้อมูลระบบงานเงินทุนและเวลาโดยมีเป้าหมายชัดเจนมีการมอบหมายความรับผิดชอบและเน้นการทำงานกันเป็นระบบเป็นทีมงาน

3. ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงานผู้ประกอบการควรจะต้องหาบุคคลที่เหมาะสมกับตำแหน่งและหน้าที่การงาน โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่การปฏิบัติงานด้านภาคสนามและควรจัดคนที่มีความสามารถให้เหมาะสมกับงานควรนำเสนอปรับปรุงโครงสร้างให้เหมาะสมกับงานวางตำแหน่งของบุคลากรให้ตรงกับสายงาน

4. ด้านการสั่งการควรจัดระบบการดำเนินงานที่ชัดเจนมีเป้าหมายที่ชัดเจนพร้อมทั้งซักซ้อมทำความเข้าใจให้แก่บุคลากรแต่ละกลุ่มงานให้มีความชัดเจนในการทำงานการวางแผนปรับปรุงแผนงานกระบวนการทันต่อเหตุการณ์วางระบบควบคุมภายในพร้อมการบริหารความเสี่ยง

5. ด้านการควบคุมควรร่วมมือและการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นเพื่อให้สามารถทำงานเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งนี้ต้องมีการควบคุมงานอย่างมีลักษณะเป็นขั้นตอนและ

แบ่งเป็นเฉพาะด้านตามลักษณะงานไม่ว่าเป็นด้านการจัดซื้อวัสดุเงินทุนโดยผู้ประกอบการควรจะต้องทำการประสานงานกับพนักงานและทุกส่วนที่เกี่ยวข้องแบ่งการควบคุมตามความชำนาญของงานนั้นๆ

การปรับตัวของร้านโชห่วยภายใต้กระแสการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่ (ฉันทส เพียรธรรม และวันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์, 2555) ผลการอภิปรายผลเกี่ยวกับการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อที่ส่งผลต่อร้านโชห่วยพบว่าร้านโชห่วยที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดก็คือร้านที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งศูนย์กลางกระจายสินค้าหรืออยู่ใกล้กับศูนย์กลางความเจริญ โดยผลกระทบที่มาจากร้านสะดวกซื้อดังกล่าว สามารถจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบคือ 1) ผลกระทบจากการรุกคืบเชิงพื้นที่ 2) ผลกระทบจากกลยุทธ์การค้า

การศึกษาร้านโชห่วยในเขตเทศบาลบางกรวย ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษาในครั้งนี้ ก็ได้พบปรากฏการณ์ที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ มีการขยายตัวของประชากร โดยเฉพาะแรงงานย้ายถิ่นเข้ามาในพื้นที่นี้อย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้ร้านโชห่วยจำนวนหนึ่งยังสามารถเปิดดำเนินการต่อไปได้ รวมถึงยังมีร้านโชห่วยเล็ก ๆ แห่งใหม่เกิดขึ้นด้วย ซึ่งก็ดูเหมือนเป็นการสวนกระแสการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อ โดยร้านโชห่วยเกิดขึ้นใหม่มักตั้งอยู่ตามตรอกซอกซอย และมักเป็นร้านที่ตั้งอยู่ในทำเลระดับปานกลาง

แต่ทั้งนี้ ก็ไม่ได้หมายความว่า จะต้องเกิดปรากฏการณ์สวนกระแสอย่างนี้ในพื้นที่อื่นเสมอไป เพราะในขณะที่เทศบาลบางแห่งอาจมีแรงงานย้ายถิ่นเข้ามาในพื้นที่เหมือนกับเทศบาลบางกรวย ก็อาจไม่ได้มีแรงงานย้ายถิ่นเข้ามาอยู่อาศัยในพื้นที่อย่างต่อเนื่องและพอเพียงที่จะสนับสนุนให้เกิดร้านโชห่วยแห่งใหม่ก็เป็นไปได้ ดังนั้น ประเด็นที่ว่าแรงงานย้ายถิ่นจะเป็นกำลังซื้อช่วยสนับสนุนร้านโชห่วยได้หรือไม่นั้น จึงต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละพื้นที่ด้วย

การปรับตัวของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไทยในยุคการค้าโลกเสรี (อาชนัน เกาะไพบุลย์ และพิสุทธิ กุลธนวิทย์, 2554) ผลการปรับตัวของผู้ประกอบการพบว่า การปรับตัวในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเริ่มเกิดขึ้นตั้งแต่ในช่วงที่เศรษฐกิจ Boom (ราวปี พ.ศ. 2534-2536) ที่ค่าแรงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและทำให้ผู้ผลิตภายในประเทศสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน การปรับตัวในระยะนี้ส่วนใหญ่จะเกิดกับกลุ่มผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศที่ประสบปัญหาการลักลอบเข้าสินค้าราคาถูกจากจีน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายกลางและรายเล็ก (โบ้เบ้ไบบอย) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้ส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่สายการผลิตเป็นประเภทผ้าทอ (Woven Wear) เริ่มออกจากตลาดในระยะนี้เช่นกัน เนื่องจากไม่สามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ อันเนื่องมาจากค่าแรงงานภายในประเทศที่ปรับเพิ่มขึ้นจากปัญหาเศรษฐกิจฟองสบู่ ณ ขณะนั้น

อย่างไรก็ตามแรงกดดันทางด้านค่าแรงงานลดลงภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 และค่าเงินบาทที่ลดลงอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงค่าเงินทำให้ภาคการค้าระหว่างประเทศ (Tradable Sector) ขยายตัวสูงกว่า เมื่อเทียบกับภาคเศรษฐกิจที่ไม่มีการค้าระหว่างประเทศ (Non-tradable Sector) และทำให้ผู้ส่งออกเสื้อผ้าโดยรวมของไทยกลับมามีความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นใหม่อีกครั้ง

พฤติกรรมกรบรีโภคและผลกระทบต่อร้านค้าย่อยจากห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ (นภาพรณ อ่อนนาค, 2545) พบว่า ร้านค้าปลีกขายย่อยเป็นธุรกิจที่ทำกันเองในครอบครัวได้รับผลกระทบจากการเปิดธุรกิจค้าปลีก รายใหญ่มากเนื่องจากราคาสินค้าในร้านค้าปลีกขายย่อยถูกกว่าร้านค้าปลีกขายย่อย และผู้บริโภคได้เปลี่ยนพฤติกรรมกรซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมมาเป็นซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้นเพราะตั้งอยู่ใกล้บ้านที่พักอาศัยหรือสถานศึกษา สินค้ามีความหลากหลาย มีการตกแต่งร้านและใช้กลยุทธ์การตลาดที่ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น ตัวกำหนดพฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภค คือ ปัจจัยทางด้านเพศ อาชีพและจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่เหมือนกันจะมีพฤติกรรมกรบรีโภคที่เหมือนกันยกเว้นระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นที่ต่างกันในการให้บริการของร้านแบบดั้งเดิม

เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคในการใช้บริการ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (ร้านสะดวกซื้อ) ในเขตกรุงเทพมหานคร (ดวงพร เสาภายน, 2546) ได้เสนอปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในร้านค้าปลีก เช่น สินค้ามีความหลากหลาย มีความทันสมัยตรงความต้องการ มีคุณภาพที่ดี มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีการจัดวางสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่หยิบและหา่ง่าย มีการท าโปรโมชันดึงดูดลูกค้าตลอดเวลา มีการบริการที่ทันสมัยรวดเร็วอันเนื่องมาจากการใช้เทคโนโลยีและพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อยทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่มีบริการร้านอาหารประเภท จานด่วน มีบริการด้านการเงิน คือ มีธนาคารพาณิชย์ให้บุคคลภายนอกเข้าพื้นที่ขายสินค้าและให้บริการสินเชื่อต่าง ๆ ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น (Seven-Eleven) เพิ่มบริการทางการเงิน เช่น ประเภทสินค้ามีเครื่องเบิกรถเงินสดอัตโนมัติมีบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส เพย์พอยท์ บัตรสมาร์ตคาร์ท อาหารสำเร็จรูป

ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย): ปัญหาและทางแก้ไข (สุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2554) ได้เสนอการปรับปรุงร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (traditional trade) เป็นทางออกอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้ธุรกิจ ค้าปลีกแบบดั้งเดิมยังคงดำรงอยู่ได้โดยการรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้ แม้ว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมบางส่วนจะไม่กระตือรือร้นที่จะปรับปรุงและพัฒนาร้านค้าปลีกของตนเองทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของตนเองต้องปิดกิจการไปและในภาวะของการ

แข่งขันที่สูงขึ้น การปรับปรุงร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้น ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในรุ่นลูกรุ่นหลานนี้จึงต้องปรับปรุงร้านค้าปลีกของตนอย่างน้อยเพื่อการอยู่รอดในภาวะของการแข่งขันที่นับวันจะรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งการปรับปรุงร้านค้าปลีกจากการสอบถามผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและผู้บริโภคที่ได้เข้ามาใช้บริการร้านค้าปลีก ได้ข้อสรุปดังนี้

1. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ควรพัฒนาการจัดร้านค้าให้มีความทันสมัยโดยมีการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบเป็นหมวดหมู่ สะดวกและง่ายต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยคู่ตัวอย่างการจัดร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น ร้านเซเว่นอิเลฟเว่น หรือร้านสะดวกซื้อหลายยี่ห้อซึ่งมีการใช้พื้นที่เท่ากับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม แต่ยังสามารถจัดพื้นที่ภายในร้านให้ลูกค้ามีความสะดวกและมีอิสระในการเดินเลือกซื้อสินค้าได้

2. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ควรมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านตนให้ได้ว่ากลุ่มลูกค้า คือ คนกลุ่มใด ต้องการสินค้าประเภทไหน จึงสามารถทำการเลือกซื้อสินค้ามาเสนอขายได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และคำนึงถึงความหลากหลายของตัวสินค้าด้วย

3. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ควรมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการให้มากขึ้น เช่น มีเครื่องบันทึกเงินสดอัตโนมัติ เครื่องยิงบาร์โคท เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า

4. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ควรมีการพัฒนาด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์บ้าง หากพบว่ายอดขายของร้านมีแนวโน้มลดลง

5. ในการปรับปรุงร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ควรทำกันเป็นกลุ่มจังหวัดโดยใช้การออกแบบร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่มีการปรับโฉมใหม่ให้แก่ร้านค้าปลีกได้นำไปใช้เป็นแบบมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งการออกแบบที่เดียวและใช้ในจำนวนมาก ๆ จะทำให้เกิดการลดค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้านมากกว่าการที่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจ้างคนเดียว ซึ่งการออกแบบร้านค้าปลีกนี้ยังสามารถมีการออกแบบภายใน และภายนอกให้มีความทันสมัยและสร้างความเชื่อมั่นในสายตาผู้บริโภค โดยรัฐบาลอาจให้ความช่วยเหลือด้านการให้สินเชื่อทางการเงินประกอบพร้อมไปด้วยก็จะทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีความรู้สึกอยากปรับปรุงร้านมากขึ้น

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อมุ่งศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าว รวมถึงการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจ ด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว ด้านการติดต่อสื่อสารกับแรงงานต่างด้าว ด้านการสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการ และการกำหนดราคาสินค้าและบริการและในการได้มาซึ่งข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการต่างๆ ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างครั้งนี้

ซึ่งสาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจาก เป็นการวิจัยที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปรากฏการณ์สังคม โดยคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งต่างจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เพื่อให้เข้าใจความหมายของปรากฏการณ์ จึงต้องมุ่งศึกษาลักษณะความเป็นจริง ที่เกิดขึ้น การปรับตัว การแก้ไขปัญหา การให้ความหมายตามประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับการที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับ ลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพราะแรงงานต่างด้าวมีความจำเป็นต้องบริโภคสินค้าและใช้บริการเพื่อการดำรงชีวิต และธุรกิจจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากจะทำให้สามารถเข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของการประกอบการ ได้เป็นอย่างดี พร้อมทั้งผู้วิจัยสามารถที่จะทำการสังเกตการณ์ภายในบริบท เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาและอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้

#### 3.1 การเลือกพื้นที่การศึกษา

ในการศึกษาเชิงคุณภาพนี้ ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ในการศึกษา คือ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากจังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างรวดเร็ว อีกทั้งจังหวัดสมุทรสาครเป็นแหล่งอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ และมีสถานประกอบการธุรกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่หลากหลายทำให้มีแรงงานต่างด้าวเข้ามาอาศัยและทำงานอยู่เป็นจำนวนมาก

### 3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ในการวิจัยครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม คือ

#### 3.2.1 แรงงานต่างด้าว ซึ่งมีคุณลักษณะดังนี้

3.2.1.1 เป็นแรงงานต่างด้าวที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มากกว่าหรือเท่า 2 ปี

3.2.1.2 เป็นแรงงานต่างด้าวที่สามารถพูดโต้ตอบประโยคยาว เป็นภาษาไทยได้

3.2.1.3 เป็นแรงงานต่างด้าวที่เต็มใจ และยินดีให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์วิจัย

3.2.1.4 เป็นแรงงานต่างด้าวที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

จากคุณลักษณะดังกล่าว จึงได้แรงงานที่ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย จำนวน 6 คน ซึ่งเป็นแรงงานต่างด้าวที่มีสัญชาติพม่า มอญ และทำงานที่โรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 5 คน ทำงานรับจ้างทั่วไปจำนวน 1 คน และ ชายของจำนวน 1 คน

#### 3.2.2 ผู้ประกอบการ

3.2.2.1 เป็นผู้ประกอบการที่มีสัญชาติไทย

3.2.2.2 เป็นผู้ประกอบการที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

3.2.2.3 เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

3.2.2.4 เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าและบริการกับแรงงานต่างด้าว

จากคุณลักษณะดังกล่าว จึงได้ผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย จำนวน 8 ราย เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทการค้าจำนวน 5 ราย ประเภทการผลิตจำนวน 1 ราย ประเภทการบริการจำนวน 1 ราย

### 3.3 วิธีการและเครื่องมือที่ใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการและเครื่องมือในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์และการสังเกตเป็นวิธีการหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล

### 3.3.1 วิธีการเก็บข้อมูล

3.3.1.1 การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview หรือ SSI) โดยแบบสัมภาษณ์ จะทำการกำหนดแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ ซึ่งจะมีลักษณะยืดหยุ่น คือ มีแนวคำถามที่เป็นประเด็นที่สำคัญเอาไว้ใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ และให้สามารถปรับเปลี่ยนคำถามได้ตามสถานการณ์โดยยังคงรักษาแนวคำถามตามประเด็นหลักไว้ได้ โดยสาเหตุที่ต้องใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบนี้เนื่องจากบางสถานการณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์อาจจะไม่สะดวกหรือไม่ยินยอมที่จะตอบคำถามบางคำถาม ผู้วิจัยจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนคำถามเพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการ เนื้อหาในการสัมภาษณ์จะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการทั้งในอดีต และปัจจุบัน พร้อมทั้งเหตุการณ์ในอนาคต ลักษณะของการสัมภาษณ์จะเป็นแบบการสนทนามากกว่าการซักถาม เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกกดดันหรืออึดอัด และจะทำให้ได้ข้อมูลที่ต้องการตามความเป็นจริงที่สุด เมื่อสัมภาษณ์เสร็จในแต่ละวัน ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้ในแต่ละวันว่าคำตอบที่ได้นั้นมีความชัดเจนหรือไม่ มีการตกหล่นของประเด็นคำถามที่ต้องการศึกษาหรือไม่ หากพบความผิดพลาดก็จะตั้งคำถามเพิ่มเติมเพื่อทำการสัมภาษณ์ในวันถัดไป เพื่อขยายรายละเอียดของข้อมูลให้มีความชัดเจนและเจาะลึกมากยิ่งขึ้น

3.3.1.2 การสังเกต ทำการสังเกตกลุ่มตัวอย่างระหว่างการทำสัมภาษณ์ตามแบบสังเกตที่ได้กำหนด ทั้งการสังเกตพฤติกรรมอาการ ท่าที แววตา น้ำเสียง เป็นการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม เพื่อไม่ต้องการให้ผู้ถูกสังเกตรู้สึกถูกรบกวนจากผู้สังเกต และเพื่อเป็นการตรวจสอบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามตามความจริงหรือไม่ โดยผู้วิจัยจะทำการสังเกตความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาที่ระบุไว้ข้างต้น ซึ่งวิธีการสังเกตนั้น ผู้วิจัยจะเข้าไปอยู่ในพื้นที่ สร้างความคุ้นเคย สร้างความสัมพันธ์ ศึกษาชีวิตในชุมชน รวมถึงการสังเกตปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในแหล่งพื้นที่ที่ทำการศึกษา ทั้งสภาพแวดล้อม สภาพสังคม ชุมชน และการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างต่อเนื่อง มีความชัดเจนและสะท้อนข้อมูลที่เป็นจริง

### 3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัย คุณลักษณะมีดังนี้

3.3.2.1 เป็นผู้มีความเที่ยงตรงในด้านข้อมูลและการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูล

3.3.2.2 เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในการทดสอบผลข้อมูล

3.3.2.3 เป็นผู้ที่มีความสนใจด้านการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ดังนี้

#### 3.4.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Sources)

ข้อมูลที่ได้มาจากการสืบค้นเอกสาร หนังสือ บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย และข้อมูลด้านวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและการดำรงอยู่ของแรงงานต่างด้าว ทั้งนี้มีข้อมูลบางส่วนได้มาจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น คู่มือการจัดการระบบการจ้างแรงงานต่างด้าว สถิติอุตสาหกรรมปี 2555 และข้อมูลพื้นฐานอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ปี 2556

#### 3.4.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data Source)

ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักมาจาก 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ แรงงานต่างด้าวที่อาศัยและทำงานอยู่ในเขตชุมชน จำนวน 6 คน และผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย ที่มีที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยเลือกประเด็นคำถามในการศึกษาให้ตรงกับแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

### 3.5 การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นแนวคำถามที่กำหนดไว้ เปรียบเทียบข้อมูลแต่ละประเด็นเพื่อหาข้อสรุป ซึ่งการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูล สามารถทำได้ดังนี้

#### 3.5.1 การตรวจสอบข้อมูลหลังจากที่ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

กลุ่มเป้าหมายในแต่ละครั้งผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้อาจเรียงและจำแนกตามประเด็นคำถามที่ศึกษาแล้วนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายคนและหลายกลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำมาเสริมหรือยืนยันข้อเท็จจริงต่อกัน โดยเก็บข้อมูลจากแรงงานต่างด้าวและผู้ประกอบการโดยตรงการถามคำถามเดิมในเวลาและสถานที่ที่ต่างกัน เช่น การเก็บข้อมูลช่วงเวลาพักในสถานที่ทำงาน แรงงานต่างด้าวอาจให้ข้อมูลได้ไม่ครบถ้วนและไม่เป็นความจริง เนื่องจากมีเวลาน้อยและเป็นที่สาธารณะ แต่การเก็บข้อมูลในวันหยุดและเป็นสถานที่ที่แรงงานต่างด้าวคุ้นเคยและรู้สึกปลอดภัย ผู้วิจัยอาจจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นข้อเท็จจริงมากที่สุด รวมถึงการตรวจสอบข้อมูลด้านผู้วิจัย คือ มีการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตและผู้สัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบว่าจะได้ข้อมูลที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไรก็ตาม มีการปรับคำถามใหม่ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและมีการปรับ



แนวทางการสัมภาษณ์ให้เหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูลเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนคติของตนเองมากที่สุด โดยจะทำให้ผู้วิจัยทราบว่าประเด็นใดที่ยังตกหล่นหรือต้องเพิ่มเติมผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เพิ่ม และนำข้อมูลมาอธิบายเสริมในข้อมูลต่างๆ หากมีข้อมูลขัดแย้งผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้ โดยการไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลอื่นเพิ่มเติมเพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลในระหว่างที่เก็บข้อมูลในภาคสนามผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์โดยการตรวจสอบข้อมูลภาคสนามซึ่งหากพบว่ามีข้อมูลตกหล่นหรือข้อมูลขัดแย้งกันก็จะมีเก็บข้อมูลเพิ่มเติมทันทีและการวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากออกจากพื้นที่โดยจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่รวบรวมมาได้โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา และเปรียบเทียบหาข้อสรุปหลังจากนั้นทำการวิเคราะห์เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของประเด็นต่างๆ โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรม เป็นแนวทางในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

การวิจัยในครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำมาทำการวิเคราะห์ในมุมมองของผู้ประกอบการที่มีการปรับตัว เนื่องมาจากลักษณะการบริโภคและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว ผลการวิเคราะห์ทำให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับตัวและแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการให้ดียิ่งขึ้น

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากการศึกษาเอกสารต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความ วิชาการ วารสาร วิทยานิพนธ์ ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าว และการศึกษาการปรับตัวของการประกอบการ ในประเด็นมุมมองของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยและแนวคำถามในการสัมภาษณ์ไว้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ มีกาวิเคราะห์ข้อมูลและตั้งประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา บทนี้จึงเป็นการนำเสนอผลการศึกษาที่เป็นข้อค้นพบจากการเก็บข้อมูลจริง โดยนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าว ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ตอนที่ 2 การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว

ตอนที่ 3 การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าว

ตอนที่ 4 การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 5 การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ

ปัจจุบันแรงงานต่างด้าวที่อพยพเข้ามาอาศัยและทำงานอยู่ในจังหวัดสมุทรสาครนั้น มีจำนวนมาก ซึ่งสามารถแบ่งแรงงานต่างด้าวออกเป็น 3 สัญชาติ ได้แก่ พม่า ลาว และกัมพูชา ซึ่งแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมากที่สุด ได้แก่ แรงงานต่างด้าวพม่า โดยมีสถิติจำนวนแรงงานต่างด้าว ดังนี้

ตารางที่ 3 จำนวนแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือในเขตปริมณฑล

จังหวัด	พม่า	ลาว	กัมพูชา
สมุทรปราการ	22,611	365	3,805
นนทบุรี	33,535	2,427	7,065
ปทุมธานี	24,898	7,438	18,074
นครปฐม	23,094	295	394
สมุทรสาคร	37,902	2,815	505
<b>รวม (คน)</b>	<b>118,946</b>	<b>13,340</b>	<b>29,843</b>

ที่มา: สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน, 2556

จากจำนวนสถิติของจำนวนแรงงานข้ามชาติที่เข้ามาจังหวัดสมุทรสาครมีจำนวนมาก ส่งผลให้การประกอบการจำเป็นต้องปรับตัว ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

#### ตอนที่ 1 ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ (SMEs)

แรงงานต่างด้าว มีทั้งแรงงานต่างด้าวที่มาจากประเทศลาว ประเทศเขมร และประเทศพม่า แรงงานที่มาจากประเทศลาวและประเทศพม่าจะสามารถพูดภาษาไทย แต่แรงงานที่มาจากประเทศเขมรไม่สามารถพูดภาษาไทยได้ แรงงานต่างด้าวที่มีทำงานมากที่สุดคือ แรงงานต่างด้าวที่มาจากประเทศพม่า ซึ่งแรงงานต่างด้าวที่มาจากประเทศพม่านั้น มีหลายเชื้อสายพม่าที่ทำงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานพม่า เชื้อสายมอญ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารมีความใกล้เคียงกับภาษาไทย “...ลูกค้าเป็นพม่ามอญ ส่วนใหญ่นะ...” (ร้านสยามชัยเซอร์วิส, 2556) “...เป็นคนพม่า-มอญ อยู่มา 3 ปีเพิ่งมาอยู่ที่ประเทศไทย ทำงานรับจ้างที่โรงงาน...” (เก้, 2556) “...เป็นคนพม่า-มอญ อยู่มา 6 ปี...” (เก้, 2556) “...ทำงานขายของ ขายเสื้อผ้า “...คนพม่ามีหลายเชื้อสาย พม่ามอญ พม่าถเว พม่าไปเยะนะที่เนี่ยเป็นมอญนะ ไม่ใช่พม่าแท้...” (มะจัน, 2556) “...เป็นคนพม่ามอญ อยู่มา 4 ปี...” (โสโถ, 2556)

แรงงานต่างด้าวเดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยเฉพาะ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจาก จังหวัดสมุทรสาครที่การจ้างงานที่ต้องใช้จำนวนคนเยอะ อาทิ การประมง งานแม่บ้าน โรงงานอุตสาหกรรม และงานรับจ้างตามสถานประกอบการ แรงงานต่างด้าวจึงต้องขยันเนื่องจากแรงงานต่างด้าวมาทำงานรับจ้างเพื่อหาเงินกลับไปเลี้ยงครอบครัวของตนเองและหาก

สถานประกอบการใดสามารถให้ค่าจ้างได้มากกว่า แรงงานต่างด้าวก็พร้อมจะร่วมงาน เมื่อแรงงานต่างด้าวมีเงินเก็บตามวัตถุประสงค์แล้ว จะเดินทางกลับประเทศของตน เมื่อต้องการเงินอีกจะเดินทางมาทำงานที่ประเทศไทยเช่นนี้ “...มาที่ไทย 2 ครั้ง ครึ่งนี้ครั้งที่ 2 ตอนแรกทำงานบ้านรับจ้างแล้วกลับไปออกนอกรีบ้าน ออกเสร็จก็มาใหม่ กลับมาครั้งที่ 2 มาเป็นลูกน้องขายของที่มหาชัยกับพี่เล็ก...” (มะชัน, 2556) และ เนื่องจากการคมนาคมระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อน มีการเดินทางที่สะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายที่ไม่แพง ง่ายๆ “...พ่ามีเงินใช้เยอะกว่าคนไทย ใช้เงินแบบประหยัด...เดี๋ยวนี้กลับได้ง่าย 1,000 กว่า ก็กลับได้แล้วดาว...” (ดาว, 2556) ดังนั้นแรงงานต่างด้าวจึงมีลักษณะการทำงาน ลักษณะการพักอาศัยแบบชั่วคราว แรงงานต่างด้าวจึงใช้เงินอย่างประหยัด อดออมกว่าคนไทย เวลาบริโภคสินค้าและบริการจึงเน้นความคุ้มค่าเหมาะสมในการใช้งาน “...ชอบดี ชอบของถูกๆ...” (เก้, 2556) “...ถ้าลูกค้าก็จะมิต่างด้าวมาซื้อบ่อยๆ โดยเฉพาะรองเท้า ส้นสูงและรองเท้าแตะ การสต็อกสินค้าลดลงไปด้วย ลักษณะของรองเท้าก็เปลี่ยนไป คนตัดสินใจซื้อจะเน้นความคุ้มค่ามากกว่าความสวยงาม...” (ร้านรองเท้าแก้ว, 2556) ในทางตรงกันข้ามการที่แรงงานต่างด้าวมาอาศัยและทำงานในประเทศไทยนั้น แรงงานต่างด้าวเดินทางมาตัวเปล่า ทำงานในสถานที่ไม่ใช่บ้านของตน ห้างญาติ ห้างพี่น้อง มีเพียงแต่ตนเองเท่านั้นที่จะช่วยเหลือตนเองได้ จึงเข้าหาวัด ฟังศาสนา เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ แรงงานต่างด้าวจึงให้ความสำคัญกับสิ่งของที่ต้องใช้ในการทำบุญ เน้นสิ่งของที่มีคุณภาพ การแต่งกายต้องเป็นชุดสำหรับใส่เพื่อไปร่วมงานบุญเท่านั้น หรืออาจเรียกได้ว่าชุดประจำชาติของแรงงานต่างด้าว

คนต่างด้าวเขาเป็นคนขยัน มีมานะ มีความดีนรณ ไม่เหมือนคนไทยที่ไม่กล้าเวลาที่เขาจะมาซื้อของเขาจะเข้ามาเลย...เขาจะมาซื้อของตามเทศกาลเท่านั้น น้อยมาที่จะมาแบบสัญจร เพราะส่วนใหญ่ไม่มีบัตร คือไม่มีใบต่างด้าวนั้นแหละ เขาจะไม่ไปไหนบ่อยๆ ทำงานเสร็จกลับบ้าน เทศกาลที่คนต่างด้าวจะมาซื้อที่ทุกเทศกาลเลย เขาจะใส่ใจ ไม่เหมือนคนไทยที่ไม่ค่อยใส่ใจกับเทศกาลอะไรเท่าไร ของเขาจะซื้อของแพงกว่าคนไทยอีก ของที่นี้จะแบบมีคุณภาพ แพงๆ ทั้งนั้น ซื้อมาก็เยอะ อย่างเช่นปากกา ซอง อะไรแบบเนี่ย คนต่างด้าว เขามาตัวเปล่า เขาก็หาที่ฟังทางใจ พอถึงงานบุญคนต่างด้าวเลยให้ความสำคัญมากกว่าคนไทย ปกติคนต่างด้าวจะซื้อของเน้นคุณภาพมากกว่า คือ ของผม เนี่ยจะเป็นสินค้าทั่วไป เล็กๆ น้อยๆ ไม่ถือว่าเป็นของฟุ่มเฟือยนะ แต่เป็นของที่ต้องใช้ คนต่างด้าวเขาใช้ของแพง มีคุณภาพอยู่แล้ว แต่จะตรงกันข้างกับพวกเฟอร์นิเจอร์นะ คนต่างด้าวเขาจะไม่นิยมใช้ของดีๆ เท่าไร จะเน้นประหยัดๆ ถูกๆ มากกว่า เพราะเขามาอยู่ชั่วคราว มาเพื่อหาเงิน ฉะนั้นของใหญ่ๆ เขาจะไม่นิยมกันเท่าไร (ร้านสหมิตร, 2556)

แรงงานต่างด้าวที่ทำงานใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาอย่างผิดกฎหมาย ไม่มีใบประกอบใบอนุญาตในการทำงาน เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการขึ้น

ทะเบียนมีราคาแพง การขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าวสามารถขึ้นทะเบียนได้ที่กรุงเทพและจังหวัดสมุทรสาคร แต่เมื่อครบกำหนด จะต้องเดินทางไปต่อใบอนุญาตที่เชียงรายซึ่งระยะทางที่ไกลและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย “...คือการทำพาสปอร์ต ทำไมไม่มีต่อที่กรุงเทพหรือสมุทรสาคร ต่อที่ดองไปเชียงราย ทั้งที่คนต่างด้าวเยอะ น่าจะมี จะได้ไม่ต้องไปไหนไกล...” (ร้านศิริพร, 2556) นอกจากนี้แรงงานต่างด้าวจะต้องเสียภาษีแรงงานต่างด้าวทันทีที่ขึ้นทะเบียน แรงงานต่างด้าวจึงนิยมทำงานรับจ้างตามโรงงานเนื่องจากโรงงานออกค่าใช้จ่ายการต่อทะเบียนให้ แรงงานต่างด้าวจึงหลีกเลี่ยงการออกไปในที่สาธารณะ “...ส่วนใหญ่เป็นมินิมาร์ทที่นี่...ร้านค้าไม่ค่อยไป...” (ดาว, 2556) เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลคอยตรวจสอบและจับกุม “...แรกๆ ที่ต่างด้าวเข้ามาใหม่ๆ ก็ดี แต่พักหลังตำรวจตรวจกันมาก คอยจับพวกแรงงานต่างด้าวทุกวัน...” (ร้านคิดส์โซน, 2556)

แต่ก่อนผมมีลูกน้องเป็นคนพม่าทั้งหมด 8 คน ทำงานจนผมพาเขาไปทำบัตรต่างด้าวพาไปทำเสร็จเขาก็ออกกัน...การดำเนินชีวิตเขาเร่งมาก มาแล้วไปอย่างเดียวไม่ถาวร นอกนั้นไม่มีอะไร...น้อยมาที่จะมาแบบสัญจร เพราะส่วนใหญ่ไม่มีบัตร คือ ไม่มีใบต่างด้าวนั้นแหละ เขาจะไม่ไปไหนบ่อยๆ ทำงานเสร็จกลับบ้าน (ร้านสหมิตร, 2556)

แรงงานต่างด้าวมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่คล้ายคลึงกัน ไม่มีการแบ่งแยกการแต่งกาย วัฒนธรรม และการรับประทาน ว่ามาจากเชื้อสายใด ที่ชัดเจนเหมือนคนไทยในแต่ละภาค อาทิภาคอีสาน และภาคใต้ แรงงานต่างด้าวจะนิยมแยกเสื้อผ้าตามเทศกาลอย่างชัดเจน โดยให้ความสำคัญชุดที่สำหรับใส่ไปงานบุญมาก จะต้องเป็นชุดที่สวยงามและมีคุณภาพ “...คนพม่ามีทั้งชอบซื้อของดีและของถูก เสื้อซื้อตัวละ 300-400 ก็มี เวลาไปเที่ยวเขาจะใส่ตุ๊กๆ ไปวัดเขาใช้ของดีๆ คนมอญชอบไปวัด ชุดวัดกับพม่าต่างหาก ชุดนี้ต่างกันเลยนะ ถ้าเป็นพม่าแท้ๆ เนี่ย ชุดไปวัด ชุดไปตลาด ชุดไปทำบุญ ชุดทำงาน ไม่เหมือนกันเลยนะ...” (ดาว, 2556) ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ต่างกับชุดที่แรงงานต่างด้าวใส่ไปตลาด และไปท่องเที่ยว จะเป็นชุดที่มีราคาค่อนข้างถูก “...การซื้อของคนพม่ามีทั้ง 2 แบบ ของคุณภาพกับของถูกๆ เหมือนคนไทยนี้แหละ คนมอญชอบทำบุญ เวลาไปทำบุญจะต้องซื้อแต่ของดีๆ...คนพม่าชอบแต่งตัว ชอบมากๆ (มะขัน, 2556) โดยเฉพาะแรงงานต่างด้าวที่มีสัญชาติเป็นพม่าแท้ จะแยกชุดมากกว่าสัญชาติอื่น คือ ชุดทำงาน ชุดไปตลาด ชุดงานแต่ง ชุดงานบวช และแม้กระทั่งชุดไปเข้าวัด จะถูกแยกอย่างละเอียด และแรงงานต่างด้าวที่เป็นผู้หญิงจะนิยมใส่ชุดกระโปรงและผ้าถุง เนื่องจากสามารถแสดงความเป็นผู้หญิงได้ดีที่สุด และหากเป็นผู้ชายจะเป็นกางเกงยีนส์ขาสั้น ผ้าสโลง และเสื้อเชิ้ต ซึ่งแสดงความเป็นผู้ชายออกมาได้อย่างชัดเจน วัฒนธรรมด้านอาหาร แรงงานต่างด้าวจะทำอาหารรับประทานเอง เนื่องจากแรงงานต่างด้าวนิยมใส่เครื่องเทศที่มีกลิ่นฉุน อาทิ ขมิ้น กระเทียม และสมุนไพรชนิดอื่น ซึ่งไม่สามารถรับประทาน

ได้ทั่วไปในตลาดประเทศไทย ดังนั้น เมื่อแรงงานต่างด้าวมาจ่ายตลาดจะซื้อเครื่องเทศ และวัตถุดิบ ในการทำอาหารเป็นจำนวนมาก

เทศกาลที่คนต่างด้าวจะมาซื้อที่ทุกเทศกาลเลย เขาจะใส่ใจ ไม่เหมือนคนไทยที่ไม่ค่อย ใ้ใจกับเทศกาลอะไรเท่าไรหรือ ซื้อของจะซื้อของแพงกว่าคนไทยอีก ของที่นี้จะแบบมีคุณภาพ แพงๆ ทั้งนี้ ซื้อที่ก๊อเยอะ อย่างเช่นปากกา ซอง เอวักวันทำบุญ คนต่างด้าวเขามาตัวเปล่า เขาก็หาที่ฟังทางใจ พอถึงงานบุญคนต่างด้าวเลยให้ความสำคัญมากกว่าคนไทย (ร้านสมมิตร , 2556)

วัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกับคนไทยอย่างชัดเจน จึงทำให้เกิดตลาดเฉพาะขึ้น โดยมีการตั้งร้านค้าและการจำหน่ายจากแรงงานต่างด้าวด้วยตนเอง “...มีการเกิดร้านค้าขึ้นหลายร้านทำให้ เป็นการแบ่งกลุ่มลูกค้าที่แต่ละพื้นที่...” (ร้านสมมิตร, 2556) ซึ่งเป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของแรงงานต่างด้าว “...ถ้าจะขายของต่างด้าวก็ควรที่จะศึกษา พฤติกรรมการอุปโภค บริโภค ของเขา ทั้งรสนิยม ไปจนถึงนิสัยใจคอ และแบ่งแยกเลยว่า จะขาย ต่างด้าว ไปขายในชุมชนเขาเลย...” (ร้านรองเท้าแก้ว, 2556) เนื่องจากการบริโภคสินค้าและบริการ ของแรงงานต่างด้าวกับคนไทยมีความแตกต่างกัน แรงงานต่างด้าวจึงบริโภคสินค้าและบริการตาม ท้องตลาดทั่วไปของคนไทยน้อยลง นอกจากนี้แรงงานต่างด้าวยังนิยมเข้าห้างสรรพสินค้ามากกว่าแต่ ก่อน “...ทำงานรับจ้างขายของ ขายขนมพม่า...ซื้อร้านแถวนี้ ไม่ไปไหน ไปห้างบ้าง...” (แอ, 2556) “...Big C กับโลตัส...” (เก้, 2556) เนื่องจากห้างสรรพสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างหลากหลาย และ ปล่อยกยจากการโดนจับกุมของเจ้าหน้าที่ของรัฐบาล

แรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมายจะนิยมซื้อสินค้าตามร้านค้าขนาดใหญ่จำนวนมาก เพื่อนำมาจำหน่ายให้กับแรงงานต่างด้าวด้วยกัน โดยสินค้าทุกชนิดจะต้องผลิตที่ประเทศไทยเท่านั้น “...ชอบซื้อของไทยมากกว่า เป็นของดี...” (โลโล, 2556) เนื่องจากมีคุณภาพ ใ้ดี และมีราคาไม่ แพง สินค้าและบริการที่แรงงานต่างด้าวนิยมซื้อได้แก่ เครื่องหอม “...ชอบๆ น้ำมัน พวกผมดีที่สุด ชอบพวกเป้งพม่า...” (มะขัน, 2556) “...ต้องการสบู่อาบน้ำ หอมๆ กลิ่นมะลิ กลิ่นดอกไม้ หอมที่สุด ...” (เก้, 2556) และน้ำมันบำรุงผม “...พวกสินค้าพวกนี้จะขายดี ทริตมันท์หมักผม ไปจนถึงอาหาร ผม...” (ร้านแฮร์มาร์คบีวตี้โซน, 2556) เนื่องจากแรงงานต่างด้าวให้ความสำคัญกับกลิ่นตัวและเส้น ผมมาก โดยเฉพาะเส้นผมแรงงานต่างด้าว จะนิยมดูแลด้วยตนเองเท่านั้น อีกทั้งยังเพิ่มความ สะดวกสบายให้แรงงานต่างด้าวด้วย และส่วนใหญ่แรงงานต่างด้าวจะมีเพียงวันอาทิตย์วันเดียว เท่านั้นที่เป็นวันหยุด แรงงานต่างด้าวบางคน ทำงานครบ 7 วัน ตื่นเช้ามาก็เข้างาน เมื่องานเลิกก็จะ กลับที่พักของตนเอง แรงงานต่างด้าวจึงไม่ค่อยมีเวลาไปซื้อสินค้าและบริการในสถานที่ห่างไกล จากที่พักของตนเองเท่าใดนัก

ในด้านภาษา ภาษาของชาวพม่าแท้ ชาวพม่ามอญ พม่าไปและพม่าแควมีความแตกต่างกัน เสมือน แต่ละภาคของประเทศไทย “...คนพม่ามีหลายเชื้อ พุคคนละภาษากัน เหมือนไทยกลางกับไทยอีสานนี้แหละ...” (มะขัน, 2556) ภาษาพม่ามอญ มีลักษณะสำเนียงที่คล้ายคลึงสำเนียงของคนไทย แรงงานต่างด้าวในปัจจุบันที่มาทำงานในประเทศไทยส่วนใหญ่มีสัญชาติพม่า มาทำงานที่ประเทศไทยได้ไม่นาน แรงงานต่างด้าวชาวพม่าที่สามารถสื่อสารเป็นภาษาไทยได้บ้าง ส่วนใหญ่เดินทางกลับประเทศของตนเกือบหมดแล้ว ...แต่ก่อนเป็นมอญทั้งนั้นที่มาทำงานนะ แต่ตอนนี้คนมอญ เริ่มกลับบ้าน นำเงินไปซื้อที่ ซื้อที่ทำบ้าน มันมีตังค์ก็กลับสิ เดียวนี้โรงงานจะเปิดที่พม่าแล้วตอนนี้มีน้อยจะกลับกันหมดรีเปลาไม่รู้...” (ดาว, 2556) คนพม่าที่เข้ามาใหม่พูดไทยไม่ได้ ที่พอพูดได้ เขากลับกันหมดแล้ว มอญที่มาใหม่เป็นพม่า ภาษาไม่เหมือนกัน เขาพูดไทยกันไม่ได้ จะซื้ออะไรก็ซื้อ เอานี้ เอานี้ เท่าไร เท่าไร ทั้งนั้น คุยไม่ได้ (เออ, 2556) เวลาซื้อสินค้าและบริการจึงนิยมชี้และถามราคาเท่านั้น

แรงงานต่างด้าวปัจจุบัน จะมีทั้งจกลาว พม่า เขมร เป็นหลัก ลาวและพม่าจะพูดไทยได้ การสื่อสารจะไม่ค่อยมีปัญหา พม่าเขมร จะพูดไทยไม่ได้ จะต้องมีพนักงานเก่าที่อยู่เมืองไทยมานานเป็นล่ามคุยแปลให้ แต่เมื่ออยู่ไปนาน แรงงานพวกนี้สามารถเข้าใจภาษาไทยได้เป็นอย่างดี ปัจจุบัน ป้ายประกาศ ป้ายโฆษณา และอื่นๆ ได้มีการใช้ภาษาต่างชาติแล้ว... แรงงานต่างชาติ นั้น บางคนมีความสามารถและปรับตัวได้เป็นอย่างดี แต่บางคนก็เกียจและรู้มากๆ ค่อนข้างเยอะ แค่ไทยส่วนใหญ่ยังฟังได้อยู่ (ร้านวันกรองแก้ว, 2556)

จากการเก็บข้อมูลจากแรงงานต่างด้าวพบว่าส่วนใหญ่แรงงานต่างด้าวมีความพึงพอใจกับการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของการประกอบการไทย สินค้ายังไม่เพียงพอต่อความต้องการแต่การบริการดีเยี่ยม และแรงงานต่างด้าวยังมีอุปสรรคด้านการสื่อสารเนื่องจากสามารถสื่อสารเป็นภาษาไทยเพียงประโยคสั้นๆ เท่านั้น แสดงให้เห็นว่าแรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวเข้าหาวัฒนธรรม นอกจากสินค้าและบริการที่มีลักษณะเฉพาะแรงงานต่างด้าวจะนิยมซื้อในตลาดเฉพาะของแรงงานต่างด้าวเท่านั้น

## ตอนที่ 2 การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว

เนื่องจากปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ มีค่าครองชีพที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ได้เกิดขึ้นจำนวนหลายแห่ง “...ทางด้านอุตสาหกรรมต่างๆ มีการขยายตัวขึ้นอย่างมาก ทำให้ความต้องการแรงงานค่อนข้างสูง และมีอัตราค่าแรง รวมถึงสวัสดิการเป็นตัวล่อ

ไว้...” (ร้านวุ้นกรองแก้ว, 2556) ทำให้แรงงานมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น แรงงานที่เคยรับจ้างตามร้านค้า และธุรกิจขนาดเล็กเลือกไปรับจ้างทำงานที่โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เนื่องจากมีค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท ต่อวัน ซึ่งยังไม่รวมค่าทำงานล่วงเวลา (OT) และค่าสวัสดิการต่างๆ จึงทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีจำนวนแรงงานลดน้อยลง จนในที่สุดอาจกล่าวได้ว่าแทบจะไม่มีเลย ตั้งแต่ช่วงเศรษฐกิจปี 2548 เป็นต้นมา มีคนต่างด้าวอพยพหลังไหลเข้ามาทำงานในจังหวัดสมุทรสาครมากขึ้น โดยเฉพาะ อำเภอเมือง ซึ่งเป็นอำเภอที่มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมมากที่สุด ในจังหวัดสมุทรสาคร และมีจำนวนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยเลือกจ้างแรงงานต่างด้าว เนื่องจากมีราคาถูกกว่าคนไทยและแรงงานต่างด้าวเป็นคนขยัน การจ้างงานของธุรกิจส่วนใหญ่จึงเป็นแรงงานต่างด้าวเป็นหลัก และต่อมารัฐบาลได้ประกาศขึ้นค่าแรงงานให้กับแรงงานต่างด้าวเป็น 300 บาทต่อวันเท่ากับแรงงานไทย “...เดี๋ยวนี้คนต่างด้าวไปทำงานโรงงานกันหมดเพราะได้เงินเดือนดีกว่า เขามีโอทีด้วย...” (ร้านสยามชัย เซอร์วิส, 2556) จึงเกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานต่างด้าวเข้าสู่ธุรกิจอุตสาหกรรมมากขึ้น แรงงานต่างด้าวที่เคยทำงานรับจ้างในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่างหันไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมมากขึ้น “...คือคนต่างด้าวเนี่ยเขามาเพื่อหาเงิน ที่ไหนให้เงินเดือนดีกว่าเขาก็ไป...คนต่างด้าวไปทำงานที่โรงงานกันหมด เดี่ยวนี้ไม่ค่อยมาทำงานรับจ้างแบบนี้กันแล้ว...” (ร้านสหมิตร, 2556) แรงงานต่างด้าวที่ยังคงรับจ้างกับธุรกิจจึงน้อยลง เริ่มขาดแคลนแรงงานต่างด้าว ส่งผลกระทบต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องปรับธุรกิจให้มีขนาดเล็กลง

ในปัจจุบัน เมื่อแรงงานคนไทยหนีไปทำงานในอุตสาหกรรมใหญ่กันหมด ทำธุรกิจ SMEs จึงต้องขวนขวายหาแรงงานต่างด้าว เข้ามาทำงานแทน จึงเป็นสาเหตุว่าธุรกิจ SME ปัจจุบัน จะมีแค่แรงงานต่างด้าวเป็นหลัก เนื่องจาก แรงงานไทยหายากมากๆ ดังนั้น จึงไม่มีทางเลือก ที่จะต้องใช้แรงงานต่างชาติ (ร้านวุ้นกรองแก้ว, 2556)

ในอีก 2 ปีข้างหน้า ประเทศไทยเข้าสู่การเป็นประเทศอาเซียน การประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จะประสบปัญหาด้านบุคลากรเนื่องจาก การเดินทางเสรีขึ้น และประเทศพม่ากำลังมีโรงงานเปิดใหม่ จำนวนหลายแห่ง แรงงานต่างด้าวอาจเดินทางกลับประเทศของตน เพื่อไปทำงานยังภูมิลำเนาเดิมของตนเอง “...พม่ามีเงินใช้เยอะกว่าคนไทย ใช้เงินแบบประหยัด แต่ก่อนเป็นมอญทั้งนั้นที่มาทำงานนะ แต่ตอนนี้คนมอญ เริ่มกลับบ้าน นำเงิน ไปซื้อที่ ซื้อที่ทำบ้าน มันมีดั่งนั้นก็กลับสิ...” (ดาว, 2556) ค่าแรงงานในประเทศสมาชิกอาเซียนจะมีมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้แรงงานกลับมาพัฒนาประเทศของตนมากขึ้น อาจส่งผลให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ขาดแคลนบุคลากรแรงงานที่สำคัญได้ในอนาคต ทำให้ธุรกิจต้องปรับขนาดลดลงหรืออาจต้องปิดกิจการก็ได้



แรงงานต่างชาติ อาจจะมีปัญหาในอนาคตได้ ถ้ามีการเปิดประเทศเสรีการค้า Asian (AEC) ถ้าค่าแรงในกลุ่ม AEC ใกล้เคียงกันจะเป็นการผลักดันให้แรงงานกลับประเทศตัวเอง โดยเฉพาะแรงงานกรรมกร แรงงานผลิตตามโรงงานต่างๆ ส่วนแรงงานที่มีความรู้ความสามารถ ก็อาจจะทำให้แรงงานระดับผู้มีความรู้ เกิดการตกงานได้ผู้ประกอบการ (ร้าน- วุ่นกรองแก้ว, 2556)

### ตอนที่ 3 การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าว

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการปรับตัวด้านการสื่อสารด้านการใช้น้ำเสียงและสังเกตพฤติกรรมลูกค้า "...มีลูกค้าพม่ามาซื้อ เขาคูขี้เป็นภาษาไทย เพียงแต่ไม่ค่อยชัด พูดพม่าก็มีแต่เขาจะซื้อ มีนะ กรณีที่สื่อสารกันไม่ได้เลย เขาก็ชี้ๆ เอา..." (ร้านคิดส์ โชน, 2556) เนื่องจากแรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวด้านภาษาให้เข้ากับคนไทยได้เป็นอย่างดีและสามารถพูดสื่อสารเป็นภาษาไทยได้ ผู้ประกอบการจึงเน้นการสื่อสารที่เป็นภาษาไทยมากกว่า แรงงานต่างด้าวสามารถพูดภาษาไทยได้เพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเหมือนแต่ก่อน เพราะแรงงานต่างด้าวในปัจจุบันมีสัญชาติพม่าแท้ ที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยได้ไม่นาน จึงพูดภาษาไทยได้ไม่ดีเท่าแต่ก่อน "...ถ้ามีพม่าเข้ามา เขาก็พูดไทย ถ้าพูดไม่รู้เรื่องเขาก็ต้องการคุยภาษาพม่า ก็ให้ลูกน้องที่คุย ได้ยวนี้ โรงเรียนเอกชัยก็มีเปิดสอนภาษาพม่า..." (ร้านศิริพร, 2556) เมื่อซื้อสินค้าและบริการแรงงานต่างด้าวจะพูดภาษาไทย แรงงานต่างด้าวที่ไม่สามารถพูดภาษาไทยได้จะพูดภาษาอังกฤษแทน และผู้ประกอบการจะสังเกตความต้องการจากท่าทางและจากชี้ของแรงงานต่างด้าว นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะแสดงเครื่องหมายเพื่อให้แรงงานต่างด้าวดูราคาเพื่อยืนยันการชำระราคา "...คนต่างด้าวจะพูดภาษาไทย ได้บ้าง ไม่ได้บ้าง ภาษาพม่าก็มีแต่จะกดเครื่องหมายเอาเลขให้เขาดู ผมพูดภาษาพม่าไม่เป็น แล้วดูจากท่าทาง ภาษาภาษาพม่าไม่รู้ทั้งหมดแต่พอสื่อสารได้นิดหน่อย..." (ร้านสยามชัยเซอร์วิส, 2556)

แรงงานต่างด้าวปัจจุบัน จะมีทั้งจากลาว พม่า เขมรเป็นหลัก ลาวจะพูดไทยได้ การสื่อสารจะไม่ค่อยมีปัญหา พม่าเขมร จะพูดไทยไม่ได้ จะต้องมีพนักงานเก่าที่อยู่เมืองไทยมานานเป็นล่ามคอยแปลให้ แต่เมื่ออยู่ไปนาน แรงงานพวกนี้สามารถ เข้าใจภาษาไทยได้เป็นอย่างดี แรงงานต่างชาติมีการปรับตัวเข้ากับเมืองไทยอยู่แล้ว (ร้านวุ่นกรองแก้ว, 2556)

ในภาพรวมผู้ประกอบการมีการปรับตัวด้านการสื่อสารยังไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากเห็นว่าการปรับตัวในด้านนี้ก่อให้เกิดต้นทุน โดยเฉพาะการทำป้ายประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างด้าว "...ไม่มีป้ายเป็นภาษาพม่า มันเป็นต้นทุนผู้ประกอบการ" (ร้านคิด โชน, 2556) เพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังมีภาพยึดติดเกี่ยวกับประเทศพม่าเป็นประเทศที่ยังไม่เจริญ และยึดติดภาพของแรงงานต่าง

ค้าวเป็นแรงงานที่ไม่มีการศึกษา และการทำป้ายเป็นภาษาพม่าจะทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่มีราคาต่ำ“...เรายังไม่ได้ทำป้ายประชาสัมพันธ์ เราไม่ได้เน้นภาษาพม่าถ้ามีภาษาพม่ามาก อย่างป้ายแบบเนี่ย จะทำให้ร้านอ็อปเกรดลงนะ...” (ร้านโซนแฮร์มาร์คบีวตี้, 2556) แม้จะมีพนักงานเป็นแรงงานต่างด้าวก็ตาม ซึ่งจะส่งผลให้คนไทยมาซื้อสินค้าและบริการน้อยลง

แรงงานต่างด้าวมีการคาดหวังการพูดโต้ตอบของแรงงานต่างด้าวจะสูงกว่าสถานประกอบการที่ไม่มีป้าย จะทำให้แรงงานต่างด้าวเสียความรู้สึกหากไม่ได้รับการโต้ตอบเป็นภาษาของเขา “...หากมีการติดภาษาต่างด้าว แรงงานต่างด้าวจะมีการคาดหวังการพูดโต้ตอบ แต่เราพูดภาษาพม่าไม่ได้ อาจทำให้เสียความรู้สึก...” (ร้านรองเท้าแก้ว, 2556) เพราะแรงงานต่างด้าวนิยมซื้อสินค้าและบริการกับคนที่พูดภาษาเดียวกันมากกว่า และยังพบอีกว่าสถานประกอบการใดที่มีแรงงานเป็นคนต่างด้าวจะมีลูกค้าแรงงานต่างด้าวมาซื้อสินค้าและบริการมากกว่าสถานประกอบการที่ไม่มีจ้างแรงงานต่างด้าวเลย สถานประกอบการที่มีพนักงานแรงงานต่างด้าวจะให้แรงงานต่างด้าวสื่อสารกับแรงงานต่างด้าวด้วยกัน “...ถ้าพูดไม่รู้เรื่องเขาก็ต้องการคุยภาษาพม่าก็ให้ลูกน้องพี่คุย...” (ร้านศิริพร, 2556) และผู้ประกอบการยังให้ความเชื่อมั่นว่าแรงงานต่างด้าวเป็นคนที่มีความขยัน มีความดีนรณ จะมีการปรับตัวเข้าใจภาษาไทยได้เป็นอย่างดี

#### ตอนที่ 4 การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการ

จากการศึกษาพบว่าสินค้าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ สินค้าที่มีตัวตนและสินค้าที่ไม่มีตัวตน สินค้าที่มีตัวตน เป็นสินค้าที่สามารถจับต้องได้ อาทิ สมูท โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องเล่นเพลง ยาสีฟัน เป็นต้น สินค้าที่ไม่มีตัวตน เป็นสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ อาทิ สัญญาณโทรศัพท์ สัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และยังพบอีกว่าสินค้าที่มีตัวตนสามารถแบ่งได้เป็น 3 ชนิด ได้แก่ สินค้าที่จำเป็น สินค้าทั่วไป และสินค้าฟุ่มเฟือย

สินค้าที่จำเป็น ได้แก่ รูปถ่าย 1 - 1½ เครื่องนุ่งห่มและของใช้ตามเทศกาล อาหาร ยา รักษาโรค ที่พักอาศัย

สินค้าทั่วไป ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องเขียน เฟอร์นิเจอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่

สินค้าฟุ่มเฟือย ได้แก่ เครื่องสำอาง และเครื่องบำรุงผิวพรรณต่างๆ อาหารฟาดฟู๊ด อาหารตามสั่ง

โดยปกติแรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสังคมไทย โดยเฉพาะการบริโภคและการบริการ ของคนไทย โดยมีบางธุรกิจ นำผลิตภัณฑ์เข้าจากประเทศพม่า และประเทศ

ใกล้เคียง หรือผลิตสินค้าที่ใกล้เคียงกับประเทศของแรงงานต่างด้าว มาจำหน่าย ณ บริเวณที่พักของแรงงานต่างด้าว รวมไปถึง การโฆษณา ไปรษณีย์ เครื่องนุ่งห่มตามเทศกาล รูปถ่าย 1 – 1½ อาหารพื้นเมือง จะเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการนำมาจำหน่ายให้กับแรงงานต่างด้าว เป็นสินค้าและบริการที่จำเป็นเฉพาะกลุ่ม การเปลี่ยนสถานที่จำหน่ายให้ใกล้กับแหล่งผู้บริโภคนั้น เป็นการทำการตลาดโดยการเจาะกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มแรงงานต่างด้าว อาทิ เครื่องเทศเพื่อประกอบอาหาร เนื่องจากแรงงานต่างด้าวนิยมทำอาหารรับประทานกันเองมากกว่า และเครื่องนุ่งห่มตามประเพณี เป็นต้น ทำให้ทราบว่าเป็นนอกจากสถานที่ทั่วไปที่มีการบริโภคสินค้าและบริการแล้ว ยังมีสถานที่อีกแห่งหนึ่งคือตลาดเฉพาะ “...คนต่างด้าวเขามีตลาดเป็นของตัวเอง คือ ถ้าเขาเคยซื้อร้านไหน เขาจะซื้อร้านนั้นประจำ แล้วจะเป็นหย่อมๆ ตรงไหนมีคนต่างด้าว ตรงนั้นก็จะเยอะไปเลย...” (ร้านสหมิตร, 2556) “...ถ้าจะขายของต่างด้าวก็ควรจะศึกษาพฤติกรรมการอุปโภค บริโภค ของเขา ทั้งรสนิยม ไปจนถึงนิสัยใจคอ และแบ่งแยกเลยว่าจะขายต่างด้าว ไปขายในชุมชนเขาเลย...” (ร้านรองเท้าแก้ว, 2556) ซึ่งเป็นสถานที่บริโภคสินค้าและบริการเฉพาะของแรงงานต่างด้าว มีทั้งผู้ประกอบการไทยและร้านค้าของแรงงานต่างด้าว รวมกันอยู่ในตลาด เป็นสถานที่ที่แรงงานต่างด้าวนิยมออกมาซื้อสินค้าและบริการมากที่สุด เนื่องจากสะดวกในการจับจ่ายใช้สอยและปลอดภัยจากการตรวจสอบจับกุมของเจ้าหน้าที่ของรัฐบาล ทำให้แรงงานต่างด้าวออกมาซื้อสินค้าและบริการในที่สาธารณะน้อยลง โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายของแรงงานต่างด้าว แรงงานต่างด้าวจะไม่ออกมาซื้อตามสถานที่ทั่วไป “...นำของเข้ามาจากประเทศ แต่ต้องทำใบเสียภาษี...” (มะจิ้น, 2556) เนื่องจากเครื่องแต่งกายของแรงงานต่างด้าวมีลักษณะเฉพาะต่างจากเครื่องแต่งกายของคนไทย แรงงานต่างด้าวบางคนจึงมีนำเครื่องแต่งกายจากประเทศของตนเองมาจำหน่ายให้แรงงานต่างด้าวด้วยกันเอง โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายตามเทศกาล อาทิ งานแต่ง งานวัด งานพิธีต่างๆ แรงงานต่างด้าวจะนิยมซื้อแต่เครื่องแต่งกายที่มีคุณภาพ ในทางตรงข้าม แรงงานต่างด้าวจะซื้อเครื่องแต่งกายแฟชั่นสำหรับสวมใส่เพื่ออยู่อาศัยและไปเที่ยวโดยไม่สนใจเรื่องคุณภาพ และซื้อตามร้านค้าทั่วไป สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายรูปมีการปรับตัวอย่างมาก รูปถ่ายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนไทยและเป็นสินค้าที่จำเป็นอย่างมากสำหรับแรงงานต่างด้าวด้วย เนื่องจากรูปถ่ายจำเป็นต้องใช้ในการสมัครงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการถ่ายรูปจึงต้องสื่อสารกับแรงงานต่างด้าวตลอดเวลา

แรงงานต่างชาติ ปกติ การปรับตัวเข้ากับเมืองไทยอยู่แล้ว การบริโภคสินค้า การให้บริการ แต่มีธุรกิจบางอย่าง มีการนำเข้าหรือผลิตสินค้าที่ใกล้เคียงกับประเทศของแรงงานต่างด้าวนั้น มาขาย ณ แควที่ที่พักของแรงงานต่างชาติเลย รวมทั้งธุรกิจบริการ เช่น การโฆษณา ไปรษณีย์ มีการจัดตั้งบริการพวก (ร้านวันกรองแก้ว, 2556)

คนพม่ามีทั้งชอบซื้อของดีและของถูก เสื้อผ้าตัวละ 300-400 ก็มี เวลาไปเที่ยวเขาจะใส่  
 ญาติๆ ไปวัดเขาใช้ของดีๆ คนมอญชอบไปวัด ชุวัดกับพม่าต่างหาก ชุนี้ต่างกันเลยนะ ถ้า  
 เป็นพม่าแท้ๆ ชุไปวัด ชุไปตลาด ชุไปทำบุญ ชุทำงาน ไม่เหมือนกันเลยนะ พม่ามีเงิน  
 เยอะกว่าคนไทย ใช้เงินแบบประหยัด (ดาว, 2556)

สำหรับผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าและบริการทั่วไป จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อสร้าง  
 แรงจูงใจให้แรงงานต่างด้าวเกิดการบริโภคสินค้าและบริการ โดยจัดวางสินค้าและบริการที่ได้รับความ  
 นิยมจากแรงงานต่างด้าว ในตำแหน่งที่แรงงานต่างด้าวมองเห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อสร้างแรง  
 กระตุ้นให้แรงงานต่างด้าวออกมาบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้น และอำนวยความสะดวกให้กับ  
 แรงงานต่างด้าวในการเลือกผลิตภัณฑ์แต่สินค้าและบริการส่วนใหญ่จะมีลักษณะตรงกับความต้องการ  
 ของไทย นั่นคือเป็นสินค้าและบริการทั่วไป ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ โทรศัพทเคลื่อนที่ อุปกรณ์  
 เครื่องเขียน เนื่องจากแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานเพียงชั่วคราวจึงไม่นิยมซื้อสินค้าและบริการที่มี  
 ลักษณะคงทนถาวร อีกทั้งแรงงานต่างด้าวต่างจากคนไทยในการเลือกสินค้าและบริการ โดยคน  
 ไทยจะเข้ามาดูสินค้าและบริการก่อนเพื่อความแน่ใจแล้วจึงตัดสินใจทีหลังว่าจะซื้อหรือไม่ แต่  
 แรงงานต่างด้าวจะตัดสินใจก่อนซื้อแล้วค่อยเข้ามาจึงเข้ามาบอกความต้องการของเขา และเน้นการ  
 จำหน่ายสินค้าที่มีราคาถูก “...ชอบ ก็ดี ใช้ได้ ไม่ต้องการอะไร ของที่เขาขายก็ได้อยู่แล้ว ดีกว่าของพม่า  
 ...” (เออ, 2556) ที่สำคัญสินค้าและบริการทุกชนิด จะต้องผลิตจากประเทศไทยเท่านั้นเนื่องจาก  
 แรงงานต่างด้าวจะบริโภคสินค้าและบริการที่ผลิตจากประเทศไทยเท่านั้น “...ราคาธรรมดา ไม่มี  
 ปัญหาอะไร ของประเทศไทยมันดีอยู่แล้ว...อะไรก็ได้ของประเทศไทยมันดีอยู่แล้ว...” (ดาว, 2556)  
 เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีราคาถูก “...เสื้อผ้าเด็กแต่ก่อนจะขายดี แต่พอเศรษฐกิจ 2-3 ปี  
 หลังนี้แย่มากๆ เคยซื้อของลง ทุกเดือนก็จะเป็น 2-3 เดือน หรือมากกว่านั้น ส่วนน้ำดื่มก็ปกติ ถ้าเป็น  
 ช่วงเทศกาลก็จะขายได้มากหน่อยเพราะเป็นย่านของที่รถตู้จอด...” (ร้านกิสส์โซน, 2556) “...แต่จะ  
 ตรงกันข้ามกับพวกเฟอร์นิเจอร์นะ คนต่างด้าวเขาจะไม่นิยมใช้ของดีๆ เท่าไหร่ จะเน้นประหยัดๆ  
 ญาติๆ มากกว่า เพราะเขามาอยู่ชั่วคราว มาเพื่อหาเงิน ฉะนั้นของใหญ่ๆ เขาจะไม่นิยมกันเท่าไร...”  
 (ร้านสหมิตร, 2556)

ธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจที่มีสินค้าชนิดฟุ่มเฟือย แรงงานต่างด้าวจะเน้นความคุ้มค่าด้านการ  
 ใช้งานมากกว่าความสวยงามและความสะดวกสบาย อาทิ เครื่องสำอาง เนื่องจากเป็นสินค้า  
 ฟุ่มเฟือย แรงงานต่างด้าวจึงไม่นิยมบริโภค เนื่องจากแรงงานต่างด้าวไม่นิยมแต่งหน้า เพราะ  
 แรงงานต่างด้าวมีค่านิยมในการทาแป้งบริเวณใบหน้าและแขน แป้งชนิดนี้มีชื่อเรียกว่าทานาคา ซึ่งเป็น  
 พืชตระกูลไม้ยืนต้นที่นำมาผสมกับหินอ่อน เป็นอุปกรณ์เสริมความงามประจำทุกครัวเรือนของ  
 ประเทศพม่าเปรียบเสมือนแป้งทาผิว ที่ทุกครัวเรือนของคนไทยจะต้องมีติดบ้านทุกหลัง แป้งทา

นาคาจึงถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของแรงงานต่างด้าวส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เสริมความงามปรับตัวโดยการใช้กลยุทธ์การบริการเป็นหลัก โดยให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ อาทิ การบริการส่งถึงบ้าน การช่วยเหลือของ ให้บริการด้านข้อมูลสินค้า และการพูดคุยอย่างช้า อย่างเป็นนวลเพื่อให้แรงงานต่างด้าวเข้าใจภาษาไทย รู้สึกอบอุ่นและเป็นกันเองมากขึ้น “...เราบริการเต็มที่อยู่แล้ว เราดูแลถึงบ้าน มีปัญหาอะไรคุณให้เลยถึงบ้าน ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่ม ไม่ฟุ่มเฟือยเหมือนคนไทย นี่คือข้อดีของเขา...” (ร้านสยามชัยเซอร์วิส, 2556) เพื่อให้แรงงานต่างด้าวประทับใจในการให้บริการของผู้ประกอบการไทย อีกทั้งเน้นการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการดูแลรักษาเส้นผมด้วยการแนะนำ เพราะแรงงานต่างด้าวให้ความสำคัญกับการดูแลเส้นผมมาก แรงงานต่างด้าวจะนิยมมาซื้อในปริมาณที่มากเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้แรงงานต่างด้าวด้วยกันที่ไม่มีใบประกอบใบอนุญาตทำงาน และเพื่อได้สินค้าราคาที่ถูกกลงด้วย ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเส้นผมมียอดขายสูงที่สุด ด้านกลุ่มธุรกิจเสริมความงามมีการปรับราคาสินค้าและบริการให้ถูกลง และติดป้ายเชิญชวนเป็นภาษาต่างด้าว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แรงงานต่างด้าวมาใช้บริการ เพราะแรงงานต่างด้าวจะตัดผมด้วยตนเอง จากญาติและเพื่อนของตน ไม่นิยมใช้บริการในสถานเสริมสวย เนื่องจากแรงงานต่างด้าวเน้นการดูแลเส้นผมด้วยตนเอง และการเข้าสถานเสริมสวยนั้นมีค่าใช้จ่ายที่แพง และแรงงานต่างด้าวให้ความสำคัญกับการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องหอม อาทิ สบู่กลิ่นมะลิ แป้งกลิ่นดอกไม้ “...ต้องการสบู่อาบน้ำหอมๆ กลิ่นมะลิ กลิ่นดอกไม้ หอมที่สุด...” (มะจัน, 2556) “...ต้องการสบู่อาบน้ำหอมๆ...” (โสไถ, 2556) “...คนต่างด้าวเขาไม่ฟุ่มเฟือย เขาจะไปค่อยไปไหนกับหрок เพราะไม่มีใบอนุญาต...” (ร้านสหมิตร, 2556)

การให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่ไม่มีตัวตน ได้แก่ สัญญาณอินเทอร์เน็ต สัญญาณโทรศัพท์ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัญญาณอินเทอร์เน็ต ไม่มีการปรับตัวด้านสินค้าและบริการเนื่องจากไม่มีกลุ่มผู้บริโภคเป็นแรงงานต่างด้าวมาใช้บริการ และการให้บริการส่วนใหญ่จะเป็นภาษาไทย แม้แรงงานต่างด้าวจะสามารถสื่อสารเป็นภาษาไทยได้ แต่แรงงานต่างด้าวไม่สามารถอ่านภาษาไทยออก การให้บริการอินเทอร์เน็ตจึงไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ทางเลือกของแรงงานต่างด้าว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัญญาณโทรศัพท์จะมีการปรับด้านการให้บริการเท่านั้น สาเหตุจากแรงงานต่างด้าวนิยมการเติมเงินด้วยบัตร เนื่องด้วยบัตรเติมเงินมีการปรับเป็นภาษาต่างด้าว

## ตอนที่ 5 การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ

สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับตัวด้านราคาได้ เนื่องจากการตั้งราคาสินค้าและบริการ จะมีผลกระทบต่อประกอบการเพราะอาจสร้างกำไรหรือ

เกิดการขาดทุนได้ ดังนั้นการปรับด้านราคาจึงขึ้นอยู่กับต้นทุนเมื่อต้นทุนสูง การปรับราคาสินค้าและบริการจะมีราคาสูง เมื่อต้นทุนต่ำการปรับราคาสินค้าและบริการจะมีราคาต่ำเช่นกัน “...ราคาเท่าเดิม ไม่ใช่สิ แล้วแต่ของถ้าของมาแพงเราก็แพงด้วย แต่ค่าบริการก็เท่าเดิมนะ...” (เซอร์รี่ไมโครพรีนซ์เซ็นเตอร์, 2556) “...ราคาตามเกณฑ์ ถ้ามาสูง เราจะขายสูง เราบริการตามราคาที่บริษัทส่งมา ส่งสูงเราขายสูง กำไรได้ไม่เยอะเลย ตัวละ 1 บาท 2 บาท...” (ร้านแฮร์มาร์คบีวตี้โซน, 2556X สัมภาษณ์, 18 พฤศจิกายน. นอกจากนี้การที่สินค้าและบริการที่มีต้นทุนสูง สาเหตุเพราะ สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำและค่าครองชีพสูง ตลอดจนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เกิดใหม่อย่างรวดเร็ว จึงทำให้มีการแข่งขันด้านต้นทุนและการตั้งราคาอย่างสูงตามกัน “...เนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจจึงได้ยุบรวมเหลือสาขาเดียว ยอดขายเฉลี่ยก็ตกลงประมาณ 40 - 50 % ลักษณะการตัดสินใจซื้อของลูกค้าก็เปลี่ยนไป ซื้อได้ยากขึ้นมาก 2 ปีก่อน ด้วยลักษณะทางเศรษฐกิจที่อัตราเงินเฟ้อมากเกินไป ค่าครองชีพสูง...” (ร้านสยามชัยเซอร์วิส, 2556) “...การประกอบการตอนนี้แย่มาก คะแนนเต็ม 10 ผมให้ 5 ลูกค้าไม่มี สาเหตุเป็นที่เศรษฐกิจหรือที่การเมืองอาจเป็นการเมือง ง่ายๆๆ ไม่ดีหมดทุกอย่าง ถ้าเศรษฐกิจดี อะไรก็ดี มันขาดความน่าเชื่อถือ...” (ร้านสยามชัยเซอร์วิส, 2556)

ธุรกิจบางรายจำเป็นต้องปรับสินค้าและบริการให้มีราคาต่ำกว่าราคาตลาด เพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคต้องการสินค้าและบริการมากขึ้น โดยเฉพาะแรงงานต่างด้าว เนื่องจากแรงงานต่างด้าวนิยมใช้สินค้าและบริการที่มีราคาต่ำ โดยไม่สนใจในเรื่องของคุณภาพมากนัก และให้ความสำคัญในเรื่องการใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์มากกว่า เพราะแรงงานต่างด้าวเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานเพียงแค่ชั่วคราวเท่านั้น จึงไม่จำเป็นต้องใช้สินค้าที่มีราคาแพงและมีคุณภาพเกินไป ในด้านการประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า มีการปรับตัวด้านราคามากกว่าสินค้าและบริการชนิดอื่น โดยการปรับราคาให้ต่ำกว่าราคาตลาด นั่นคือ ต้องมีราคาต่ำกว่าที่จำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ และเสนอราคาเฉพาะที่มีราคาต่ำให้แรงงานต่างด้าว เพราะแต่ก่อนแรงงานต่างด้าวเข้ามาใช้สินค้าและบริการมากกว่าปัจจุบัน และแรงงานต่างด้าวนิยมใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เพราะเป็นศูนย์รวมทุกอย่าง ในด้านการประกอบการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับตัวด้านราคาเพื่อเอื้อต่อการจำหน่ายสินค้าและบริการให้กับแรงงานต่างด้าวได้เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาอ้างอิงจากราคาส่งจากบริษัท กำไรแต่ละรายการเพียง 1-2 บาทเท่านั้น ผู้ประกอบการจึงไม่สามารถลดราคาเป็นรายการได้ ราคาสินค้าที่จำหน่ายให้กับแรงงานต่างด้าวจึงเท่ากับราคาที่จำหน่ายให้กับคนไทย ผู้ประกอบการจึงปรับลดราคาสำหรับแรงงานต่างด้าวที่ซื้อสินค้าในปริมาณมาก “...เราจะไม่ลดจนเราขาดทุน แน่ นอน...ส่วนมากจะต่อราคาด้วย ก็มีส่วนมากเขาจะเอาไปขายต่อด้วยไง ลดบางอย่างเท่าที่ลดได้ ตัวไหนจัดรายการเราลดให้ไม่ได้อยู่แล้ว...” (โซนร้านแฮร์มาร์คบีวตี้, 2556) เนื่องจากแรงงานต่างด้าว

นิยมซื้อสินค้าเกี่ยวข้องกับความสะดวกในปริมาณมาก เพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับเพื่อนแรงงานต่างด้าวด้วยกัน และปัจจุบันแรงงานต่างด้าวจะมีการต่อราคามากกว่าในอดีต

สินค้าใหม่เรื่อยๆ หลักๆ เลย มี 1. มีปรับราคา 2.ราคาสินค้ามีอะไรบ้าง แต่แต่ละปีจะมีสินค้าใหม่เรื่อยๆ นี่คือการปรับตัว แต่ละปีไม่เหมือนกัน...ตามหลักผมว่าคนต่างด้าวนี้นั้นเขาเน้นของราคาถูก ถ้าของถูกขายได้แน่นอน ถ้าผมขายถูกได้แน่นอน ราคามีส่วนมาก คนไทยที่มาซื้อ ก็มีน้อยเป็นส่วนใหญ่ก็อย่างว่าเข้าห้างกัน เพราะเป็นธุรกิจใหญ่ ห้างเป็นจุดศูนย์รวม มีทุกอย่างสะดวกสบาย มีน้อยที่หลุดมาที่นี่ ถ้าคนต่างด้าวเข้ามาก็ให้เขาเลือกเอง เราจะเสนอแต่ราคาถูก เสนอราคาที่เขาพอใจ รวมถึงสินค้าด้วยเสนอหมด...เดี๋ยวนี้มีหลายร้านแข่งกันในเรื่องราคา คุณภาพ และบริการ 3 อย่างนี้คู่กันเรานั้นขายถูกกว่าเพื่อน ถูกกว่านโยบาย นโยบายทางห้างคือ ราคานั้นแหละผู้ประกอบการ (ร้านสยามชัยเซอร์วิส, 2556)

ที่ต้องขายถูกลงนะสิ เพราะร้านค้ามันเยอะ เดี่ยวนี้เขาขายขายกันถึงหน้าโรงงานสินค้า ถ้าสินค้าที่มีปัญหาก็สามารถเปลี่ยนคืนได้ แต่ก็ไม่ได้ทุกอย่างหรอก ในด้านการตั้งราคา ที่เท่าเดิมแหละ แต่ว่าเพื่อเขาต่อใจ คนพม่าชอบต่อราคามาก 5 บาท 10 บาท จนถึง 1,000 ก็มี (ร้านศิริพร, 2556)

ในทางตรงกันข้ามสินค้าจำเป็น อาทิ เครื่องนุ่งห่ม และอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการเข้าวัด และแรงงานต่างด้าวจะให้ความสำคัญด้านคุณภาพ “...การซื้อของคนพม่ามีทั้ง 2 แบบ ของคุณภาพกับของถูกๆ เหมือนคนไทยนี้แหละ คนมอญชอบทำบุญ เวลาไปทำบุญจะต้องซื้อแต่ของดีๆ ...คนพม่าชอบแต่ตัว ชอบมากๆ...” (มะชัน, 2556) และความสะดวกมากกว่าด้านราคา เสื้อผ้าที่แรงงานต่างด้าวสวมใส่เพื่อไปเที่ยวนั้น แรงงานต่างด้าวจะนิยมใส่เสื้อผ้าราคาถูก ทำให้ผู้ประกอบการเน้นการผลิตเสื้อผ้าราคาถูกมาจำหน่ายในแหล่งที่มีแรงงานต่างด้าวอาศัยอยู่และผลิตเสื้อผ้าตามประเพณีออกจำหน่ายเฉพาะช่วงเทศกาล โดยเฉพาะชุดกระโปรง เนื่องจากแรงงานต่างด้าวจะส่วนใหญ่ใส่เสื้อผ้าที่มีคุณภาพและมีราคาสูง เฉพาะไปร่วมงานบุญ อาทิ งานบวช งานแต่ง และงานวัด และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายเครื่องเขียนจะเตรียมสินค้าที่มีราคาแพง โดยเฉพาะเครื่องเขียน ซองจดหมาย ชุดถวายสังฆทาน และรูปเทียน เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของแรงงานต่างด้าว

## บทที่ 5

### สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครพบว่า ปัจจัยที่ทำให้การประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวสาเหตุหลักมาจากปัญหาความแตกต่างด้านภาษา และวัฒนธรรม รวมถึงเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้การประกอบการจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลและปรับเปลี่ยนลักษณะสินค้าและให้บริการให้ตรงตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อแสวงหาโอกาสในการแข่งขัน การปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคมและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น ตลอดจนต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับเศรษฐกิจเพื่อสร้างความอยู่รอดของการประกอบการและเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

#### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครสามารถสรุปผลการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

#### 1. ลักษณะการบริโภคสินค้าและใช้บริการของแรงงานต่างด้าว ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

แรงงานต่างด้าวส่วนใหญ่มาจากประเทศพม่า เชื้อสายมอญ แรงงานต่างด้าวมาทำงานใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากมีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก และมีค่าแรงมากกว่าประเทศของตน แรงงานต่างด้าวจึงมาทำงานสะสมเงินเพื่อนำกลับประเทศของตนเอง ส่งผลให้แรงงานต่างด้าวมีลักษณะไม่ฟุ่มเฟือย นิยมบริโภคสินค้าและบริการที่มีราคาถูก ในทางตรงกันข้าม แรงงานต่างด้าวมีลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับงานบุญ ประเพณีที่มีราคาค่อนข้างแพงมีคุณภาพ เพราะแรงงานต่างด้าวมาทำงานในที่ห่างไกลครอบครัว และญาติพี่น้องของตน จึงมีวัดและศาสนา เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ

แรงงานต่างด้าวส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาอย่างผิดกฎหมายและมีลักษณะการหลีกเลี่ยงการจับกุมของเจ้าหน้าที่รัฐบาล จึงไม่นิยมออกมาดำเนินชีวิตในที่สาธารณะ และด้วยวัฒนธรรมการแต่งกายและวัฒนธรรมการกินแตกต่างจากคนไทย แรงงานต่างด้าวจึงนำสินค้าพื้นเมืองเข้ามา



จำหน่ายภายในแหล่งที่พักอาศัยของตน เพื่อความสะดวก และตอบสนองความต้องการได้มากกว่า ตลาดสินค้าและบริการของคนไทย

ลักษณะการทำงานของแรงงานต่างด้าว ส่วนใหญ่ดำเนินชีวิตอยู่กับการทำงาน จึงไม่มีเวลาออกไปซื้อสินค้าและบริการในสถานที่ที่ไกลแหล่งที่พักของตน และจะมีเฉพาะแรงงานต่างด้าวถูกกฎหมายออกไปซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นในปริมาณที่มาก เพื่อมาจำหน่ายต่อให้กับแรงงานต่างด้าวที่เดินทางเข้ามาทำงานอย่างผิดกฎหมาย

## 2. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว

สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ค่าครองชีพสูงสินค้าและบริการมีราคาแพง รวมถึงการเกิดใหม่ ของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนหลายแห่ง ทำให้แรงงานไทยมีการเคลื่อนย้ายเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรมที่มีความมั่นคงและให้ค่าแรงที่สูงกว่า ส่งผลให้ธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

ผู้ประกอบการจึงมีการปรับตัวในการจ้างแรงงานต่างด้าวมากขึ้น โดยรับสมัครแรงงาน กลุ่มต่างด้าว และพัฒนาแรงงานให้เชี่ยวชาญเพื่อสามารถทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจ แต่ปัจจุบันแรงงานต่างด้าวเหลือจำนวนน้อยลง เนื่องจากเกิดการเคลื่อนย้ายเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เช่นเดียวกับแรงงานไทย และเกิดการทุจริต ทำให้ผู้ประกอบการบางรายมีนโยบายเลิกจ้างแรงงานต่างด้าว ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำเป็นต้องปรับขนาดตลาดและขนาดธุรกิจให้มีขนาดเล็กลงเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการจ้างงาน

## 3. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าวใน

แรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวในการใช้ภาษาไทยได้อย่างรวดเร็ว และผู้ประกอบการ ไม่นิยมการทำป้ายประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างด้าวเนื่องจากจะส่งผลให้ผู้บริโภคคนไทยไม่เข้าใช้บริการ และจะก่อให้เกิดแรงงานต่างด้าวมีการคาดหวังในการสื่อสารมากขึ้น และพบว่าธุรกิจที่มีการปรับตัวด้านภาษาจะมีแรงงานต่างด้าวมาใช้บริการมากกว่าธุรกิจที่ไม่มีการเปลี่ยนภาษา เนื่องจากแรงงานต่างด้าวนิยมใช้บริการกับคนที่พูดภาษาเดียวกัน จึงทำให้แรงงานต่างด้าวนิยมใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่มากขึ้น เนื่องจากมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างด้าว

ผู้ประกอบการมีการปรับตัวด้านการสื่อสารกับแรงงานต่างด้าว โดยการสื่อสารด้วยบทสนทนาที่ง่ายต่อการเข้าใจและใช้น้ำเสียงที่นุ่มนวลและอ่อนโยนเพื่อสร้างความอบอุ่นและแสดงความ เป็นมิตร และเนื่องจากแรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวด้านภาษาให้เข้ากับคนไทยได้เป็นอย่างดี และผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นว่าแรงงานต่างด้าวเป็นคนที่มีความขยัน มีความดีนรณ หาก

แรงงานต่างด้าวไม่สามารถสื่อสารเป็นภาษาไทยได้ แรงงานต่างด้าวจะสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษแทน รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมของแรงงานต่างด้าว ในการซื้อและการแสดงท่าทาง

#### 4. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการ

ลักษณะการบริโภคสินค้าของแรงงานต่างด้าวมักมีลักษณะเฉพาะซึ่งสามารถแบ่งประเภทสินค้าได้เป็น 2 ประเภท คือ สินค้าที่มีตัวตนและสินค้าที่ไม่มีตัวตน

สินค้าที่มีตัวตนสามารถแบ่งได้เป็น 3 ชนิดคือ 1) สินค้าที่จำเป็นสินค้าที่แรงงานต่างด้าวจำเป็นต้องใช้ในการดำเนินชีวิต ผู้ประกอบการมีการปรับตัวโดยการขยายแหล่งการให้บริการไปยังแหล่งที่พักอาศัยของแรงงานต่างด้าว และใช้กลยุทธ์การเจาะกลุ่มตลาด แรงงานต่างด้าวนั้นการใช้สินค้าที่มีคุณภาพที่ค่อนข้างมีราคาแพง 2) สินค้าทั่วไป เป็นสินค้าที่แรงงานต่างด้าวใช้บริโภคเป็นประจำในการดำเนินชีวิต ผู้ประกอบการมีการปรับตัวในการวางจำหน่ายให้มีความโดดเด่น สร้างแรงจูงใจให้เกิดการบริโภค และเสนอราคาต่ำให้กับแรงงาน เนื่องจากแรงงานต่างด้าวนั้นราคาถูกให้เหมาะสมกับการใช้งาน และ3) สินค้าฟุ่มเฟือย เป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นสำหรับแรงงานต่างด้าวและไม่นิยมบริโภค ผู้ประกอบการมีการปรับตัวเน้นด้านการให้บริการเป็นหลักเพื่อให้แรงงานต่างด้าวเกิดความประทับใจ ความจงรักภักดีต่อกิจการ และกลับมาใช้บริการ

สินค้าที่ไม่มีตัวตนส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการจะไม่มีปรับตัวเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีลักษณะการกำหนดราคาแบบตายตัว ไม่สามารถต่อรองได้ จึงเน้นการให้บริการเป็น

#### 5. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ

ปัจจุบันต้นทุนของสินค้าและบริการมีต้นทุนที่สูงขึ้น รวมถึงมีการเกิดใหม่ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และร้านค้าทั่วไปมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง การปรับตัวด้านการตั้งราคาจึงเป็นไปอย่างยากลำบาก เนื่องจากการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับต้นทุนของสินค้า ผู้ประกอบการจึงมีการปรับตัวทั้งหมด 3 ทางคือ 1) การลดราคา มีการส่งเสริมการตลาด โดยลดราคาให้ต่ำกว่าราคาส่งเสริมการตลาดที่ห้างสรรพสินค้า 2) การกำหนดราคาโดยการส่งเสริมการตลาด เพื่อส่งเสริมให้แรงงานต่างด้าวซื้อสินค้าและบริการในปริมาณที่มาก 3) การปรับราคาสูงขึ้นตามคุณภาพของสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องบุญ ประเพณี เพื่อให้เหมาะสมกับมูลค่าทางจิตใจ

การประกอบการที่สอดคล้องและเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการของลูกค้ากลุ่มแรงงานต่างด้าว ส่งผลให้ธุรกิจมีผลประกอบการดีขึ้น

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวมีความแตกต่างกันทั้งเรื่องภาษาและวัฒนธรรม ทำให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับแรงงานต่างด้าวตระหนักและมองเห็นลักษณะที่แตกต่าง เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความอยู่รอดของการประกอบการ ผู้ประกอบการจึงมีการปรับตัวด้านสินค้าและบริการเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ผู้คน ภาษา และวัฒนธรรม ที่มีความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ ความรู้สึกทัศนคติ การที่จะสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ภายใต้บริบทสังคมที่เปลี่ยนไปนั้น ต้องมีการปรับตัวปรับสินค้าและการให้บริการ เพื่อให้การประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป จากการศึกษาเรื่อง ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาดำเนินการตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่กำหนดไว้ ซึ่งประกอบไปด้วย การบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการการปรับตัวของการประกอบในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าวการปรับตัวของการประกอบในด้านการติดต่อสื่อสารกับแรงงานต่างด้าวการปรับตัวของการประกอบในด้านสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการ และการปรับตัวของการประกอบในด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการดังต่อไปนี้

### 1. ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

แรงงานต่างด้าวส่วนใหญ่มาจากประเทศพม่า เชื้อสายมอญ ลักษณะการบริโภคสินค้าโดยให้ความสำคัญกับการใช้งาน ไม่ฟุ่มเฟือย นิยมบริโภคสินค้าและบริการที่มีราคาถูกในทางตรงกันข้าม แรงงานต่างด้าวมีลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับงานบุญประเพณี ที่มีราคาค่อนข้างแพงและมีคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรปรับตัวด้านสินค้าตามโอกาส วันสำคัญต่างๆ สินค้าทั่วไปเน้นสินค้าที่มีราคาถูกโดยคำนึงถึงลักษณะการใช้สอยเป็นหลัก แรงงานต่างด้าวส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาอย่างผิดกฎหมายและมีลักษณะการหลีกเลี่ยงการจับกุมของเจ้าหน้าที่รัฐบาล เวลาออกมาซื้อสินค้าจึงนิยมซื้อในปริมาณมากๆ เพื่อสามารถนำไปใช้ได้ยาวนานถึงนำไปจำหน่ายต่อยังแรงงานต่างด้าวด้วยกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรส่งเสริมการขายด้วยการจำหน่ายในปริมาณมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของแรงงานต่างด้าว และแรงงานต่างด้าวมีวัฒนธรรมการแต่งกายและวัฒนธรรมการรับประทานอาหารแตกต่างจากคนไทย แรงงานต่างด้าวจึงมีการนำเข้าและจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง เพื่อมาจำหน่ายภายในแหล่งที่พักอาศัยของตน ผู้ประกอบการจึงควรปรับตัวด้านสถานที่จำหน่ายให้เข้าถึงแหล่งที่อยู่อาศัยของแรงงานต่างด้าวเพื่ออำนวยความสะดวก

สะดวกในการใช้บริการ โดยส่วนใหญ่แรงงานต่างด้าวมีความพึงพอใจกับสินค้าและการให้บริการของการประกอบการไทย เนื่องจากมีอัตราค่าจ้างดี และพูดไทยเพราะ

## 2. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว

ด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าวผู้ประกอบการมีการปรับขนาดตลาดและขนาดธุรกิจให้มีขนาดเล็กลงเนื่องจากแรงงานต่างด้าวหายากมากขึ้น ส่วนใหญ่นิยมไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีความมั่นคง และมีค่าแรงสูง ดังนั้นค่าแรงงานจึงมีอิทธิพลต่อแรงงานต่างด้าว หากผู้ประกอบการมีการปรับค่าแรงให้เหมาะสมกับแรงงาน จะทำให้แรงงานมีกำลังใจในการทำงาน ไม่เกิดการลาออกจากงานและแรงงานมีเหลือเก็บ ส่งผลให้ธุรกิจมีบุคลากรที่ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจมีการเติบโตและมีบุคลากรเพียงพอที่จะขยายกิจการให้มีขนาดใหญ่ขึ้น สามารถสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการ และเนื่องจากแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานเพื่อต้องการหาเงิน ค่าแรงจึงเป็นส่วนที่สำคัญในการเลือกงานของแรงงานต่างด้าว

ในอีก 2 ปี ข้างหน้า ประเทศไทยมีการเปิดประเทศอาเซียนอย่างเป็นทางการ และในอีก 9 ประเทศในกลุ่มอาเซียน รวมถึงประเทศพม่า ที่เป็นแรงงานหลักของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร อาจประสบปัญหาด้านบุคลากรเนื่องจากการเดินทางเสรีขึ้น และประเทศพม่ากำลังมีโรงงานอุตสาหกรรมเปิดจำนวนหลายแห่งแรงงานต่างด้าวอาจเดินทางกลับประเทศของตน เพื่อกลับไปทำงานยังภูมิภาคเดิมของตนเอง ค่าแรง ค่าสินค้าและบริการในประเทศอาเซียนอาจมีมาตรฐานเดียวกัน เพื่อทำให้แรงงานกลับไปพัฒนาประเทศของตน อาจส่งผลให้ธุรกิจขาดแคลนแรงงานต่างด้าวซึ่งเป็นบุคลากรที่สำคัญได้ในอนาคต ทำให้ธุรกิจต้องปรับขนาดลดลงหรืออาจต้องปิดกิจการได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการวางแผนด้านการจ้างงานในอนาคตล่วงหน้าเพื่อลดความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการค้าการลงทุนธุรกิจ

## 3. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าว

เนื่องจากแรงงานต่างด้าว เป็นคนที่มีความขยัน มีความดีนรน จึงมีการปรับตัวในการใช้ภาษาไทยได้อย่างรวดเร็ว และจากการศึกษาพบว่า ธุรกิจที่มีปรับตัวด้านการใช้ภาษาจะมีการกลุ่มลูกค้าแรงงานต่างด้าวใช้บริการมากกว่าธุรกิจที่ไม่มีการปรับตัว แสดงให้เห็นว่าแรงงานต่างด้าวนิยมใช้บริการกับธุรกิจที่สามารถสื่อสารเป็นภาษาเดียวกันแรงงานต่างด้าวได้ บางคนไม่สามารถสื่อสารเป็นภาษาไทยได้จะมีการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ อาศัยการชี้และการแสดงท่าทางแทน แต่การทำป้ายประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างด้าวจะส่งผลให้ผู้บริโภคคนไทยไม่เข้าใช้บริการ การจ้าง

แรงงานต่างด้าวเพื่อช่วยด้านสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มต่างด้าวจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ดังนั้นหากผู้ประกอบการมีการปรับตัวด้านการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าจะส่งผลให้มีลูกค้ากลุ่มแรงงานต่างด้าวเข้าใช้บริการมากขึ้น

เมื่อประเทศไทยเข้าสู่อาเซียนจะมีการเปิดประเทศการค้าเสรี แรงงานต่างด้าวสามารถเปิดธุรกิจในประเทศไทยได้อย่างเสรี และมีข้อได้เปรียบมากกว่าคนไทยด้านภาษา เนื่องจากแรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวการใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี และผู้ประกอบการไทยมีการปรับด้านการสื่อสาร โดยการจ้างแรงงานต่างด้าวอย่างเดียวไม่มีการปรับตัวด้านการใช้ภาษาต่างด้าวโดยเฉพาะภาษาพม่า ซึ่งเป็นแรงงานต่างด้าวหลักของ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในอนาคตจึงอาจมีการแข่งขันด้านการค้า การลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน และหากผู้ประกอบการไทยยังไม่มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนทัศนคติด้านการใช้ภาษา อาจทำให้ผู้ประกอบการเป็นผู้เสียเปรียบได้ในอนาคต

#### 4. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านสินค้าและการให้บริการของการประกอบการ

การบริโภคสินค้าของแรงงานต่างด้าวและการให้บริการของผู้ประกอบการสามารถแบ่งแยกประเภทและชนิดของสินค้าและบริการได้เป็น 2 ประเภทนั่นคือ สินค้าที่มีตัวตนและสินค้าที่ไม่มีตัวตน ผู้ประกอบการมีการปรับสินค้าที่มีตัวตนให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานของแรงงานต่างด้าว ในทางกลับกันสินค้าที่ไม่มีตัวตนจะมีมาตรฐานที่เป็นสากลทำให้ไม่มีการปรับตัวของสินค้า และพบว่าแรงงานต่างด้าวมียลักษณะการบริโภคสินค้าต่างจากคนไทย โดยสินค้าตามลักษณะการใช้งานของแรงงานต่างด้าวสามารถแบ่งเป็น สินค้าจำเป็น สินค้าทั่วไป และสินค้าฟุ่มเฟือย พบว่าผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่จำเป็นมีการปรับตัวมากที่สุด เนื่องจากแรงงานต่างด้าวมียลักษณะเฉพาะในการบริโภค ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นสำหรับคนไทย อาทิ ฟ้าสโล่ง และแปรงทานาคา ทำให้ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การเจาะตลาดโดยการเข้าไปจำหน่ายในแหล่งที่พักของแรงงานต่างด้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทั่วไปและสินค้าฟุ่มเฟือย ไม่มีการปรับตัวด้านสินค้า แต่เน้นการให้บริการและการเสนอราคาต่ำและเนื่องจากผู้ประกอบการต้องการสร้างการแข่งขันเพื่อคลองตลาดลูกค้ากลุ่มแรงงานต่างด้าวในการเพิ่มยอดขาย แต่กิจการยังขาดการนำเสนอสินค้าและการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรศึกษาวัฒนธรรมของแรงงานต่างด้าวอย่างละเอียด และทำการจำหน่ายสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับแรงงานต่างด้าวโดยตรง

#### 5. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ

ด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ มีการปรับตัวที่ค่อนข้างลำบาก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ค่าครองชีพสูง ส่งผลให้ต้นทุนสินค้าและบริการสูงขึ้น ลักษณะการบริโภคสินค้าของแรงงานต่างด้าวนิยมซื้อสินค้าในปริมาณที่มากเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับแรงงานต่างด้าวที่ไม่มีเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเน้นการปรับลดราคาตามปริมาณการบริโภคของแรงงานเป็นหลัก จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการอ้างอิงการกำหนดราคาของสินค้าและบริการตามตลาดโลก ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในการกำหนดราคาสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไทย เมื่อมีการเปิดประเทศอาเซียนราคาสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไทยจึงมีลักษณะสากล

### ประโยชน์จากการวิจัย

#### ประโยชน์เชิงการจัดการธุรกิจและเชิงนโยบาย

จากการศึกษาเรื่อง ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว ซึ่งการปรับตัวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเพื่อความอยู่รอดนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสนใจกลุ่มลูกค้าเป็นสำคัญ และเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ประกอบการจะต้องปรับให้การประกอบการมีความโดดเด่น สินค้าและการให้บริการที่เป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้บริโภค ซึ่งในครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางจากปัญหาการวิจัย ดังนี้

1. ผลการจากการศึกษา ชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีสภาพเศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง แรงงานต่างด้าวในชุมชนมีจำนวนมากและกระจายอยู่ในทุกพื้นที่ ซึ่งในอนาคตมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ทั้งจากการเปิดประเทศอาเซียนและจากการตั้งครุฑมีบุตรของแรงงานต่างด้าวภายในชุมชน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสำรวจแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาอย่างถูกกฎหมายและผิดกฎหมายและควบคุมให้อยู่ในจำนวนที่เหมาะสม เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดตามมาภายหลัง

2. แรงงานต่างด้าวมีภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากคนไทย แต่แรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวเข้าหาภาษาไทยและวัฒนธรรมไทยได้อย่างรวดเร็ว ในอีก 2 ปีข้างหน้า มีนโยบายเปิดประเทศอาเซียนการคมนาคมสะดวก มีการทำการค้าอย่างเสรี ทำให้เกิดการแข่งขันในด้านของภาษามากขึ้น อาจทำให้คนไทยเสียเปรียบด้านการค้าในด้านภาษาและวัฒนธรรมได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรศึกษาภาษาต่างด้าว โดยเฉพาะภาษาพม่า เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. ควรส่งเสริมให้มีการจัดเวทีสัมมนาเกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ของชุมชนที่มีแรงงานต่างด้าวอาศัยและทำงาน โดยเชิญวิทยากรผู้มีความรู้มาบรรยายถึงแนวทางในการปรับตัวเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง เชิญผู้ประกอบการประเภทต่างๆ มาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น ผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการค้าปลีก – ค้าส่ง และผู้ประกอบการบริการ

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษาและปรับตัวเพื่อป้องกันปัญหาและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งปัญหาการว่างงานและปัญหาด้านเศรษฐกิจ

5. ควรจัดตั้งกลุ่มการประกอบการที่เกี่ยวข้องกับแรงงานต่างด้าว เพื่อร่วมกับแบ่งปันปัญหาและร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

6. สถานประกอบการควรเปิดให้แรงงานต่างด้าวได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนา และปรับในทิศทางที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการประกอบการไทยให้มีผลประกอบการที่ดีขึ้น

### ประโยชน์เชิงทฤษฎี

การศึกษา ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ควรมีการนำแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดมาปรับใช้ในการประกอบการ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันรวมถึงการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ในการเอื้อต่อการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวที่ดี จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและผลผลิตที่ได้จากการประกอบการ และจากการศึกษาแนวคิดการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการ ข้อค้นพบที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น สามารถนำไปพัฒนาและปรับการประกอบการให้ดียิ่งขึ้น จากผลการศึกษาในครั้งนี้

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งอาจได้ข้อมูลไม่หลากหลาย ดังนั้น ควรมีการศึกษาวิจัยโดยน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นทฤษฎีหรือแนวคิด ว่ามีการปรับตัวและมีวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างไร วิธีการแบบใดที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสร้างความอยู่รอดได้

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแรงงานต่างด้าวที่อาศัยและทำงานอยู่ในเขตชุมชนและการประกอบการที่มีที่ตั้งอยู่ในอำเภอ จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นชุมชนที่มีความ

เจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจในเขตปริมณฑล ดังนั้น ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างชุมชนที่มีแรงงานต่างด้าวอาศัยและทำงานอยู่ ระหว่างชุมชนในเขตเมืองที่มีความเจริญกับชุมชนในชนบทว่าวิถีชีวิตของแรงงานต่างด้าวและปฏิสัมพันธ์กับคนไทยในชุมชนมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

3. ครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการปรับตัวของการประกอบการ ว่ามีกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อปรับตัวอย่างไร วิธีการแบบใดที่จะสามารถแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงด้านภาษาและวัฒนธรรมที่รวดเร็ว เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



## รายการอ้างอิง

- กรณีกา กล่อมจิต. (2553). “ชีวิตของเด็กพลัดถิ่นในเขตเทศบาลเมืองมหาชัย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2556). “แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ภาคอุตสาหกรรม).” 1 มกราคม.
- \_\_\_\_\_. (2556). “สรุปผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).” 1 มกราคม.
- กระทรวงแรงงาน. (2551). ข้อมูลแรงงานต่างด้าว. เข้าถึงเมื่อ 20 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.dog.go.th/index1.html>.
- เก๋. (2556). รายงานต่างด้าว. สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม.
- จุฑาธิณี สิงห์รัญ. (2545). “แนวทางการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของนักการโรง โรงเรียนสมุทรสาครบูรณะ จังหวัดสมุทรสาคร.” สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จุมจินต์ สัตต์ทุกข์. (2543). “ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.” ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉันทส เพียรธรรม และวันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์. (2555). “การปรับตัวของร้านโชห่วยภายใต้กระแสการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่.” การจัดการสิ่งแวดล้อม 8, 1 (มกราคม – มิถุนายน): 42-43.
- ชมสุภัค ครุฑทะ. (2554). “การศึกษาสมรรถนะสากลของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยรามคำแหงเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน” วิทยารามคำแหง (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) 56, 2 (มกราคม – กันยายน): 63.
- ชัชฎา เกษมทรัพย์ แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ รุ่งศักดิ์ วิลามาศ และอื่นๆ. (2551). “กลยุทธ์การปรับตัวทางการจัดการของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด.” มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2, 3(กันยายน – ธันวาคม): 75-76.
- ณัฐวุฒิ สุดดี. (2550). “โครงการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในที่ได้แนวคิดจากการศึกษาระบบนิเวศป่าชายเลน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการออกแบบภายใน คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณชนก ชรรวมวงศ์ (2551). “ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้าน  
กาแฟสดบนถนนนิมิตมานเหมินท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารการพัฒนา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.  
ดวงแข วิทยาสุนทรวงศ์. (2541). “ผลของกลุ่มสัมพันธ์เพื่อพัฒนาการปรับตัวด้านการเรียนของ  
นักศึกษา พยาบาลชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนคร จังหวัดศรีสะเกษ.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ดวงพร เสาภายน. (2546). “เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคในการใช้บริการ ร้านค้าปลีก  
แบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (ร้านสะดวกซื้อ) ในเขต  
กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด คณะวิทยาการ-  
จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ดาว. (2556). รายงานต่างดาว. สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม.

ธีระกิติ นวรัตน์ ณ อรุณยา. (2549). การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีระยุทธ รัตนวงศ์. (2545). “คนพลัดถิ่นในยุคโลกาภิวัตน์ กรณีศึกษาแรงงานต่างชาวมมา โรงงาน  
อุตสาหกรรมรุ่งเจริญยางไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขามนุษยวิทยา  
คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นภาพร นาคอ่อน. (2545). “พฤติกรรมการบริโภคและผลกระทบต่อร้านค้าย่อยจากห้างค้าปลีก  
ขนาดใหญ่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาสังคม  
คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.

นันทิชา บุญละเอียด. (2554). “การปรับตัวของนิสิตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสถิติ  
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปณัฐภา ภากรูป และสุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร. (2555). “กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้า  
ปลีกขนาดเล็กในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พรพิมล กาบบัว. (2549). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

- พระสุริย์ รัทประเทศ. (2554). “การจัดเกล้าทางสังคมของผู้รับศิลปมัตถ์ กรณีศึกษา: เกตุมดี-ศรีวราราม ตำบลบางโหนด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2544). การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์ กลยุทธ์ และการตัดสินใจ. พิมพ์  
ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มะขัน. (2556). รายงานต่างคำว. สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม.
- มัลลวีร์ อุดลวัฒน์ศิริ และวิศรา ศรีสวัสดิ์ (2538). “ปัญหาการปรับตัวและวิธีแก้ไขของนักเรียน  
ประถมศึกษา” วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษา  
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รสนันท์ สรรสะอาด. (2546). “โครงการชุมชนวิสาหกิจไทยสร้างศักยภาพ SME ไทยในอนาคต.”  
ไฟฟ้าและอุตสาหกรรม 10, 4 (กรกฎาคม – สิงหาคม): 42 – 46.
- ร้านโซนแอร์มาร์คบีบีดี. (2556). ผู้ประกอบการ SMEs. สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม.
- ร้านคิดโซน. (2556). ผู้ประกอบการ SMEs. สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม.
- ร้านเซอร์รี่ไมโครพริ้นท์เซ็นเตอร์. (2556). ผู้ประกอบการ SMEs. สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม.
- ร้านรองเท้าแก้ว. (2556). ผู้ประกอบการ SMEs. สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม.
- ร้านวุ้นกรองแก้ว. (2556). ผู้ประกอบการ SMEs. สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม.
- ร้านศิริพร. (2556). ผู้ประกอบการ SMEs. สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม.
- ร้านสยามชัยเซอร์วิส. (2556). ผู้ประกอบการ SMEs. สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม.
- ร้านสหมิตร. (2556). ผู้ประกอบการ SMEs. สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม.
- วารภรณ์ ตระกูลสฤณี. (2545). จิตวิทยาการปรับตัว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริม  
วิชาการ.
- วิรัชณี เขียวอ่อน. (2553). “กระบวนการตัดสินใจเลือกพ็อทเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัย-  
ศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริการตลาดและกรณีศึกษา.  
กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.

- ศิวรักษ์ แสงรักษา. (2554). “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของพนักงานในสถานประกอบการ ขนาดใหญ่ กรณีศึกษา อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร. (2556). ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ จังหวัดสมุทรสาคร. เข้าถึงเมื่อ 30 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.samutsakhon.go.th/index.php/2014-01-04-19-08-26/2014-01-04-20-22-10>
- สำนักงานจัดหางานจังหวัดสมุทรสาคร. (2556). ที่ตั้งชุมชนของแรงงานต่างด้าว. เข้าถึงเมื่อ 20 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ozlqEEFisbAJ:115.31.137.49/sk/Activity.html+&cd=1&hl=th&ct=clnk&gl=th>
- สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสมุทรสาคร. (2556). ข้อมูลธุรกิจ. เข้าถึงเมื่อ 25 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก [http://www.dbd.go.th/ewtadmin/ewt/dbdweb56/more\\_news.php?cid=36](http://www.dbd.go.th/ewtadmin/ewt/dbdweb56/more_news.php?cid=36)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559). เข้าถึงเมื่อ 30 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments.pdf>
- สุจินดา เขียมศรีพงษ์. (2554). “ธุรกิจค้าปลีกแบบ ดั้งเดิม (ร้านโชห่วย): ปัญหาและทางแก้ไข.” วิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ 6, 1 (ตุลาคม – มีนาคม): 4 – 6.
- สุชา จันทร์เอม. (2544). จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- โสโธ. (2556). แรงงานต่างด้าว. สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อมรรัตน์ วิริยะพงษ์. (2551). “การศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อมรรัตน์ วิริยะพงษ์. (2553). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์กรของพนักงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนครปฐม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- อัญญาณี สิทธิอาษา. (2554). “แนวทางการปฏิบัติงานทางคดีโดยใช้กระบวนการทางนิติวิทยาศาสตร์ในประเทศไทย ศึกษากรณีคดีอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับแรงงานข้ามชาติในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขา นิติวิทยาศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อาชนัน เกาะไพบูลย์ และ พิสุทธิ กุลธนวิทย์. (2554). “การปรับตัวของอุตสาหกรรมเสื้อชื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไทยในยุคการค้าโลกเสรี.” รายงานวิจัยเสนอต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เออ. (2556). รายงานต่างด้าว. สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม.
- แอ. (2556). รายงานต่างด้าว. สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม.
- Rogers, Carl R. (1951). **Client-Centered Therapy, its current practice, implications, and theory.** Boston: Houghton Mifflin.
- Roy, Mayer. (1976). **Applying Behavior-Analysis Procedures with Children and Youth.** New York: Holt, Rinehart.
- Hodgetts, Richard. M. (1986). **Management: theory, process, and practice / Richard M. Hodgetts.** 4<sup>th</sup> ed. New York: Dryden Press
- Yamane, Taro. (1979). **Statistic : An Introductory Analysis.** 3<sup>rd</sup> ed. New York: Harper and Row .



ภาคผนวก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

**แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการ**  
**เรื่อง การปรับตัวระหว่างการประกอบการ SMEs และแรงงานต่างชาติ ในจังหวัดสมุทรสาคร**

ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์<sup>1</sup>, ชนัญชิตา เจริญวัฒน์<sup>2</sup>

---

**วัตถุประสงค์**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เพื่อศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยผลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษา สำหรับแบบสอบถามจะมีทั้งหมด 4 ตอนดังนี้

**คำชี้แจง**

1.แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 การปรับตัวของการประกอบการ SMEs

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจและอุปสรรคของ การจ้างงาน / การค้า / การให้บริการ

ตอนที่ 4 ข้อมูล / ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม

2. โปรดตอบแบบสอบถามอย่างละเอียด

3. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

4. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะได้รับการเก็บรักษาไว้เป็นความลับ

---

<sup>1</sup>อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup>นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ ร้านค้า/ บริษัท/ กิจการ

.....  
 .....

ประเภทธุรกิจ ( ) การผลิต, ( ) การบริการ, ( ) การค้าส่ง,  
 ( ) การค้าปลีก, ( ) อื่นๆ.....

ที่อยู่

.....  
 .....

รายละเอียดของสินค้าและบริการ

.....  
 .....  
 .....  
 .....

## ตอนที่ 2 การปรับตัวของการประกอบการ SMEs

2.1. ลักษณะความแตกต่างของการประกอบการ SMEs ตั้งแต่อดีตและปัจจุบัน (อย่างละเอียด)

2.1.1 การประกอบการในอดีต

2.1.2 การประกอบการในปัจจุบัน

2.2. การปรับตัวของการประกอบการ SMEs ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน (อย่างละเอียด)

2.2.1 การปรับตัวด้านการสื่อสาร

2.2.2 การปรับตัวด้านสินค้าและการให้บริการ

2.2.3 การปรับตัวด้านบุคลากร

2.2.4 การปรับตัวด้านการกำหนดราคา]



**ตอนที่ 3 ความพึงพอใจและอุปสรรคของ การจ้างงาน / การค้า / การให้บริการ ของแรงงานต่างด้าว**

3.1. ความพึงพอใจของการจ้างงาน / การค้า / การให้บริการ ของแรงงานต่างด้าว (อย่างละเอียด)

3.2. อุปสรรคของ การจ้างงาน / การค้า / การให้บริการ ของแรงงานต่างด้าว (อย่างละเอียด)

**ตอนที่ 4 ข้อมูล / ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม (ถ้ามี)**



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

**แบบสอบถามสำหรับแรงงานต่างด้าว**  
**เรื่อง การปรับตัวระหว่างการประกอบการ SMEs และแรงงานต่างชาติ ในจังหวัดสมุทรสาคร**

ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์<sup>1</sup>, ชนัญชิตา เจริญวัฒน์<sup>2</sup>

**วัตถุประสงค์**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เพื่อศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยผลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษา สำหรับแบบสอบถามจะมีทั้งหมด 4 ตอนดังนี้

**คำชี้แจง**

1.แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ลักษณะการอยู่อาศัย

ตอนที่ 3 ความต้องการ ความพึงพอใจและอุปสรรคต่อการบริโภคสินค้าและการใช้บริการ

ตอนที่ 4 ข้อมูล / ข้อเสนอแนะ

2. โปรดตอบแบบสอบถามอย่างละเอียด

3. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

4. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะได้รับการเก็บรักษาไว้เป็นความลับ

<sup>1</sup>อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup>นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป**

ชื่อ.....เชื้อชาติ.....สัญชาติ.....

จำนวนปีที่ทำงานในประเทศไทย จำนวน .....ปี อาชีพ.....

**ตอนที่ 2 ลักษณะความเป็นอยู่**

.....

.....

**ตอนที่ 3 ความต้องการ ความพึงพอใจ และอุปสรรคต่อการบริโภคสินค้าและบริการ**

3.1 ความต้องการ ต่อการบริโภคสินค้าและบริการ

3.2 ความพึงพอใจ ต่อการบริโภคสินค้าและบริการ

3.3 อุปสรรค ต่อการบริโภคสินค้าและบริการ

**ตอนที่ 4 ข้อมูล / ข้อเสนอแนะ**

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

