

นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม สหสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ

นวัตกรรมการ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INNOVATION OF FINANCIAL KNOWLEDGE MANAGEMENT FOR SMALL  
RESTAURANT ENTREPRENEURS IN THAILAND



Miss Panita Rachapaettayakom

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Doctor of Philosophy in Technopreneurship and Innovation

Management

Inter-Department of Technopreneurship and Innovation Management

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 2018

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย
โดย	น.ส.ปณิตา ราชแพทยาคม
สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.มงคลชัย วิริยะพินิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.นกุล คูหะโรจนานนท์ อาจารย์ ดร.สุภารัตน์ ตันทองศักดิ์กุล

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต

.....	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธรรมนุญ หนูจักร)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ประธานกรรมการ
.....	
(รองศาสตราจารย์ ดร.จินตวีร์ คล้ายสังข์)	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
.....	
(รองศาสตราจารย์ ดร.มงคลชัย วิริยะพินิจ)	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
.....	
(รองศาสตราจารย์ ดร.นกุล คูหะโรจนานนท์)	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
.....	
(อาจารย์ ดร.สุภารัตน์ ตันทองศักดิ์กุล)	กรรมการ
.....	
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกรี สิ้นสุภิญญา)	กรรมการ
.....	
(อาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์)	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
.....	
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์)	

ปณิธา ราชแพทยาคม : นวัตกรรมจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย. ( INNOVATION OF FINANCIAL KNOWLEDGE MANAGEMENT FOR SMALL RESTAURANT ENTREPRENEURS IN THAILAND) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ. ดร.มงคลชัย วิริยะพิณิช, อ.ที่ปรึกษาร่วม : รศ. ดร.นกุล คุณะใจจนาพันธ์, อ. ดร.สุภาวรัตน์ ตันทองศักดิ์กุล

ปัจจุบันธุรกิจขนาดเล็กมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในหลาย ๆ ประเทศ เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ธุรกิจขนาดเล็กมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กที่ขยายตัวตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (ผู้ประกอบการ) เผชิญกับความล้มเหลวทางธุรกิจ เนื่องจากขาดความรู้ด้านการเงิน ประสบการณ์ และเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินซึ่งมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ สภาพปัจจุบันและความต้องการความรู้ด้านการเงิน และสภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย (ผู้ประกอบการร้านอาหาร) เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อทดสอบการใช้และกายยอมรับเครื่องมือการจัดการความรู้และพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลเชิงลึก และการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับการหาความรู้มากที่สุด สำหรับความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญและต้องการความรู้ในการหาเงินทุนมากที่สุดเพื่อนำเงินมาเริ่มต้นธุรกิจ และความรู้ในการทำแผนธุรกิจเพื่อเตรียมความพร้อมทางธุรกิจ จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วย Pearson's correlation และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่าระดับการหาความรู้และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงิน พบว่าความรู้เกี่ยวกับหาเงินทุน การทำแผนธุรกิจ และการทำบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการหาความรู้ พบว่าความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ และการทำบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

จากการวิเคราะห์การจัดกลุ่มสามารถแบ่งผู้ประกอบการร้านอาหารออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใช้และต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินในระดับต่ำและระดับสูง โดยในการวิจัยนี้ศึกษาผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับการใช้และต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินในระดับสูง จากผลการทดสอบคอสครันคิวและการทดสอบแมคเนียร์ พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับการใช้และต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินในระดับสูงใช้เว็บไซต์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการหาความรู้ และแบ่งปันความรู้

นอกจากนี้ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใช้และต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินในระดับสูง สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารอย่างจำกัด ที่ต้องการเครื่องมือในการหาความรู้ที่มีลักษณะการใช้งานเพียงเลือกเมนูใช้งาน 2 – 3 ครั้งก็สามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ต้องการ และผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือในการหาความรู้ และแบ่งปันความรู้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนาต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

การวิจัยนี้ สามารถเติมช่องว่างงานวิจัยจากการจัดการความรู้ในองค์กรขนาดใหญ่มาสู่การจัดการความรู้ในองค์กรขนาดเล็กในบริบทของผู้ประกอบการร้านอาหาร และช่องว่างงานวิจัยความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กมาสู่แนวคิดความรู้ด้านการเงินโดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารซึ่งมีลักษณะการบริหารจัดการด้านการเงินต่างจากธุรกิจประเภทอื่น นอกจากนี้ ต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินนี้เป็นเครื่องมือช่วยเสริมสร้างความรู้ด้านการเงินให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีหน้าที่ดูแลธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กสามารถนำแนวคิดและต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินนี้ไปพัฒนาต่อยอดเป็นเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านอื่น เช่น ความรู้ด้านปฏิบัติการ ความรู้ด้านการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น

สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม	ลายมือชื่อ.....
ปีการศึกษา	2561	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก.....
		ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม.....
		ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม.....

# # 5787787720 : MAJOR TECHNOPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT

KEYWORD: Knowledge management, Financial knowledge, Knowledge management tools and technology, Small Businesses, Restaurant business, Entrepreneurs

Panita Rachapaettayakom : INNOVATION OF FINANCIAL KNOWLEDGE MANAGEMENT FOR SMALL RESTAURANT ENTREPRENEURS IN THAILAND. Advisor: Assoc. Prof. Mongkolchai Wiriyaipinit Co-advisor: Assoc. Prof. Nagul Cooharajanone, Ajarn Suparatana Tanthanongsakkun

Currently, small businesses take an essential role to economic growth in several countries. As well as Thailand, small businesses have enlarged Gross Domestic Product (GDP) for last five years, continuously. In particular, small restaurant business has followed tourism industry expansion. However, small business entrepreneurs (Entrepreneurs) are facing with business failure as a result of lacking financial knowledge, experiences and financial knowledge management tools that relate to business performance.

This research aims to study current conditions of knowledge management, current conditions of and needs for financial knowledge, and current conditions of using and needs for financial knowledge management tools of small restaurant entrepreneurs (Restaurant entrepreneurs), to develop a prototype of financial knowledge management tool for restaurant entrepreneurs, to test using and to test knowledge management tools acceptance in order to commercialise.

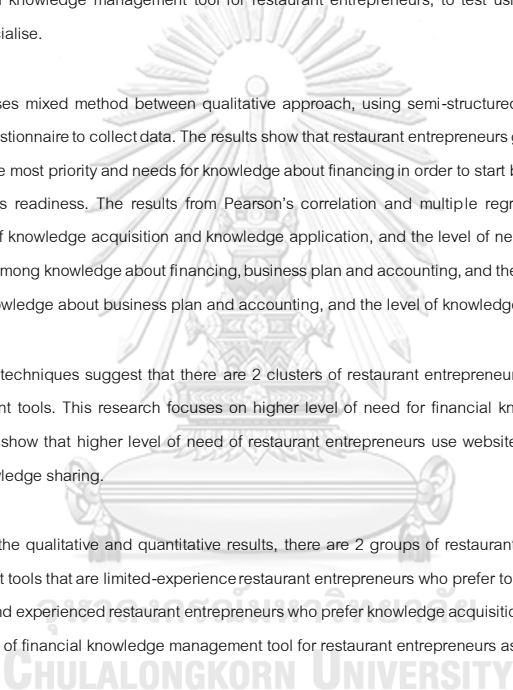
This research uses mixed method between qualitative approach, using semi-structured questions to collect insight information, and quantitative approach, using questionnaire to collect data. The results show that restaurant entrepreneurs give most priority to knowledge acquisition. For the financial knowledge, they give most priority and needs for knowledge about financing in order to start business, then knowledge about business plan in order to prepare for business readiness. The results from Pearson's correlation and multiple regression analyses show that there are positive relationships among the levels of knowledge acquisition and knowledge application, and the level of need for financial knowledge management tools. There are positive relationships among knowledge about financing, business plan and accounting, and the level of knowledge acquisition. Also, there are positive relationships among knowledge about business plan and accounting, and the level of knowledge application.

Cluster analysis techniques suggest that there are 2 clusters of restaurant entrepreneurs that are lower and higher levels of need for financial knowledge management tools. This research focuses on higher level of need for financial knowledge management tools. The results from Cochran Q and McNemar tests show that higher level of need of restaurant entrepreneurs use websites and online social network as main tools for knowledge acquisition and knowledge sharing.

Additionally, as the qualitative and quantitative results, there are 2 groups of restaurant entrepreneurs in the higher level of need for financial knowledge management tools that are limited-experience restaurant entrepreneurs who prefer to use 2 - 3 clicks knowledge acquisition tools in order to access to knowledge, and experienced restaurant entrepreneurs who prefer knowledge acquisition and knowledge sharing tools. As a result, the researcher develops a prototype of financial knowledge management tool for restaurant entrepreneurs as qualitative and quantitative results.

This research fills the research gap from knowledge management in large organizations to small businesses in the context of restaurant entrepreneurs, and the research gap from financial knowledge for small business entrepreneurs to financial knowledge in particular of restaurant entrepreneurs that financial management of this business is different from other businesses. Moreover, this prototype benefits to restaurant entrepreneurs

Field of Study:	Technopreneurship and Innovation Management	Student's Signature .....
Academic Year:	2018	Advisor's Signature .....
		Co-advisor's Signature .....
		Co-advisor's Signature .....



## กิตติกรรมประกาศ

ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการขอจบการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งสำเร็จลุล่วงได้จากการการสนับสนุน การให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด และสม่ำเสมอ จากคณาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสามท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รศ. ดร.มงคลชัย วิริยะพินิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก เป็นอย่างสูงที่สละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด สม่ำเสมอ สนับสนุน ให้กำลังใจ สอนให้มีสติอยู่กับธรรมชาติ และช่วยแก้ปัญหาให้ทุกอย่าง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รศ.ดร.นกุล คุณะโรจนานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมเป็นอย่างสูง ที่สละเวลาให้ผู้วิจัยเป็นอย่างมากท่านเปรียบเสมือนเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ในทุกเรื่อง ที่ผู้วิจัยสามารถหาคำตอบได้จากท่าน 7 วัน ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง และให้ความกรุณาตอบทุกคำถามสุดท้ายของผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.สุภาวรัตน์ ต้นทนงศักดิ์กุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมอีกท่านที่ได้กรุณาสอนให้คิด ในมุมมองของของนักวิชาการ ให้คำแนะนำในการพัฒนาดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ได้เป็นอย่างดีได้อย่างครอบคลุม ในมุมมองของนักวิชาการด้านการเงินและการลงทุน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รศ. ดร.จินตวีร์ คล้ายสังข์ ประธานกรรมการสอบ ที่ให้เมตตาผู้วิจัยเสมอมา สละเวลาอันมีค่า ให้แนวทางอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์ กรรมการสอบ ที่ให้กำลังใจ และแนะนำแนวทางในการพัฒนาดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.สุกรี สินธุภิญโญ กรรมการสอบ ที่ได้กรุณาให้แนวทางการพัฒนางานวิจัยให้มีความน่าสนใจ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รศ.ดร. สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้คำแนะนำในการวิจัยขั้นนี้ได้ลึกซึ้งมากขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.อัฉรวา จันทร์ฉาย ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ที่เป็นเสมือนร่มโพธิ์ร่มไทรทางวิชาการ ท่านได้ปูพื้นฐานความคิดของความเป็นนิสิตในระดับปริญญาเอก ให้ความรู้ ความรัก ความเมตตา และกำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.พงศ์พันธ์ อนันต์วรณิษฐ์ ภาควิชาการออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้สอนให้ผู้วิจัยได้มีแนวคิดใหม่ ๆ เปิดอีกมุมมองในการมองโลก มองสิ่งรอบตัว ผู้วิจัยขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.ณัตติฤดี เจริญรักษ์ ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ให้กำลังใจในการเรียน สละเวลาสอน ให้ความรู้ทางสถิติ และให้คำแนะนำในการใช้เครื่องมือทางสถิติในงานวิจัยนี้

ดุษฎีนิพนธ์และคุณวุฒิปริญญาเอกนี้มีโอกาสสำเร็จได้ หากผู้วิจัยได้รับการดูแล การอบรม ปลุกฝังให้มีลักษณะนิสัยมีวินัย สม่ำเสมอ มุ่งมั่น ขยัน อดทน และมีความรับผิดชอบ จากผู้ที่มีพระคุณสูงสุดในชีวิตของผู้วิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ประยูรศรี ราชแพทยาคม มารดาผู้ให้ชีวิตและให้ความรัก และอาจารย์คนส์ ราชแพทยาคม พี่ชาย ถึงแม้ท่านจะไม่ได้อยู่แล้ว แต่ผู้วิจัยเชื่อว่าท่านทั้งสองภูมิใจในความสำเร็จครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณเจ็ดพันธ์ นิธิยาน ประธานเจ้าหน้าที่การลงทุน บลจ.ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้ให้กำลังใจและแนวคิดในการดำรงชีวิตให้เป็นสุข ผู้วิจัยขอขอบคุณ ดร.พงศ์กร พิทยदनย์ ดร.วิไลรักษ์ รักบำรุง และดร.ชติพจน์ ศรีเมือง ที่แบ่งปันความรู้และประสบการณ์และแนวทางในการเรียน ขอขอบคุณ คุณกมล ปานม่วงที่ได้สละเวลาแบ่งปันความรู้และคอยช่วยเหลือสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา ขอขอบคุณ คุณเศกสรรค์ ลีลาทิพย์กุล เปรียบเสมือนพี่ชายที่คอยให้กำลังใจ ขอขอบคุณ ดร. ปิยะนุช ฐปถมพงศ์ รุ่นพี่ CUTIP และเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการและธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย และขอขอบคุณเพื่อนร่วมชั้น CUTIP8 รุ่นพี่และน้อง ๆ ที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจ และผู้ประกอบการร้านอาหารทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์สละเวลาให้คำสัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถาม สุดท้ายผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ขอขอบคุณจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ได้สนับสนุน ทุนอุดหนุน วิทยานิพนธ์ ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้

ปณิดา ราชแพทยาคม

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูป .....	ต
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย .....	4
1.3.1 ขอบเขตของการวิจัยด้านเนื้อหา .....	5
1.3.2 ขอบเขตของการวิจัยด้านประชากร.....	5
1.4 คำถามการวิจัย.....	5
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย .....	6
1.5.1 ประโยชน์ที่ได้รับเชิงวิชาการ.....	6
1.5.2 ประโยชน์ที่ได้รับเชิงการนำไปปฏิบัติ .....	6
1.5.3 ประโยชน์ที่ได้รับทางสังคม.....	6
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย .....	7
1.7 ความเกี่ยวข้องของการวิจัยกับเทคโนโลยี นวัตกรรม และ การบริหารจัดการ .....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	9
ตอนที่ 1 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดเล็ก.....	11

1.1 ความหมายของธุรกิจขนาดเล็ก .....	11
1.2 บทบาทของธุรกิจขนาดเล็กต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย .....	11
1.3 ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก .....	15
1.4 ปัญหาของผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	16
ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้.....	18
2.1 ความหมายของการจัดการความรู้.....	18
2.2 ลำดับขั้นของการเกิดความรู้.....	20
2.3 ประเภทของความรู้.....	21
2.4 องค์ประกอบของการจัดการความรู้.....	21
2.5 กระบวนการจัดการความรู้.....	22
2.5.1 การหาความรู้ .....	23
2.5.2 การจัดเก็บความรู้ .....	23
2.5.3 การแบ่งปันความรู้ .....	23
2.5.4 การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้.....	24
2.6 การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก.....	28
2.6.1 การหาความรู้ .....	28
2.6.2 การจัดเก็บความรู้ .....	28
2.6.3 การแบ่งปันความรู้ .....	29
2.6.4 การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้.....	29
2.7 กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	29
2.8 สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร.....	34
ตอนที่ 3 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดเล็ก.....	35



3.1 ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก .....	35
3.1.1 ความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน .....	36
3.1.2 ความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี .....	38
3.1.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด .....	39
3.1.4 ความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุน .....	39
3.1.5 ความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ .....	40
3.1.6 ความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ .....	41
3.2 กรอบแนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบร้านอาหาร .....	50
3.3 สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	52
3.4 กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	54
ตอนที่ 4 แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้	56
4.1 เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ .....	56
4.2 สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้าน การเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	57
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	60
ชั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ความรู้ด้านการเงิน และ เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ .....	62
1.1 วิธีการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	62
1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	62
ชั้นตอนที่ 2 การวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ และการวิจัยข้อมูลเชิงปริมาณ .....	62
2.1 วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ .....	62
2.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ .....	63
2.1.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ .....	63
2.2 วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ .....	63

2.2.1	กลุ่มประชากรในการวิจัยเชิงปริมาณ.....	64
2.2.2	กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ.....	64
2.2.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ.....	64
2.2.4	ความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม.....	66
2.2.6	การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ.....	70
ขั้นตอนที่ 3	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ.....	71
3.1	เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	71
3.2	เครื่องมือทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	72
ขั้นตอนที่ 4	การพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับ ผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	73
ขั้นตอนที่ 5	การทดสอบการยอมรับต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้าน การเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	73
5.1	เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบยอมรับต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ.....	73
5.2	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบการใช้และการยอมรับนวัตกรรม.....	74
5.3	เครื่องมือที่นำมาใช้วิเคราะห์การทดสอบการยอมรับนวัตกรรม.....	74
ขั้นตอนที่ 6	การนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับ ผู้ประกอบการร้านอาหารสู่เชิงพาณิชย์.....	74
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการอภิปรายผล.....	75
ส่วนที่ 1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการจัดการ ความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้าน การเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	78
4.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	78
4.2	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	78

4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถาม.....	79
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม.....	80
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร.....	90
4.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้าน การเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	90
4.5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	92
4.5.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการหาความรู้ด้านการเงินของ ผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	93
4.5.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	94
4.5.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการแบ่งปันความรู้ด้าน การเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	94
4.5.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการนำความรู้ด้านการเงินไป ประยุกต์ใช้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	95
4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้าน การเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	96
4.6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความ ต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	96
4.6.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความ ต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	102
4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ และความต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร.....	105

4.7.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการ ความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	105
4.7.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีใน การจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	110
4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้และ ความต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	111
4.8.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการ ความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	112
4.8.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการ จัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	114
4.9 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ Pearson's correlation .....	115
4.10 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis).....	126
4.11 ผลการวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster analysis) ผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	133
4.12 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้าน การเงิน โดยใช้ในการทดสอบคอคเรนควิและการทดสอบแมคนีมาร์ ..... 144	144
4.13 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ .....	150
4.14 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อนำไปพัฒนา เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ร้านอาหาร.....	151
ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบัน ความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันการใช้ และความ ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ร้านอาหาร .....	154
บทที่ 5 การพัฒนาเครื่องมือ และเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน .....	160

5.1 การสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรมที่ได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ .....	160
5.1.1 การสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรมจากข้อมูลเชิงคุณภาพ .....	160
5.1.2 การสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรมจากข้อมูลเชิงปริมาณ.....	164
5.2 การพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน .....	173
5.2.1 หน้าแรกเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	173
5.2.2 เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังไม่มีประสบการณ์.....	175
5.2.3 เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์.....	178
บทที่ 6 การยอมรับนวัตกรรมและการนำไปพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ .....	189
6.1 ผลการทดสอบการใช้งานและการยอมรับการใช้งานต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	189
6.1.1 การพัฒนาเครื่องมือทดสอบการใช้งานและการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin_Rest.....	191
6.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	191
6.1.3 ผลการทดสอบการใช้งานและการยอมรับนวัตกรรม.....	192
6.2 การนำเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารสู่เชิงพาณิชย์.....	199
6.2.1 ลักษณะของเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	199
6.2.2 ความโดดเด่นของเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	200
6.2.3 โครงสร้างเงินทุน และโครงสร้างองค์กร บุคลากร และหน้าที่ความรับผิดชอบ.....	201

6.2.4	แผนการบริหารจัดการ .....	201
6.2.5	การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการนำเว็บไซต์ Fin_Rest พัฒนาสู่เชิงพาณิชย์.....	203
6.2.6	แผนการตลาด.....	205
6.2.7	กลยุทธ์การตลาด .....	206
6.2.8	แนวทางการต่อยอดผลิตภัณฑ์ .....	209
บทที่ 7	บทสรุป ข้อจำกัด และข้อเสนอแนะ.....	210
7.1	บทสรุป .....	210
7.1.1	ที่มาของการศึกษาวิจัยเรื่องนวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับ ผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	210
7.1.2	คำถามงานวิจัย และวัตถุประสงค์งานวิจัย .....	210
7.1.3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	211
7.1.4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย .....	212
7.1.5	การพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับ ผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	213
7.1.6	การทดสอบการใช้ และการยอมรับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้าน การเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	213
7.1.7	ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย .....	214
7.2	ข้อจำกัดของงานวิจัย .....	216
7.3	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	217
ภาคผนวก	.....	218
ภาคผนวก 1	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	219

ภาคผนวก 2 แบบสอบถามสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ สภาพปัจจุบันและความต้องการ ความรู้ด้านการเงิน และเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ร้านอาหาร .....	222
ภาคผนวก 3 แบบสอบถามการใช้งานและการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยี การจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	242
ภาคผนวก 4 การคำนวณจำนวนตัวอย่างด้วยโปรแกรม G* power.....	247
บรรณานุกรม .....	261
ประวัติผู้เขียน.....	262



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 ขนาดธุรกิจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 .....	11
ตารางที่ 2.2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศปี 2555 - 2559 ตามขนาดของธุรกิจ.....	12
ตารางที่ 2.3 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศแยกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ .....	13
ตารางที่ 2.4 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศภาคบริการเอกชนแยกตามขนาดธุรกิจ ปี 2559.....	14
ตารางที่ 2.5 คำจำกัดความของการจัดการความรู้ .....	19
ตารางที่ 2.6 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการความรู้ .....	25
ตารางที่ 2.7 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ .....	42
ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม (Reliability) .....	80
ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม .....	82
ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	87
ตารางที่ 4.4 การจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	91
ตารางที่ 4.5 การเปรียบเทียบการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	91
ตารางที่ 4.6 ระดับการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย .....	93
ตารางที่ 4.7 ระดับการหาความรู้ด้านการเงินแต่ละด้านของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	93
ตารางที่ 4.8 ระดับการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินแต่ละด้านของผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	94
ตารางที่ 4.9 ระดับการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินแต่ละด้านของผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	95
ตารางที่ 4.10 ระดับการนำความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารแต่ละด้านไปประยุกต์ใช้.....	95
ตารางที่ 4.11 ตารางเปรียบเทียบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กจากการทบทวนวรรณกรรม กับความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ .....	101
ตารางที่ 4.12 สภาพปัจจุบันความรู้ที่ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	102
ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้การเงินในแต่ละด้าน .....	103
ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ระดับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงทั้งของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	104



ตารางที่ 4. 15 ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่ผู้ประกอบการต้องการ .....	105
ตารางที่ 4.16 กระบวนการจัดการความรู้ และการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ .....	108
ตารางที่ 4.17 การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	109
ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ของ ผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	112
ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการจัดเก็บความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	113
ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการแบ่งปันความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	113
ตารางที่ 4.21 ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	114
ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการจัดการความรู้ด้านการเงิน และ ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน .....	117
ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน ตัวแปรระดับการ หาความรู้ด้านการเงิน และตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงิน .....	122
ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน ระดับการจัดเก็บความรู้ ด้านการเงิน และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน .....	123
ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน ระดับการแบ่งปันความรู้ ด้านการเงิน และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน .....	124
ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน ระดับการนำความรู้ด้าน การเงินไปประยุกต์ใช้ และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ .....	125
ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุระหว่างระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ .....	128
ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และระดับการหา ความรู้.....	131
ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และระดับการนำ ความรู้ไปประยุกต์ใช้ .....	132
ตารางที่ 4.30 ลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ .....	135
ตารางที่ 4.31 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร ..	136
ตารางที่ 4.32 ลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ .....	138

ตารางที่ 4.33 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจับเก็บความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร ..... 139

ตารางที่ 4.34 ลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ ..... 142

ตารางที่ 4.35 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ..... 143

ตารางที่ 4.36 ความแตกต่างของระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ..... 147

ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้วยการทดสอบแมคเนียร์ (McNemar test)..... 148

ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร..... 152

ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เกี่ยวกับความรู้ด้านการเงิน สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร..... 153



## สารบัญญรูป

หน้า

รูปที่ 2.1 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศแยกตามขนาดธุรกิจปี 2559.....	12
รูปที่ 2.2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศปี 2555 – 2559 ตามขนาดของธุรกิจ.....	13
รูปที่ 2.3 องค์ประกอบของการจัดการความรู้ .....	22
รูปที่ 2.4 กรอบแนวคิดกระบวนการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	33
รูปที่ 2.5 กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	55
รูปที่ 3. 1ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย .....	61
รูปที่ 4.1 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	136
รูปที่ 4.2 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	139
รูปที่ 4.3 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร...	143
รูปที่ 5.1 หน้าแรกเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	174
รูปที่ 5. 2 หน้าสมาชิกลงทะเบียนเข้าใช้งาน.....	174
รูปที่ 5. 3 เมนูประเภทของผู้ประกอบการร้านอาหาร .....	175
รูปที่ 5. 4 เมนูแนะนำสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่.....	176
รูปที่ 5. 5 ผลจากการเลือกเมนูแนะนำเงินกู้สำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่.....	177
รูปที่ 5. 6 ผลจากการเลือกข้อมูลเปรียบเทียบจากเมนูแนะนำเงินกู้สำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่.....	177
รูปที่ 5. 7 เมนูหลักสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารมือเก่า .....	178
รูปที่ 5. 8 หน้าจอแสดงเมนูข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน .....	179
รูปที่ 5. 9 หน้าจอแสดงเมนูสินเชื่อผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยของแต่ละธนาคาร.....	180
รูปที่ 5. 10 หน้าจอแสดงผลโครงการสินเชื่อที่ผู้ประกอบการเลือกหาข้อมูลความรู้และให้ธนาคารติดต่อกลับ .	180
รูปที่ 5. 11 หน้าจอป้อนคำสั่งหาข้อมูลเกี่ยวกับโครงการสินเชื่อที่ตรงกับผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	181
รูปที่ 5.12 จอแสดงผลโครงการสินเชื่อที่ตรงกับคุณสมบัติ และความต้องการสินเชื่อของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร .....	182
รูปที่ 5. 13 หน้าจอป้อนคำสั่งเลือกการเปรียบเทียบโครงการสินเชื่อที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสนใจ.....	183
รูปที่ 5. 14 หน้าจอแสดงผลการเปรียบเทียบโครงการสินเชื่อที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสนใจ .....	183

รูปที่ 5. 15 หน้าจอแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้แต่ละธนาคาร ..... 184

รูปที่ 5. 16 หน้าจอแสดงการเข้าใช้งานเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้..... 185

รูปที่ 5. 17 หน้าจอแสดงการเข้าใช้งานการค้นคืนความรู้ ..... 187

รูปที่ 6.1 Technology Acceptance Model (TAM)..... 190



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจขนาดเล็ก (Small businesses) มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในหลาย ๆ ประเทศ สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ และช่วยลดปัญหาความยากจนภายในประเทศ (Wong & Aspinwall, 2004a) จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในปี 2559 ธุรกิจขนาดเล็กในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ประมาณหนึ่งในสามของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ และก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่าร้อยละ 70 ของการจ้างงานรวม โดยเฉพาะธุรกิจบริการภาคเอกชนเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.3 ของมูลค่า GDP ของประเทศ มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 5.1 จากปีที่ผ่านมา และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 5 ปี ซึ่งสอดคล้องกับธุรกิจภาคการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจร้านอาหารมีมูลค่า GDP คิดเป็นร้อยละ 13.8 ของมูลค่า GDP ของธุรกิจบริการภาคเอกชน โดยที่ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กมีมูลค่า GDP คิดเป็นร้อยละ 30 ของ GDP ธุรกิจบริการภาคเอกชนของธุรกิจขนาดเล็ก มีมูลค่าเท่ากับ 557,280 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.0 ของ GDP รวมทั้งประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)

แม้ว่าธุรกิจขนาดเล็กจะมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เศรษฐกิจเติบโตในแต่ละประเทศเติบโต แต่ธุรกิจขนาดเล็กก็มีอัตราความล้มเหลวมากกว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ (Gaskill, Van Auken, & Manning, 1993) เนื่องจากลักษณะทางธรรมชาติของธุรกิจขนาดเล็กที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (ผู้ประกอบการ) ต้องดูแลรับผิดชอบทุกด้าน (Bridge, O'Neill, & Cromie, 2003) ดูแลตั้งแต่ระดับปฏิบัติการจนถึงการวางแผนและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Oseifuah, 2010) ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจหลาย ๆ ด้านทั้งในเชิงลึกและเชิงกว้าง และเนื่องจากลักษณะของธุรกิจขนาดเล็กผู้ประกอบการต้องใช้เวลาในการดูแลธุรกิจอย่างใกล้ชิด ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีเวลามากพอในการหาข้อมูลความรู้ที่ต้องการเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเอง ประกอบกับผู้ประกอบการยังขาดแหล่งความรู้ และเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้เฉพาะด้านที่ต้องการ จึงทำให้ผู้ประกอบการขาดความรู้และประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจและอาจนำไปสู่ความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็กได้

ในองค์กรขนาดใหญ่มีการแบ่งส่วนงานตามงานหน้าที่ความรับผิดชอบ มีพนักงานระดับปฏิบัติการระดับหัวหน้างาน และระดับผู้บริหาร พนักงานในองค์กรขนาดใหญ่จึงสามารถหาข้อมูลความรู้จากหัวหน้างานหรือจากเพื่อนร่วมงานภายในองค์กรที่มีความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญในเรื่องต่าง ๆ ได้ ในทางกลับกันธุรกิจขนาดเล็กก็ได้มีการแบ่งส่วนงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบเหมือนในองค์กรขนาดใหญ่ แต่ผู้ประกอบการเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบทุกส่วนงานจึงไม่สามารถหาความรู้จากภายในองค์กรได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องหาความรู้จากภายนอกองค์กรเกี่ยวกับการผลิต การตลาด คู่แข่ง การบริหารจัดการด้านการเงิน เทคโนโลยีสารสนเทศ สภาวะเศรษฐกิจ และความรู้อื่น ๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantages) โดยการอ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์ อีเมลล์ และเว็บไซต์ต่าง (Marquarde, 1996a); (Zack, 1999)

ด้วยลักษณะทางธรรมชาติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กที่เป็นศูนย์กลางของการบริหารจัดการในทุก ๆ เรื่อง (Bridge et al., 2003) ดูแลรับผิดชอบตั้งแต่ระดับปฏิบัติการด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านบัญชีการเงิน และด้านอื่น ๆ จนถึงการวางแผนและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Oseifuah, 2010) จึงจำเป็นต้องมีความรู้ในหลาย ๆ ด้านให้ครอบคลุมหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการเพื่อสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองได้

ด้วยลักษณะทางธรรมชาติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กอีกประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องใช้เวลาในการดูแลระดับประคองธุรกิจอย่างใกล้ชิด ผู้ประกอบการจึงมีลักษณะการบริหารจัดการธุรกิจแบบวันต่อวัน (Hofer & Charan, 1984) ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีเวลาพอในการหาข้อมูลความรู้ ไม่มีเวลาเข้าร่วมรับการอบรมสัมมนาของหน่วยงานต่าง ๆ จากของทั้งภาครัฐ หรือเอกชนเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเอง ประกอบกับผู้ประกอบการขาดแหล่งข้อมูลความรู้เฉพาะด้าน ขาดเครื่องมือการจัดการความรู้เฉพาะด้านจึงทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ต้องการ เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการขาดความรู้ ประสบการณ์ และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจเฉพาะด้าน

นอกจากนี้ ด้วยข้อจำกัดด้านเงินทุนของธุรกิจขนาดเล็กทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กไม่สามารถพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ (McAdam & Reid, 2001) เฉพาะด้านได้ด้วยตนเอง ซึ่งต่างจากองค์กรขนาดใหญ่ที่มักพัฒนาระบบจัดการความรู้ภายในองค์กร (In-house knowledge management system) ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลความรู้เฉพาะด้านของแต่ละส่วนงานภายในองค์กร จึงทำให้ผู้ประกอบการยังขาดแหล่งข้อมูลความรู้เฉพาะด้าน ขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้เฉพาะด้านที่จำเป็น เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการอาจประสบความล้มเหลวทางธุรกิจและต้องเลิกกิจการไปในที่สุด

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้และเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ พบว่างานวิจัยโดยส่วนมากศึกษาการจัดการความรู้ในระดับองค์กรขนาดใหญ่และเป็นการจัดการความรู้ในมิติของความรู้ภายในองค์กร โดยที่องค์กรขนาดใหญ่มักจะพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้เฉพาะสำหรับบุคลากรภายในองค์กร มิได้มีการศึกษาการจัดการความรู้ในระดับผู้ประกอบการ เฉพาะภาคธุรกิจ และเฉพาะความรู้ด้านการเงิน จึงยังคงเป็นช่องว่างงานวิจัย (Research gap) ระหว่างการจัดการความรู้ในองค์กรขนาดใหญ่ สู่กับการจัดการความรู้ในระดับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดเล็กพบว่าระดับความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกิจการ (Gibson, 1992); (Van Auken, 2001) ในช่วงเริ่มต้นของกิจการหากผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการเงินเพียงพอ (Dunn & Cheatham, 1993) มีความรู้ในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำบันทึกรายรับรายจ่าย ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ (Lussier, 1995a) ความรู้ในการคำนวณต้นทุน (Raab & Mayer, 2003) ความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ (Rue & Ibrahim, 1998) ก็จะสามารถช่วยลดอัตราความล้มเหลวของธุรกิจได้ (Seghers, Manigart, & Vanacker, 2012) ซึ่งงานวิจัยส่วนมากศึกษาเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก โดยทั่วไป มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินเฉพาะธุรกิจแต่ละประเภทอย่างจำกัด จึงยังคงเป็นช่องว่างงานวิจัยระหว่างความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กโดยทั่วไป กับความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการจัดการความรู้ความรู้ด้านการเงิน และเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย (ผู้ประกอบการร้านอาหาร)

กล่าวโดยสรุป ตามที่ธุรกิจขนาดเล็กเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวในระดับสูงและต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศส่วนมากมาจากธุรกิจบริการภาคเอกชนโดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจร้านอาหารก็เป็นธุรกิจหลักสนับสนุนให้ธุรกิจท่องเที่ยวเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากลักษณะทางธรรมชาติของธุรกิจขนาดเล็กที่ผู้ประกอบการต้องดูแลรับผิดชอบทุกด้านจึงจำเป็นต้องมีความรู้ครอบคลุมทั้งในเชิงลึกและเชิงกว้าง และด้วยข้อจำกัดที่ผู้ประกอบการต้องดูแลธุรกิจอย่างใกล้ชิดจึงไม่มีเวลาหาข้อมูลความรู้เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเอง ผู้ประกอบการจึงยังขาดข้อมูลความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหา และบริหารจัดการทั้งในระดับปฏิบัติการ และระดับวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะความรู้ด้านการเงินที่มีผลต่อผลความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ และด้วยข้อจำกัดด้านเงินทุนผู้ประกอบการจึงไม่สามารถพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้วยตนเอง จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กขาดความรู้ด้านการเงิน ขาดแหล่งข้อมูลความรู้ด้านการเงิน ขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินเฉพาะ

ของธุรกิจแต่ละประเภท จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ที่จำเป็นโดยเฉพาะความรู้ด้านการเงินซึ่งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกิจการ เพื่อนำความรู้ด้านการเงินมาเป็นเครื่องมือในประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ ดังนั้นการจัดให้ผู้ประกอบการมีแหล่งความรู้เฉพาะด้าน มีเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้เฉพาะด้าน ก็จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสเข้าถึงแหล่งความรู้ที่จำเป็น และช่วยลดอัตราความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็กได้ระดับหนึ่ง

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย (ผู้ประกอบการร้านอาหาร)
2. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร และความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร
3. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร
4. เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
5. เพื่อศึกษาการใช้งาน และการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
6. เพื่อนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารสู่เชิงพาณิชย์

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัย นวัตกรรมจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน ศึกษาสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน ศึกษาสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินและความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ดังนั้นขอบเขตของการวิจัยจึงประกอบด้วยขอบเขตด้านเนื้อหา และขอบเขตของประชากรที่ศึกษาตามรายละเอียดดังนี้



### 1.3.1 ขอบเขตของการวิจัยด้านเนื้อหา

1. เนื้อหาเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก
2. เนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการความรู้
3. เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก
4. เนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้

เพื่อนำมาพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

### 1.3.2 ขอบเขตของการวิจัยด้านประชากร

ประชากรของงานวิจัยนี้ เป็นกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ซึ่งเป็นธุรกิจที่อยู่ในหมวดใหญ่ 1 หมายถึง กลุ่มธุรกิจที่ฟักแรมและบริการด้านร้านอาหาร และอยู่ในหมวดย่อย 56101 ตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย (Thailand Standard Industrial Classification: TSIC) ซึ่งเป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่จัดเตรียมไว้พร้อมที่จะบริโภคได้ทันทีในภัตตาคาร ในร้านอาหาร ไม่ว่าจะจะมีหรือไม่มีควมบันเทิง มีที่นั่งหรือไม่มีที่นั่งก็ตาม โดยที่ลูกค้าอาจรับบริการ ณ ที่ระนั้น บริการตนเอง นำออกไปรับประทานนอกสถานที่ หรือมีการจัดส่งให้ ทั้งนี้ไม่รวมการบริการของโรงอาหารในโรงงาน สำนักงาน หรือโรงเรียน ร้านให้บริการเคลื่อนที่ ร้านให้บริการเครื่องดื่มที่ไม่มีบริการอาหาร (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2556) ที่มีจำนวนการจ้างพนักงานไม่เกิน 50 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)

### 1.4 คำถามการวิจัย

จากการศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ผู้วิจัยตั้งคำถามสำหรับการวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นอย่างไร และผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารด้านใดบ้าง
3. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นอย่างไร

## 1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

### 1.5.1 ประโยชน์ที่ได้รับเชิงวิชาการ

1. สามารถต่อยอดและเติมช่องว่างงานวิจัย (Research gap) จากทฤษฎีและแนวคิดการจัดการความรู้จากในองค์กรขนาดใหญ่ มาสู่แนวคิดการจัดการความรู้ในระดับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กที่อยู่ในธุรกิจร้านอาหาร
2. สามารถต่อยอดและเติมช่องว่างงานวิจัย จากทฤษฎีและแนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มาสู่แนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
3. สามารถนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

### 1.5.2 ประโยชน์ที่ได้รับเชิงการนำไปปฏิบัติ

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารมีเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้าถึงความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร มีเครื่องมือจัดเก็บความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร มีเครื่องมือแบ่งปันความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารไปประยุกต์ใช้ได้
2. องค์กรภาครัฐที่ดูแลสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก องค์กรภาคเอกชน นักวิชาการ ธนาคารภาครัฐที่ดูแลสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ธนาคารพาณิชย์ ผู้ให้คำแนะนำด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการสามารถนำแนวคิด ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน ไปพัฒนาต่อยอดเป็นเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านอื่น ๆ สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เช่น ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร ความรู้ด้านการตลาดธุรกิจร้านอาหารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital marketing)

### 1.5.3 ประโยชน์ที่ได้รับทางสังคม

1. การพัฒนาต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นการสร้างชุมชน (Community) ของผู้ประกอบการร้านอาหารให้สามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ แบ่งปันความรู้ ค้นคืนข้อมูลความรู้ ทั้งความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) ซึ่งเป็นความรู้จากประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ เทคนิคต่าง ๆ และความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ซึ่งเป็นความรู้ในรูปลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงิน ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถนำความรู้และประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเองและสามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น

2. หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กสามารถนำเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารไปใช้ในการให้ความรู้ด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ
3. เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารมีแหล่งความรู้และเครื่องมือการจัดการความรู้ โดยเฉพาะความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยลดอัตราความล้มเหลวของธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยได้ระดับหนึ่ง

#### 1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กโดยทั่วไป
2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร หมายถึง ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทยตามบริบทที่ศึกษา โดยมีพนักงานในร้านรวมกันทุกร้าน ทุกสาขาไม่เกิน 50 คน
3. ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก หมายถึง เจ้าของกิจการ หุ้นส่วนของกิจการธุรกิจร้านอาหารที่อยู่ในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล ต่างจังหวัด ที่มีจำนวนพนักงานในร้านรวมกันทุกร้าน ทุกสาขาไม่เกิน 50 คน
4. ธุรกิจร้านอาหาร หมายถึง ธุรกิจที่อยู่ในหมวดใหญ่ 1 ที่พักรวมและบริการด้านร้านอาหาร และอยู่ในหมวดย่อย 56101 ตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย (Thailand Standard Industrial Classification: TSIC) ที่ให้บริการด้านอาหาร และเครื่องดื่ม ที่จัดเตรียมไว้พร้อมที่จะบริโภคได้ทันที ในภัตตาคาร ร้านอาหาร ไม่ว่าจะจะมีหรือไม่มีความบันเทิง มีที่นั่งหรือไม่มีที่นั่งก็ตาม โดยที่ลูกค้าอาจรับบริการ ณ ที่นั่ง บริการตนเอง นำออกไปรับประทานนอกสถานที่ หรือมีการจัดส่งให้ ทั้งนี้ไม่รวมการบริการของโรงอาหารในโรงงาน สำนักงาน หรือโรงเรียน ร้านให้บริการเคลื่อนที่ ร้านให้บริการเครื่องดื่มที่ไม่มีบริการอาหาร

### 1.7 ความเกี่ยวข้องของการวิจัยกับเทคโนโลยี นวัตกรรม และ การบริหารจัดการ

หัวข้อวิทยานิพนธ์ นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย มีความเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี (Technology) นวัตกรรม (Innovation) และการบริหารจัดการ (Management) : TIM ดังนี้

1. เทคโนโลยี (Technology) การวิจัยมีความเกี่ยวข้องกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ (Knowledge management tools and technology) ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย (ผู้ประกอบการร้านอาหาร)
2. นวัตกรรม (Innovation) การวิจัยนำเสนอ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ในรูปแบบของต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
3. การบริหารจัดการ (Management) การวิจัยนำเสนอแนวทางการนำเสนอต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารสู่เชิงพาณิชย์

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย” ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องภายใต้ขอบเขตเนื้อหาของ การจัดการความรู้ ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก และเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ผู้วิจัยนำเสนอ แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 4 ด้าน ตามองค์ประกอบของงานวิจัยดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดเล็ก

- 1.1 ความหมายของธุรกิจขนาดเล็ก
- 1.2 บทบาทของธุรกิจขนาดเล็กต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย
- 1.3 ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก
- 1.4 ปัญหาของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้

- 2.1 ความหมายของการจัดการความรู้
- 2.2 ลำดับขั้นของการเกิดความรู้
- 2.3 ประเภทของความรู้
- 2.4 องค์ประกอบของการจัดการความรู้
- 2.5 กระบวนการจัดการความรู้
- 2.6 การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก
- 2.7 กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร
- 2.8 สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ตอนที่ 3 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก

- 3.1 ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก
- 3.2 กรอบแนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
- 3.3 สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ตอนที่ 4 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือการจัดการความรู้

4.1 เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้

4.2 สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ  
ร้านอาหาร



## ตอนที่ 1 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดเล็ก

### 1.1 ความหมายของธุรกิจขนาดเล็ก

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่อยู่ในภาคธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมากโดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (ผู้ประกอบการ) ส่วนมากเป็นบุคคลธรรมดา คณะบุคคล หรือห้างหุ้นส่วนสามัญที่มีใช้นิติบุคคล ประกอบธุรกิจผลิตสินค้า ให้บริการ ค้าส่ง และค้าปลีก ประเทศไทยมีการแบ่งขนาดของธุรกิจตามกฎหมายกระทรวงอุตสาหกรรม ที่แบ่งขนาดของธุรกิจตาม จำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของธุรกิจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 และตามประมวลรัษฎากร

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 และตามประมวลรัษฎากร ธุรกิจขนาดเล็ก หมายถึง กิจการที่มีจำนวนการจ้างงานสูงสุดไม่เกิน 50 คน และมีจำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดแยกตามประเภทธุรกิจ ธุรกิจประเภทผลิตสินค้าและให้บริการมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน จำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท ธุรกิจประเภทค้าส่งมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน จำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท และธุรกิจค้าปลีกมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน จำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 30 ล้านบาท ตามตารางที่ 2.1

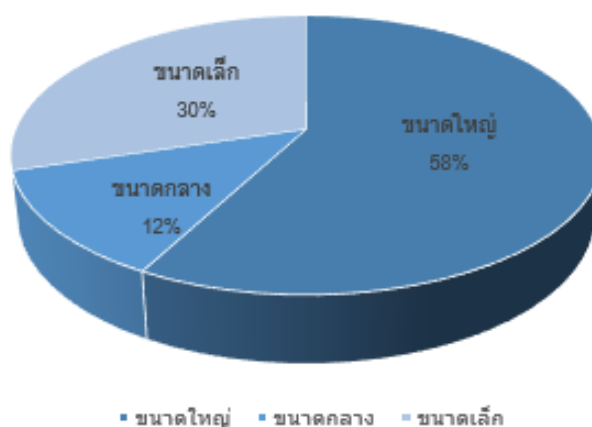
ตารางที่ 2.1 ขนาดธุรกิจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543

ประเภทธุรกิจ	จำนวนการจ้างงาน (คน)	จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)
ผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50
ให้บริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50
ค้าส่ง	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50
ค้าปลีก	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30

### 1.2 บทบาทของธุรกิจขนาดเล็กต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย

ธุรกิจขนาดเล็กมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ในปี 2559 ประมาณหนึ่งในสามของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ โครงสร้าง GDP ของประเทศปี 2559 สามารถแยกตามขนาดธุรกิจ โดยมีธุรกิจขนาดใหญ่เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาคือธุรกิจขนาดเล็ก และธุรกิจขนาดกลางคิดเป็นร้อยละ 30 และ 12 ตามลำดับ ตามที่แสดงในรูปที่ 2.1 และก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่าร้อยละ 70 ของการจ้างงานรวม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2560)

สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทยแยกตามขนาดธุรกิจ ปี 2559



รูปที่ 2.1 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทยแยกตามขนาดธุรกิจปี 2559

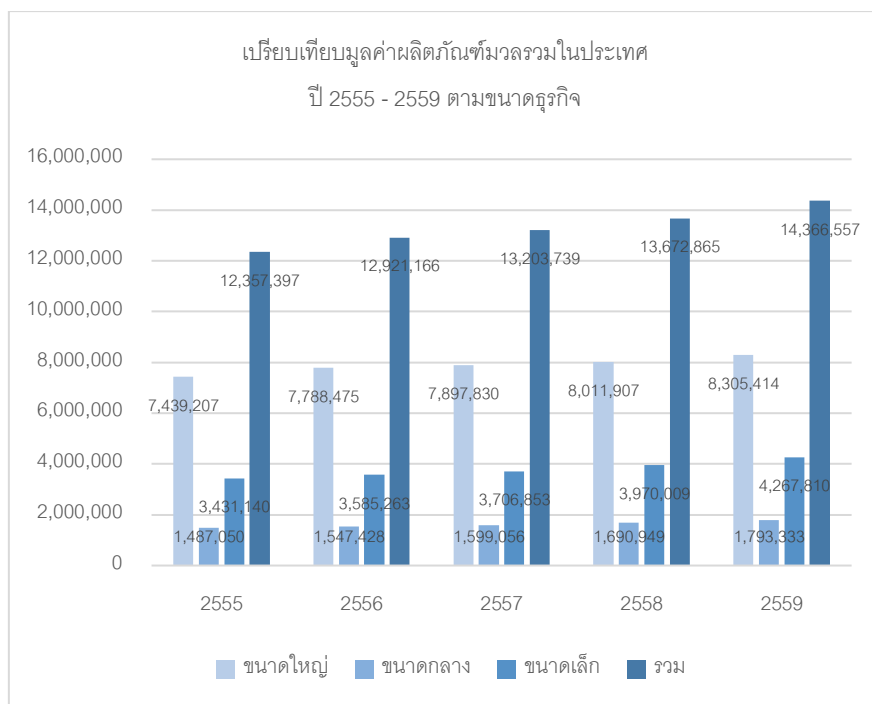
อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนาดเล็กมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง โดยที่ในปี 2555 ธุรกิจขนาดเล็กมีสัดส่วน GDP ร้อยละ 27 ของ GDP รวมทั้งประเทศ ในปี 2559 ธุรกิจขนาดเล็กมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมีสัดส่วน GDP ร้อยละ 29 ของ GDP รวมทั้งประเทศ โดยเปรียบเทียบในช่วง 5 ปีมีการขยายตัวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 24 ในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลางมีการขยายตัวร้อยละ 11 และ 20 ตามลำดับ ตามรายละเอียดในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศปี 2555 - 2559 ตามขนาดของธุรกิจ

ขนาดธุรกิจ	2555		2556		2557		2558		2559		อัตราการเติบโตในช่วง 5 ปี (%)
	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	
ใหญ่	7,439,207	60	7,788,475	60	7,897,830	59	8,011,907	58	8,305,414	57	11
กลาง	1,487,050	12	1,547,428	11	1,599,056	12	1,690,949	12	1,793,333	12	20
เล็ก	3,431,140	27	3,585,263	27	3,706,853	28	3,970,009	29	4,267,810	29	24
รวม	12,357,397	100	12,921,166	100	13,203,739	100	13,672,865	100	14,366,557	100	16

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาธุรกิจขนาดเล็กมีการขยายตัวของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามแสดงในรูปที่ 2.2 แสดงให้เห็นว่าธุรกิจขนาดเล็กมีบทบาทต่อเศรษฐกิจประเทศของประเทศมากขึ้น





รูปที่ 2.2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศปี 2555 – 2559 ตามขนาดของธุรกิจ

ในส่วน of มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศแยกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศส่วนใหญ่เกิดจากนอกภาคเกษตร ร้อยละ 91.7 โดยที่การบริการภาคเอกชน ซึ่งเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น คิดเป็นร้อยละ 34.3 ของมูลค่า GDP ตามตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศแยกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
ภาคเกษตร			1,199,426	8.3
นอกภาคเกษตร			13,167,131	91.7
การผลิต	3,939,124	27.4		
การบริการภาคเอกชน	4,927,673	34.3		
การค้า	2,215,914	15.4		
อื่น ๆ	2,084,420	14.5		
รวม			14,366,557	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ หมายถึง การเหมืองแร่ การก่อสร้าง การบริการภาครัฐ ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา

ในส่วนของธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยนั้น ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีมูลค่า GDP คิดเป็นร้อยละ 13.8 ของมูลค่า GDP ธุรกิจบริการภาคเอกชน โดยที่ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กมีมูลค่า GDP เท่ากับ 577,280 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29.8 ของ GDP ธุรกิจขนาดเล็ก ตามแสดงในตารางที่ 2.4 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.0 จากมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศปี 2559 ที่มีมูลค่า 14,366,557 ล้านบาท

ตารางที่ 2.4 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศภาคบริการเอกชนแยกตามขนาดธุรกิจ ปี 2559

สาขาการบริการ ภาคเอกชน	ขนาดธุรกิจ						รวม	
	ขนาดใหญ่		ขนาดกลาง		ขนาดเล็ก		มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)		
โรงแรมและ ภัตตาคาร	48,013	1.9	57,101	11.0	577,280	29.8	682,394	13.8
ขนส่ง	646,936	26.2	169,193	32.5	214,826	11.1	1,030,955	20.9
ตัวกลางทาง การเงิน	859,146	34.8	68,096	13.1	187,837	9.7	1,115,079	22.6
อสังหาริมทรัพย์	32,172	1.3	140,732	27.1	741,825	38.2	914,728	18.6
การศึกษา	558,471	22.6	14,368	2.8	39,633	2.0	612,472	12.4
อื่นๆ	323,175	13.0	70,463	14.0	178,406	9.0	572,045	12.0
รวม	2,467,913	100.0	519,953	100.0	1,939,807	100.0	4,927,673	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ หมายถึง บริการสาธารณสุข บริการคนรับใช้ในบ้าน

### 1.3 ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (ผู้ประกอบการ) พบว่าลักษณะของผู้ประกอบการมีผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็ก (Bruderl, Preisendorfer, & Ziegler, 1992) จากผลการศึกษาของ (Carter & Van Auken, 2006) ระดับการศึกษา จำนวนปีประสบการณ์ และประสบการณ์ก่อนดำเนินธุรกิจมีผลประกอบการของธุรกิจ ประกอบกับลักษณะทางธรรมชาติของผู้ประกอบการที่เป็นศูนย์กลางของการบริหารจัดการของธุรกิจ (Bridge et al., 2003) ผู้ประกอบการต้องดูแลรับผิดชอบทุกอย่าง (Oseifuah, 2010) ตั้งแต่ในระดับปฏิบัติการ จนถึงระดับบริหาร (Wong & Aspinwall, 2004a); (Fuller-Love, 2006) ในด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีความรู้ในหลาย ๆ ด้าน ทั้งเชิงลึกและเชิงกว้างเพื่อนำความรู้มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ

ธุรกิจขนาดเล็กมิได้มีการแบ่งส่วนงานตามความรับผิดชอบเหมือนองค์กรขนาดใหญ่ เนื่องจากข้อจำกัดของเงินลงทุน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องดูแลรับผิดชอบธุรกิจทุกอย่าง จึงไม่สามารถหาข้อมูลความรู้จากภายในองค์กรของตนเองได้ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องหาข้อมูลความรู้จากภายนอกองค์กร เป็นการหาข้อมูลความรู้ด้านการผลิต ข้อมูลด้านการตลาด ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่ง ข้อมูลสภาวะเศรษฐกิจ หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจจากการอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ อีเมลล์ และเว็บไซต์ต่าง (Marquarde, 1996a); (Zack, 1999) ประกอบกับธุรกิจขนาดเล็กมีลักษณะการบริหารจัดการแบบวันต่อวัน (Hofer & Charan, 1984) จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่มีเวลามากพอในการหาข้อมูลความรู้เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเอง ด้วยข้อจำกัดของลักษณะการบริหารงานและข้อจำกัดของเวลาทำให้ผู้ประกอบการขาดความรู้ ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจ จึงเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของกิจการ (Gibson, 1992); (Van Auken, 2005)

จากการที่ผู้ประกอบการขาดความรู้ ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงมีอัตราความล้มเหลวในการประกอบธุรกิจอยู่ในช่วงร้อยละ 33 ถึง 50 (Carter & Van Auken, 2006) โดยที่ผู้ประกอบการร้อยละ 50 ประสบกับความล้มเหลวทางธุรกิจหลังจากเปิดดำเนินกิจการมาแล้ว 1 ปี และร้อยละ 33 ประสบกับความล้มเหลวทางธุรกิจหลังจากเปิดดำเนินกิจการมาแล้ว 4 ปี (Cooper, Dunkelberg, & Woo, 1988) นอกจากนี้ จากการศึกษาของ (Headd, 2003) พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ร้อยละ 66 สามารถอยู่รอดได้หลังจากเปิดดำเนินกิจการมาแล้วอย่างน้อย 2 ปี

อย่างไรก็ตามอัตราความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็กมีความสัมพันธ์ลักษณะของผู้ประกอบการ (Keats. & Bracker, 1988) ประกอบด้วยระดับการศึกษา ประสบการณ์ก่อนประกอบธุรกิจของตนเอง พฤติกรรมของผู้ประกอบการ (Bruderl et al., 1992); (Carter & Van Auken, 2006) และขนาดของธุรกิจ (Bates and Nucci 1989) มีผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

ความสามารถในการหาเงินทุนเพียงพอมาประกอบธุรกิจมีผลต่อความอยู่รอดทางธุรกิจของผู้ประกอบการ (Carter and Van Auken 2006) ธุรกิจที่ไม่สามารถหาเงินทุนเพียงพอมาประกอบธุรกิจมีโอกาสประสบความสำเร็จน้อยกว่าธุรกิจที่สามารถหาเงินทุนได้เพียงพอ (Headd 2003) ผู้ประกอบการที่มีความรู้จำกัดในการบริหารจัดการด้านการเงิน (Gaskill et al. 1993) และการวางแผนธุรกิจ (Perry 2002) มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็ก ดังนั้น ความรู้ และทักษะในการบริหารจัดการทางการเงินจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Gosh, Kim, & Meng, 1993); (Yusuf, 1995); (Chu, Benzing, & McGee, 2007)

#### 1.4 ปัญหาของผู้ประกอบการร้านอาหาร

เนื่องจากปัจจุบัน ผู้ประกอบการร้านอาหาร ยังขาดแหล่งข้อมูลความรู้เฉพาะเจาะจงในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ในด้านต่าง เกี่ยวกับความรู้การบริหารจัดการร้านอาหารในระดับปฏิบัติการ (Operation) ความรู้ด้านการเงิน ความรู้ในการทำตลาดดิจิทัล และความรู้อื่น ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ และด้วยข้อจำกัดในเรื่องของเงินทุน และเวลา ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร ไม่สามารถเข้าร่วมรับการอบรม สัมมนาของหน่วยงานต่าง ๆ จากของทั้งภาครัฐ เอกชน และไม่สามารถพัฒนาเครื่องมือหรือเทคโนโลยีในการหาข้อมูลความรู้ เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารได้ด้วยตนเอง จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารยังขาดความรู้ ประสบการณ์ และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร เป็นเหตุให้ธุรกิจประสบความสำเร็จต่ำและอาจต้องเลิกกิจการไปในที่สุด

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเฉพาะผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารขาดความรู้ในการคำนวณต้นทุน (Raab & Mayer, 2003) และการศึกษาความเป็นไปได้ (Currie, Seaton, & Wesley, 2009) โดยที่ ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจตามหลักเงินสด (Cash basis) และมีเงินสดหมุนเวียนเป็นรายวัน หากมิได้มีการคำนวณต้นทุนที่ถูกต้องก็อาจทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร มีความเข้าใจผิดในสถานทางการเงินของธุรกิจ และเป็นเหตุให้ธุรกิจอาจประสบความสำเร็จต่ำได้ในที่สุด ซึ่งปัญหานี้เกิดขึ้นได้กับทั้งผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่เริ่มดำเนินธุรกิจ และผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว

กล่าวโดยสรุป ปัจจุบันธุรกิจขนาดเล็กมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ มีมูลค่า GDP คิดเป็นประมาณร้อยละ 30 ของ GDP ทั้งประเทศ และมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยที่ธุรกิจบริการภาคเอกชนเป็นตัวขับเคลื่อนหลักมีมูลค่า GDP คิดเป็นร้อยละ 34 ของ GDP ทั้งประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจร้านอาหาร มีอัตราการขยายตัวและเติบโตตามการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว โดยในปี 2559 ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กมีมูลค่า GDP เท่ากับ 557, 280 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30 ของ GDP ธุรกิจร้านอาหาร หรือ คิดเป็นร้อยละ 4.0 ของ GDP รวมของทั้งประเทศ อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดลักษณะทางธรรมชาติของผู้ประกอบการที่ต้องดูแล

รับผิดชอบทุกด้าน และต้องดูแลธุรกิจอย่างใกล้ชิด ผู้ประกอบการจึงไม่มีเวลาในการหาความรู้เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ประกอบกับผู้ประกอบการขาดแหล่งความรู้ และเครื่องมือในการจัดการความรู้ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงความรู้เฉพาะทางได้ ทำให้ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ ประสบการณ์ และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการจึงมีโอกาสนับกับความล้มเหลวทางธุรกิจได้สูง



## ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 1) ความหมายของการจัดการความรู้ 2) ลำดับขั้นของการเกิดความรู้ 3) ประเภทของความรู้ 4) องค์ประกอบของการจัดการความรู้ 5) กระบวนการจัดการความรู้ 6) การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก 7) กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร และ 8) สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.1 ความหมายของการจัดการความรู้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ นักวิชาการหลายท่าน ได้ให้คำจำกัดความของการจัดการความรู้ไว้ในหลายมิติ ตามแต่ละบริบทที่ได้ศึกษาดังแสดง ตามตารางที่ 2.5



ตารางที่ 2.5 คำจำกัดความของการจัดการความรู้

ลำดับ	ชื่อผู้แต่ง	ปี	ชื่อเรื่อง	ความหมายของการจัดการความรู้
1	Garvin	1994	Building Learning Organization	การปรับปรุงพฤติกรรมบุคลากรในองค์กร โดยทำให้เกิดการสร้างความรู้ (Knowledge creation) การหาความรู้ (Knowledge acquisition) และการแบ่งปันความรู้ (Knowledge sharing) เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเกิดความคิดใหม่
2	Wiig	1997	Knowledge management has many facets	การจัดการระบบความรู้ภายในองค์กรที่จะช่วยพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์กร
3	Davenport. et al.,	1998	Successful Knowledge Management Project	ระบบในการสร้างความรู้ (Knowledge creation) จัดเก็บรวบรวมความรู้ (Knowledge storage) แบ่งปันความรู้ (Knowledge sharing) และนำความรู้มาประยุกต์ใช้ (Knowledge application)
4	O'Dell and Grayson	1998	If only we knew what we know: The transfer of international knowledge and best practice	การได้มาซึ่งความรู้ที่ถูกต้อง เหมาะสมกับการใช้งานของบุคคลนั้น ๆ ที่ถูกที่และถูกเวลา เพื่อให้สามารถนำความรู้มาใช้ มีการแบ่งปันความรู้ โดยนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยทำให้การจัดการความรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และนำมาปรับใช้ในองค์กรได้
5	Trapp	1999	Benefits of an intranet-based knowledge management system-measuring the effects	กระบวนการที่ประกอบด้วย งานต่าง ๆ ที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์กับองค์กร
6	Kuczka	2001	Knowledge management process model	กิจกรรมที่เกี่ยวกับการสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการแบ่งปันความรู้ ที่เกิดจากการกำหนดวัตถุประสงค์ และมีการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ให้ดีขึ้น เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์
7	Henrie and Hedgepeth	2003	Size is important in knowledge management	ระบบการบริหารจัดการทรัพยากรทางความรู้ขององค์กร ทั้งที่เป็นความรู้ที่ฝังลึกในตัวบุคคล และความรู้ที่ชัดแจ้ง โดยระบบการบริหารจัดการมีความเกี่ยวข้องกับการจำแนกความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ โดยมีหลักที่สำคัญคือ ทำให้การนำความรู้ที่ถูกนำไปประยุกต์ใช้นั้นก่อให้เกิดความรู้ใหม่

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของการจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการ (Trapp., 1999) ที่เป็นระบบ (T. H. Davenport., D. De Long., W., & M. Beers., C., 1998) ที่บริหารจัดการความรู้ที่ฝังลึกในตัวบุคคล และความรู้ที่ชัดแจ้ง (Henrie & Hedgepeth, 2003) ทำให้เกิด การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ ให้เกิดความเข้าใจและสร้างความรู้ใหม่ (Garvin, 1994) นำไปประยุกต์ใช้ โดยมีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยทำให้การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (O'Dell, Grayson, & Essaides, 1998) สามารถช่วยพัฒนา (Wiig, 1997) องค์กร หรือบุคลากรที่มีการจัดการความรู้ ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ (Kucza, 2001) ตามที่ต้องการได้

## 2.2 ลำดับขั้นของการเกิดความรู้

ความรู้ หมายถึง ทรัพยากรที่สามารถทำให้องค์กรมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Drucker, 1993) โดยที่ (Davenport & Klahr, 1889) ให้ความหมาย ความรู้ หมายถึง การผสมผสานระหว่าง ข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ ประสบการณ์ ค่านิยม ความรอบรู้ในแต่ละบริบท และนำไปประยุกต์ใช้ในแต่ละบริบท

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความรู้ หมายถึง สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน สิ่งที่ได้รับจากการได้ยิน ได้ฟัง การค้นคว้า การคิด การปฏิบัติ ทำให้เกิดความเข้าใจ ประสบการณ์ รวมถึงทักษะ และความสามารถเชิงปฏิบัติในแต่ละองค์วิชา

ความรู้มีลำดับขั้นของการเกิดความรู้ กล่าวคือ เริ่มจาก ข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และ ปัญญา ตามรายละเอียด ดังนี้

- 2.1.1 ข้อมูล (Data) หมายถึง ข้อเท็จจริง ข้อมูลดิบ หรือตัวเลขต่าง ๆ ที่ยังไม่ได้ผ่านการแปลความหมาย
- 2.1.2 สารสนเทศ (Information) หมายถึง ข้อมูลที่สามารถวัดได้ หรือจับต้องได้ เป็นข้อมูลที่ผ่านกระบวนการประมวลผล วิเคราะห์ และสังเคราะห์จากความเชื่อ หรือประสบการณ์ของผู้ใช้ สารสนเทศ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการและการตัดสินใจ อย่างไรก็ตาม สารสนเทศอาจมีข้อจำกัด ในเรื่องของช่วงเวลาที่สามารถนำมาใช้ และขอบข่ายของการนำมาใช้
- 2.1.3 ความรู้ (Knowledge) หมายถึง สารสนเทศที่ผ่านกระบวนการคิดเปรียบเทียบ เชื่อมโยงกับความรู้อื่น จนเกิดเป็นความเข้าใจ และนำไปใช้ในการตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างไม่มีข้อจำกัดของเวลา
- 2.1.4 ปัญญา (Wisdom) หมายถึง ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน ก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำไปใช้



## 2.3 ประเภทของความรู้

ความรู้สามารถแบ่งได้ในหลายมิติ โดยมิติที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ตามแนวคิดของ (Polanyi, 1962); (Nonaka., Toyama, & Konno., 2000) จำแนกประเภทของความรู้ที่สามารถมองเห็นได้ ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

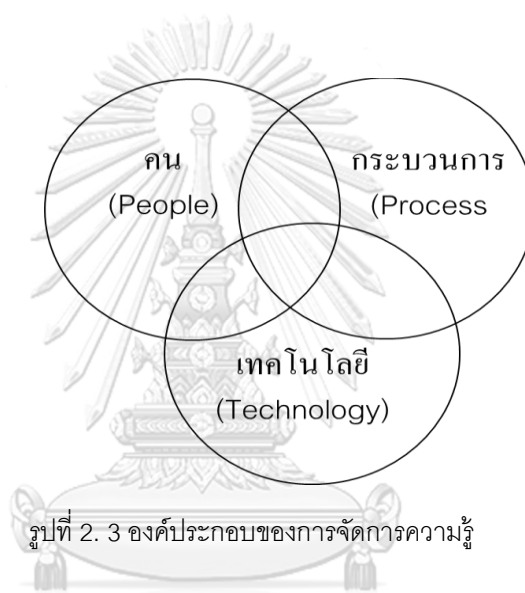
1. ความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) หมายถึง ความรู้ที่แฝงอยู่ในตัวของแต่ละบุคคล มีลักษณะเป็นทักษะ หรือความรู้เฉพาะตัว ของแต่ละบุคคลที่พัฒนาจาก ค่านิยม ความเชื่อ ประสบการณ์ และความชำนาญ ความรู้ประเภทนี้มีลักษณะเป็นความรู้เชิงเทคนิค ไม่สามารถถ่ายทอดด้วยการเขียนออกมาเป็นเอกสาร แต่สามารถถ่ายทอดได้จากการสังเกต การเลียนแบบ การทดลองฝึกปฏิบัติ และพัฒนาได้ด้วยการฝึกฝน (Kreiner, 2002)
2. ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) หมายถึง ความรู้ที่ถูกบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ เอกสาร ตำรา สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สามารถเผยแพร่ความรู้ แบ่งปันความรู้ได้ง่าย ความรู้ประเภทนี้มีลักษณะเป็นลายลักษณ์อักษร สามารถถ่ายทอดความรู้ด้วยการเขียนออกมาเป็นเอกสาร และสามารถถูกถ่ายทอดด้วยการอ่าน และสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง จากสื่อต่าง ๆ

## 2.4 องค์ประกอบของการจัดการความรู้

ตามแนวคิดของ (J. Leitch, M., & P. Rosen., W., 2001); (Collison & Parcell, 2004b) ความสำเร็จของการจัดการความรู้ เกิดจากการผสมผสานขององค์ประกอบระหว่าง คน (People) กระบวนการ (Process) และมีเทคโนโลยี (Technology) เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดการจัดการความรู้ ตามรายละเอียด และรูปที่ 2.3

1. องค์ประกอบด้านคน โดยที่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน มาจากความสามารถของแต่ละบุคคล คนสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามแต่ละสถานการณ์ ดังนั้นคนจึงมีความสำคัญเป็นอันดับแรก ซึ่งการจัดการความรู้โดยการแสวงหา จัดเก็บ แบ่งปัน นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และการสร้างความรู้ เกิดจากแต่ละตัวบุคคล
2. องค์ประกอบด้านกระบวนการ หมายถึง กระบวนการจัดการความรู้ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนและกระบวนการต่าง ๆ ในการจัดการความรู้ ที่ทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่แต่ละบุคคลต้องการ

3. องค์ประกอบด้านเทคโนโลยี หมายถึง การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ต ฐานข้อมูล (Database) กรู๊ปแวร์ เว็บไซต์ มาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ ทำให้คนสามารถจัดการความรู้ผ่านกระบวนการจัดการความรู้ โดยมี หาความรู้ จัดเก็บความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น ประสบการณ์ สามารถนำความรู้และ ประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีในการจัดการความรู้รวมถึง ระบบการจัดเอกสาร (Document management system) การสืบค้นสารสนเทศ (Information retrieval engine) ฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์และเชิงวัตถุ (Relational and object database) และเครื่องมือรวบรวม ข้อมูล (Data warehousing and data mining tools)



รูปที่ 2.3 องค์ประกอบของการจัดการความรู้

## 2.5 กระบวนการจัดการความรู้

จากแนวคิดของ (J. Leitch, M., & P. Rosen., W., 2001); (Collison & Parcell, 2004b) ความสำเร็จของการจัดการความรู้เกิดจากการผสมผสานขององค์ประกอบระหว่าง คน กระบวนการ และ เทคโนโลยี จึงก่อให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการความรู้ (Marquarde, 1996 a); (Bennett & Gabriel, 1999); (Zack, 1999); (Probst, Raub, & Romhardt, 2000); (Birkinshaw & Sheehan, 2002); (Sallis & Jones, 2002); (Collison. & Parcell., 2004); (Bhatt, Gupta, & Kitchens, 2005);(Freeze & Kulkarni, 2007) การแบ่งกระบวนการจัดการความรู้มีลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละบริบทที่ศึกษา กระบวนการจัดการความรู้ที่ได้รับการยอมรับโดยกว้างขวางประกอบด้วย 1) การหาความรู้ 2) การจัดเก็บความรู้ 3) การแบ่งปันความรู้ และ 4) การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ตามรายละเอียดดังนี้

### 2.5.1 การหาความรู้

การหาความรู้ในระดับองค์กร บุคลากรในองค์กรสามารถหาความรู้จากแหล่งความรู้ภายในองค์กร (Internal knowledge resources) เช่น การหาข้อมูลความรู้จากรายงาน เอกสารความรู้ต่าง ๆ การฝึกอบรม การฝึกงาน การประชุม สัมมนา การเรียนรู้จากประสบการณ์โดยตรง การลงมือปฏิบัติงาน หรือจากระบบการจัดการความรู้ในองค์กร (Knowledge management system) และการหาความรู้จากแหล่งความรู้ภายนอกองค์กร (External knowledge resources) เป็นการหาข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ข้อมูลการตลาด ข้อมูลคู่แข่ง หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภายนอกองค์กรด้วยวิธีต่าง เช่น การอ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์ อีเมลล์ และเว็บไซต์ต่าง (Marquarde, 1996a); (Zack, 1999)

### 2.5.2 การจัดเก็บความรู้

(Probst et al., 2000) กล่าวถึงการจัดเก็บความรู้ไว้ว่า การจัดเก็บความรู้เป็นระบบการจัดเก็บข้อมูลความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญ ต่าง ๆ โดยที่การจัดเก็บความรู้ไว้ในตัวบุคคลนั้น เป็นการจำกัดมูลค่า (Value) ของข้อมูลความรู้ การจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบทำให้สามารถค้นคืนความรู้เอากลับมาใช้ได้ภายหลัง สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าของความรู้ได้ (P. Douglas, H., 2002) ดังนั้น การจัดเก็บความรู้ ควรมีการจัดเก็บข้อมูล ความรู้ให้เป็นหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ เมื่อต้องการค้นคืนความรู้มาใช้ก็สามารถค้นคืนความรู้ได้ง่ายและสะดวก (Marquarde, 1996a)

ในระดับองค์กรมีการกำหนดวิธีการจัดเก็บความรู้ไว้อย่างเป็นระบบ มีการจัดเก็บข้อมูลความรู้ตามหมวดหมู่ ไว้ในลักษณะของการบันทึกเป็นฐานข้อมูล (Database) บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน เพื่อสามารถค้นคืนความรู้ได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้ และมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาปรับใช้เป็นที่เครื่องมือในการจัดเก็บความรู้ให้เป็นระบบ และสามารถค้นคืนความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Anand, Manz, & Glick, 1998); (T.. H. Davenport. et al., 1998); (Olivera, 2000); (Gold, Malhotra, & Segars, 2001); (Hendriks, 2001) ดังนั้นการจัดเก็บความรู้จึงมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการจัดการความรู้ทั้งกระบวนการ ทั้งการหา แบ่งปัน และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ (Jasimuddin, 2005)

### 2.5.3 การแบ่งปันความรู้

การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการที่สำคัญกระบวนการหนึ่งในการจัดการความรู้ (Alavi & Leidner, 2001) การแบ่งปันความรู้เป็นการเผยแพร่ความรู้จากคน หรือกลุ่มคนหนึ่งไปสู่อีกคน หรืออีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง (Argote & Ingram, 2000a) และทำให้เกิดความรู้ใหม่ การแบ่งปันความรู้สามารถเกิดขึ้นได้ในหลายระดับทั้งในระดับระหว่างบุคคลกับบุคคล ระหว่างบุคคลกับกลุ่มบุคคล หรือระหว่างกลุ่มบุคคลกับกลุ่มบุคคล (Alavi & Leidner, 2001)

การแบ่งปันความรู้ในองค์กรสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การแบ่งปันความรู้แบบเป็นทางการ และการแบ่งปันความรู้แบบส่วนบุคคล (Alavi & Leidner, 2001) การแบ่งปันความรู้แบบเป็นทางการ เช่น การเข้ารับฝึกอบรม การสัมมนา การแบ่งปันความรู้แบบส่วนบุคคล เช่น การประชุมแบบไม่เป็นทางการ การสัมมนาแบบไม่เป็นทางการ การพูดคุยกันของพนักงานในกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งการแบ่งปันความรู้แบบส่วนบุคคลมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ความรู้มากกว่าการแบ่งปันความรู้แบบเป็นทางการ (Alavi & Leidner, 2001)

#### 2.5.4 การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ เป็นกระบวนการนำเอาความรู้และประสบการณ์ หรือหลักปฏิบัติ (Practices) ที่มีอยู่ก่อนหน้านี้ มาประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ปัจจุบัน หรือนำมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ (Markus, 2001)



ตารางที่ 2.6 การพัฒนาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการความรู้

ลำดับ	ปี	ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	การหาความรู้	การจัดเก็บความรู้	การแบ่งปันความรู้	การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้
1	1990	Cohen, W. M., & Levinthal, D. A.	Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation	✓			
2	1994	Davenport, T. H.	Saving IT's soul: human-centered information management.	✓			
3	1996	Kogut, B., & Zander, U.	What Firms Do? Coordination, Identity, and Learning.	✓			
4	1996	Marquardt, M. J.	Building the Learning Organisation.	✓	✓		✓
5	1998	Anand, V., Manz, C., & Glick, W., H.	An organizational memory approach to information management.	✓	✓		
6	1998	Davenport, T. H., De Long, D. W., & Beers, M. C.	Successful Knowledge Management Project.	✓			
7	1999	Zack, M. H	Developing a Knowledge Strategy	✓			✓
8	2000	Argote, L., & Ingram, P.	Knowledge transfer: a basis for competitive advantage in firms	✓			
9	2000	Beijerse, R. P.	Knowledge management in small and medium-sized companies: knowledge management for entrepreneurs	✓			

ตารางที่ 2.6 การพบทฤษฎีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการความรู้

ลำดับ	ปี	ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	การหาความรู้	การจัดเก็บความรู้	การแบ่งปันความรู้	การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้
10	2000	Olivera, F.	Memory systems in organizations: an empirical investigation of mechanisms for knowledge collection, storage and access.	✓			
11	2000	Probst, G., Raub, S., & Romhardt, K.	Managing Knowledge- Building Blocks for Success.	✓			
12	2000	Bukowitz, W. and Williams, R.	The Knowledge Management Field book		✓		✓
13	2001	Alavi, M., & Leidner, D.	Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues		✓	✓	✓
14	2001	Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H	Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective	✓			
15	2001	Hendriks, P. H. J.	Many rivers to cross: from ICT to Knowledge Management Systems.		✓		
16	2001	Markus, M. L.	Toward a theory of knowledge reuse: types of knowledge reuse situations and factors in reuse success				✓
17	2002	Douglas, P., H.	Information technology is out- knowledge sharing is in.		✓		
18	2003	Almeida, P., Dokko, G., & Rosenkopf, L.	Start-up size and the mechanism of external learning: Increasing opportunity and decreasing ability?			✓	

ตารางที่ 2.6 การพบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการความรู้

ลำดับ	ปี	ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	การหาความรู้	การจัดเก็บความรู้	การแบ่งปันความรู้	การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้
19	2004	Wong, K.Y. and Aspirwall, E.	Characterizing knowledge management in the small business environment	✓	✓	✓	✓
20	2005	Bhatt, G., Gupta, J., & Kitchens, F.	An exploratory study of groupware use in the knowledge management process.		✓		✓
21	2005	Egbu, C. O., Hari, S., & Renukappa, S. H.	Knowledge management for sustainable competitiveness in small and medium surveying practices.	✓			
22	2005	Jasimuddin, S., M	An Integration of Knowledge Transfer and Knowledge Storage: A Holistic Approach. GESTS Int'l Trans		✓		
23	2007	Lin, H.-F.	A stage model of knowledge management: an empirical investigation of process and effectiveness.				✓
24	2007	Perez-Araos, A., Barber, K., D., , Munive-Hernandez, J., E.,, & Eldridge, S.	Designing a knowledge management tool to support knowledge sharing networks			✓	
25	2009	Hislop, D.	Knowledge Management in Organizations		✓		
26	2011	Sullivan, D., & Marvel, M.	How Entrepreneurs' Knowledge and Network Ties Relate to the Number of Employees in New SMEs.	✓			
<b>รวม</b>				<b>7</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>8</b>

## 2.6 การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก

การแบ่งกระบวนการจัดการความรู้มีลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละบริบท เนื่องจากบริบทที่ผู้วิจัยศึกษาเป็นบริบทของผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยจึงทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (ผู้ประกอบการ) เพื่อนำแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ ไปจัดทำแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured question) นำไปเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative approach) ที่เป็นข้อมูลเชิงลึก (Insight) จากผู้ประกอบการร้านอาหาร เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร และนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ไปพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative approach) และนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณไปพัฒนาต้นแบบเครื่องมือในการจัดการความรู้สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ผู้วิจัยสามารถสรุปการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 1) การหาความรู้ 2) การจัดเก็บความรู้ 3) การแบ่งปันความรู้ 4) การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ตามรายละเอียดดังนี้

### 2.6.1 การหาความรู้

ผู้ประกอบการมีวัตถุประสงค์ในการหาความรู้เพื่อหาโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ (Sullivan & Marvel, 2011) ผู้ประกอบการไม่สามารถหาความรู้จากภายในองค์กรได้จึงมีการหาความรู้จากภายนอกองค์กร (Egbu, Hari, & Renukappa, 2005) ผ่านหลายช่องทาง ทั้งการหาความรู้จากภายนอกแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ (Almeida, Dokko, & Rosenkopf, 2003) ผู้ประกอบการ จึงต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีจัดการความรู้ สนับสนุนให้สามารถหาความรู้จากภายนอกทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก (Alavi & Leidner, 2001) เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้ (D. Sullivan & Marvel, 2011)

### 2.6.2 การจัดเก็บความรู้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มิได้มีนักวิชาการที่ศึกษาการจัดเก็บความรู้มากนัก (Hislop, 2009) โดยเฉพาะการจัดเก็บความรู้ของผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตามการจัดเก็บความรู้มีความสัมพันธ์กับการหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ (Jasimuddin, 2005) ของผู้ประกอบการซึ่งการจัดเก็บความรู้ เป็นระบบ และเป็นหมวดหมู่ทำให้เมื่อต้องการค้นคืนความรู้นำกลับมาใช้ในภายหลัง สามารถค้นคืนกลับมาได้ง่าย (Probst et al., 2000) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการมิได้มีการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นทางการเป็นประจำมักเก็บความรู้ไว้ในใจ มากกว่าจัดเก็บความรู้ไว้ในลักษณะทางกายภาพ (Physical storage) (Wong & Aspinwall, 2004a) จึงยากต่อการค้นคืนความรู้กลับมาใช้ในภายหลัง



### 2.6.3 การแบ่งปันความรู้

การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการที่สำคัญกระบวนการหนึ่งในการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นกระบวนการที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Argote & Ingram, 2000a) มีผลต่อผลประกอบการและความสำเร็จของกิจการ (Cohen & Levinthal, 1990) ผู้ประกอบการบางคนนำกระบวนการแบ่งปันความรู้เข้ามาใช้ในองค์กร (Beijerse, 2000) แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการอีกจำนวนมากที่มิได้มีการนำกระบวนการแบ่งปันความรู้มาใช้ (Kogut & Zander, 1996) เนื่องจากการแบ่งปันความรู้มิได้เป็นเรื่องง่ายในระดับองค์กรขนาดเล็ก (Davenport, 1994) นอกเสียจากการแบ่งปันความรู้ที่ทำในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ (Bhatt et al., 2005) ดังนั้นการมีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้สามารถแบ่งปันความรู้แบบไม่เป็นทางการ ก็สามารถช่วยทำให้การแบ่งปันความรู้เป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น (Alavi & Leidner, 2001); (Perez-Araos, Barber, Munive-Hernandez, & Eldridge, 2007)

### 2.6.4 การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ เป็นกระบวนการที่นำความรู้ หรือประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อนหน้ามาประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้ประกอบการสามารถประหยัดเงินและเวลา ไม่ต้องเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการลองผิดลองถูกในการแก้ไขปัญหาที่อาจเคยเกิดขึ้นมาแล้ว (Bhatt et al., 2005) นำมาประยุกต์ใช้ ทำให้ผู้ประกอบการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการลองผิดลองถูก ทำให้ผลประกอบการของธุรกิจดีขึ้น (Lin, 2007)

## 2.7 กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ตามตารางที่ 2.6 นักวิชาการมีการแบ่งกระบวนการจัดการความรู้ แตกต่างกันไปตามแต่ละบริบท (Context) ที่ศึกษา ในส่วนของธุรกิจขนาดใหญ่มีการสนับสนุนให้มีการจัดการความรู้ภายในองค์กรอย่างเต็มรูปแบบ มีการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ (Knowledge management system) เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ภายในองค์กรของตนเอง (In-house knowledge management tools and technology) (Laudon & Laudon, 2002) ซึ่งบุคคลภายนอกองค์กรไม่สามารถเข้าถึงระบบการจัดการความรู้ และนำความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ได้

ในทางกลับกัน ธุรกิจขนาดเล็กก็ได้มีการจัดการความรู้เหมือนธุรกิจขนาดใหญ่ (Desouza & Awazu, 2006) เนื่องจากลักษณะทางธรรมชาติของธุรกิจขนาดเล็กที่ผู้ประกอบการเป็นศูนย์กลางของการบริหารจัดการ (Bridge et al., 2003) ต้องดูแลรับผิดชอบหลายอย่าง จึงจำเป็นต้องมีความรู้ในหลายด้าน เพื่อนำความรู้มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเอง ประกอบกับลักษณะของธุรกิจขนาดเล็ก ผู้ประกอบการบริหารจัดการธุรกิจแบบวันต่อวัน (Hofer & Charan, 1984) ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีเวลามากพอในการจัดการความรู้ จึงมิได้ให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังขาดแหล่งข้อมูลความรู้เฉพาะเจาะจงในแต่ละภาคธุรกิจที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในกิจการของตนเอง (Durst & Edvardsson, 2012) ประกอบกับข้อจำกัดของทรัพยากร และเงินทุน ผู้ประกอบการจึงไม่สามารถพัฒนาระบบการจัดการความรู้ เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ของตนเองได้ (McAdam & Reid, 2001)

จากแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการจัดการความรู้ ตามทฤษฎีของ (J. Leitch, M., & P. Rosen., W., 2001); (Collison. & Parcell., 2004) ความสำเร็จของการจัดการความรู้ประกอบด้วย คน กระบวนการ และเทคโนโลยี โดยที่ตามบริบทที่ศึกษาในการวิจัยนี้ คน หมายถึง ตัวผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งมีสภาพการจัดการความรู้ด้านการเงิน และระดับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงที่แตกต่างกัน กระบวนการ หมายถึง ระดับการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งประกอบด้วยระดับการหาความรู้ ระดับการจัดเก็บความรู้ ระดับการแบ่งปันความรู้ และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และเทคโนโลยี หมายถึง ระดับการใช้เทคโนโลยีการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของเกี่ยวกับองค์ประกอบของการจัดการความรู้ (J. Leitch, M., & P. Rosen., W., 2001); (Collison. & Parcell., 2004) มาประกอบกับแนวคิดการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กซึ่งประกอบด้วย 1) การหาความรู้ 2) การจัดเก็บความรู้ 3) การแบ่งปันความรู้ และ 4) การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ (Almeida et al., 2003); (Wong & Aspinwall, 2004a); (Egbu et al., 2005); (D. Sullivan & Marvel, 2011) มาเป็นกรอบแนวทางการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการหาความรู้ ระดับการจัดเก็บความรู้ ระดับการแบ่งปันความรู้ และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ กับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ ในบริบทของผู้ประกอบการร้านอาหาร ตามกรอบแนวคิด รูปที่ 2.4

โดยที่การวัดระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ มาจากข้อมูลที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร ตอบคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 5 ข้อ 5.1 – 5.4 ซึ่งเป็นข้อคำถามวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหาร เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ ตามภาคผนวก 2

โดยที่ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหาร เกี่ยวกับ การวัดระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ 5 ระดับตามวิธี 5 point-Likert scale ตามความหมาย ดังนี้

- |   |         |                    |   |
|---|---------|--------------------|---|
| 1 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อยที่สุด | ที่มีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อย       | ที่มีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง    | ที่มีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก        | ที่มีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ |
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด  | ที่มีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ |

ผู้วิจัยนำค่าที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม การวัดระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

- |                                  |         |  |
|----------------------------------|---------|--|
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง<br>1.0 – 2.5 | หมายถึง | ผู้ประกอบการร้านอาหาร คิดว่าตนเองมีระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ในระดับต่ำ |
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง<br>2.6 – 5.0 | หมายถึง | ผู้ประกอบการร้านอาหาร คิดว่าตนเองมีระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ในระดับสูง |

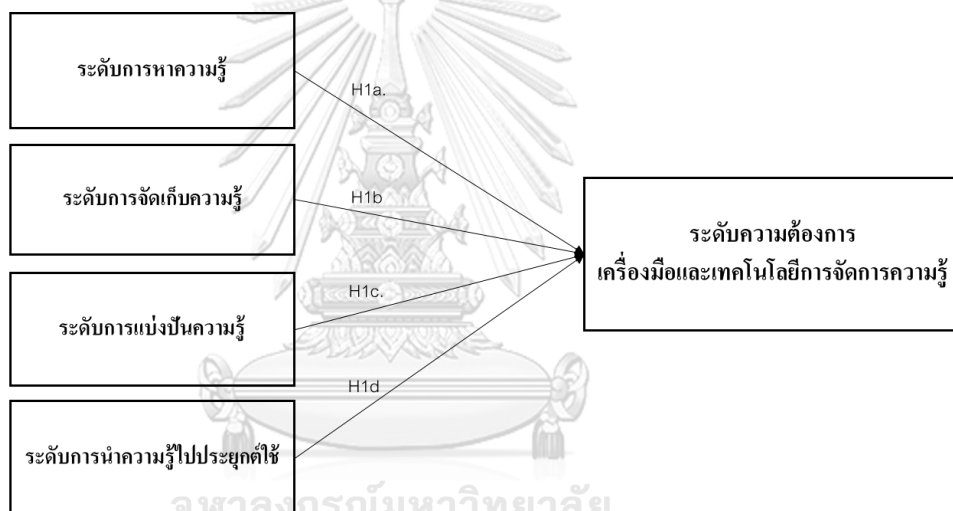
การวัดระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้มาจากข้อมูลที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปตอบคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 6 ข้อ 6.2 – 6.5 ซึ่งเป็นข้อคำถามวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปเกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ ตามภาคผนวก 2

โดยที่ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปเกี่ยวกับ การวัดระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ 5 ระดับตามวิธี 5 point-Likert scale ตามความหมาย ดังนี้

- |   |         |                    |  |
|---|---------|--------------------|--|
| 1 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อยที่สุด | ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงิน ผู้ประกอบการร้านอาหาร ไป ไปประยุกต์ใช้ |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อย       | ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงิน ผู้ประกอบการร้านอาหาร ไป ไปประยุกต์ใช้ |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง    | ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงิน ผู้ประกอบการร้านอาหาร ไป ไปประยุกต์ใช้ |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก        | ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงิน ผู้ประกอบการร้านอาหาร ไป ไปประยุกต์ใช้ |
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด  | ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงิน ผู้ประกอบการร้านอาหาร ไป ไปประยุกต์ใช้ |

ผู้วิจัยนำค่าที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม การวัดระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.0 – 2.5	หมายถึง	ผู้ประกอบการร้านอาหาร คิดว่าตนเองมีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ ในระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.6 – 5.0	หมายถึง	ผู้ประกอบการร้านอาหาร คิดว่าตนเองมีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปประยุกต์ใช้ ในระดับสูง



รูปที่ 2.4 กรอบแนวคิดกระบวนการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

## 2.8 สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากกรอบแนวคิดกระบวนการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ตามรูปที่ 2.4 ผู้วิจัยเสนอสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐาน 1a	ระดับการหาความรู้	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน
สมมติฐาน 1b	ระดับการจัดเก็บความรู้	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน
สมมติฐาน 1c:	ระดับการแบ่งปันความรู้	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน
สมมติฐาน 1d:	ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน

### ตอนที่ 3 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (ผู้ประกอบการ) ประกอบด้วย 1) ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ 2) กรอบแนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก (ผู้ประกอบการร้านอาหาร) และ 3) สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ความรู้ด้านการเงินเป็นพื้นฐานความรู้ที่ผู้ประกอบการนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ ช่วยให้ผู้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และลดอัตราความล้มเหลว (Seghers et al., 2012) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนมากมีข้อจำกัดในเรื่องของทรัพยากร ทั้งในด้านของเวลา และเงินทุน ผู้ประกอบการจึงยังขาดความรู้ด้านการเงิน (Wong & Aspinwall, 2004a) และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ (Haksever, 1996)

ความรู้ด้านการเงินมีความสำคัญกับทั้งผู้ประกอบการที่เริ่มเปิดดำเนินกิจการ และผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว แต่ไม่มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจเพียงพอ ทำให้ไม่สามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน การขาดความรู้ ความเข้าใจด้านการเงิน ความรู้ในการจัดหาเงินทุน การทำบัญชี การบริหารจัดการสภาพคล่องเงินสด การจัดทำแผนธุรกิจ (Lussier, 1995a) การคำนวณต้นทุน (Raab & Mayer, 2003) และการศึกษาความเป็นไปได้ (Rue & Ibrahim, 1998) เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ประสบความล้มเหลว และอาจต้องออกจากธุรกิจไปในที่สุด

ผู้ประกอบการขาดแหล่งความรู้เฉพาะด้าน (Bridge et al., 2003) โดยที่ความรู้ด้านการเงิน มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของกิจการและความอยู่รอดของกิจการแต่ละประเภท (Ang, 1992); (McMahon, Holmes, Hutchinson, & Forsaith, 1993); (LeCornu, McMahon, Forsaith, & Stanger, 1996)

ในเบื้องต้นผู้วิจัย ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (Financing) การทำบัญชี (Accounting) การทำแผนธุรกิจ (Business plan) (Dodge & Robbins, 1992); (Lussier, 1995a); (Marriott & Marriott, 2000) การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (Working capital) (Orobia, Byabashajja, Munene, Sejjaaka, & Musinguzi, 2013); (Sunday, 2011); (Peel & Wilson, 1996); (Orobia et al., 2013) โครงสร้างเงินทุน (Capital structure) (Upneja & Dalbor, 2001) และการตัดสินใจลงทุนในโครงการ (Capital budgeting) (Pettit & Singer, 1985); (Peel & Wilson, 1996) มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของธุรกิจ ผู้วิจัยจึงนำความรู้ด้านการเงินจากการทบทวนวรรณกรรมในเบื้องต้นเกี่ยวกับความรู้

ด้านการเงินของผู้ประกอบการ มาสร้างเป็นแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured question) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ประกอบการร้านอาหาร เกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

อย่างไรก็ตาม จากการนำแบบสอบถามที่ได้รับการพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมในเบื้องต้นเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่าความรู้ด้านการเงินในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร มีความเหมือน และแตกต่างจากการทบทวนวรรณกรรมในเบื้องต้น กล่าวคือ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ให้ความสำคัญกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด (Wang, 2002); (Beck & Demircug-Kunt, 2006); (Campello, Giambona, Graham, & Harvey, 2011) เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่ใช้หลักเงินสด และการคำนวณ ต้นทุน (Raab & Mayer, 2003); (D. Douglas, 2005b); (Beck & Demircug-Kunt, 2006); (Kostakis, Albayrak, Boskou, & Palisidis, 2011) เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร เนื่องจากมีลักษณะการคำนวณต้นทุนที่มีลักษณะเฉพาะต่างจากธุรกิจประเภทอื่นโดยมักมีการคำนวณต้นทุนตามรายการอาหาร และการศึกษาความเป็นไปได้ (Powell, 1992); (Castrogiovanni, 1996); (Baker, 2003); (Currie et al., 2009) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการตามที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งประกอบด้วย 1) ความรู้ในการหาเงินทุน 2) ความรู้ในการทำบัญชี 3) ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด 4) ความรู้ในการคำนวณต้นทุน 5) ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ และ 6) ความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 3.1.1 ความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน

การหาเงินทุนมาเริ่มลงทุนในธุรกิจ หรือหาเงินทุนมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุดสำหรับผู้ประกอบการ (Ang, 1991); (Van Auker, 2001); (Gilbert, McDougall, & Audretsch, 2016) การมีจำนวนเงินลงทุนเริ่มต้นที่เพียงพอในจัดตั้งกิจการในครั้งแรกเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กิจการประสบความสำเร็จ (Lussier, 1995a; Teng, Bhatia, & Anwar, 2011) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับ ข้อจำกัดในการหาเงินทุน และไม่สามารถจัดหาเงินทุนได้เพียงพอเพื่อมาดำเนินกิจการให้อยู่รอดและต่อเนื่อง (Seghers et al., 2012)

ความรู้เกี่ยวกับการหาแหล่งเงินทุนมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการ ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับการจัดหาเงินทุนก็เป็นอุปสรรคในการบริหารจัดการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (Orser, S., & Riding, 2000); (Moy & Luk, 2003) โดยส่วนมากผู้ประกอบการ มักหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายใน เช่น จากครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก มากกว่า แหล่งเงินทุนภายนอก เช่น จากการขอสินเชื่อผ่านธนาคารของรัฐบาล หรือธนาคารพาณิชย์ (Beck & Demircug-Kunt, 2006) เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับอุปสรรคในการ



หาเงินลงทุนที่มากพอในการนำมาบริหารจัดการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ หรืออยู่รอดได้ (Beck & Demirguc-Kunt, 2006)

ในทางกลับกัน ธุรกิจขนาดใหญ่มีช่องทางในการหาเงินลงทุนได้หลายช่องทาง สามารถออกเสนอขายหุ้นสามัญผ่านตลาดหลักทรัพย์ได้ (Collis 2012) แต่ผู้ประกอบการไม่มีศักยภาพมากพอที่จะสามารถหาเงินลงทุนผ่านการเสนอขายหุ้นผ่านตลาดหลักทรัพย์ได้ ดังนั้นการขอสินเชื่อจากธนาคารจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถหาเงินมาลงทุนในธุรกิจได้ (Jarvis, Kitching, Curran, & Lightfoot, 1996); (Cosh & Hughes, 2003)

ภายใต้บริบทของประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ส่วนมาก มิได้สนับสนุนเงินทุนให้ผู้ประกอบการรายใหม่ หรือผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจมานาน้อยกว่า 3 ปี และไม่มีหลักประกันมากพอในการขอสินเชื่อ เนื่องจากเป็นนโยบายของธนาคารในการป้องกันมิให้เกิดสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-performing loan) ดังนั้น กลุ่มผู้ประกอบการที่เปิดดำเนินกิจการไม่ถึง 3 ปี จึงไม่สามารถขอสินเชื่อผู้ประกอบการรายใหม่ หรือขอสินเชื่อเพื่อนำเงินมาหมุนเวียนในธุรกิจได้

อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากธนาคารพาณิชย์แล้ว ยังมีธนาคารของภาครัฐที่ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการที่เริ่มประกอบธุรกิจ หรือประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี ที่ต้องการเงินทุนไปขยายกิจการ แต่เนื่องจากข้อจำกัดของการเข้าถึงข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการหาเงินลงทุน และยังขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการความรู้เกี่ยวกับการหาเงินลงทุน ผู้ประกอบการรายใหม่ หรือผู้ประกอบการที่เปิดดำเนินกิจการน้อยกว่า 3 ปี จำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการขาดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของธนาคารภาครัฐ และไม่สามารถหาเงินลงทุนมาเปิดกิจการ หรือขยายกิจการตามความต้องการได้

กล่าวโดยสรุป จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้การหาเงินลงทุน ผู้วิจัยพบว่าความรู้เกี่ยวกับการหาเงินลงทุนมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการในการเปิดดำเนินกิจการ หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ ทำให้กิจการประสบความสำเร็จและสามารถอยู่รอดได้ ประกอบกับผู้ประกอบการยังขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ เพื่อสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการหาเงินลงทุน ทั้งจากธนาคารภาครัฐ หรือธนาคารพาณิชย์ ที่สนับสนุนด้านการเงินให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการกลุ่มนี้จึงมีความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินเกี่ยวกับการหาเงินลงทุน

### 3.1.2 ความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี

ในส่วนของความรู้ในการทำบัญชีที่รายรับรายจ่ายพบว่าการจัดให้มีการทำบัญชีรายรับรายจ่ายและงบการเงิน สามารถช่วยลดอัตราการล้มเหลวทางธุรกิจได้ (Dodge & Robbins, 1992); (Ng, Harrison, & Akroyd, 2013) กิจกรรมที่ได้จัดให้มีการบัญชีรายรับรายจ่ายและระบบบัญชีที่ถูกต้อง มีความเป็นปัจจุบัน ขาดการควบคุมทางการเงินมีโอกาสประสบความสำเร็จสูงกว่า (Lussier, 1995a) นอกจากนี้ จากการศึกษาของ (Scapens & Bromwich, 2001) พบว่าการทำบัญชีรายรับรายจ่าย และการบริหารจัดการทางบัญชีอย่างเป็นระบบ สามารถช่วยให้ผลประกอบการของธุรกิจดีขึ้น

จากผลการศึกษาของ (Maseko & Manyani, 2011) พบว่ากิจกรรมที่มีระบบการทำบัญชีรายรับรายจ่าย และงบการเงินที่ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน ทำให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลทางการเงินมากพอที่จะเป็นข้อมูลสนับสนุนประกอบการตัดสินใจในการดำเนินกิจการ ทั้งในระดับการปฏิบัติการ (Operation level) และระดับผลประกอบการของธุรกิจ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการทั้งกิจการขนาดใหญ่และขนาดเล็กประสบความสำเร็จในการบริหารกิจการ

ผู้ประกอบการที่เริ่มประกอบกิจการ หรือผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาระยะหนึ่งแล้ว แต่ยังไม่มีความประสงค์ในการบริหารจัดการมากพอ (Marriott & Marriott, 2000); (Beverland & Lockshin, 2001) ประกอบกับผู้ประกอบการที่มีความรู้เกี่ยวกับบัญชีอย่างจำกัด (Hodges & Kent, 2006) มิได้ให้ความสำคัญกับการจัดให้มีระบบบัญชีรายรับรายจ่าย หรือระบบบริหารจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ (Wu & Young, 2003) จึงมักใช้วิธีบันทึกบัญชี และบริหารจัดการแบบเก็บบันทึกไว้ในใจ มากกว่าการบันทึกข้อมูลออกมาเป็นทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ (Berry, Sweeting, Goto, & Taylor, 2002)

เนื่องจากผู้ประกอบการ มีข้อจำกัดในเรื่องของทรัพยากร ประกอบกับยังเป็นธุรกิจขนาดเล็ก จำนวนยอดขายไม่สูงมากนัก ผู้ประกอบการจึงไม่มั่นใจในความคุ้มค่าของการลงทุนจัดให้มีระบบบัญชีรายรับรายจ่ายและงบการเงิน ที่ถูกต้อง เหมาะสม และเป็นปัจจุบัน (Holmes & Nicholls, 1989) (McMahon, 2001) ประกอบกับมิได้มีกฎระเบียบของทางการที่เคร่งครัดให้มีการจัดทำบัญชีแบบเป็นทางการ (Orobia et al., 2013) ด้วยเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วทำให้ผู้ประกอบการ มิได้ให้ความสำคัญกับการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย และงบการเงิน (Orobia et al., 2013)

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ประกอบการใช้ระบบการบริหารจัดการทางบัญชีแบบง่ายและไม่เป็นทางการ (Cadez & Guilding, 2008) (Adler, Everett, & Waldron, 2000); (Innes & Mitchell, 1995) (Halabi, Barrett, & Dyt, 2010) (Danes, Loy, & Stafford, 2008) (Dyer & Ross, 2007) (Dodge & Robbins, 1992) หรือมิได้มีระบบบริหารจัดการทางบัญชีเลย จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่ทราบสถานทางการเงินที่แท้จริง และมีโอกาสประสบความล้มเหลวทางธุรกิจได้

กล่าวโดยสรุป จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้การทำบัญชี ผู้วิจัยพบว่าการจัดให้มีการทำบัญชีที่รายรับรายจ่าย และทำบัญชีให้ถูกต้องและเป็นระบบมีความสำคัญต่อผลประกอบการของธุรกิจ และสามารถช่วยลดอัตราความล้มเหลวของผู้ประกอบการได้

### 3.1.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด

การบริหารจัดการสภาพคล่องเงินสด หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถบริหารจัดการสภาพคล่องให้สามารถชำระคืนเงินกู้ได้ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด (Wang, 2002) กิจการที่มีสภาพคล่องเงินสดสูงกว่าสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาขยายกิจการได้ง่ายกว่า (Jose, Lancaster, & Stevens, 1996); (Wang, 2002); (Campello et al., 2011) ทำให้กิจการมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากกว่า (Lussier, 1995a) และการที่กิจการสามารถบริหารสภาพคล่องเงินสดได้ดีกว่า มีหลักประกันเงินกู้ (Collateral) ที่มีสภาพคล่องมากกว่า ก็ทำให้ต้นทุนในการหาเงินทุนถูกกว่า (Beck & Demircug-Kunt, 2006) ดังนั้นความรู้ด้านการเงินเกี่ยวกับการบริหารจัดการสภาพคล่องเงินสดจึงมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการ ทำให้สามารถหาเงินทุนเพื่อนำมาหมุนเวียนในกิจการได้อย่างต่อเนื่อง จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด พบว่าความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสดมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของธุรกิจ

### 3.1.4 ความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุน

นักวิชาการหลายท่านกล่าวว่าการขาดความรู้ ด้านการจัดหาเงินทุน การทำบัญชีรายรับรายจ่ายและบัญชีที่ถูกต้องและเป็นระบบ (Lussier, 1995a) และการบริหารสภาพคล่องเงินสด (Beck & Demircug-Kunt, 2006) มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนที่ถูกต้อง (Kostakis et al., 2011) ก็ช่วยให้ผู้ประกอบการ สามารถตั้งราคาสินค้าได้เหมาะสม ทำให้มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จได้ (Oyadomari, Silva, Mendonça Neto, & Diehl, 2017) ในทางกลับกัน หากมิได้มีการคำนวณต้นทุน หรือคำนวณต้นทุนไม่ถูกต้อง ทำให้ผู้ประกอบการขาดข้อเท็จจริง ขาดข้อมูลที่ต้อง นำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาด และอาจทำให้ธุรกิจประสบความล้มเหลวได้ (D. Douglas, 2005b)

จากการศึกษาของ (Oyadomari et al., 2017) พบว่าผู้ประกอบการขนาดเล็กมิได้ให้ความสำคัญกับการคำนวณต้นทุน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่มีความรู้ในการคำนวณต้นทุน จากการศึกษาของ (Schmidgall, 1997); (Raab & Mayer, 2003); (Kostakis et al., 2011) พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมิได้มีการคำนวณต้นทุนอาหารเป็นรายเมนู ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริงของอาหารแต่ละเมนู จึงนำไปสู่ความล้มเหลวของธุรกิจร้านอาหาร (Raab, Mayer, & Shoemaker, 2010) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้การคำนวณต้นทุน พบว่าการคำนวณต้นทุนที่ถูกต้องมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของธุรกิจ แต่ผู้ประกอบการร้านอาหารมีความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนอย่างจำกัด

### 3.1.5 ความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ หมายถึง แผนการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ (Lange, Mollov, Pearlmuter, Singh, & Bygrave, 2007) จากการศึกษางานวิจัยของ (Bracker & Pearson, 1986) ได้กล่าวถึงส่วนประกอบของแผนธุรกิจ 8 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย 1) วัตถุประสงค์ 2) การวิเคราะห์สถานะแวดล้อม 3) การวิเคราะห์ SWOT ซึ่งประกอบด้วย จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) 4) การกำหนดกลยุทธ์ 5) การประมาณการทางการเงิน 6) งบประมาณทางการเงิน 7) การวัดผลการดำเนินงาน และ 8) ขั้นตอนการควบคุม

การเขียนแผนธุรกิจ สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการมองเห็นภาพรวมของกิจการ (Brinckmann, Grichnik, & Kapsa, 2010) การดำเนินงานตามแผนธุรกิจที่วางไว้ ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ (Lange et al., 2007) การจัดทำแผนธุรกิจยังสามารถทำให้ผู้ประกอบการ มีโอกาสได้รับการพิจารณาการให้สินเชื่อจากธนาคารได้ง่ายขึ้น (Lange et al., 2007) แต่ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ส่วนมากมิได้ให้ความสำคัญกับการจัดทำแผนธุรกิจทำให้ธุรกิจมีโอกาสประสบความสำเร็จได้สูง (Lussier, 1995a) อย่างไรก็ตาม การจัดทำแผนธุรกิจมิได้มีความสำคัญต่อเฉพาะผู้ประกอบการรายใหม่เท่านั้น แต่มีความสำคัญกับผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจอยู่แล้วด้วย (Bracker & Pearson, 1986); (Bracker, Keats, & Pearson, 1988); (Schwenk & Shrader, 1993) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำแผนธุรกิจ พบว่าความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการ แต่ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจอย่างจำกัด

### 3.1.6 ความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้

การศึกษาความเป็นไปได้ เป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ และช่วยผู้ประกอบการตัดสินใจก่อนเปิดดำเนินกิจการ (Currie et al., 2009) การศึกษาความเป็นไปได้เริ่มจากการเก็บข้อมูลที่เป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจ และมีได้เป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ ความเข้าใจในแต่ละปัจจัยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ประเมินความเป็นไปได้ และความสามารถอยู่รอดได้ของธุรกิจก่อนตัดสินใจลงทุน (Graaskamp, 1970); (Castrogiovanni, 1996) จากการศึกษางานวิจัยของนักวิชาการหลายท่านพบว่า การศึกษาความเป็นไปได้ก่อนเปิดดำเนินกิจการมีผลต่อผลประกอบการของกิจการ (Keats. & Bracker, 1988); (Lyles, Baird, Orris, & Kuratko, 1993); (Baker, 2003); (Brinckmann et al., 2010) การศึกษาความเป็นไปได้เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ นำมาซึ่งความสำเร็จในการเปิดดำเนินกิจการ (Pearce, Freeman, & Robinson, 1987); (Powell, 1992); (Schwenk & Shrader, 1993) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้อย่างจำกัด เนื่องจากขาดการศึกษาเชิงการบริหารจัดการธุรกิจ (Hodges & Kent, 2006) และมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจอย่างจำกัด ทำให้กิจการประสบความล้มเหลว (Marriott & Marriott, 2000); (Beverland & Lockshin, 2001) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ พบว่าความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้อาจมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ก่อนลงทุนในกิจการ แต่ผู้ประกอบการมิได้ให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาความเป็นไปได้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ความรู้ด้านการเงินในด้านต่าง ๆ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ (Seghers et al., 2012) และลดอัตราความล้มเหลวของธุรกิจให้กับผู้ประกอบการที่เริ่มประกอบธุรกิจ และผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจอยู่แล้ว แต่เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนมากยังขาดความรู้ด้านการเงิน (Wong & Aspinwall, 2004a) ในการหาเงินทุน การทำบัญชี การบริหารสภาพคล่องเงินสด การจัดทำแผนธุรกิจ (Lussier, 1995a) การคำนวณต้นทุน (Raab & Mayer, 2003) และการศึกษาความเป็นไปได้ (Rue & Ibrahim, 1998) เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ และมีความเสี่ยงต่อความล้มเหลวของธุรกิจ ตามสรุปการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตามตารางที่ 2.7



















### 3.2 กรอบแนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (ผู้ประกอบการ) ตามตารางที่ 2.7 นักวิชาการให้ความสำคัญกับความรู้ด้านการเงินในแต่ละบริบทที่แตกต่างกันไปตามแต่ละบริบทของผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตามเนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย (ผู้ประกอบการร้านอาหาร) ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับความรู้ด้านการเงิน 6 ด้านประกอบด้วย 1) การหาเงินทุน 2) การทำบัญชี 3) การบริหารสภาพคล่องเงินสด 4) การคำนวณต้นทุน 5) การทำแผนธุรกิจ และ 6) การศึกษาความเป็นไปได้

นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการจัดการความรู้ ตามทฤษฎีของ (J. Leitch, M., & P. Rosen., W., 2001); (Collison. & Parcell., 2004) ความสำเร็จของการจัดการความรู้ประกอบด้วย คน กระบวนการ และเทคโนโลยี โดยที่ตามบริบทที่ศึกษา คน หมายถึง ตัวผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งมีสภาพการจัดการความรู้ด้านการเงิน และระดับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงที่แตกต่างกัน กระบวนการ หมายถึง ระดับการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งประกอบด้วยระดับการหาความรู้ ระดับการจัดเก็บความรู้ ระดับการแบ่งปันความรู้ และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน และเทคโนโลยี หมายถึง ระดับการใช้เทคโนโลยีการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของเกี่ยวกับองค์ประกอบของการจัดการความรู้ (J. Leitch, M., & P. Rosen., W., 2001); (Collison. & Parcell., 2004) มาประกอบกับแนวคิดความสำคัญของความรู้ของผู้ประกอบการขนาดเล็กในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำบัญชี ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ (Lussier, 1995a) ความรู้ในการคำนวณต้นทุน (Raab & Mayer, 2003) และความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ (Rue & Ibrahim, 1998) ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ มาเป็นกรอบแนวทางการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การหาเงินทุน ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำบัญชี ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การคำนวณต้นทุน ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำแผนธุรกิจ และระดับสภาพปัจจุบันความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ มีความสัมพันธ์กับ ระดับการหาความรู้ ระดับการจัดเก็บความรู้ ระดับการแบ่งปันความรู้ และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ตามกรอบแนวคิด รูปที่ 2.5

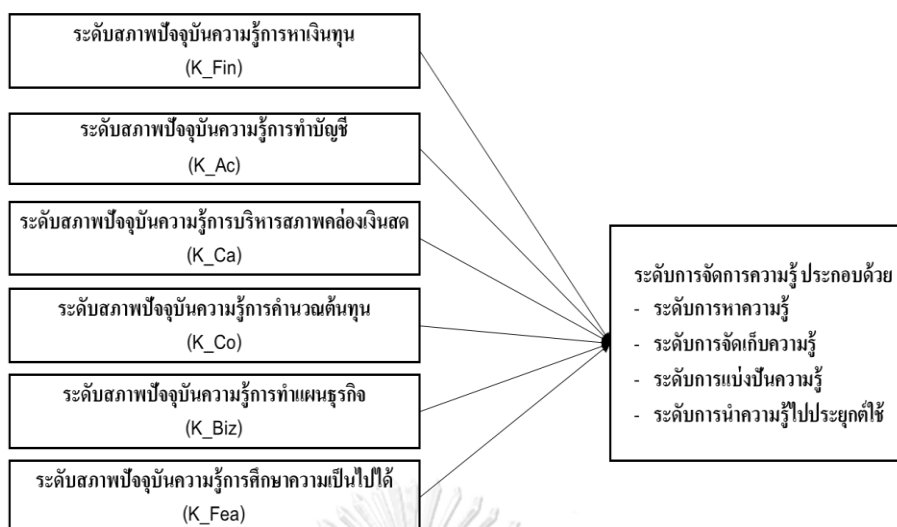
โดยที่การวัดระดับระดับสภาพปัจจุบันความรู้การหาเงินทุน ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำบัญชี ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด ระดับสภาพปัจจุบันความรู้ในการคำนวณต้นทุน ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำแผนธุรกิจ และระดับสภาพปัจจุบันความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ มาจากข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหาร ตอบคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อ 4.1 – 4.6 ซึ่งเป็นข้อคำถามวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหาร เกี่ยวกับ สภาพปัจจุบันความรู้การหาเงินทุน ความรู้การทำบัญชี ความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ และ ความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ตามภาคผนวก 2

โดยที่ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหาร เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร 5 ระดับตามวิธี 5 point-Likert scale ตามความหมาย ดังนี้

- |   |         |                    |   |
|---|---------|--------------------|---|
| 1 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อยที่สุด | ที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพียงพอ |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อย       | ที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพียงพอ |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง    | ที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพียงพอ |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก        | ที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพียงพอ |
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด  | ที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพียงพอ |

ผู้วิจัยนำค่าที่ได้จากการตอบแบบสอบถามการวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหาร เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

- |                     |         |   |
|---------------------|---------|---|
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง | หมายถึง | ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับ |
| 1.0 – 2.5           |         | ผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับต่ำ                   |
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง | หมายถึง | ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับ |
| 2.6 – 5.0           |         | ผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับสูง                   |



รูปที่ 2.5 กรอบแนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

### 3.3 สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากกรอบแนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก ตามรูปที่ 2.5 ผู้วิจัยเสนอสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

#### 1. สมมติฐานเกี่ยวกับระดับการหาความรู้ด้านการเงิน (Knowledge acquisition)

สมมติฐาน 2a	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้ทางการเงิน	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการหาความรู้
สมมติฐาน 2b	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำบัญชี	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการหาความรู้
สมมติฐาน 2c	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการหาความรู้
สมมติฐาน 2d	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การคำนวณต้นทุน	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการหาความรู้
สมมติฐาน 2e	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำแผนธุรกิจ	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการหาความรู้
สมมติฐาน 2f	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การศึกษาความเป็นไปได้	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการหาความรู้



## 2. สมมติฐานเกี่ยวกับระดับการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน (Knowledge storage)

สมมติฐาน 3a	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การหาเงินทุน	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการจัดเก็บความรู้
สมมติฐาน 3b	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำบัญชี	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการจัดเก็บความรู้
สมมติฐาน 3c	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการจัดเก็บความรู้
สมมติฐาน 3d	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การคำนวณต้นทุน	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการจัดเก็บความรู้
สมมติฐาน 3e	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำแผนธุรกิจ	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการจัดเก็บความรู้
สมมติฐาน 3f	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การศึกษาความเป็นไปได้	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการจัดเก็บความรู้

## 3. สมมติฐานเกี่ยวกับระดับการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน (Knowledge sharing)

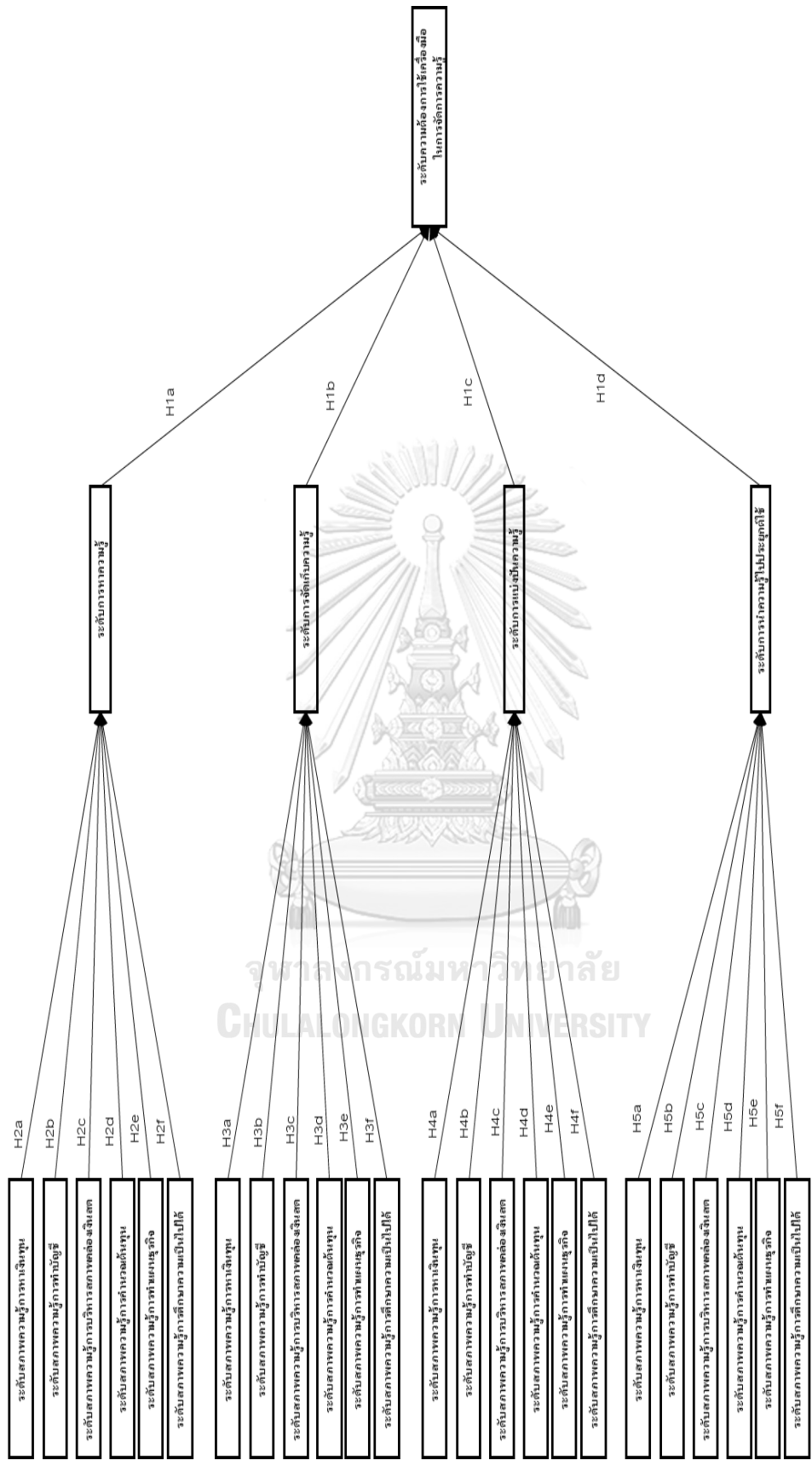
สมมติฐาน 4a	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การหาเงินทุน	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการแบ่งปันความรู้
สมมติฐาน 4b	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำบัญชี	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการแบ่งปันความรู้
สมมติฐาน 4c	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการแบ่งปันความรู้
สมมติฐาน 4d	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การคำนวณต้นทุน	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการแบ่งปันความรู้
สมมติฐาน 4e	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำแผนธุรกิจ	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการแบ่งปันความรู้
สมมติฐาน 4f	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การศึกษาความเป็นไปได้	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการแบ่งปันความรู้

#### 4. สมมติฐานเกี่ยวกับระดับการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ (Knowledge application)

สมมติฐาน 5a	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การหาเงินทุน	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้
สมมติฐาน 5b	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำบัญชี	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้
สมมติฐาน 5c	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้
สมมติฐาน 5d	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การคำนวณต้นทุน	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้
สมมติฐาน 5e	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การทำแผนธุรกิจ	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้
สมมติฐาน 5f	ระดับสภาพปัจจุบันความรู้การศึกษาความเป็นไปได้	มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

#### 3.4 กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างระดับการหาความรู้ ระดับการจัดเก็บความรู้ ระดับการแบ่งปันความรู้ ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ กับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ ตามรูปที่ 2.4 และกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างระดับสภาพปัจจุบันความรู้ในการหาเงินทุน ระดับสภาพปัจจุบันความรู้ในการทำบัญชี ระดับสภาพปัจจุบันความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ระดับสภาพปัจจุบันความรู้ในการคำนวณต้นทุน ระดับสภาพปัจจุบันความรู้ในการทำแผนธุรกิจ และระดับสภาพปัจจุบันความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ กับระดับการหาความรู้ ระดับการจัดเก็บความรู้ ระดับการแบ่งปันความรู้ และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ตามรูปที่ 2.5 ผู้วิจัยจึงนำเสนอกรอบแนวคิดการศึกษา นวัตกรรมจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยความสัมพันธ์ของความรู้ด้านการเงินทั้ง 6 ด้านที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการความรู้ทั้ง 4 กระบวนการ และความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้ทั้ง 4 กระบวนการ กับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ตามรูปที่ 2.6



รูปที่ 2.5 กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

#### ตอนที่ 4 แนวคิด ทฤษฎี วรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้

ตามแนวคิดของ (J. Leitch, M., & P. Rosen., W., 2001); (Collison & Parcell, 2004b) ความสำเร็จของการจัดการความรู้ เกิดจากการผสมผสานขององค์ประกอบระหว่าง คน กระบวนการ และมีเทคโนโลยีเป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ องค์ประกอบด้านเทคโนโลยี หมายถึง การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ต ฐานข้อมูล (Database) กรุปแวร์ เว็บไซต์ มาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ ทำให้คนสามารถจัดการความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

##### 4.1 เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ในองค์กรขนาดใหญ่ มักจะให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ภายในองค์กร (Alavi & Leidner, 2001); (Wong & Aspinwall, 2004a) จึงนำระบบการจัดการความรู้ (Knowledge management system) เข้ามาใช้พนักงานในองค์กรใช้ในการจัดการความรู้ (Laudon & Laudon, 2002) ซึ่งเป็นความรู้เฉพาะในแต่ละองค์กร อย่างไรก็ตามเนื่องจากข้อจำกัดทางทรัพยากรด้านเงินทุนผู้ประกอบการร้านอาหารจึงไม่สามารถพัฒนาเครื่องมือในการจัดการความรู้สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเองได้ จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือสื่อสังคมออนไลน์ โดยที่เทคโนโลยีการจัดการความรู้มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันตลอดทั้งกระบวนการจัดการความรู้ทั้งการหาความรู้ จัดเก็บความรู้ และแบ่งปันความรู้ ตามรายละเอียดดังนี้

##### 1. เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้

เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการความรู้ (Vaccaro, Parente, & Veloso, 2010) อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นเครื่องมือและเทคโนโลยีที่มีบทบาทในการจัดการความรู้ โดยการหาความรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน โซเชียลมีเดีย (Social media) และ โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social network) เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ยูทูบ (YouTube) บล็อก (Blog) หรือ แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ

##### 2. เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้

ปัจจุบันมีการนำเอาระบบคอมพิวเตอร์ (Anand et al., 1998) และ การเก็บข้อมูลแบบดิจิทัล (Digital storage) (Lin, 2007) มาเป็นเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ สามารถจัดเก็บความรู้ที่มีขนาดใหญ่ และเป็นระบบมีความสะดวกรวดเร็ว และง่ายต่อการค้นคืนความรู้ นำกลับมาใช้ นอกจากนี้ ระบบการทำงานในลักษณะเครื่องมือในการค้นหา (Search engine) ก็นำมาใช้เป็นเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ (Freeze & Kulkarni, 2007) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการมีความคุ้นเคยในการจัดเก็บความรู้โดยการจดลงสมุดเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือเก็บในแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ และมีการเก็บความรู้ไว้ในใจมากกว่าจัดเก็บไว้ในลักษณะที่เป็นทางกายภาพ (Wong & Aspinwall, 2004a)

### 3. เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้

เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ เป็นเครื่องมือที่อำนวยความสะดวกให้มีความสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับกลุ่มบุคคล และระหว่างกลุ่มบุคคลกับกลุ่มบุคคล (Alavi & Leidner, 2001); (Perez-Araos et al., 2007) เช่น การใช้ อินทราเน็ต อีเมล (Huber, 1991) ในองค์กร หรือการใช้อินเทอร์เน็ต การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค หรือโซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก บล็อก ยูทูบ

กล่าวโดยสรุป เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการความรู้มีความหลากหลายในแต่ละคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ โดยส่วนมากแล้วเป็นการใช้ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และ โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ บล็อก หรือ แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ผ่านการต่อเชื่อมอินเทอร์เน็ต เพื่อวัตถุประสงค์ในการหา จัดเก็บ แบ่งปัน และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่การเลือกใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้แต่ละประเภทของผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละบริบท ประสบการณ์ และความคุ้นเคยของการใช้งาน

## 4.2 สมมติฐานงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

### 1. สมมติฐานเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ มีเครื่องมือและเทคโนโลยีหลากหลายที่ถูกนำมาเป็นเครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกในการหาความรู้ และผู้ประกอบการก็มีการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการหาความรู้ที่แตกต่างกันตามแต่ละบริบท ประสบการณ์ และความคุ้นเคยในการใช้งานเครื่องมือต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ โดยที่จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารพบว่าเครื่องมือที่ผู้ประกอบการร้านอาหารนำมาใช้ในการหาความรู้ประกอบด้วย เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ บล็อก หรือแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ผู้วิจัยจึงนำเครื่องมือในการหาความรู้เหล่านี้มาพัฒนาเป็นแบบสอบถามเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อหาว่าเครื่องมือหรือเทคโนโลยีในการหาความรู้ชนิดใดที่มีความสัมพันธ์กับการหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารและนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาเครื่องมือในการหาความรู้สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงเสนอสมมติฐานการวิจัยการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ ดังนี้

- สมมติฐาน 6 ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้แต่ละชนิดต่างกัน โดยที่เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ประกอบด้วย เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป บล็อก และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ
- สมมติฐาน 6a ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้มีอย่างน้อย 1 คู่ ที่แตกต่างกัน โดยที่เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ประกอบด้วย เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป บล็อก และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ

## 2. สมมติฐานเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บ โดยที่การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้มีความแตกต่างกันตามแต่ละบริบท ประสบการณ์ และความคุ้นเคยในการใช้ โดยที่ผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้ว่าผู้วิจัยควรพัฒนาเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้ในรูปแบบใด เป็นเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารผู้วิจัยจึงเสนอสมมติฐานการวิจัยการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ ดังนี้

- สมมติฐาน 7 ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้มีความแตกต่างกัน โดยที่เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ประกอบด้วย การจดลงสมุด การบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์ และการบันทึกในแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ
- สมมติฐาน 7a ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้มีอย่างน้อย 1 คู่ ที่แตกต่างกัน โดยที่เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ประกอบด้วย การจดลงสมุด การบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์ และการบันทึกในแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ

### 3. สมมติฐานเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ มีเครื่องมือและเทคโนโลยีหลากหลายที่ถูกนำมาเป็นเครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกในการแบ่งปันความรู้ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการแบ่งปันความรู้ที่แตกต่างกันตามแต่ละบริบทประสบการณ์ และความคุ้นเคยในการใช้งานเครื่องมือต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ เครื่องมือที่ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กนำมาใช้ในการหาความรู้ประกอบด้วย ไลน์ เฟซบุ๊ก บล็อก และยูทูบ ผู้วิจัยจึงนำเครื่องมือในการหาความรู้เหล่านี้มาพัฒนาเป็นแบบสอบถามเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อหาว่าเครื่องมือหรือเทคโนโลยีในการหาความรู้ชนิดใดที่มีความสัมพันธ์กับการแบ่งปันความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร และนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยจึงเสนอสมมติฐานการวิจัยการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ ดังนี้

สมมติฐาน 8 ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้มีความแตกต่างกัน โดยที่เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ประกอบด้วย ไลน์ เฟซบุ๊ก บล็อก และยูทูบ

สมมติฐาน 8a ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้มีอย่างน้อย 1 คู่ ที่แตกต่างกัน โดยที่เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ประกอบด้วย ไลน์ เฟซบุ๊ก บล็อก และยูทูบ

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย” มีวิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสม (Mixed method) ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ประกอบกัน โดยการวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย (ผู้ประกอบการร้านอาหาร) 2) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ 3) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการใช้ และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ 4) เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร 5) เพื่อศึกษาการใช้งาน และการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และ 6) เพื่อนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน แสดงตามรูปที่ 3.1 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ความรู้ด้านการเงิน และเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้
- ขั้นตอนที่ 2 วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ
- ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ
- ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
- ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบการใช้ และการยอมรับต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
- ขั้นตอนที่ 6 การนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร สู่เชิงพาณิชย์



ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ความรู้ด้านการเงิน และเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้
วิธีวิจัย: ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ
ผลที่ได้: กรอบแนวคิดเบื้องต้นเพื่อนำไปพัฒนาแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง
ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ
วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ: สัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร
วิธีวิจัยเชิงปริมาณ: ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหาร
ผลที่ได้: ข้อมูลเชิงสำรวจ (Exploratory study) และข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical study)
ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ
วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และ สถิติเชิงอ้างอิงประกอบด้วยการคำนวณสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) การวิเคราะห์การจับกลุ่ม (Cluster analysis) การทดสอบคอคครันคิว (Cochran Q test) และการทดสอบแมคเนมาร์ (McNemar test)
ผลที่ได้: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสำรวจ และข้อมูลเชิงประจักษ์
ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาต้นแบบเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
พัฒนาต้นแบบเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
ผลที่ได้: ต้นแบบเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบการใช้ และการยอมรับต้นแบบเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ
วิธีวิจัย: ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหาร และใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูล
ผลที่ได้: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ และการยอมรับต้นแบบเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ
ขั้นตอนที่ 6 การนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารสู่เชิง
วิธีวิจัย: ศึกษาความเป็นไปได้การนำเสนอต้นแบบเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
ผลที่ได้: ความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ของต้นแบบเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

รูปที่ 3. 1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ที่มา ผู้วิจัย

## ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ความรู้ด้านการเงิน และ เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้

### 1.1 วิธีการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดเล็ก ประกอบด้วยความหมายของธุรกิจขนาดเล็ก บทบาทของธุรกิจขนาดเล็กต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย สภาพปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก และสภาพปัจจุบันผู้ประกอบการร้านอาหาร ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ความหมายของการจัดการความรู้ ลำดับขั้นของการเกิดความรู้ ประเภทของความรู้ องค์ประกอบของการจัดการความรู้ กระบวนการจัดการความรู้ และกระบวนการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ประกอบด้วย ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก และศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ ประกอบด้วย เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิด เบื้องต้นเพื่อนำไปพัฒนาแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

### 1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยใช้การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Literature Review: SLR) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่ง ช่องว่าง การวิจัย (Research gap) และ กรอบแนวคิดเบื้องต้นในการพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ และการวิจัยข้อมูลเชิงปริมาณ

### 2.1 วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลปฐมภูมิเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ประกอบการ เพื่อสามารถศึกษา และได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก (Insight) เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบัน และความต้องการ เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาไปพัฒนาแบบสอบถาม และนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาต้นแบบ เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย

### 2.1.1 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงแล้วมาใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 18 คน ที่เป็นเจ้าของกิจการคนเดียว หรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการบริหารจัดการด้านการผลิต การตลาด การเงิน หรือการบริหารทั่วไป โดยมีจำนวนพนักงานในร้าน ทุกร้าน ทุกสาขารวมกันไม่เกิน 50 คน ซึ่งเป็นร้านอาหารที่อยู่ในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล หรือ ต่างจังหวัด

### 2.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure question) เบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ นำแบบสอบถามเบื้องต้นผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และปรับตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และนำไปทดลองสัมภาษณ์ (pretest) ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทยจำนวน 3 คน และนำผลการทดสอบมาพัฒนาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความครอบคลุมและตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยมากขึ้น

### 2.1.3 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการจำนวน 18 คน โดยส่วนหนึ่งเป็นผู้ประกอบการ ที่ได้เข้ามารับการอบรมหลักสูตร Restaurant 4.0 ที่จัดขึ้นโดยสำนักส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าในช่วงเดือนสิงหาคม 2560 และผู้ประกอบการ รายอื่น ๆ

## 2.2 วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและนำมาสร้างแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมาพัฒนาแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลปฐมภูมิเชิงปริมาณจากผู้ประกอบการ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันและความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณไปพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย

### 2.2.1 กลุ่มประชากรในการวิจัยเชิงปริมาณ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดเล็กลงในธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย” นั้น กลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษาคือ ผู้ประกอบการที่อยู่ในหมวด I หมายถึงกลุ่มธุรกิจที่ให้พักรวมและบริการด้านอาหาร และอยู่ในหมวดย่อย 56101 ตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย (Thailand Standard Industrial Classification: TSIC) ซึ่งหมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม และกำหนดให้ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กที่มีจำนวนพนักงานในร้านทุกร้าน ทุกสาขารวมกันไม่เกิน 50 คน

### 2.2.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้โปรแกรมอำนาจในการทดสอบ (Power analysis) โดยที่ผู้วิจัยใช้โปรแกรม G \* Power ในการประมาณขนาดตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 30 ชุดมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเชิงพหุทั้ง 5 ตัวแบบตามสมมติฐานการวิจัย เพื่อนำค่า  $R^2$  มาคำนวณหาจำนวนขนาดตัวอย่างโดยใช้คำสั่ง Prior power analysis ความน่าจะเป็นที่ 0.99 พบว่าจำนวนตัวอย่างน้อยที่สุดจากผลการคำนวณจากโปรแกรม G \* Power กลุ่มตัวอย่างต้องมีอย่างน้อย 63 ชุด ตามรายละเอียดในภาคผนวก 4

ผู้วิจัยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ ที่เป็นเจ้าของกิจการ หรือเป็นส่วนงานกิจการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการบริหารจัดการด้านการผลิต การตลาด การเงิน หรือการบริหารจัดการทั่วไป มีจำนวนพนักงานในร้านทุกร้าน ทุกสาขารวมกันไม่เกิน 50 คน ซึ่งเป็นร้านอาหารที่มีสำนักงานใหญ่ หรือ สาขา อยู่ในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล หรือต่างจังหวัด ทั้งนี้ มีได้รวมถึงผู้ประกอบการที่รับจ้างบริหารธุรกิจร้านอาหาร

### 2.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือในการจัดการความรู้ และความต้องการเครื่องมือจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย และแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบ Paper-based survey และ Online-based survey ตามความเหมาะสม และสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยที่แบบสอบถามประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการสำรวจรายละเอียดข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำนวน 13 คำถาม ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) สาขาที่สำเร็จการศึกษาในทุกระดับการศึกษา 5) จำนวนปีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร 6) ประสบการณ์ก่อนเปิดร้านอาหารของตนเอง 7) หน้าที่ความรับผิดชอบในร้านอาหารของตนเอง 8) จำนวนสาขา 9) การหา

ความรู้ด้านการเงิน 10) การจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน 11) การแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน 12) การนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ และ 13) ความรู้ด้านการเงินที่ผู้ประกอบการต้องการ

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการสำรวจรายละเอียดข้อมูลลักษณะร้านอาหารที่ผู้ประกอบการ ดูแลบริหารจัดการ จำนวน 16 คำถาม ได้แก่ 1) ประเภทการจดทะเบียนร้านอาหาร 2) ลักษณะการจดทะเบียนร้านอาหารในนามนิติบุคคล 3) ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 4) จำนวนปีที่เปิดดำเนินกิจการร้านอาหาร 5) จำนวนพนักงานในร้าน รวมทุกร้าน ทุกสาขา 6) จำนวนเงินลงทุนในธุรกิจร้านอาหารทุกร้าน ทุกสาขา 7) รายได้ (ยอดขาย) ก่อนหักค่าใช้จ่ายรวมทุกร้าน ทุกสาขา ต่อเดือน 8) กำไรสุทธิรวมกันทุกร้าน ทุกสาขาต่อเดือน 9) บุคคลที่เป็นผู้จัดหาเงินทุน (Financing) 10) แหล่งเงินทุนของธุรกิจร้านอาหาร 11) บุคคลที่เป็นผู้จัดทำบัญชี (Accounting) 12) ประเภทรายงานบัญชีที่ผู้ประกอบการสามารถทำได้ 13) บุคคลที่เป็นผู้ดูแลบริหารจัดการสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร (Cash management) 14) บุคคลที่เป็นผู้คำนวณต้นทุนธุรกิจร้านอาหาร (Cost calculation) 15) บุคคลที่เป็นผู้จัดทำแผนธุรกิจ (Business plan) และ 16) บุคคลที่เป็นผู้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร (Feasibility study)

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ เป็นการวัดระดับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ จำนวน 6 คำถาม ได้แก่ 1) คำถามเกี่ยวกับความรู้ในการหาเงินทุนมาลงทุนในธุรกิจร้านอาหาร 2) คำถามเกี่ยวกับความรู้ในการทำบัญชี 3) คำถามเกี่ยวกับความรู้ในการบริหารจัดการสภาพคล่องเงินสด 4) คำถามเกี่ยวกับความรู้ในการคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร 5) คำถามเกี่ยวกับความรู้ในการจัดทำแผนธุรกิจ และ 6) คำถามเกี่ยวกับความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับ สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ เป็นการสำรวจความเห็นของผู้ประกอบการ เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ ทั้ง 6 ด้าน จำนวน 12 คำถาม

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ เป็นการสำรวจความเห็นของผู้ประกอบการ เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินทั้ง 6 ด้านไปประยุกต์ใช้จำนวน 66 คำถาม

ส่วนที่ 6 ข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการความรู้ด้านการเงิน และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยี การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ เป็นการสำรวจความเห็นของผู้ประกอบการ เกี่ยวกับความต้องการความรู้ด้านการเงิน และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยี การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้จำนวน 30 คำถาม

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามผ่านการพิจารณาของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 3 ท่านและปรับแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อนำแบบสอบถามที่ปรับแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านพิจารณาความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และความครบถ้วนตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยได้ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม วัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ทุกข้อคำถามมากกว่า 0.5 ผู้วิจัยปรับแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย จำนวน 30 คน ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วทั้ง 30 ชุด มาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่นของทุกข้อคำถามมากกว่า 0.60

#### 2.2.4 ความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามมาทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยเสนอร่างแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทุกท่าน เพื่อตรวจสอบความชัดเจน ความตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และความครบถ้วนตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยปรับร่างแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และนำเสนอร่างแบบสอบถามที่ปรับตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วต่อ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการความรู้ 2) ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ 4) ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และ 5) ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือสถิติงานวิจัย เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยวิธีการหาค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย Index of Item Objective Congruence (IOC) จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยมีค่า IOC เท่ากับ 0.5 ขึ้นไป โดยกำหนดน้ำหนักความเห็นของผู้เชี่ยวชาญไว้ 3 ระดับดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

โดยคำนวณค่าคะแนนที่ได้ด้วยสูตรคำนวณ IOC ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และวัตถุประสงค์

$\Sigma R$  หมายถึง ผลรวมคะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อคำถาม

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่พิจารณาแบบสอบถาม

ผู้วิจัยปรับแบบสอบถามตามที่ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และนำไปทดสอบกับผู้ประกอบการจำนวน 30 ราย (pretest) และนำข้อมูลมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach alpha เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ต้องมากกว่า หรือเท่ากับ 0.70 หลังจากปรับแบบสอบถามแล้วจึงนำแบบสอบถามไปเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจริง

## 2.2.5 การวัดค่าของตัวแปร (Measurements)

ข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ได้กำหนดเกณฑ์การวัดค่าของตัวแปรดังนี้

### 1. คำถามจากแบบสอบถามส่วนที่ 3

คำถามจากแบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นคำถามวัดระดับความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการจำนวน 6 ข้อเกี่ยวกับความรู้การหาเงินทุน ความรู้การทำบัญชี ความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร ความรู้การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร ความรู้การทำแผนธุรกิจ และความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร กำหนดเกณฑ์การวัดผู้ตอบแบบสอบถามทำแบบทดสอบถูกต้องได้ร้อยละ 1 คะแนน

ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

0	หมายถึง	ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
0.16 - 0.33	หมายถึง	ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับต่ำ
0.55 - 0.60	หมายถึง	ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับปานกลาง
0.83 - 1.00	หมายถึง	ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับสูง

### 2. คำถามจากแบบสอบถามส่วนที่ 4

ข้อคำถามจากแบบสอบถามส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการโดยให้ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการในระดับใด กำหนดเกณฑ์การวัด 5 ระดับตามวิธี 5 point-Likert scale ตามความหมายดังนี้

- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการเพียงพอ
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย ที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการเพียงพอ
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง ที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการเพียงพอ
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก ที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการเพียงพอ
- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการเพียงพอ

ผู้วิจัยนำค่าที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง	หมายถึง	ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับ
1.0 – 2.5		ผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง	หมายถึง	ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับ
2.6 – 5.0		ผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับสูง

### 3. คำถามจากแบบสอบถามส่วนที่ 5

ข้อคำถามจากแบบสอบถามส่วนที่ 5 เป็นข้อคำถามวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการไปประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การวัด 5 ระดับตามวิธี 5 point-Likert scale ตามความหมายดังนี้

- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ที่มีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการไปประยุกต์ใช้
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย ที่มีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการไปประยุกต์ใช้
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง ที่มีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการไปประยุกต์ใช้
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก ที่มีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการไปประยุกต์ใช้
- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ที่มีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการไปประยุกต์ใช้



ผู้วิจัยนำค่าที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.0 – 2.5	หมายถึง	ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการไปประยุกต์ใช้ในระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.6 – 5.0	หมายถึง	ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการไปประยุกต์ใช้ในระดับสูง

#### 4. คำถามจากแบบสอบถามส่วนที่ 6

แบบสอบถามส่วนที่ 6 มี 2 ส่วนประกอบด้วย 1) ข้อคำถามวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้าน และ 2) ข้อคำถามวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการไปประยุกต์ใช้

ในส่วนข้อคำถามวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับระดับความต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้าน กำหนดเกณฑ์การวัด 5 ระดับตามวิธี 5 point-Likert scale ตามความหมายดังนี้

1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด	ที่ต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย	ที่ต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง	ที่ต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก	ที่ต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด	ที่ต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ผู้วิจัยนำค่าที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.0 – 2.5	หมายถึง	ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีระดับต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ในระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.6 – 5.0	หมายถึง	ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีระดับต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ในระดับสูง

ในส่วนของข้อคำถามวัดระดับความเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการ ไปประยุกต์ใช้ กำหนดเกณฑ์การวัด 5 ระดับตามวิธี 5 point-Likert scale ตามความหมายดังนี้

- |   |         |  |
|---|---------|--|
| 1 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อยที่สุด ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการ ไปประยุกต์ใช้ |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อย ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการ ไปประยุกต์ใช้       |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการ ไปประยุกต์ใช้    |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการ ไปประยุกต์ใช้        |
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการ ไปประยุกต์ใช้  |

ผู้วิจัยนำค่าที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในแต่ละชุดคำถาม มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

- |                               |         |   |
|-------------------------------|---------|---|
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.0 – 2.5 | หมายถึง | ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการ ไปประยุกต์ใช้ ในระดับต่ำ |
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.6 – 5.0 | หมายถึง | ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการ ไปประยุกต์ใช้ ในระดับสูง |

## 2.2.6 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยนำส่งแบบสอบถามจำนวน 370 ชุด เป็นการเก็บแบบสอบถามในรูปแบบ Paper-based survey จำนวน 250 ชุด จากงานออกร้าน ร้านอาหาร 2 งาน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารจากทั่วประเทศมาออกงาน คือ งานครัวคุณต๋อย ในช่วงเดือนมีนาคม 2561 จำนวน 200 ชุด และงานเบรียวกปากเฟสตีวัล ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2561 จำนวน 50 ชุด

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามในรูปแบบ Online-based survey ผ่านทางไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ก (Facebook) ให้ผู้ประกอบการจำนวน 120 คน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพฯ

ปริมาณพล ต่างจังหวัด ที่เข้ามาอบรม Restaurant 4.0 รุ่นที่ 2 และ รุ่นที่ 3 ที่จัดโดย สำนักส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กรายอื่น ๆ

จากการแจกแบบสอบถามในรูปแบบ Paper-based survey จำนวน 250 ชุด มีผู้ประกอบการ ตอบแบบสอบถามจำนวน 193 ท่าน จากงานครัวคุณต๋อย 150 ท่าน และจากงานเบรียวกปากเฟสดีวัล 43 ท่าน ผู้วิจัยทำการคัดกรองแบบสอบถามเฉพาะชุดที่มีความสมบูรณ์ และเป็นชุดที่ผู้ประกอบการมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน ผู้วิจัยได้ผู้ประกอบการ ที่ตอบแบบสอบถาม ในรูปแบบ Paper-based survey จำนวน 171 ราย

ในส่วนของแบบสอบถามในรูปแบบ Online-based survey ที่นำส่งให้ผู้ประกอบการจำนวน 120 คน มีผู้ประกอบการตอบแบบสอบถามจำนวน 42 คน ผู้วิจัยคัดกรองแบบสอบถามเฉพาะชุดที่ผู้ประกอบการกรอกข้อมูลครบถ้วน และมีกรจ้างงานไม่เกิน 50 คน ได้ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในรูปแบบ Online-based survey จำนวน 37 คน รวมเป็นผู้ประกอบการ ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามทั้งในรูปแบบ Paper-based survey และ รูปแบบ Online-based survey ที่ตรงกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการ ที่ต้องการศึกษาจำนวน 208 คน จากทั้งหมด 370 คน เปรียบเทียบเป็นอัตราการตอบกลับ (Response rate) เท่ากับ ร้อยละ 56.21

### ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ

#### 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) เป็นเครื่องมือในการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้วิจัยทำการบันทึกเสียงผู้ประกอบการ ระหว่างการสัมภาษณ์ และได้ถอดข้อความจากการบันทึกเสียงสัมภาษณ์แบบทุกคำพูด (Transcript) โดยมีการแยก แจกแจงเนื้อหา และความคิดที่ได้จากการถอดข้อความ ทำการกำหนดรหัสของข้อมูล (Coding) เพื่อสร้างบัญชีคำหลัก แต่ละหัวเรื่อง หัวเรื่องย่อย หัวข้อย่อย (Thematic category) และนำมาสร้างข้อสรุปสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันและความต้องการความรู้ด้านการเงิน และสภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินในเชิงลึก (Insight) จากผู้ประกอบการ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย

### 3.2 เครื่องมือทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยวิธีทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for the Social Science: SPSS) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) และสถิติเชิงอ้างอิง (Inferential statistic) แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 7 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย จำนวน 13 คำถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการสำรวจรายละเอียดข้อมูลลักษณะร้านอาหารที่ผู้ประกอบการ ดูแลบริหารจัดการ จำนวน 16 คำถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบ เป็นการวัดระดับความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ จำนวน 6 คำถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อ 2

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ เป็นการสำรวจความเห็นของผู้ประกอบการ เกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ ทั้ง 6 ด้าน จำนวน 12 คำถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อ 2

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ เป็นการสำรวจความเห็นของผู้ประกอบการ เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ทั้ง 6 ด้านไปประยุกต์ใช้ จำนวน 66 คำถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อ 1

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับความต้องการความรู้ด้านการเงิน และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงิน ทั้ง 6 ด้านไปประยุกต์ใช้ จำนวน 30 คำถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อ 3

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐานการศึกษา โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ การคำนวณสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) ในลักษณะการวิเคราะห์ถดถอยเชิงชั้น (Hierarchical regression analysis) การวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster analysis) ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบขั้นตอน

(Hierarchical cluster analysis) และการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (Nonhierarchical cluster analysis หรือ K-mean cluster analysis) การทดสอบสมมติฐานโดยใช้การทดสอบคอครันคว (Cochran Q test) และการทดสอบแมคเนียร์ (McNemar test with manual Bonferroni correction) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อ 4

#### **ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร**

ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มาพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ สภาพปัจจุบันและความต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร สภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ให้สามารถแสดงผลในมิติที่ผู้ประกอบการต้องการ ผู้วิจัยออกแบบต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการโดยใช้หลักความง่าย ไม่ซับซ้อนต่อการเข้าถึง ข้อมูลความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องการ และให้มีฟังก์ชันการทำงานตามข้อมูลที่ได้ศึกษาไว้

การพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก ผู้วิจัยเริ่มจากการพัฒนาต้นแบบ (Prototype) ที่จำลองเว็บไซต์การจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย เรียกว่า แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ย่อมาจาก Financial Knowledge Management for Restaurant Entrepreneurs ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่สามารถรองรับการทำงานบนหน้าจออุปกรณ์ เครือข่ายได้ทุกอุปกรณ์ (Responsive website) ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โทรศัพท์มือถือ และอื่น ๆ ที่มีขนาดหน้าจอแตกต่างกันไป

#### **ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบการยอมรับต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร**

##### **5.1 เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบยอมรับต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ**

ผู้วิจัยทดสอบการยอมรับต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ตามแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบ Paper-based survey และ Online-based survey เป็นเครื่องมือทดสอบการใช้ และการยอมรับนวัตกรรม โดยที่แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1) ข้อคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อคำถามเกี่ยวกับการ

ยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest 3) ข้อคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest และ 4) ข้อคำถามเกี่ยวกับความสนใจในการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest โดยนำส่งต้นแบบแอปพลิเคชัน Fin\_Rest

## 5.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบการใช้และการยอมรับนวัตกรรม

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการ หรือ เป็นหุ้นส่วนกิจการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการบริหารจัดการด้านการผลิต การตลาด การเงิน หรือ การบริหารจัดการทั่วไป มีจำนวนพนักงานในร้านทุกร้าน ทุกสาขารวมกันไม่เกิน 50 คน ซึ่งเป็นร้านอาหารที่มีสำนักงานใหญ่ หรือ สาขา อยู่ในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล หรือ ต่างจังหวัด ทั้งนี้ มีได้รวมถึงผู้ประกอบการที่รับจ้างบริหารธุรกิจร้านอาหารผู้วิจัยนำส่งต้นแบบแอปพลิเคชัน Fin\_Rest และแบบสอบถามการใช้ และการยอมรับเทคโนโลยี ให้ผู้ประกอบการจำนวน 50 คน ผู้วิจัยได้รับคืนแบบสอบถามที่ตอบครบถ้วนและผู้ประกอบการมีคุณสมบัติตรงกับที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ราย

## 5.3 เครื่องมือที่นำมาใช้วิเคราะห์การทดสอบการยอมรับนวัตกรรม

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้วิเคราะห์การทดสอบการยอมรับนวัตกรรม

## ขั้นตอนที่ 6 การนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารสู่เชิงพาณิชย์

ผู้วิจัยวิเคราะห์ลักษณะของผลิตภัณฑ์ แอปพลิเคชัน Fin\_Rest จัดทำแผนการดำเนินงานการบริหารจัดการโดยกำหนดเป้าหมายในระยะสั้นและระยะยาว วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคในการนำเสนอต้นแบบแอปพลิเคชัน Fin\_Rest สู่เชิงพาณิชย์ วางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาด และวางแผนการเงินเพื่อประเมินความคุ้มค่าการพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กสู่เชิงพาณิชย์

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย (ผู้ประกอบการร้านอาหาร) 2) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร 3) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการใช้ และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร 4) เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร 5) เพื่อศึกษาการใช้ และการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และ 6) เพื่อนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ โดยที่ในบทที่ 4 เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลเชิงปริมาณ และอภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 – 3 และนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลไปพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed method) เริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ความรู้ด้านการเงิน และเทคโนโลยีการจัดการความรู้ นำมาพัฒนาแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured question) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative approach) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพไปพัฒนาแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative approach) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อ 1 – 3 และสถิติเชิงอ้างอิง (Inferential statistic) ประกอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ Pearson's correlation วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) วิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster analysis) ผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบเป็นขั้นตอน (Hierarchical cluster analysis technique) เพื่อหาจำนวนกลุ่มของผู้ประกอบการร้านอาหาร และใช้เทคนิคการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (K-mean cluster analysis technique) เพื่อหาคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารแต่ละกลุ่ม ใช้การทดสอบคอครันคิว (Cochran Q test) และแมคนีมาร์ (McNemar test with manual Bonferroni correction) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณนี้มาประกอบกับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ นำไปพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อต่อยอดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อ 4

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถาม

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

4.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

4.5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

4.6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

4.6.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้และความต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

4.7.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

4.7.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร



- 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้และความต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร
- 4.8.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร
- 4.8.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร
- 4.9 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ Pearson's correlation
- 4.10 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis)
- 4.11. ผลการวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster analysis) ผู้ประกอบการร้านอาหาร (Cluster analysis)
- 4.12 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยใช้การทดสอบคอคเรนคิวดและกการทดสอบแมคนีมาร์
- 4.13 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
- 4.14 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อนำไปพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำผลการศึกษาที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการจัดการความรู้ การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กรู้ด้านการเงิน เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ มาพัฒนาแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured question) เพื่อนำมาทดลองสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก จำนวน 3 คน นำผลการทดสอบมาพัฒนาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความครอบคลุมและตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยมากขึ้น และนำแบบสอบถามดังกล่าวสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 18 คน โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) วิเคราะห์ 1) สภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร 2) สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร และ 3) การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

#### 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพไปพัฒนาแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 3 ท่านและผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการจัดการความรู้ 2) ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ 3) ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ 4) ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และ 5) ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเครื่องมือสถิติงานวิจัย เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย Index of Item Objective Congruence (IOC) จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ซึ่งค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่า IOC เท่ากับ 0.5 ขึ้นไปทุกข้อคำถาม

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหาร (Pilot test) จำนวน 30 คน นำข้อมูลมาทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสม และนำข้อมูลมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha-coefficient:  $\alpha$ ) ผู้วิจัยปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความครอบคลุมและตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยมากขึ้น และนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 370 คน ผู้วิจัยได้รับคืนแบบสอบถามที่ตรงกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการศึกษาจำนวน 208 คน เปรียบเทียบเป็นอัตราการตอบกลับ (Response rate) เท่ากับ ร้อยละ 56.21

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นการนำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha-coefficient:  $\alpha$ ) มาวิเคราะห์ค่าความคงที่ ความสม่ำเสมอที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์การประเมินความเที่ยงที่ค่า Cronbach's Alpha-coefficient มากกว่า 0.6 ผู้

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเบื้องต้นที่ได้ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญไปทดลองเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 30 คน โดยที่ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและความต้องการรวมอยู่ในข้อคำถามชุดเดียวกัน ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินและความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินไว้ในชุดข้อคำถามเดียวกัน ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.076 – 0.840 โดยมีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ 0.934

เนื่องจากค่าต่ำสุดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าต่ำกว่า 0.6 ผู้วิจัยจึงปรับแบบสอบถามโดยแยกส่วนสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินออกจากความต้องการความรู้ด้านการเงิน แยกส่วนสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินออกจากความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน และนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นอีกครั้ง พบว่าค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามปรับขึ้นมาอยู่ระหว่าง 0.927-0.983 โดยมีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ 0.985 เนื่องจากผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.6 ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับแล้วไปเก็บข้อมูลจริง

จากผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 370 คน และได้รับคืนแบบสอบถามจากผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 208 คน พบว่าค่าความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0.645–0.966 โดยค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ 0.976 มีค่ามากกว่า 0.6 ตามแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม (Reliability)

ลำดับ	ข้อความคำถามเกี่ยวกับ	จำนวน	ค่าความเชื่อมั่น	
			ข้อ	n=30 n=208
1	สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร	12	0.934	0.901
2	สภาพปัจจุบันการหาความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร	18	0.941	0.934
3	สภาพปัจจุบันการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร	12	0.976	0.917
4	สภาพปัจจุบันการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร	24	0.978	0.966
5	สภาพปัจจุบันการนำความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารไปประยุกต์ใช้	12	0.942	0.894
6	ความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร	6	0.927	0.645
7	ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร	6	0.951	0.836
8	ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีจัดเก็บความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร	6	0.983	0.858
9	ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร	6	0.955	0.851
10	ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารไปประยุกต์ใช้	6	0.967	0.892
	รวม	108	0.985	0.976

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลที่ใช้สถิติเชิงพรรณนามาวิเคราะห์ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

##### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านอาหารที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 208 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30-40 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 37.0 รองลงมาคือระดับอนุปริญญา/ปวส. ในจำนวน 37 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17.8 วุฒิกการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาด้านบัญชี การเงิน การตลาด บริหารธุรกิจ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาสำเร็จการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.34 จำนวนปีประสบการณ์ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 3 ปี-ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาจำนวนปีประสบการณ์อยู่ในช่วง 1 ปี-ไม่เกิน 3 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีประสบการณ์ในการเป็นพนักงานในร้านอาหารมาก่อนเปิดร้านอาหารของตนเอง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาที่บ้านของผู้ตอบแบบสอบถามทำธุรกิจร้านอาหารมาก่อนเปิดร้านอาหารของตนเอง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0

ในส่วนของการจัดการความรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามหาความรู้ผ่านการสื่อสารแบบออนไลน์ เฟซบุ๊กมากที่สุดจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 42.31 รองลงมาคือเว็บไซต์ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4

ผู้ตอบแบบสอบถามจัดเก็บความรู้โดยการจดลงสมุดมากที่สุด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาจัดเก็บความรู้ไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1

ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งปันความรู้ผ่านการสื่อสารแบบออนไลน์ ไลน์กรุป มากที่สุดจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.37 รองลงมาผ่านเฟซบุ๊ก จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.88

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการนำความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีไปประยุกต์ใช้มากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามมีการนำความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสดไปประยุกต์ใช้ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการความรู้ในการทำแผนธุรกิจมากที่สุดจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามต้องการความรู้ในการคำนวณต้นทุน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามตามแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4. 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	91	43.8
หญิง	117	56.3
รวม	208	100.0
2. อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	33	15.9
30 – 40 ปี	80	38.5
41 – 50 ปี	75	36.1
มากกว่า 50 ปี	19	9.1
ไม่ระบุ	1	0.5
รวม	208	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	29	13.9
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	16	7.7
อนุปริญญา/ปวส.	37	17.8
ปริญญาตรี	77	37
ปริญญาโท	27	13.0
ปริญญาเอก	2	1.0
อื่น ๆ	20	12.9
รวม	208	100.0
4. วุฒิการศึกษา*		
บัญชี/การเงิน/การตลาด/บริหารธุรกิจ	88	42.3
วิทยาศาสตร์	34	16.3
ศิลปศาสตร์	30	14.4
วิศวกรรมศาสตร์	25	12.0
การจัดการร้านอาหาร	24	11.5
เทคโนโลยีสารสนเทศ	18	8.6
อื่น ๆ	25	12.0
*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก		

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
5. จำนวนปีประสบการณ์		
น้อยกว่า 1 ปี	35	16.8
1 ปี – ไม่เกิน 3 ปี	54	26.0
3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี	76	36.5
5 ปี – ไม่เกิน 10 ปี	24	11.5
10 ปีขึ้นไป	19	9.1
รวม	208	100.0
6. ประสบการณ์ก่อนเปิดร้านอาหารของตนเอง* (จาก n=208)		
พนักงานในร้านอาหาร	62	30.0
ที่บ้านทำธุรกิจร้านอาหาร	54	26.0
เรียนทำอาหารมาก่อน	40	19.2
พนักงานบริษัทที่ไม่ใช่ร้านอาหาร	34	16.3
เป็นเจ้าของกิจการประเภทอื่นที่ไม่ใช่ร้านอาหาร	20	9.6
อื่นๆ	20	9.6
*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก		

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ (จาก n=208)
<b>7. เครื่องมือในการหาความรู้การเงิน*</b>		
การสื่อสารแบบออนไลน์*		
เฟซบุ๊ก	88	42.3
เว็บไซต์	59	28.4
ไลน์กลุ่ม	49	23.5
ยูทูป	46	22.1
บล็อก	35	16.8
แอปพลิเคชันในโทรศัพท์	25	12.0
*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก		
การสื่อสารแบบออฟไลน์*		
สอบถามจากคนรู้จัก	73	35.1
การอ่านหนังสือ	50	24.0
สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ	43	20.6
เข้าร่วมประชุมอบรมสัมมนา	29	13.9
อื่นๆ	15	7.2
มิได้มีการหาความรู้	13	6.25
*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก		
<b>8. เครื่องมือในการจัดเก็บความรู้การเงิน*</b>		
จดบันทึกในสมุด	104	50.0
เครื่องคอมพิวเตอร์	96	46.1
โทรศัพท์มือถือ	59	28.3
อื่นๆ	13	6.25
มิได้มีการเก็บความรู้	23	11.06
*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก		



ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ (จาก n=208)
9. เครื่องมือในการแบ่งปันความรู้		
การสื่อสารแบบออนไลน์		
ไลน์	59	28.37
เฟซบุ๊ก	58	27.88
บล็อก	32	15.38
ยูทูป	23	11.06
*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก		
การสื่อสารแบบออฟไลน์		
เล่าให้ฟังต่อหน้า	75	36.0
เล่าให้ฟังทางโทรศัพท์	56	27.0
การประชุม	25	12.0
อื่นๆ	20	9.6
มิได้มีการแบ่งปันความรู้	31	14.9
*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก		
10. การนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้		
ความรู้ด้านการทำบัญชี	81	38.9
ความรู้ด้านการบริหารสภาพคล่องเงินสด	71	34.1
ความรู้ด้านการทำแผนธุรกิจ	67	32.2
ความรู้ด้านการหาเงินลงทุน	64	30.7
ความรู้ด้านการคำนวณต้นทุน	63	30.2
ความรู้ด้านการศึกษาความเป็นไปได้	36	17.3
อื่นๆ	29	13.9
มิได้นำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้	16	7.7
*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก		

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ (จาก n=208)
11. ความรู้ด้านการเงินที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการ		
ความรู้ด้านการทำแผนธุรกิจ	86	41.3
ความรู้ด้านการคำนวณต้นทุน	74	35.6
ความรู้ด้านการทำบัญชี	70	33.7
ความรู้ด้านการหาเงินลงทุน	61	29.3
ความรู้ด้านการบริหารสภาพคล่องเงินสด	55	26.4
ความรู้ด้านการศึกษาความเป็นไปได้	50	24.0
อื่น ๆ	28	13.5
*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก		

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 208 คน ผู้วิจัยพบว่าร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จดทะเบียนร้านอาหารในนามบุคคลธรรมดา จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาจดทะเบียนในนามนิติบุคคล จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 สถานที่ตั้งร้านอาหารสำนักงานใหญ่ส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาอยู่ในเขตปริมณฑล จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.7 และต่างจังหวัดจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.7

ร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาแล้ว 3 ปี - ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมาเปิดดำเนินการมาแล้ว 1 ปี - ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.50 การจ้างงานส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการจ้างงานพนักงาน 11 - 20 คน จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาที่มีการจ้างงานพนักงาน 5 - 10 คน จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.8 จำนวนเงินลงทุนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1,000,001 – 3,000,000 บาท จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.9 รองลงมาจำนวนเงินลงทุนอยู่ในช่วง 300,001 – 500,000 บาท จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 500,001 – 1,000,000 บาท จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.2 รองลงมารายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 300,001 – 500,000 บาท จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.9 กำไรต่อเดือนอยู่ในช่วงร้อยละ 21 – 30 จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมารายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงร้อยละ 10 – 20 จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.8

เนื่องจากคำถามข้อที่ 5 – 7 เป็นข้อคำถามที่มีความอ่อนไหวเกี่ยวกับจำนวนเงินลงทุน รายได้ และกำไร ของกิจการจึงมีจำนวนผู้ประกอบการมีได้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 27.4, 31.3 และ 22.6 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมีได้นำข้อมูลจากข้อคำถามทั้ง 3 ข้อมาเป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามตามแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4. 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทการจดทะเบียนร้านอาหาร		
บุคคลธรรมดา	128	61.5
นิติบุคคล	43	20.7
อื่น ๆ	11	5.3
มิได้มีการจดทะเบียน	22	10.6
รวม	208	100.0
2. สถานที่ตั้งร้านอาหารสำนักงานใหญ่		
กรุงเทพฯ	115	55.3
ปริมณฑล	68	32.7
ต่างจังหวัด	16	7.7
มิได้ตอบแบบสอบถาม	9	4.3
รวม	208	100.0
3. จำนวนปีที่ร้านดำเนินกิจการ		
น้อยกว่า 1 ปี	33	15.9
1 ปี – ไม่เกิน 3 ปี	51	24.5
3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี	88	42.3
5 ปี - ไม่เกิน 10 ปี	18	8.7
10 ปีขึ้นไป	18	8.7
รวม	208	100.0

ตารางที่ 4. 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
4. จำนวนการจ้างงานพนักงาน		
น้อยกว่า 5 คน	37	17.8
5 – 10 คน	62	29.8
11 – 20 คน	76	36.5
21 - 30 คน	22	10.6
31 – 40 คน	7	3.4
41 - 50 คน	3	1.4
มิได้ตอบแบบสอบถาม	1	0.5
รวม	208	100.0
5. จำนวนเงินลงทุนรวมกันทุกร้าน (สาขา)		
น้อยกว่า 100,000 บาท	25	12
100,001 – 300,000 บาท	16	7.7
300,001 – 500,000 บาท	30	14.4
500,001 – 1,000,000 บาท	23	11.1
1,000,001 – 3,000,000 บาท	33	15.9
3,000,001 – 5,000,000 บาท	18	8.7
5,000,001 – 10,000,000 บาท	4	1.9
มากกว่า 10 ล้านบาท	2	1.0
มิได้ตอบแบบสอบถาม	57	27.4
รวม	208	100.0

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้รวมกันทุกร้าน (สาขา)		
น้อยกว่า 100,000 บาท	28	13.5
100,001 – 300,000 บาท	25	12
300,001 – 500,000 บาท	31	14.9
500,001 – 1,000,000 บาท	40	19.2
1,000,001 – 3,000,000 บาท	13	6.3
3,000,001 – 5,000,000 บาท	3	1.4
5,000,001 – 10,000,000 บาท	3	1.4
มีได้ตอบแบบสอบถาม	65	31.3
รวม	208	100.0
7. กำไรรวมกันทุกร้าน (สาขา)		
น้อยกว่า 10 %	28	13.5
10 - 20%	35	16.8
21 - 30%	61	29.3
31 - 40%	16	7.7
41 - 50 %	17	8.2
มากกว่า 50 %	4	1.9
มีได้ตอบแบบสอบถาม	47	22.6
รวม	208	100.0

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

การศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร และผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร ตามรายละเอียดดังนี้

##### 4.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ การจัดการความรู้ในองค์กรขนาดใหญ่ และการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กตามแนวคิดหลักการจัดการความรู้ (Gold et al., 2001); (Bhatt et al., 2005) และการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (Wong & Aspinwall, 2004a) พบว่าการจัดการความรู้มีความแตกต่างกันไปในแต่ละบริบทที่ศึกษา โดยการจัดการความรู้ที่ได้รับการยอมรับโดยกว้างประกอบด้วย การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และการสร้างความรู้ ผู้วิจัยจึงนำมาพัฒนาแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างนำมาทดลองสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร (Pilot test) จำนวน 3 คน นำผลการทดสอบมาพัฒนาปรับปรุงแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างให้มีความครอบคลุมและตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยมากขึ้น แล้วนำแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างดังกล่าวไปสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 18 คน โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารทั้ง 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 มีการหาความรู้ รองลงมา ผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 61 มีการจัดเก็บความรู้ ผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 61 มีการแบ่งปันความรู้ และผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 56 มีการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ ตามแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4. 4 การจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. การหาความรู้ด้านการเงิน	18	100
2. การจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน	11	61
3. การแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน	11	61
4. การนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้	10	56
5. การสร้างความรู้ด้านการเงิน	1	100

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการหาความรู้ด้านการเงินมากที่สุด รองลงมาคือการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินและการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินในระดับเท่ากัน และการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้น้อยที่สุด จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้และการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กรวมทั้งการวัดผลของการจัดการความรู้ ประกอบด้วย การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และการสร้างความรู้ เปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพการจัดการความรู้ ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร ประกอบด้วย การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งประกอบด้วย การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ตามตารางที่ 4.5 ไปพัฒนาแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

ตารางที่ 4. 5 การเปรียบเทียบการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

กระบวนการจัดการความรู้	จากการทบทวนวรรณกรรม	จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	กระบวนการจัดการความรู้ที่นำไปใช้พัฒนาแบบสอบถาม
1. การหาความรู้	✓	✓	✓
2. การจัดเก็บความรู้	✓	✓	✓
3. การแบ่งปันความรู้	✓	✓	✓
4. การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้	✓	✓	✓
5. การสร้างความรู้	✓		

ดังนั้น จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการร้านอาหารทั้ง 18 คน เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยนำไปพัฒนาแบบสอบถาม ตามประเด็นข้อคำถาม ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันการหาความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารประกอบด้วยความรู้ในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำบัญชี ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ และความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้
2. สภาพปัจจุบันการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารประกอบด้วย ประกอบด้วยความรู้ในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำบัญชี ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ และความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้
3. สภาพปัจจุบันการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารประกอบด้วย ประกอบด้วยความรู้ในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำบัญชี ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ และความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้
4. สภาพปัจจุบันการนำความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารไปประยุกต์ใช้ ประกอบด้วย ประกอบด้วยความรู้ในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำบัญชี ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ และความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้

#### 4.5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารประกอบด้วย การหาความรู้ด้านการเงิน การจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน การแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน และการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยแบ่งสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารออกเป็น 2 ระดับคือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีระดับการจัดการความรู้ด้านการเงินในระดับต่ำ หมายถึง ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในข้อคำถามเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการเงินที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1 – 2.5 จาก Likert scale 5 ระดับ และกลุ่มผู้ประกอบการที่มีระดับการจัดการความรู้ด้านการเงินในระดับสูง หมายถึง ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในข้อคำถามเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการเงินที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.6 – 5.0 จาก Likert scale 5





#### 4.5.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมีผู้ประกอบการที่มีระดับการจัดเก็บความรู้ในระดับสูงร้อยละ 78.74 ผู้ประกอบการที่มีระดับการจัดเก็บความรู้ในระดับต่ำร้อยละ 21.26 พบว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการจัดเก็บความรู้ในระดับสูงมีการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีสูงสุดที่ร้อยละ 81.16 รองลงมา มีการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ร้อยละ 80.68 มีการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสดร้อยละ 79.81 มีการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนร้อยละ 79.60 มีการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจร้อยละ 78.04 มีการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุนร้อยละ 75.85 ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4. 8 ระดับการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินแต่ละด้านของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ระดับการจัดเก็บความรู้	ความรู้ด้านการเงิน													
	การหาเงินทุน		การทำบัญชี		การบริหารสภาพคล่องเงินสด		การคำนวณต้นทุน		การทำแผนธุรกิจ		การศึกษาความเป็นไปได้		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ระดับต่ำ (1.0-2.5)	50	24.15	39	18.84	42	20.19	41	20.40	47	21.96	40	19.32	44	21.26
ระดับสูง (2.6-5.0)	157	75.85	168	81.16	166	79.81	160	79.60	167	78.04	167	80.68	163	78.74
รวม	207	100.00	207	100.00	208	100.00	201	100.00	214	100.00	207	100.00	207	100.00

#### 4.5.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมีผู้ประกอบการที่มีระดับการแบ่งปันความรู้ในระดับสูงร้อยละ 81.21 ผู้ประกอบการที่มีระดับการแบ่งปันความรู้ในระดับต่ำร้อยละ 17.79 พบว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการแบ่งปันความรู้ในระดับสูงมีการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนและการบริหารสภาพคล่องเงินสดในระดับสูงสุดร้อยละ 78.37 รองลงมาผู้ประกอบการมีการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุนร้อยละ 77.88 มีการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีและการทำแผนธุรกิจเท่ากันที่ร้อยละ 77.40 และมีการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ร้อยละ 77.18 ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4. 9 ระดับการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินแต่ละด้านของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ระดับการแบ่งปันความรู้	ความรู้ด้านการเงิน													
	การหาเงินทุน		การทำบัญชี		การบริหารสภาพคล่องเงินสด		การคำนวณต้นทุน		การทำแผนธุรกิจ		การศึกษาความเป็นไปได้		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ระดับต่ำ (1.0-2.5)	46	22.12	47	22.60	45	21.63	45	21.63	47	22.60	47	22.82	37	17.79
ระดับสูง (2.6-5.0)	162	77.88	161	77.40	163	78.37	163	78.37	161	77.40	159	77.18	171	82.21
รวม	208	100.00	208	100.00	208	100.00	208	100.00	208	100.00	206	100.00	208	100.00

#### 4.5.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมีผู้ประกอบการที่มีระดับการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ในระดับสูงร้อยละ 88.9 ผู้ประกอบการที่มีระดับการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ในระดับต่ำร้อยละ 11.1 พบว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ในระดับสูงมีการนำความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีไปประยุกต์ใช้สูงสุดร้อยละ 82.7 รองลงมาผู้ประกอบการมีการนำความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ไปประยุกต์ใช้ร้อยละ 81.3 มีการนำความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุนไปประยุกต์ใช้ร้อยละ 80.8 มีการนำความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนไปประยุกต์ใช้ร้อยละ 80.3 มีการนำความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสดไปประยุกต์ใช้ร้อยละ 77.9 ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4. 10 ระดับการนำความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารแต่ละด้านไปประยุกต์ใช้

ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้	ความรู้ด้านการเงิน													
	การหาเงินทุน		การทำบัญชี		การบริหารสภาพคล่องเงินสด		การคำนวณต้นทุน		การทำแผนธุรกิจ		การศึกษาความเป็นไปได้		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ระดับต่ำ (1.0-2.5)	40	19.2	36	17.3	46	22.1	41	19.7	42	20.2	39	18.8	23	11.1
ระดับสูง (2.6-5.0)	168	80.8	172	82.7	162	77.9	167	80.3	166	79.8	169	81.3	185	88.9
รวม	208	100.0	208	100.0	208	100.0	208	100.0	208	100.0	208	100.0	208	100.0

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการหาความรู้มากที่สุด รองลงมาคือการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ การแบ่งปันความรู้และการจัดเก็บความรู้ ในส่วนของการหาความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการหาความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ การทำแผนธุรกิจ และคำนวณต้นทุน ในส่วนของการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการทำบัญชี การศึกษาความเป็นไปได้ไป และการหาเงินทุน ในส่วนของการแบ่งปันความรู้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการคำนวณต้นทุน การบริหารสภาพคล่องเงินสด

และการหาเงินทุน ในส่วนของการจัดเก็บความรู้ผู้ประกอบการให้มีความสำคัญกับการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี การศึกษาความเป็นไปได้ และการบริหารสภาพคล่องเงินสด

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบกับข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 ได้ว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารมีสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินโดยให้ความสำคัญกับการหาความรู้มากที่สุด โดยหาความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ การทำแผนธุรกิจ และคำนวณต้นทุน ใน 3 ลำดับแรก รองลงมาคือการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ โดยนำความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี การศึกษาความเป็นไปได้ และการหาเงินทุน ไปประยุกต์ใช้มากที่สุด 3 ลำดับแรก

#### 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

การศึกษาสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ตามรายละเอียดดังนี้

##### 4.6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 เพื่อศึกษาสภาพความรู้และความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และลดอัตราความล้มเหลวของธุรกิจ จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก พบว่าความรู้ด้านการเงินหลายด้านส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (Financing) การทำบัญชี (Accounting) การทำแผนธุรกิจ (Business plan) (Lussier, 1995a); (Van Auken, 2001) การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (Working capital) (Sunday, 2011); ((Orobia et al., 2013) โครงสร้างเงินทุน (Capital structure) (Upneja & Dalbor, 2001) และการตัดสินใจลงทุนในโครงการ (Capital budgeting) (Pettit & Singer, 1985)

ผู้วิจัยนำความรู้การเงินด้านต่าง ๆ จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมมาสร้างเป็นแบบสอบถามถึงโครงสร้างเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก จากการศึกษาเชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่าผู้ประกอบการกล่าวถึงความรู้การเงินเกี่ยวกับ การหาเงินทุน การทำบัญชี และการทำแผน

ธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรม อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ผู้ประกอบการ กล่าวถึงการบริหารสภาพคล่องเงินสด แทนการบริหารเงินทุนหมุนเวียนตามบริบทของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก และกล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ความรู้ในการคำนวณต้นทุนอาหารรายเมนู และการศึกษาความเป็นไปได้ ดังนั้นความรู้ด้านการเงินตามของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก กล่าวถึงประกอบด้วย 1) ความรู้ในการหาเงินทุน 2) ความรู้ในการทำบัญชี 3) ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด 4) ความรู้ในการคำนวณต้นทุน 5) ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ และ 6) ความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ ตามคำให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ ดังนี้

#### 1. ความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (Financing)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการพบว่าผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุนอย่างจำกัด กล่าวคือผู้ประกอบการไม่ทราบคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่สามารถขอสินเชื่อได้ หลักประกันที่สามารถนำไปขอสินเชื่อได้ ไม่ทราบระเบียบ รายละเอียด ขั้นตอนต่าง ๆ ในการขอสินเชื่อ เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการ ตัดสินใจไม่ขอสินเชื่อจากธนาคารมาเป็นเงินทุนหมุนเวียน หรือนำมาขยายกิจการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของธุรกิจ ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: “...ถ้าไปกู้ เขาก็ต้องดูอะไรบางอย่างก็ไม่มี...เราต้องมีคุณสมบัติอย่างไร ต้องมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารมาก่อน หรือไม่ ต้องทำมากี่ปี เรามีบ้านแล้วเอามาค้ำประกัน แล้วจะกู้ได้เท่าไร”

ผู้ประกอบการคนที่ 2: “...เราไม่รู้จะไปหาความรู้จากที่ไหน.....เราก็ใช้วิธีหยาบๆคนรอบข้าง”

ผู้ประกอบการคนที่ 3: “...อันเนี่ยผมก็ไม่รู้นะ ผมก็ไม่เคยอยู่ในวงการ เรื่องการขอสินเชื่อ แต่รู้สึกว่าถ้ามันยังไม่จำเป็นก็ยังไม่กู้ เราก็ลองทำเองก่อน”

ผู้ประกอบการคนที่ 4: “...ยังเลยครับยังไม่เคยได้กู้เงินเลยจริง ๆ ก็อยากจะทำนะ แต่แบงก์เนี่ยเหมือนมีเงื่อนไขว่าเราจะต้องดำเนินธุรกิจมา 3 ปี เราถึงจะยื่นขอได้ บางทีเราเพิ่งตั้งกิจการมาประมาณ 1 ปีแต่เงื่อนไขของแบงก์เวลาขอต้องเป็นธุรกิจที่ดำเนินงานมาแล้ว 3 ปี...”

#### 2. ความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี (Accounting)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่าผู้ประกอบการ มิได้มีความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีรายรับรายจ่าย การจัดทำงบการเงินอย่างง่าย ผู้ประกอบการ มีความรู้ในการทำบัญชีอย่างจำกัด กล่าวคือ ผู้ประกอบการ ไม่ทราบวิธีการ ขั้นตอน รายละเอียด ในการทำบัญชีรายรับรายจ่าย การจัดทำงบการเงินอย่างง่าย ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...พูดตรง ๆ พี่แทบไม่ได้ทำอะไร บัญชีก็ไม่ได้ทำ เราเปิดมาจากร้านเล็ก ๆ แล้วมันก็ดี ขึ้น ๆ เราก็เลยไม่ได้สนใจอะไร พอจะขยายเราก็ตาย"

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...เรายังเล็กอยู่ ก็ทำแค่ง่าย ๆ เขียนลงสมุด"

ผู้ประกอบการคนที่ 3: "...ทำเองแต่ผมไม่ได้ทำอะไรเลย ดูรวม ๆ เฉพาะที่สำคัญที่มันจำเป็น"

### 3. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด (Cash management)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการบางราย มีได้มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการสภาพคล่องเงินสดมากนัก และมีได้แยกเงินส่วนตัวออกจากเงินที่นำมาดำเนินธุรกิจ ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...ก็มีเหมือนกันครับที่ใช้เงินของตัวเอง หรือใช้บัตรเครดิตของตัวเองในการซื้อวัตถุดิบ เพราะมันเป็นร้านเราเอง..."

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...มันก็ไม่ถูกเท่าไร บางทีมันก็จ้งหะไม่ได้เอาเงินมาก็เอาเงินตัวเองออกไปก่อน บางทีก็เอาเงินที่ร้านกลับมาคืน บางทีก็ไม่ได้เอากลับมาคืน ไม่ได้เคร่งครัดอะไรมากนัก บางทีไปซื้อของเล็ก ๆ น้อย ๆ ก็เอาเงินที่ร้านไปซื้อ...."

### 4. ความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุน (Cost calculation)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการบางราย มีได้มีความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนมากนัก กล่าวคือ ผู้ประกอบการไม่ทราบว่าควรมีการคำนวณต้นทุนอาหารเป็นรายเมนู ไม่ทราบวิธีการคำนวณต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผัน รวมถึงต้นทุนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจร้านอาหารซึ่งมีความเป็นลักษณะเฉพาะ ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...ไม่ค่อยรู้ ไม่รู้หรือก็ขาย ขาย ไป"

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...ที่มาอบรมนี้ถึงได้รู้ว่า ใ้โหเราต้องคิดเป็นจาน เราไม่ได้คิด"

ผู้ประกอบการคนที่ 3: "...คือตอนนี้เรายังไม่ได้ลงรายละเอียด...เราอยู่หน้าร้านกัน เน้นการบริการเป็นหลัก คอยรับลูกค้า คือให้อาหารมันออกทัน"

ผู้ประกอบการคนที่ 4: "...ผมรู้ต้นทุนวัตถุดิบ เพียงแต่ว่าใช้ต้นทุนอื่น ๆ ที่จะมาถัวเฉลี่ยอันนี้ผมก็ยังไม่มีความคิด"

ผู้ประกอบการคนที่ 5: "...ช่วงแรกที่ทำก็มีปัญหาครับก็ช่วง 2 ปีแรกครับ มันเป็นความไม่รู้ ไม่เข้าใจ ไม่มั่นใจนะ ครับ"

#### 5. ความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ (Business plan)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการ บางราย มิได้มีความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจมากนัก กล่าวคือไม่ทราบว่าควรมีการทำแผนธุรกิจ ไม่ทราบกระบวนการ รายละเอียด หรือขั้นตอนการทำแผนธุรกิจ ไม่ทราบว่าแผนธุรกิจควรประกอบด้วยอะไรบ้าง ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...ไม่มีหรือไม่มี"

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...ไม่ได้คิดครับ ไม่ได้คิดละเอียด"

ผู้ประกอบการคนที่ 3: "...ไม่ได้มีเป็นโมเดลอะไรขนาดนั้นนะครับ เป็นแผนคร่าว ๆ เราไม่มีคนที่จบด้านการเงิน หรือ การตลาดโดยตรงที่จะมาทำแผนธุรกิจเป็นเรื่องเป็นราว ปัจจุบันก็ยังเป็นอะไรที่เป็นภาพรวมมากกว่า"

ผู้ประกอบการคนที่ 4: "...ไม่ได้เขียนออกมา เพียงแค่เราคิดไว้ในหัว แล้วตอนที่ประชุมกันก็เอาออกมาเล่าให้ฟัง"

ผู้ประกอบการคนที่ 5: "...ผมไม่ได้ทำ จริง ๆ ก็น่าจะทำ ก็รู้ว่าต้องประเมินว่าต่อได้ะ หรือต่อหัวใช้จ่ายเท่าไร แต่ ก็ไม่ได้ทำ ก็แค่มองดูคร่าว ๆ ว่าเฉลี่ยเท่าไร ถ้ามีแอปพลิเคชันก็จะดีเลย แค่ออกตัวเลขเหมือนเป็นแพทเทิร์น สำเร็จรูป สำหรับร้านอาหาร ร้านอาหารมาจับตัวเลขใส่ แล้วก็มีความออกมาให้"

#### 6. ความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ (Feasibility study)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการบางราย มิได้มีความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจมากนัก กล่าวคือ ไม่ทราบกระบวนการ รายละเอียด หรือขั้นตอนวิธีการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ ไม่ทราบว่าการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ ควรประกอบด้วยอะไรบ้าง ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...ไม่มีครับ"

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...ก็ทำคร่าว ๆ ทำแบบชาวบ้าน ๆ นะครับ เราไม่ได้มีความรู้ เราไม่ได้เป็นคนทำธุรกิจแบบมีความรู้ หรือมีรูปแบบว่าต้องมาคิดวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ หรือว่าต้องแบ่งเป็นกี่ช่วง เพื่อบริหารงบ เราไม่มีอะไรขนาดนั้น"

ผู้ประกอบการคนที่ 3: "...ความเป็นไปได้ของธุรกิจใช้ไหมคะ ทำค่ะ เพื่อนทำ เราไม่ได้ทำเองเพราะเราไม่รู้ ไม่มีประสบการณ์ด้านนี้"

กล่าวโดยสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบัน และความต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ผู้ประกอบการยังขาดความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน เพื่อนำมาลงทุนเริ่มกิจการ นำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียน นำมาขยายกิจการ ประเด็นที่ผู้ประกอบการต้องการทราบคือ ตามคุณสมบัติของตัวผู้ประกอบการเอง เช่น หากไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจร้านอาหารมาก่อนเลย หรือประกอบธุรกิจมาไม่ถึง 3 ปี เขาจะไรมาเป็นหลักประกันเงินกู้ได้บ้าง สามารถขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินใดได้บ้าง และสามารถขอสินเชื่อได้จำนวนเท่าไร ส่วนความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีรายรับรายจ่าย ผู้ประกอบการส่วนมากมิได้ให้ความสำคัญกับการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเนื่องจากคิดว่าธุรกิจยังมีขนาดเล็กอยู่ ยังคงมีเงินสดหมุนเวียนซื้อวัตถุดิบ ไม่มีกฎระเบียบที่บังคับให้ผู้ประกอบการต้องทำงบการเงินจึงไม่มีแรงจูงใจให้หาความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีรายรับรายจ่ายและการทำบัญชี ในส่วนของการบริหารสภาพคล่องเงินสด ผู้ประกอบการบางรายมิได้แยกการใช้เงินส่วนตัวออกจากเงินที่นำมาประกอบธุรกิจ จึงไม่ทราบว่าธุรกิจมีกำไรหรือขาดทุนจากการประกอบธุรกิจร้านอาหารเท่าไร ผู้ประกอบการบางรายไม่ทราบว่าควรมีการคำนวณต้นทุนวัตถุดิบอาหารเป็นรายเมนูเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดราคาขาย ในส่วนของการทำแผนธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนมากมิได้ให้ความสำคัญกับการทำแผนธุรกิจ ไม่ทราบประโยชน์ของการทำแผนธุรกิจ และไม่ทราบว่าแผนธุรกิจควรประกอบด้วยอะไร นอกจากนี้ในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ มีผู้ประกอบการจำนวนน้อยรายมากที่รู้จักการศึกษาความเป็นไปได้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก และจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และความต้องการความรู้ด้านการเงิน เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ศึกษาสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และความต้องการความรู้ด้านการเงินในบริบทของ ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงนำผลจากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก ซึ่งประกอบด้วย 1) ความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน 2) ความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี 3) ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด 4) ความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุน 5) ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ และ 6) ความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ นำไปพัฒนาแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ตามรายละเอียดการเปรียบเทียบการทบทวนวรรณกรรม ตารางที่ 4.11



ตารางที่ 4.11 ตารางเปรียบเทียบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กจากการทบทวนวรรณกรรม กับความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ความรู้การเงินสำหรับผู้ประกอบการ	จากการทบทวนวรรณกรรม	จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ	ผลที่นำไปใช้พัฒนาแบบสอบถาม
1. การหาเงินทุน (Financing)	✓	✓	✓
2. การทำบัญชี (Accounting)	✓	✓	✓
3. การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (Working capital)	✓		
4. โครงสร้างเงินทุน (Capital structure)	✓		
5. การตัดสินใจลงทุนในโครงการ (Capital budgeting)	✓		
6. การบริหารสภาพคล่องเงินสด (Cash management)		✓	✓
7. การคำนวณต้นทุน (Cost calculation)		✓	✓
8. การวางแผนธุรกิจ (Business plan)	✓	✓	✓
9. การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study)		✓	✓

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ ทั้ง 18 คน เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และความต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยนำไปพัฒนาแบบสอบถาม ตามประเด็นข้อคำถามดังนี้

1. สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความรู้ในการหาเงินทุน การทำบัญชี การบริหารสภาพคล่องเงินสด การคำนวณต้นทุน การทำแผนธุรกิจ และการศึกษาความเป็นไปได้
2. แบบทดสอบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
3. ความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความรู้ในการหาเงินทุน การทำบัญชี การบริหารสภาพคล่องเงินสด การคำนวณต้นทุน การทำแผนธุรกิจ และการศึกษาความเป็นไปได้



4.6.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงของผู้ประกอบการร้านอาหารจากการทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ผู้วิจัยวิเคราะห์ระดับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงของผู้ประกอบการจากการทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารทั้ง 6 ด้าน พบว่าผู้ประกอบการทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินเกี่ยวกับความรู้ด้านการทำบัญชีได้น้อยที่สุดร้อยละ 21.6 รองลงมาผู้ประกอบการทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินเกี่ยวกับการหาเงินทุนได้น้อยรองมาร้อยละ 24.5 ทำแบบทดสอบความรู้ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ได้ถูกต้องร้อยละ 25.5 ทำแบบทดสอบความรู้ด้านการทำแผนธุรกิจได้ถูกต้องร้อยละ 26.0 ทำแบบทดสอบความรู้ด้านการคำนวณต้นทุนได้ถูกต้องร้อยละ 26.9 และทำแบบทดสอบความรู้ด้านการบริหารสภาพคล่องเงินสดได้ถูกต้องร้อยละ 27.9 ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้การเงินในแต่ละด้าน

ความรู้การเงิน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่สามารถทำแบบทดสอบได้ถูกต้อง (n=208)	ร้อยละ
1. ด้านการทำบัญชี	45	21.6
2. ด้านการหาเงินทุน	51	24.5
3. ด้านการศึกษาความเป็นไปได้	53	25.5
4. ด้านการทำแผนธุรกิจ	54	26.0
5. ด้านการคำนวณต้นทุน	56	26.9
6. ด้านการบริหารสภาพคล่องเงินสด	58	27.9

นอกจากนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ระดับความรู้ที่แท้จริงทั้ง 6 ด้านของผู้ประกอบแต่ละราย พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 25.5 ไม่สามารถทำแบบทดสอบได้เลย ผู้ประกอบการร้อยละ 49.5 มีความรู้ด้านการเงินในระดับต่ำ ผู้ประกอบการร้อยละ 13.1 มีความรู้ด้านการเงินในระดับปานกลาง และผู้ประกอบการร้อยละ 11.9 มีความรู้ด้านการเงินในระดับสูง

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ระดับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ระดับความรู้ด้านการเงิน	จำนวนข้อแบบทดสอบที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถทำได้ถูกต้อง	ค่าเฉลี่ยคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถทำแบบทดสอบได้ถูกต้อง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำแบบทดสอบได้	ร้อยละ
ไม่มีความรู้	0	0	47	25.5
มีความรู้ในระดับต่ำ	1	0.16	51	49.5
	2	0.33	40	
มีความรู้ในระดับปานกลาง	3	0.55	15	13.1
	4	0.60	9	
มีความรู้ในระดับสูง	5	0.83	21	11.9
	6	1.00	1	
รวม			204	100.0
ไม่ตอบ			24	11.5

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินที่ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีความรู้ และระดับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงของผู้ประกอบการที่ได้จากการทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารทั้ง 6 ด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมากกว่าร้อยละ 86.0 คิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยที่เมื่อผู้ประกอบการได้ทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารพบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 25.5 ไม่สามารถทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารได้เลย และอีกร้อยละ 49.5 มีความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับต่ำ

ในส่วนของการต้องการความรู้ด้านการเงิน จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการความรู้ในการหาทำบัญชีมากที่สุดร้อยละ 35.6 รองลงมาผู้ประกอบการต้องการความรู้การบริหารเงินสภาพคล่องเงินสดร้อยละ 31.3 ต้องการความรู้การทำแผนธุรกิจร้อยละ 29.8 ต้องการความรู้การเงินลงทุนร้อยละ 28.8 ต้องการความรู้การคำนวณต้นทุนร้อยละ 28.8 และต้องการความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ร้อยละ 16.3 ตามตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4. 15 ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่ผู้ประกอบการต้องการ

ความรู้การเงินด้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การทำบัญชี	74	35.6
การบริหารเงินสภาพคล่องเงินสด	65	31.3
การทำแผนธุรกิจ	62	29.8
การหาเงินลงทุน	60	28.8
การคำนวณต้นทุน	60	28.8
การศึกษาความเป็นไปได้	34	16.3

ดังนั้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบกับข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 ได้ว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารมีสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินโดยคิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับสูง แต่ระดับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงของผู้ประกอบการร้านอาหารอยู่ในระดับต่ำ โดยที่ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการทำบัญชีน้อยที่สุด รองลงมาได้แก่ความรู้ในการหาเงินลงทุน และการศึกษาความเป็นไปได้ ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการความรู้ในการทำบัญชีมากที่สุด รองลงมาต้องการความรู้ในการบริหารเงินสภาพคล่องเงินสด และการทำแผนธุรกิจ

#### 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้และความต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการใช้ และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์แยกส่วนตามระเบียบวิธีวิจัย

##### 4.7.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ผู้ประกอบการกล่าวถึงการใช้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ในหลายประเด็น ผู้วิจัยจัดหมวดหมู่ตามที่ผู้ประกอบการให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ โดยแบ่งเป็น 1) การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ 2) การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ 3) การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ 4) การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการนำความรู้ไปใช้ ในส่วนของความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ แบ่งเป็น 1) ความต้องการเครื่องมือและ

เทคโนโลยีในการหาความรู้ และ 2) ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ ตามคำให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ โดยแยกนำเสนอทั้งประเด็นของสภาพปัจจุบันการใช้ และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ ดังนี้

#### 1. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ พบว่าผู้ประกอบการทั้ง 18 คน มีการหาความรู้ คิดเป็นร้อยละ 100 โดยส่วนใหญ่ใช้วิธีการหาความรู้ผ่านการสื่อสารแบบออฟไลน์ (Offline communication) จากคนรู้จัก คนที่มีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารมาก่อน จากการเข้ารับการอบรมและสัมมนาเพียงอย่างเดียว จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 44 มีการหาความรู้ผ่านการสื่อสารแบบออนไลน์ (Online communication) การหาความรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย (Social media) และ โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social network) จากผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญอย่างเดียว จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 22 และมีผู้ประกอบการจำนวน 6 คน หาความรู้ผ่านการสื่อสารทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 33 ตามแสดงในตารางที่ 4.16 และ 4.17 และตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...เราจะอยากคุยเรื่องบัญชีเราก็คุยกับคนที่อยู่กับบัญชี การเงินเราก็คุยกับการเงิน....."

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...ส่วนมากคือถามจากคนที่รู้จัก....ร้านพี่ที่เขาทำอยู่แล้วก็ดึงเราเข้าไปทำ....."

ผู้ประกอบการคนที่ 3: "...ปกติผมก็ติดตามร้านอื่น ๆ ...ติดตามเพจที่สอน..."

ผู้ประกอบการคนที่ 4: "...ก็มีใช้ อินเทอร์เน็ต หาข้อมูลในเว็บไซต์"

ผู้ประกอบการคนที่ 5: "...ก็มีนะ ใช้เฟซบุ๊ก"

ผู้ประกอบการคนที่ 6: "...ก็ใช้ทั้งเฟซบุ๊ก และไลน์ แหะละ"

ผู้ประกอบการคนที่ 7: "...ผมก็หาจากยูทูป ครัว ดูใน กูเกิล (Google) แล้วก็เอามาตัดแปลง"

#### 2. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการจัดเก็บความรู้ พบว่ามีผู้ประกอบการ จำนวน 11 คน จากทั้งหมด 18 คน มีการจัดเก็บความรู้ คิดเป็นร้อยละ 61 ซึ่งโดยส่วนมาก 7 คน จากจำนวน 11 คน จัดเก็บความรู้แบบออฟไลน์โดยการจดลงสมุด และจัดเก็บในเครื่องคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 64 และอีก 4 คน จากจำนวน 11 คน จัดเก็บความรู้แบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 36 บางคนมิได้ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บความรู้ ตามแสดงในตารางที่ 4.16 และ 4.17 และตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...จดลงสมุดบันทึก"

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...ผมทำเป็น excel เก็บไว้ ก็เขียนเป็นสั้น"

ผู้ประกอบการคนที่ 3: "...ส่วนใหญ่เก็บไว้ใน Keep ในโทรศัพท์"

ผู้ประกอบการคนที่ 4: "...ถึงเวลาไม่มีจังหวะให้จดนะครับ"

### 3. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการมิได้ให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้มากนักเทียบกับการหาความรู้ มีผู้ประกอบการจำนวน 11 คน จากทั้งหมด 18 คน ที่มีการแบ่งปันความรู้ คิดเป็นร้อยละ 61 มีวิธีการการแบ่งปันความรู้ในหลายรูปแบบทั้งแบบผ่านการสื่อสารแบบออฟไลน์อย่างเดียว ซึ่งโดยส่วนมากมีผู้ประกอบการ 7 คน จากจำนวน 11 คน แบ่งปันความรู้ผ่านการสื่อสารแบบออฟไลน์โดยการเล่าให้ฟังต่อหน้า (Storytelling) เล่าให้ฟังทางโทรศัพท์ และผ่านการประชุมอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 64 มีผู้ประกอบการจำนวน 2 คน จากจำนวน 11 คน แบ่งปันความรู้ผ่านการสื่อสารแบบออนไลน์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จาก โซเชียลมีเดียผ่านยูทูป โซเชียลเน็ตเวิร์คผ่านไลน์อย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 18 และมีผู้ประกอบการจำนวน 2 คน จากจำนวน 11 คน แบ่งปันความรู้ผ่านการสื่อสารทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 18 และบางคนมิได้มีการการแบ่งปันความรู้เนื่องจากเครือข่ายคนที่รู้จักมิได้ทำธุรกิจประเภทเดียวกันตามแสดงในตารางที่ 4.16 และ 4.17 และคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...ส่วนใหญ่ ก็มีนะคะ มีหลายคน...ก็ไม่ได้ลงรายละเอียด...ก็มาหา มาคุยกัน"

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...เยอะมากเลย เพราะเราอยู่ในกลุ่ม KSME มีคนเข้ามาถาม อยากเข้ามาดู เราก็เปิดให้เข้ามาดู"

ผู้ประกอบการคนที่ 3: "...ในกลุ่มแวดวงคนรู้จักไม่มีนะ เพราะว่าเขาทำอย่างอื่น"

ผู้ประกอบการคนที่ 4: "...บางทีก็คุยทางไลน์"

ผู้ประกอบการคนที่ 5: "...ก็มีทำยูทูปนะ"

### 4. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ พบว่าผู้ประกอบการจำนวน 10 คน จากทั้งหมด 18 คน มีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ คิดเป็นร้อยละ 56 ผู้ประกอบการมีการนำความรู้ที่ได้จากในหลายรูปแบบไปประยุกต์ใช้ ซึ่งโดยส่วนมาก 4 คน จากจำนวน 10 คน มีการนำความรู้ที่ได้จากการสื่อสารแบบออฟไลน์ เช่น จากการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มิประสบการณประกอบธุรกิจร้านอาหารมาก่อน จากการ

เข้ารับการอบรม สัมมนาอย่างเดียวไปประยุกต์ใช้ คิดเป็นร้อยละ 40 มีผู้ประกอบการจำนวน 3 คนจากจำนวน 10 คน มีการนำความรู้ที่ได้จากเครือข่ายสังคมออนไลน์จาก โซเชียลมีเดียผ่านยูทูป หรือ โซเชียลเน็ตเวิร์คอย่างเดียว ไปประยุกต์ใช้ คิดเป็นร้อยละ 30 และมีผู้ประกอบการจำนวน 3 คน จากจำนวน 10 คน มีการนำความรู้ที่ได้จากการสื่อสารทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ไปประยุกต์ใช้ คิดเป็นร้อยละ 30 ตามแสดงในตารางที่ 4.16 และ 4.17 ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...ก็ถามคนที่เขาทำเป็น"

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...ก็อย่างไรโซเชียลเน็ตเวิร์คเนี่ย ผมใช้ประโยชน์จากมันเยอะนะ"

ผู้ประกอบการคนที่ 3: "...ก็ดูยูทูป"

ตารางที่ 4.16 กระบวนการจัดการความรู้ และการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้

กระบวนการจัดการความรู้	ประเภทการติดต่อสื่อสาร						รวม	
	ออฟไลน์		ออนไลน์		ออฟไลน์ และ ออนไลน์			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การหาความรู้	8	44	4	22	6	33	18	100
2. การจัดเก็บความรู้	7	64	4	36	-	-	11	61
3. การแบ่งปันความรู้	7	64	2	18	2	18	11	61
4. การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้	4	40	3	30	3	30	10	56
5. การสร้างความรู้	-	-	-	-	1	100	1	100



ตารางที่ 4.17 การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ผู้ประกอบการ คนที่	การหาความรู้		การจัดเก็บความรู้		การแบ่งปันความรู้		การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้		การสร้างความรู้	
	การสื่อสารแบบ ออฟไลน์	การสื่อสารแบบ ออนไลน์	การสื่อสารแบบ ออฟไลน์	การสื่อสารแบบ ออนไลน์	การสื่อสารแบบ ออฟไลน์	การสื่อสารแบบ ออนไลน์	การสื่อสารแบบ ออฟไลน์	การสื่อสารแบบ ออนไลน์	การสื่อสารแบบ ออฟไลน์	การสื่อสารแบบ ออนไลน์
1	-	โซเชียลเน็ตเวิร์ค	บันทึกลงคอมพิวเตอร์	-	เล่าให้ฟังต่อหน้า	-	โซเชียลมีเดีย	-	-	-
2	อบรม สัมมนา, ผู้เชี่ยวชาญ	โซเชียลมีเดีย, โซเชียลเน็ตเวิร์ค	บันทึกลงคอมพิวเตอร์	-	เล่าให้ฟังต่อหน้า	-	ผู้เชี่ยวชาญ, อบรม สัมมนา	โซเชียลมีเดีย	-	-
3	-	โซเชียลมีเดีย	จดลงสมุด	-	-	-	-	-	-	-
4	ผู้เชี่ยวชาญ	โซเชียลมีเดีย	บันทึกลง โทรศัพท์มือถือ	-	เล่าให้ฟังต่อหน้า	-	ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	-
5	อบรม สัมมนา	-	จดลงสมุด	-	-	-	-	-	-	-
6	ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	-	เล่าให้ฟังต่อหน้า	-	-	-	-	-
8	ผู้เชี่ยวชาญ	โซเชียลมีเดีย	จดลงสมุด	-	-	-	ผู้เชี่ยวชาญ	โซเชียลมีเดีย	-	-
9	อบรม สัมมนา, ผู้เชี่ยวชาญ	โซเชียลมีเดีย, โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	ประชุม, เล่าให้ ฟังต่อหน้า, เล่า ให้ฟังทางโทรศัพท์	-	อบรม สัมมนา, ผู้เชี่ยวชาญ	ประชุม, เล่าให้ฟัง ต่อหน้า, เล่าให้ ฟังทางโทรศัพท์	-	-
10	ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	-	-	-	ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	-
11	ผู้เชี่ยวชาญ	-	บันทึกลงคอมพิวเตอร์	-	เล่าให้ฟังต่อหน้า	-	โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	-
12	-	โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	-	-	โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	-
13	ผู้เชี่ยวชาญ	โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	-	-	ผู้เชี่ยวชาญ	โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-
14	ผู้เชี่ยวชาญ	โซเชียลมีเดีย, โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	เล่าให้ฟังต่อหน้า	-	ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	-
15	-	โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	-	-	โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	-
16	ผู้เชี่ยวชาญ	-	จดลงสมุด	-	-	-	ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	-
17	-	โซเชียลมีเดีย, โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	ประชุม	-	-	-	-	-
18	อบรม สัมมนา, ผู้เชี่ยวชาญ	โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	เล่าให้ฟังต่อหน้า, เล่าให้ฟังทาง	-	โซเชียลเน็ตเวิร์ค	-	-	-

#### 4.7.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ พบว่าผู้ประกอบการส่วนมากต้องการเครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวก และประหยัดเวลาในการหาความรู้ และจัดเก็บความรู้ โดยเครื่องมือดังกล่าวควรมีลักษณะง่าย ไม่ซับซ้อน สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

##### 1. ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ พบว่าผู้ประกอบการส่วนมากต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ที่มีลักษณะสามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถเข้าใช้งานได้ง่ายและสะดวก หาข้อมูลความรู้ที่ต้องการได้ง่าย

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...ตอนนั้นเราก็ไปหลาย bank เราก็ใช้ตระเวนไปที่ละแบงก์ ทีละแบงก์คุณนะ และคำถามที่เจอซ้ำ ๆ ก็คือแบบ ทำร้านมาก็ปีแล้ว จะเอาเงินไปทำอะไร มีสินทรัพย์อะไรบ้าง เราก็ต้องตอบคำถามแบบนี้ทุก ๆ ครั้งที่เราไปแบงก์ไง คือถ้ามันเป็น App ตัว App ก็ต้องถามคำถามพวกนี้เหมือนกันถูกมั๊ย ก็อาจจะเป็นข้อมูลพวกนี้ที่เราใส่เข้าไปแล้วก็อาจจะเอาไปเข้า Algorithms หรือ ตรรกะ อะไรสักอย่างแล้วก็ List มาให้เลยว่า ถ้า Criteria เราเป็นแบบนี้ ก็จะบอกได้ว่า Bank นี้ให้กู้เงินทุนหมุนเวียน OD อะไรอย่างเนี่ยเท่าไร Rate เท่าไร ก็ดีนะ ก็จบเลยที่เดียว"

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...ก็ถ้ามีเครื่องมือที่ดีคะ...มือถือเป็นเครื่องมือที่มันค่อนข้างหลากหลาย"

##### 2. ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาจัดเก็บความรู้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ ผู้ประกอบการพยายามจัดเก็บความรู้ผ่านเครื่องมือที่มีลักษณะเป็นเทคโนโลยี เช่น การบันทึกข้อมูลความรู้ไว้ในแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับตนเองในการค้นคืนข้อมูลความรู้ที่ได้จัดเก็บไว้แล้วนำออกมาใช้ได้แบบทุกที่ทุกเวลา อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการ ก็ยังประสบปัญหา และอุปสรรคในการค้นคืนความรู้ดังกล่าว เนื่องจากมิได้จัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบ และง่ายต่อการค้นคืนความรู้ นั้น ๆ ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...เราบันทึกไว้ใน Keep มันกลายเป็น พอเราจะหาหนึ่งเรื่อง เราไปหาไม่เจอ มัน save อยู่ในโทรศัพท์เรา หรือมันอยู่ในไหนกันแน่ ถ้ามีเครื่องมือที่เราสามารถดึงข้อมูลกลับมาใช้ได้งายก็ดี"

กล่าวโดยสรุปจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ที่หลากหลายตามประสบการณ์และความคุ้นเคย ของผู้ประกอบการร้านอาหารอย่างไรก็ตามผู้ประกอบการร้านอาหารก็ยังประสบปัญหา และอุปสรรคในการจัดการความรู้ เนื่องจากยังขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้มากที่สุด รองลงมาผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้และการแบ่งปันความรู้ในระดับเท่ากัน และสุดท้ายผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้น้อยที่สุด ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพไปพัฒนาแบบสอบถามเพื่อนำไปเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลเชิงปริมาณตามประเด็นข้อคำถามดังนี้

1. ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร
2. ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร
3. ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร
4. ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารไปประยุกต์ใช้

#### 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้และความต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและความต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารประกอบด้วย 1) สภาพปัจจุบันและความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ 2) สภาพปัจจุบันและความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ 3) สภาพปัจจุบันและความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ และ 4) สภาพปัจจุบันและความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยแบ่งระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ออกเป็น 2 ระดับ คือ 1) ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ในระดับต่ำ หมายถึงผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1 – 2.5 จาก Likert scale 5 ระดับ และ 2) ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ในระดับสูง หมายถึง ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.6 – 5.0 จาก Likert scale 5 ผู้วิจัยนำเสนอทั้งประเด็นของสภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ ดังนี้

#### 4.8.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

##### 1. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ พบว่ามีผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ในระดับสูงมีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 96.6 ผู้ประกอบการที่ร้านอาหารมีความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ในระดับต่ำมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ในระดับสูงมีการใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการหาความรู้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาผู้ประกอบการร้านอาหารใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการหาความรู้คิดเป็นร้อยละ 27.9 ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.18

#### ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ระดับความต้องการ	เครื่องมือในการหาความรู้													
	เว็บไซต์		เฟซบุ๊ก		ไลน์		ยูทูบ		บล็อก		โทรศัพท์มือถือ		รวม	
เครื่องมือในการหาความรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)*	ร้อยละ (%)
ระดับต่ำ (1.0-2.5)	3	42.9	4	57.1	3	42.9	3	42.9	1	14.3	2	28.6	7	3.4
ระดับสูง (2.6-5.0)	56	27.9	84	41.8	46	22.9	43	21.4	34	16.9	23	11.4	201	96.6
รวม													208	100.0

\*หมายเหตุ: ข้อคำถามผู้ประกอบการเลือกตอบเครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บความรู้ได้มากกว่า 1 ข้อ

#### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

##### 2. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ พบว่ามีผู้ประกอบการที่มีความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ในระดับสูงร้อยละ 95.7 ผู้ประกอบการที่มีความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ในระดับต่ำร้อยละ 4.3 ผู้ประกอบการที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ในระดับสูง มีการจัดเก็บความรู้โดยการจดลงในสมุดบันทึกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมาจัดเก็บในเครื่องคอมพิวเตอร์ร้อยละ 46.4 ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการจัดเก็บความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ระดับความ ต้องการ เครื่องมือใน การจัดเก็บ ความรู้	เครื่องมือในการจัดเก็บความรู้							
	จดในสมุดบันทึก		เก็บในคอมพิวเตอร์		เก็บในแอปพลิเคชันใน โทรศัพท์มือถือ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)*	ร้อยละ (%)
ระดับต่ำ (1.0-2.5)	6	66.6	4	44.4	3	33.3	9	4.3
ระดับสูง (2.6-5.0)	98	49.4	92	46.4	56	28.2	198	95.7
รวม							207	100.0

\*หมายเหตุ: ข้อคำถามผู้ประกอบการเลือกตอบเครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บความรู้ได้มากกว่า 1 ข้อ

### 3. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแข่งขันความรู้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแข่งขันความรู้ พบว่ามีผู้ประกอบการที่มีความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการแข่งขันความรู้ในระดับสูงร้อยละ 94.8 ผู้ประกอบการที่มีความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการแข่งขันความรู้ในระดับต่ำร้อยละ 5.2 ผู้ประกอบการที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการแข่งขันความรู้ในระดับสูงใช้ไลน์เป็นเครื่องมือในการแข่งขันความรู้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาผู้ประกอบการใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการแข่งขันความรู้ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการแข่งขันความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ระดับความ ต้องการ เครื่องมือใน การแข่งขัน ความรู้	ความรู้ด้านการเงิน									
	ไลน์		เฟซบุ๊ก		บล็อก		ยูทูบ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)*	ร้อยละ (%)
ระดับต่ำ (1.0- 2.5)	3	33.3	3	33.3	0	0.0	1	11.1	9	5.2
ระดับสูง (2.6- 5.0)	56	33.9	55	33.3	32	19.4	22	13.3	165	94.8
รวม									174	100.0

\*หมายเหตุ: ข้อคำถามผู้ประกอบการเลือกตอบเครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บความรู้ได้มากกว่า 1 ข้อ

#### 4.8.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยแบ่งระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการออกเป็น 2 ระดับ คือ 1) ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ในระดับต่ำ หมายถึง ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1 – 2.5 จาก Likert scale 5 ระดับ และ 2) ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ในระดับสูง หมายถึง ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.6 – 5.0 จาก Likert scale 5

##### 1. ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่ามีผู้ประกอบการที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 96.9 มีผู้ประกอบการที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ระดับความต้องการเครื่องมือในการจัดการความรู้	เครื่องมือในการหาความรู้		เครื่องมือในการจัดเก็บความรู้		เครื่องมือในการแบ่งปันความรู้	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ระดับต่ำ (1.0-2.5)	7	3.4	9	4.3	9	5.2
ระดับสูง (2.6-5.0)	201	96.6	198	95.7	165	94.8
รวม	208	100.0	207	100.0	174	100.0

##### 2. ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่ามีผู้ประกอบการที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 95.7 มีผู้ประกอบการที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามรายละเอียดในตารางที่

##### 3. ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่ามีผู้ประกอบการที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันหาความรู้ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 94.8 มีผู้ประกอบการที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันหาความรู้ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามรายละเอียดในตารางที่

ดังนั้นจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 ได้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้มากที่สุด โดยมีการใช้ เฟซบุ๊ก และ เว็บไซต์ เป็นเครื่องมือในการหาความรู้ รองลงมาผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการจัดเก็บความรู้โดยจัดเก็บความรู้ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์สูงสุด สุดท้ายผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้ที่น้อยที่สุดโดยมีการแบ่งปันความรู้ผ่านไลน์มากที่สุด

ดังนั้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบกับข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 ได้ว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารมีสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินโดยคิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับสูง แต่ระดับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงของผู้ประกอบการร้านอาหารอยู่ในระดับต่ำ โดยที่ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการทำบัญชีที่น้อยที่สุด รองลงมาได้แก่ความรู้ในการหาเงินทุน และการศึกษาความเป็นไปได้ ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการความรู้ในการทำบัญชีมากที่สุด รองลงมาต้องการความรู้ในการบริหารเงินสภาพคล่องเงินสด และการทำแผนธุรกิจ

#### 4.9 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ Pearson's correlation

จากการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 และการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 3 ตามที่กล่าวมาแล้วนั้น เพื่อเป็นการนำไปสู่การพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยจึงศึกษาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่จะนำไปพัฒนาต้นแบบต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เป็นการพิจารณาความเหมาะสมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผู้วิจัยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation) ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ 64 ตัวแปรประกอบด้วย 1) ตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน จำนวน 6 ตัวแปร 2) ตัวแปรสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน จำนวน 29 ตัวแปร 3) ตัวแปรความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน จำนวน 29 ตัวแปร โดยผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงในตารางที่ 4.22 – 4.26

1. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการจัดการความรู้ด้านการเงิน (Level of financial knowledge) และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน (Level of need for financial knowledge management tools and technology)

จากตารางที่ 4.22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการจัดการความรู้ด้านการเงิน กับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน

ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรระดับการจัดการความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับตัวแปรการระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรระดับการหาความรู้ด้านการเงิน (1.KA\_All) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน (9.NKMT) สูงสุดที่ 0.475 รองลงมาตัวแปรระดับการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน (2.KSR\_All) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน (9.NKMT) ที่ 0.397

โดยที่ ตัวแปรระดับการหาความรู้ด้านการเงิน (1.KA\_All) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงิน (5.NKAT\_All) สูงสุดที่ 0.486 รองลงมาตัวแปรระดับการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน (2.KSR\_All) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับ ตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน (6.NKSRT\_All) ที่ 0.360 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงในตารางที่ 4.22



ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการจัดการความรู้ด้านการเงิน และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน

ตัวแปร	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.KA_All	3.355	0.628	1								
2.KSR_All	3.276	0.753	.735**	1							
3.KS_All	3.197	0.767	.512**	.557**	1						
4.KAP_All	3.330	0.632	.568**	.570**	.702**	1					
5.NKAT_All	3.634	0.633	.486**	.367**	.210**	.324**	1				
6.NKSRT_All	3.639	0.688	.417**	.360**	.240**	.361**	.806**	1			
7.NKST_All	3.639	0.688	.417**	.360**	.240**	.361**	.806**	1.000**	1		
8.NKAPT_All	3.672	0.669	.435**	.377**	.249**	.347**	.653**	.762**	.762**	1	
9.NKMT	3.646	0.618	.475**	.397**	.255**	.378**	.882**	.970**	.970**	.863**	1

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน (Financial knowledge) ตัวแปรระดับการหาความรู้ด้านการเงิน (Level of financial knowledge acquisition) และตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงิน (Level of need for financial knowledge acquisition tools and technology)

จากตารางที่ 4.23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับการหาความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรระดับการหาความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ )

ตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ (6.FK\_Fea) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการหาความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ (12.FKA\_Fea) สูงสุดที่ 0.574 รองลงมาตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (1.FK\_Fin) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการหาความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (7.FKA\_Fin) ที่ 0.567

ในส่วน of ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) โดยที่ตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (1.FK\_Fin) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (14.NFKAT\_Fin) สูงสุดที่ 0.285 รองลงมาตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับ

การศึกษาความเป็นไปได้ (6.FK\_Fea) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ (19.NFKAT\_Fea) ที่ 0.232

ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการหาความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรระดับการหาความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรระดับการหาความรู้การหาเงินทุน (7.FKA\_Fin) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้การหาเงินทุน (14.NFKAT\_Fin) สูงสุดที่ 0.431 รองลงมาตัวแปรระดับการหาความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด (9.FKA\_Ca) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด (16.NFKAT\_Ca) ที่ 0.373 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงในตารางที่ 4.12

3. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน (Financial knowledge) ระดับการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน (Level of financial knowledge storage) และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน (Level of need for financial knowledge storage tools and technology)

จากตารางที่ 4.24 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับตัวแปรการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (1.FK\_Fin) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการจัดเก็บความรู้ (13.FKSR\_All) สูงสุดที่ 0.538 รองลงมาตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด (3.FK\_Ca) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ (13.FKSR\_All) ที่ 0.507

ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ (6.FK\_Fea) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ (19.NFKSRT\_Fea) สูงสุดที่ 0.273 รองลงมาตัวแปรสภาพ

ปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุน (4.FK\_Co) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้การคำนวณต้นทุน (17.NFKSRT\_Co) ที่ 0.231

ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรระดับการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรระดับการจัดเก็บความรู้การคำนวณต้นทุน (10.FKSR\_Co) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้การคำนวณต้นทุน (17.NFKSRT\_Co) สูงสุดที่ 0.395 รองลงมาตัวแปรระดับการจัดเก็บความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด (9. FKSR\_Ca) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด (16.NFKSRT\_Ca) ที่ 0.350 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงในตารางที่ 4.24

4. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน (Financial knowledge) ระดับการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน (Level of financial knowledge sharing) และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน (Level of need for financial knowledge sharing tools and technology)

จากตารางที่ 4.25 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับตัวแปรระดับการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี (2.FK\_Ac) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี (8.FKS\_Ac) สูงสุดที่ 0.374 รองลงมาตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ (5.FK\_Biz) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ (11.FKS\_Biz) ที่ 0.300

ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (1.FK\_Fin) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (14.NFKST\_Fin) สูงสุดที่ 0.363 รองลงมาตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้

เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด (3.FK\_Ca) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด (16.NFKST\_Ca) ที่ 0.305

ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรระดับการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรระดับการแบ่งปันความรู้การหาเงินทุน (7.FKS\_Fin) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้การหาเงินทุน (14.NFKST\_Fin) สูงสุดที่ 0.292 รองลงมาตัวแปรระดับการแบ่งปันความรู้การคำนวณต้นทุน (10.FKS\_Co) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้การคำนวณต้นทุน (17.NFKST\_Co) ที่ 0.267 ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงในตารางที่ 4.25

5. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน (Financial knowledge) ระดับการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ (Level of financial knowledge application) และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ (Level of need for financial knowledge application tools and technology)

จากตารางที่ 4.26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรระดับการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี (2.FK\_Ac) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการนำความรู้การทำบัญชีไปประยุกต์ใช้ (8.FKAP\_Ac) สูงสุดที่ 0.362 รองลงมาตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ (5.FK\_Biz) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรการนำความรู้การทำแผนธุรกิจไปประยุกต์ใช้ (5.FK\_Biz) ที่ 0.332

ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (1.FK\_Fin) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้การหาเงินทุนไปประยุกต์ใช้ (14.NFKAPT\_Fin) สูงสุดที่ 0.330 รองลงมาตัวแปร

สภาพปัจจุบันความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ (5.FK\_Biz) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้การทำแผนธุรกิจไปประยุกต์ใช้ (18.NFKAPT\_Biz) ที่ 0.290

ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยพบว่าตัวแปรระดับการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ตัวแปรระดับการนำความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสดไปประยุกต์ใช้ (9.FKAP\_Ca) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสดไปประยุกต์ใช้ 16.NFKAPT\_Ca) สูงสุดที่ 0.306 รองลงมาตัวแปรระดับการนำความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ไปประยุกต์ใช้ (12.FKAP\_Fea) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการนำความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ไปประยุกต์ใช้ (19.NFKAPT\_Fea) ที่ 0.290 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน ตัวแปรระดับการหาค่าความรู้ด้านการเงิน และตัวแปรระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงิน

ตัวแปร	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1.FK_Fin	3.113	0.840	1																				
2.FK_Ac	3.192	0.872	.412*	1																			
3.FK_Ca	3.245	0.840	.486*	.519**	1																		
4.FK_Co	3.351	0.915	.338*	.560**	.628**	1																	
5.FK_Biz	3.389	0.878	.451**	.478**	.589**	.582**	1																
6.FK_Fea	3.409	0.873	.367**	.521**	.553**	.521**	.728**	1															
7.FKA_Fin	3.300	0.771	.567**	.407**	.468**	.485**	.428**	.416**	1														
8.FKA_Ac	3.337	0.793	.379**	.521**	.484**	.555**	.448**	.448**	.596**	1													
9.FKA_Ca	3.255	0.800	.475**	.359**	.466**	.371**	.456**	.360**	.653**	.624**	1												
10.FKA_Co	3.424	0.725	.271**	.401**	.378**	.404**	.429**	.397**	.477**	.662**	.674**	1											
11.FKA_Biz	3.353	0.723	.380**	.457**	.383**	.383**	.522**	.420**	.463**	.627**	.615**	.683**	1										
12.FKA_Fea	3.465	0.775	.408**	.495**	.452**	.346**	.551**	.574**	.534**	.599**	.581**	.657**	.708**	1									
13.FKA_All	3.355	0.628	.505**	.536**	.536**	.517**	.583**	.531**	.759**	.836**	.844**	.839**	.826**	.826**	1								
14.NFKAT_Fin	3.577	0.887	.285**	.137**	.305**	.297**	.250**	.224**	.431**	.423**	.391**	.280**	.334**	.320**	.444**	1							
15.NFKAT_Ac	3.500	0.851	.198**	.153**	.223**	.295**	.275**	.176**	.344**	.370**	.264**	.289**	.311**	.317**	.385**	.486**	1						
16.NFKAT_Ca	3.606	0.856	.264**	.138**	.196**	.248**	.164**	.103**	.377**	.358**	.373**	.348**	.319**	.331**	.428**	.575**	.457**	1					
17.NFKAT_Co	3.673	0.833	.112**	.104**	.150**	.145**	.178**	.171**	.308**	.260**	.242**	.325**	.331**	.341**	.365**	.420**	.552**	.502**	1				
18.NFKAT_Biz	3.683	0.837	.110**	.028**	.029**	.061**	.110**	.076**	.215**	.094**	.208**	.171**	.306**	.219**	.244**	.404**	.420**	.391**	.418**	1			
19.NFKAT_Fea	3.764	0.861	.014**	.086**	.144**	.170**	.259**	.232**	.165**	.176**	.176**	.303**	.305**	.307**	.288**	.356**	.564**	.365**	.491**	.486**	1		
20.KFAT_All	3.634	0.633	.222**	.146**	.237**	.275**	.279**	.222**	.415**	.380**	.373**	.386**	.429**	.413**	.486**	.734**	.782**	.741**	.758**	.699**	.733**	1	

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). \* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน ระดับการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน

ตัวแปร	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1.FK_Fin	3.113	0.840	1																				
2.FK_Ac	3.192	0.872	.412 <sup>**</sup>	1																			
3.FK_Ca	3.245	0.840	.486 <sup>**</sup>	.519 <sup>**</sup>	1																		
4.FK_Co	3.351	0.915	.338 <sup>**</sup>	.560 <sup>**</sup>	.628 <sup>**</sup>	1																	
5.FK_Biz	3.389	0.878	.451 <sup>**</sup>	.476 <sup>**</sup>	.589 <sup>**</sup>	.582 <sup>**</sup>	1																
6.FK_Fea	3.409	0.873	.367 <sup>**</sup>	.521 <sup>**</sup>	.553 <sup>**</sup>	.728 <sup>**</sup>	.412 <sup>**</sup>	1															
7.FKSR_Fin	3.205	0.832	.465 <sup>**</sup>	.405 <sup>**</sup>	.491 <sup>**</sup>	.423 <sup>**</sup>	.469 <sup>**</sup>	.711 <sup>**</sup>	1														
8.FKSR_Ac	3.385	0.821	.346 <sup>**</sup>	.443 <sup>**</sup>	.484 <sup>**</sup>	.474 <sup>**</sup>	.518 <sup>**</sup>	.542 <sup>**</sup>	.711 <sup>**</sup>	1													
9.FKSR_Ca	3.360	0.809	.486 <sup>**</sup>	.325 <sup>**</sup>	.473 <sup>**</sup>	.364 <sup>**</sup>	.511 <sup>**</sup>	.436 <sup>**</sup>	.609 <sup>**</sup>	.735 <sup>**</sup>	1												
10.FKSR_Co	3.386	0.776	.355 <sup>**</sup>	.353 <sup>**</sup>	.416 <sup>**</sup>	.464 <sup>**</sup>	.497 <sup>**</sup>	.469 <sup>**</sup>	.548 <sup>**</sup>	.736 <sup>**</sup>	.736 <sup>**</sup>	1											
11.FKSR_Biz	3.353	0.831	.358 <sup>**</sup>	.342 <sup>**</sup>	.384 <sup>**</sup>	.361 <sup>**</sup>	.541 <sup>**</sup>	.455 <sup>**</sup>	.685 <sup>**</sup>	.652 <sup>**</sup>	.687 <sup>**</sup>	.691 <sup>**</sup>	1										
12.FKSR_Fea	3.399	0.815	.341 <sup>**</sup>	.399 <sup>**</sup>	.456 <sup>**</sup>	.423 <sup>**</sup>	.552 <sup>**</sup>	.554 <sup>**</sup>	.559 <sup>**</sup>	.667 <sup>**</sup>	.666 <sup>**</sup>	.655 <sup>**</sup>	.689 <sup>**</sup>	1									
13.FKSR_All	3.276	0.753	.538 <sup>**</sup>	.471 <sup>**</sup>	.507 <sup>**</sup>	.489 <sup>**</sup>	.504 <sup>**</sup>	.493 <sup>**</sup>	.862 <sup>**</sup>	.824 <sup>**</sup>	.782 <sup>**</sup>	.725 <sup>**</sup>	.757 <sup>**</sup>	.706 <sup>**</sup>	1								
14.NFKSRT_Fin	3.548	0.931	.208 <sup>**</sup>	.054 <sup>**</sup>	.115 <sup>**</sup>	.176 <sup>**</sup>	.110 <sup>**</sup>	.092 <sup>**</sup>	.276 <sup>**</sup>	.307 <sup>**</sup>	.260 <sup>**</sup>	.221 <sup>**</sup>	.265 <sup>**</sup>	.227 <sup>**</sup>	.318 <sup>**</sup>	1							
15.NFKSRT_Ac	3.611	0.931	.066 <sup>**</sup>	.096 <sup>**</sup>	.138 <sup>**</sup>	.292 <sup>**</sup>	.237 <sup>**</sup>	.188 <sup>**</sup>	.172 <sup>**</sup>	.312 <sup>**</sup>	.269 <sup>**</sup>	.348 <sup>**</sup>	.337 <sup>**</sup>	.229 <sup>**</sup>	.231 <sup>**</sup>	.459 <sup>**</sup>	1						
16.NFKSRT_Ca	3.615	0.872	.350 <sup>**</sup>	.196 <sup>**</sup>	.159 <sup>**</sup>	.164 <sup>**</sup>	.165 <sup>**</sup>	.176 <sup>**</sup>	.302 <sup>**</sup>	.341 <sup>**</sup>	.350 <sup>**</sup>	.409 <sup>**</sup>	.280 <sup>**</sup>	.215 <sup>**</sup>	.375 <sup>**</sup>	.523 <sup>**</sup>	.434 <sup>**</sup>	1					
17.NFKSRT_Co	3.663	0.928	.216 <sup>**</sup>	.068 <sup>**</sup>	.178 <sup>**</sup>	.231 <sup>**</sup>	.298 <sup>**</sup>	.150 <sup>**</sup>	.161 <sup>**</sup>	.361 <sup>**</sup>	.302 <sup>**</sup>	.395 <sup>**</sup>	.304 <sup>**</sup>	.157 <sup>**</sup>	.264 <sup>**</sup>	.404 <sup>**</sup>	.680 <sup>**</sup>	.424 <sup>**</sup>	1				
18.NFKSRT_Biz	3.659	0.819	.169 <sup>**</sup>	.133 <sup>**</sup>	.084 <sup>**</sup>	.209 <sup>**</sup>	.199 <sup>**</sup>	.156 <sup>**</sup>	.191 <sup>**</sup>	.267 <sup>**</sup>	.195 <sup>**</sup>	.275 <sup>**</sup>	.258 <sup>**</sup>	.177 <sup>**</sup>	.236 <sup>**</sup>	.589 <sup>**</sup>	.566 <sup>**</sup>	.506 <sup>**</sup>	.471 <sup>**</sup>	1			
19.NFKSRT_Fea	3.736	0.913	.099 <sup>**</sup>	.249 <sup>**</sup>	.126 <sup>**</sup>	.279 <sup>**</sup>	.322 <sup>**</sup>	.273 <sup>**</sup>	.135 <sup>**</sup>	.332 <sup>**</sup>	.239 <sup>**</sup>	.307 <sup>**</sup>	.269 <sup>**</sup>	.310 <sup>**</sup>	.227 <sup>**</sup>	.399 <sup>**</sup>	.566 <sup>**</sup>	.430 <sup>**</sup>	.510 <sup>**</sup>	.603 <sup>**</sup>	1		
20.NFKSRT_All	3.639	0.888	.239 <sup>**</sup>	.172 <sup>**</sup>	.175 <sup>**</sup>	.295 <sup>**</sup>	.291 <sup>**</sup>	.225 <sup>**</sup>	.269 <sup>**</sup>	.419 <sup>**</sup>	.353 <sup>**</sup>	.426 <sup>**</sup>	.374 <sup>**</sup>	.287 <sup>**</sup>	.360 <sup>**</sup>	.735 <sup>**</sup>	.811 <sup>**</sup>	.717 <sup>**</sup>	.765 <sup>**</sup>	.804 <sup>**</sup>	.763 <sup>**</sup>	1	

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). \* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้อุตสาหกรรมการเงิน ระดับการแบ่งปันความรู้อุตสาหกรรมการเงิน และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้อุตสาหกรรมการเงิน

ตัวแปร	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1.FK_Fin	3.113	0.840	1																					
2.FK_Ac	3.192	0.872	.412*	1																				
3.FK_Ca	3.245	0.840	.486**	.519*	1																			
4.FK_Co	3.351	0.915	.338**	.560**	.628**	1																		
5.FK_Biz	3.389	0.878	.451**	.478**	.589**	.582**	1																	
6.FK_Fea	3.409	0.873	.367**	.521**	.553**	.521**	.728**	1																
7.FKS_Fin	3.240	0.859	.296**	.299**	.272**	.226**	.351**	.356**	1															
8.FKS_Ac	3.165	0.805	.289**	.374**	.337**	.271**	.365**	.361**	.825**	1														
9.FKS_Ca	3.240	0.853	.253**	.275**	.173**	.127**	.262**	.240**	.771**	.810**	1													
10.FKS_Co	3.240	0.853	.253**	.275**	.173**	.127**	.262**	.240**	.771**	.810**	1.000**	1												
11.FKS_Biz	3.174	0.851	.305**	.257**	.194**	.106**	.300**	.277**	.740**	.773**	.817**	.817**	1											
12.FKS_Fea	3.139	0.837	.256**	.226**	.208**	.123**	.344**	.264**	.739**	.770**	.772**	.772**	.816**	1										
13.FKS_All	3.197	0.767	.306**	.318**	.259**	.190**	.354**	.327**	.868**	.911**	.935**	.908**	.995**	.995**	1									
14.NFKST_Fin	3.649	1.011	.363**	.077**	.210**	.131**	.228**	.188**	.292**	.266**	.220**	.220**	.239**	.220**	.279**	1								
15.NFKST_Ac	3.548	0.910	.231**	.296**	.234**	.223**	.312**	.267**	.231**	.212**	.246**	.246**	.123**	.197**	.226**	.389**	1							
16.NFKST_Ca	3.601	0.873	.312**	.269**	.305**	.286**	.254**	.262**	.294**	.269**	.269**	.269**	.227**	.200**	.277**	.470**	.507**	1						
17.NFKST_Co	3.567	0.888	.189**	.174**	.150**	.176**	.248**	.195**	.175**	.192**	.267**	.267**	.155**	.182**	.223**	.428**	.624**	.512**	1					
18.NFKST_Biz	3.726	0.920	.106**	.289**	.200**	.275**	.252**	.287**	.194**	.119**	.157**	.157**	.097**	.084**	.149**	.348**	.532**	.536**	.505**	1				
19.NFKST_Fea	3.659	0.876	.204**	.241**	.104**	.150**	.196**	.168**	.105**	.134**	.143**	.143**	.040**	.098**	.120**	.350**	.533**	.522**	.636**	.501**	1			
20.NFKST_All	3.639	0.688	.239**	.172**	.175**	.295**	.291**	.225**	.233**	.204**	.244**	.244**	.196**	.192**	.240**	.523**	.568**	.568**	.635**	.593**	.629**	1		

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed), \* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างสภาพปัจจุบันความผู้ด้านการเงิน ระดับการนำความผู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้ และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคนิคในการนำความผู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้

ตัวแปร	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1.FK_Fin	3.113	0.840	1																					
2.FK_Ac	3.192	0.872	.412**	1																				
3.FK_Ca	3.245	0.840	.486**	.519**	1																			
4.FK_Co	3.351	0.915	.338**	.560**	.628**	1																		
5.FK_Biz	3.389	0.878	.451**	.478**	.589**	.582**	1																	
6.FK_Fea	3.409	0.873	.367**	.521**	.553**	.728**	.320**	1																
7.FKAP_Fin	3.281	0.787	.302**	.264**	.226**	.134	.286**	.320**	1															
8.FKAP_Ac	3.337	0.752	.270**	.362**	.313**	.284**	.328**	.296**	.578**	1														
9.FKAP_Ca	3.349	0.775	.390**	.379**	.265**	.245**	.350**	.318**	.612**	.654**	1													
10.FKAP_Co	3.332	0.755	.232**	.291**	.212**	.304**	.314**	.191**	.533**	.598**	.643**	1												
5.FK_Biz	3.303	0.753	.232**	.255**	.203**	.246**	.332**	.321**	.636**	.553**	.660**	.674**	1											
12.FKAP_Fea	3.380	0.797	.226**	.341**	.194**	.252**	.426**	.441**	.562**	.471**	.604**	.610**	.743**	1										
13.FKAP_All	3.330	0.632	.336**	.384**	.286**	.297**	.414**	.385**	.798**	.780**	.847**	.822**	.866**	.813**	1									
14.NFKAPT_Fin	3.591	0.891	.330**	.127	.228**	.251**	.220**	.213**	.206**	.087	.183**	.202**	.135	.250**	.217**	1								
15.NFKAPT_Ac	3.644	0.926	.213**	.202**	.110	.245**	.246**	.208**	.211**	.218**	.170	.311**	.224**	.233**	.277**	.402**	1							
16.NFKAPT_Ca	3.678	0.821	.235**	.148**	.147**	.164**	.225**	.201**	.242**	.306**	.306**	.236**	.202**	.217**	.306**	.483**	.490**	1						
17.NFKAPT_Co	3.649	0.872	.206**	.232**	.075	.228**	.198**	.116	.116	.214**	.182**	.262**	.137**	.127	.210**	.349**	.616**	.435**	1					
18.NFKAPT_Biz	3.716	0.863	.198**	.124	.170	.191**	.290**	.199**	.161**	.297**	.213**	.271**	.174	.231**	.273**	.445**	.520**	.600**	.496**	1				
19.NFKAPT_Fea	3.755	0.939	.164**	.197**	.144**	.205**	.242**	.205**	.156**	.272**	.174	.330**	.222**	.290**	.292**	.371**	.577**	.348**	.597**	.528**	1			
20.NFKAPT_All	3.672	0.669	.296**	.228**	.192**	.284**	.314**	.252**	.240**	.306**	.268**	.357**	.242**	.299**	.347**	.674**	.801**	.732**	.772**	.788**	.764**	1		

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). \* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดย Pearson's correlation เป็นการพิจารณาความเหมาะสมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผู้วิจัยพบว่าสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ )

ระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้และการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยี ในการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้และการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ ) ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรที่ต้องการทดสอบสมมติฐานไปวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ในระดับถัดไป

#### 4.10 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กลักษณะของผู้ประกอบการ มีผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็ก (Bruderl et al., 1992) ผู้วิจัยจึงศึกษาตัวแปร ระดับการศึกษา จำนวนปีประสบการณ์ และประสบการณ์ก่อนดำเนินธุรกิจ (Lussier, 1995b) (Carter & Van Auken, 2006) ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ตัวแปรสังเกตได้ระหว่าง ระดับการจัดการความรู้ซึ่งประกอบด้วยระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรอิสระ (Independent variables) แทนด้วย X และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้เป็นตัวแปรตาม (Dependent variable) แทนด้วย Y เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรว่าหากตัวแปรอิสระเปลี่ยนแปลงไปแล้ว ตัวแปรตามจะเปลี่ยนแปลงไปด้วยหรือไม่

1. ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุระหว่างระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้

จากตาราง 4.15 ในสมการที่ 2 ผู้วิจัยพบว่า ระดับการศึกษา ระดับการหาความรู้ และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ มีความสัมพันธ์กับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้อย่างมีนัยสำคัญ มีค่า  $R^2 = 0.297$  และ Adjusted  $R^2 = 0.265$ ,  $P < .01$  โดยที่ ระดับการศึกษามีค่า  $\beta = -0.046$ ,  $p < 0.05$  ระดับการหาความรู้มีค่า  $\beta = 0.305$ ,  $p < 0.01$  และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้มีค่า  $\beta = -0.226$ ,  $p < 0.05$  ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐาน 1a และ สมมติฐาน 1d และ ปฏิเสธ สมมติฐาน 1b และ สมมติฐาน 1c

จากผลการวิเคราะห์ที่ถดถอยเชิงพหุระหว่างระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ กับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ พบว่าระดับการหาความรู้และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับ ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ อย่างมีนัยยะสำคัญ กล่าวคือ เมื่อระดับการหาความรู้และระดับการนำความรู้ของผู้ประกอบการไปประยุกต์ใช้สูงขึ้น ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ก็จะสูงขึ้นตามไปด้วย

นอกจากนี้พบว่าระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยยะสำคัญ กล่าวคือผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามีความสัมพันธ์กับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสูงกว่าผู้ประกอบการ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.27



ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุระหว่างระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้

ตัวแปร	สมการที่ 1		สมการที่ 2	
	$\beta$	t-value	$\beta$	t-value
<b>ตัวแปรคงที่</b>				
1 อายุ	-0.048	-0.924	-0.022	-0.466
2 ระดับการศึกษา	-0.018	-0.828	-0.046	-2.225*
3 วุฒิการศึกษา	0.078	0.807	0.080	0.899
4 จำนวนปีประสบการณ์	-0.061	-1.575	-0.040	-1.153
5 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจร้านอาหาร	0.196	2.322*	0.119	1.545
<b>ตัวแปรอิสระ</b>				
6 ระดับการหาความรู้			0.305	3.329**
7 ระดับการจัดเก็บความรู้			0.101	1.282
8 ระดับการแบ่งปันความรู้			-0.114	-1.503
9 ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้			0.226	2.426*
Model's R <sup>2</sup>		0.064*		0.297**
Adjusted R <sup>2</sup>		0.041*		0.265**
Change in R <sup>2</sup>		0.064*		0.233**

หมายเหตุ: \*\*P < .01; \*P < .05

### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุระหว่างระดับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน พบว่าการจัดเก็บความรู้ และการแบ่งปันความรู้ ไม่ได้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยยะสำคัญกับ ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ มีเพียงระดับการหาความรู้ และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยยะสำคัญ กับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ ดังนั้นจึงปฏิเสธความรู้ด้านการเงินที่มีความสัมพันธ์กับการจัดเก็บความรู้ประกอบด้วย สมมติฐาน 3a สมมติฐาน 3b สมมติฐาน 3c สมมติฐาน 3d สมมติฐาน 3e สมมติฐาน 3f และความรู้ด้านการเงินที่มีความสัมพันธ์กับการแบ่งปันความรู้ประกอบด้วย สมมติฐาน 4a สมมติฐาน 4b สมมติฐาน 4c สมมติฐาน 4d สมมติฐาน 4e และสมมติฐาน 4f

ในส่วนของการจัดเก็บความรู้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ สามารถอธิบายได้ว่า โดยธรรมชาติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กที่มีลักษณะการบริหารจัดการ

แบบวันต่อวัน ตัวผู้ประกอบการทำหน้าที่ทุกอย่างในร้าน (Oseifuah, 2010)( Fuller-Love, 2006; Wong & Aspinwall, 2004a) เช่น การคิดรายการอาหาร การผลิตอาหารรายเมนู การทำการตลาด ดูแลด้านการเงิน ดูแลด้านบุคคลากร ดูแลด้านการบริหารทั่วไป ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีเวลา ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บความรู้ และไม่ได้มีการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ ตามที่ผู้ประกอบการได้ให้คำสัมภาษณ์ไว้ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...ถึงเวลาไม่มีจังหวะให้จดนะครับ"

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...จดลงสมุดบันทึก"

ผู้ประกอบการคนที่ 3: "...เก็บไว้ใน Keep ในโทรศัพท์มือถือ แต่บางครั้งกลับมาหาก็ไม่พบว่าเก็บไว้ที่ไหนถ้ามีเครื่องมือก็ดี"

ในส่วนของการแบ่งปันความรู้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กไม่ได้ให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้ (Kogut & Zander, 1996) ผู้ประกอบการ มองว่าการแบ่งปันความรู้เป็นเรื่องยาก (Davenport, 1994) หากไม่มีเครื่องมือหรือเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ที่สะดวกและง่ายต่อการแบ่งปันความรู้ ให้ความรู้สึกเป็นกันเอง ไม่เป็นทางการ (Bhatt et al., 2005) ผู้ประกอบการส่วนมากแบ่งปันความรู้ผ่านการสื่อสารแบบออฟไลน์โดยการเล่าให้ฟังต่อหน้า หรือเล่าให้ฟังทางโทรศัพท์ กับบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยมาก่อน ประกอบกับผู้ประกอบการไม่มีเครือข่าย (Network) ที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน และมีได้เวลามากพอที่จะหาเครือข่ายที่อยู่ในธุรกิจเดียวกัน เนื่องจากลักษณะทางธรรมชาติของธุรกิจขนาดเล็กที่ผู้ประกอบการ ต้องบริหารจัดการทุกอย่างในร้านแบบรายวัน ตามที่ผู้ประกอบการได้ให้คำสัมภาษณ์ไว้ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...ในกลุ่มแวดวงคนรู้จักไม่มีนะ"

จากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุพบว่า ระดับการหาความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยยะสำคัญกับ ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรระดับการหาความรู้กับตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินทั้ง 6 ด้าน และตัวแปรระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินทั้ง 6 ด้านไปวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุโดยผลการวิเคราะห์ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

## 2. ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และระดับการหาความรู้

จากตารางที่ 4.28 ในสมการที่ 2 ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการ ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจร้านอาหารก่อน เปิดดำเนินกิจการของตนเอง ความรู้การหาเงินทุน การทำบัญชี และการทำแผนธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับระดับ

การหาความรู้อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่า  $R^2=0.523$  และ Adjusted  $R^2 = 0.499$ ,  $P < .01$  โดยที่ ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในธุรกิจร้านอาหารก่อนเปิดดำเนินกิจการของตนเองมีค่า  $\beta = 0.112$ ,  $p < 0.05$  ความรู้การหาเงินทุนมีค่า  $\beta = 0.203$ ,  $p < 0.01$  การทำบัญชีมีค่า  $\beta = 0.179$ ,  $p < 0.05$  และการทำแผนธุรกิจมีค่า  $\beta = 0.206$ ,  $p < 0.05$  ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐาน 2a สมมติฐาน 2b และสมมติฐาน 2e ปฏิเสธ สมมติฐาน 2c สมมติฐาน 2d และ สมมติฐาน 2f

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และระดับการหาความรู้ พบว่าสภาพปัจจุบันความรู้การหาเงินทุน การทำบัญชี และการทำแผนธุรกิจ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับระดับการหาความรู้อย่างมีนัยยะสำคัญ กล่าวคือ เมื่อผู้ประกอบการมีความรู้การหาเงินทุน การทำบัญชี และการทำแผนธุรกิจมากขึ้น ระดับการหาความรู้ก็จะสูงตามขึ้นไปด้วย

นอกจากนี้พบว่าผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในธุรกิจร้านอาหารก่อนเปิดดำเนินกิจการของตนเองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับระดับการหาความรู้อย่างมีนัยยะสำคัญ กล่าวคือ หากผู้ประกอบการเคยมีประสบการณ์ในธุรกิจร้านอาหารมาก่อน ระดับการหาความรู้ก็จะสูงตามขึ้นไปด้วย ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และระดับการหาความรู้

ตัวแปร	สมการที่ 1		สมการที่ 2	
	$\beta$	t-value	$\beta$	t-value
ตัวแปรคงที่				
1 อายุ	-0.133	-1.827	-0.096	0.074
2 ระดับการศึกษา	0.107	1.546	0.064	0.203
3 จำนวนปีประสบการณ์	-0.078	-1.092	-0.077	0.149
4 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจร้านอาหาร	0.166	1.689	0.122	0.025*
ตัวแปรอิสระ				
5 สภาพปัจจุบันความรู้การหาเงินทุน			0.203	3.398**
6 สภาพปัจจุบันความรู้การทำบัญชี			0.179	2.722*
7 สภาพปัจจุบันความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด			0.068	0.936
8 สภาพปัจจุบันความรู้การคำนวณต้นทุน			0.140	1.940
9 สภาพปัจจุบันความรู้การทำแผนธุรกิจ			0.206	2.562*
11 สภาพปัจจุบันความรู้การศึกษาความเป็นไปได้			0.099	1.294
Model's R <sup>2</sup>		0.053		0.523**
Adjusted R <sup>2</sup>		0.035		0.499**
Change in R <sup>2</sup>		0.053		0.470**

หมายเหตุ: \*\*P < .01; \*P < .05

### 3. ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

จากตาราง 4.29 ในสมการที่ 2 ผู้วิจัยพบว่าจำนวนปีประสบการณ์ ความรู้การทำบัญชี และความรู้การทำแผนธุรกิจมีความสัมพันธ์ กับระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างมีนัยสำคัญ มีค่า R<sup>2</sup> = 0.268 และ Adjusted R<sup>2</sup> = 0.231, P < .01 โดยที่ จำนวนปีประสบการณ์มีค่า  $\beta$  = -0.150, p < 0.05 ความรู้การทำบัญชีมีค่า  $\beta$  = 0.216, p < 0.05 และความรู้การทำแผนธุรกิจมีค่า  $\beta$  = 0.221, p < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 5a และ สมมติฐาน 5b ปฏิเสธ สมมติฐาน 5c สมมติฐาน 5d สมมติฐาน 5e และ สมมติฐาน 5f

จากผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ พบว่าความรู้การทำบัญชี และการทำแผนธุรกิจ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ อย่างมีนัยยะสำคัญ กล่าวคือ เมื่อผู้ประกอบการมีความรู้การทำบัญชี และการทำแผนธุรกิจ มากขึ้น ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ก็จะมากขึ้นตามไปด้วย

นอกจากนี้ พบว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีประสบการณ์น้อยกว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ อย่างมีนัยยะสำคัญ กล่าวคือ หากผู้ประกอบการมีจำนวนปีประสบการณ์น้อยกว่า ระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้จะสูงขึ้น ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

ตัวแปร	สมการที่ 1		สมการที่ 2	
	$\beta$	t-value	$\beta$	t-value
ตัวแปรคงที่				
1 อายุ	0.050	0.687	0.079	1.199
2 ระดับการศึกษา	0.114	1.632	0.085	1.379
4 จำนวนปีประสบการณ์	-0.159	-2.192*	-0.150	-2.292*
5 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจร้านอาหาร	-0.029	-0.385	-0.020	-0.326
ตัวแปรอิสระ				
6 สภาพปัจจุบันความรู้การหาเงินทุน			0.136	1.835
7 สภาพปัจจุบันความรู้การทำบัญชี			0.216	2.658*
8 สภาพปัจจุบันความรู้การบริหารสภาพคล่อง			-0.084	-0.934
9 เงินสด				
9 สภาพปัจจุบันความรู้การคำนวณต้นทุน			0.027	0.306
10 สภาพปัจจุบันความรู้การทำแผนธุรกิจ			0.221	2.215*
11 สภาพปัจจุบันความรู้การศึกษาความเป็นไปได้			0.078	0.818
Model's R <sup>2</sup>		0.038		0.268**
Adjusted R <sup>2</sup>		0.019		0.231**
Change in R <sup>2</sup>		0.038		0.230**

หมายเหตุ: \*\*p < .01; \*p < .05



#### 4.11 ผลการวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster analysis) ผู้ประกอบการร้านอาหาร

ผู้วิจัยวิเคราะห์การจัดกลุ่มผู้ประกอบการ (Cluster analysis) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบเป็นขั้นตอน (Hierarchical cluster analysis technique) และเทคนิคการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (Nonhierarchical cluster analysis technique หรือ K-mean cluster analysis technique) เพื่อหาลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurs' profile) ที่ต้องการเครื่องมือ และเทคโนโลยีการจัดการความรู้

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบเป็นขั้นตอน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามมาก่อน และไม่ทราบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชุดใด ควรอยู่ในกลุ่มใด และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากกว่า 200 ชุด ผู้วิจัยจึงนำการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามว่าผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มมีลักษณะอย่างไร

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กลักษณะของผู้ประกอบการ มีผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็ก (Bruderl, Preisendorfer, & Ziegler, 1992) ผู้วิจัยจึงศึกษาตัวแปรระดับการศึกษา จำนวนปีประสบการณ์ และประสบการณ์ก่อนดำเนินธุรกิจ (Lussier, 1995b) (Carter & Van Auken, 2006) ผู้วิจัยวิเคราะห์การจัดกลุ่มผู้ประกอบการ ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ตามลักษณะเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ที่สามารถจับต้องได้ (Physical technology) ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้ประกอบการ ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงิน 2) กลุ่มผู้ประกอบการ ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน และ 3) กลุ่มผู้ประกอบการ ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน ตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์การจัดกลุ่มผู้ประกอบการ ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงิน

จากการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบเป็นขั้นตอน ผู้วิจัยสามารถแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินในระดับต่ำ และ 2) กลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินในระดับสูง

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษากลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินในระดับสูง เนื่องจากผู้วิจัยจะนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินในลำดับถัดไป

จากการวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยเทคนิค K-mean cluster analysis ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ในระดับสูงมีจำนวน 84 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30 – 40 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 47.6 ซึ่งมีอายุน้อยกว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินในระดับต่ำ ที่ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 ตามตาราง 4.30

ผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ในระดับสูง ส่วนมากจบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็น ร้อยละ 53.6 โดยมีระดับการศึกษาสูงสุดระดับเดียวกับผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ในระดับต่ำ ที่ส่วนมากจบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.6 ตามตาราง 4.30

ผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ในระดับสูง ส่วนมากมีจำนวนปีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารอยู่ในช่วง 1 ปี – ไม่เกิน 3 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 โดยที่มีจำนวนปีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารน้อยกว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินในระดับต่ำ ที่ส่วนมากมีจำนวนปีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารอยู่ในช่วง 3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ตามตาราง 4.30

ผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ในระดับสูงกว่า มีระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ ในระดับสูงกว่าผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินในระดับต่ำกว่า ตามรูปที่ 4.1

จากตาราง 4.31 พบว่าผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ในระดับสูงมีการใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือและเทคโนโลยีในหาความรู้มากที่สุด ( $\hat{p}=0.63$ ) รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก ( $\hat{p}=0.58$ ) และ ไลน์ ( $\hat{p}=0.39$ )

ตารางที่ 4.30 ลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้

ลักษณะผู้ประกอบการ	ระดับการใช้เครื่องมือ: สูง		ระดับการใช้เครื่องมือ: ต่ำ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>อายุ</b>				
น้อยกว่า 30 ปี	21	24.4	13	10.7
30 – 40 ปี	41	47.7	39	32.0
41 – 50 ปี	19	22.1	56	45.9
มากกว่า 50 ปี	5	5.8	14	11.5
รวม	86	100.0	122	100.0
<b>ระดับการศึกษา</b>				
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	4.7	25	20.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	8	9.4	3	2.4
อนุปริญญา/ปวส.	13	15.3	15	12.2
ปริญญาตรี	46	54.1	32	26.0
ปริญญาโท	11	12.9	9	7.4
ปริญญาเอก	-	-	2	1.7
อื่น ๆ	3	3.5	37	30.1
รวม	85	100.0	123	100.0
<b>จำนวนปีประสบการณ์</b>				
น้อยกว่า 1 ปี	16	18.8	19	15.4
1 ปี – ไม่เกิน 3 ปี	33	38.8	21	17.1
3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี	26	30.6	50	40.7
5 ปี – ไม่เกิน 10 ปี	8	9.4	16	13.0
10 ปีขึ้นไป	2	2.4	17	13.8
รวม	85	100.0	123	100.0

ตารางที่ 4.31 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ระดับการใช้ เครื่องมือ	เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้						ระดับการ หาความรู้	ระดับความ ต้องการเครื่องมือ
	เว็บไซต์	เฟซบุ๊ก	ไลน์	ยูทูป	บล็อก	โทรศัพท์มือถือ		
ระดับต่ำ	0.04	0.32	0.12	0.11	0.06	0.02	3.3	3.34
ระดับสูง	0.63	0.58	0.39	0.38	0.33	0.26	3.56	3.94



รูปที่ 4.1 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

## 2. การวิเคราะห์การจัดกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน

จากการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบเป็นขั้นตอน ผู้วิจัยสามารถแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับต่ำ และ 2) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับสูง

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษากลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับสูง เนื่องจากผู้วิจัยจะนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินในลำดับถัดไป

จากการวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยเทคนิค K-mean cluster analysis ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับสูงมีจำนวน 55 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 41.8 ซึ่งมีอายุมากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ในระดับต่ำ ที่ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-45 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 ตามตารางที่ 4.32

ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับสูง ส่วนมากจบการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 25 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.5 ซึ่งมีระดับการศึกษาต่ำกว่า ผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับต่ำ ที่ส่วนมากจบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็น ร้อยละ 52.0 ตามตารางที่ 4.32

ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับสูง ส่วนมากมีจำนวนปีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารในช่วง 3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 โดยที่มีจำนวนปีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารในช่วงเดียวกับ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับต่ำ ที่ส่วนมากมีจำนวนปีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารอยู่ในช่วง 3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 ตามตารางที่ 4.32

ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินในระดับสูงกว่า มีระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ใกล้เคียงกับ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ต่ำ ตามรูปที่ 4.2

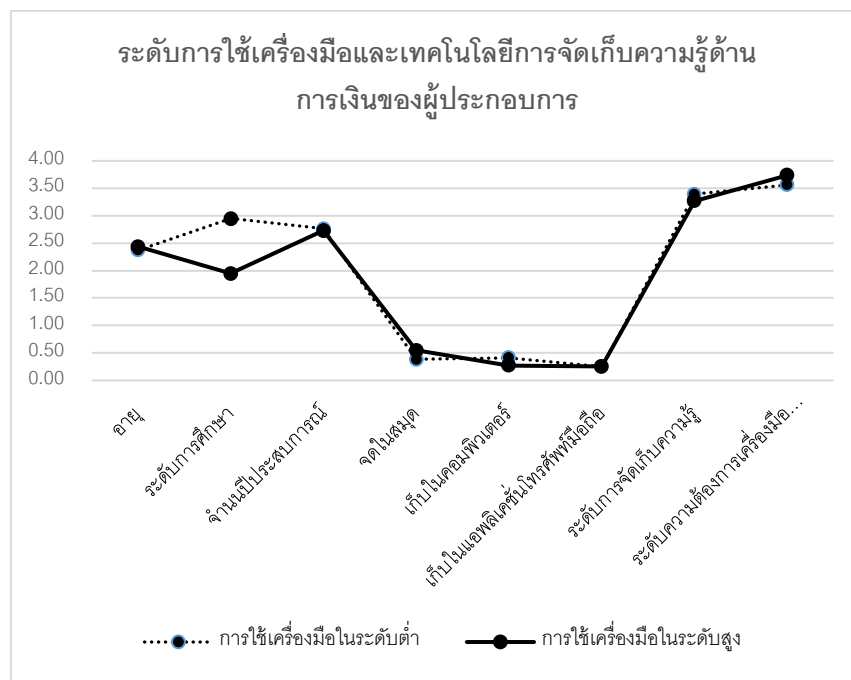
จากตาราง 4.33 พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับสูงมีการใช้ วิธีการจัดเก็บความรู้ด้วยการจดลงสมุดมากที่สุด ( $p=0.55$ ) รองลงมาคือ จัดเก็บในเครื่องคอมพิวเตอร์ ( $p=0.27$ ) และ จัดเก็บในแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ( $p=0.25$ )

ตารางที่ 4.32 ลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความถี่

ลักษณะผู้ประกอบการร้านอาหาร	ระดับการใช้เครื่องมือ: สูง		ระดับการใช้เครื่องมือ: ต่ำ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>อายุ</b>				
น้อยกว่า 30 ปี	10	15.6	24	16.7
30 – 40 ปี	21	32.8	57	39.6
41 – 50 ปี	27	42.2	50	34.7
มากกว่า 50 ปี	6	9.4	13	9.0
รวม	64	100.0	144	100.0
<b>ระดับการศึกษา</b>				
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	29	46.0	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	9	14.3	-	-
อนุปริญญา/ปวส.	25	39.7	2	1.4
ปริญญาตรี	-	-	72	49.7
ปริญญาโท	-	-	23	15.9
ปริญญาเอก	-	-	4	2.8
อื่น ๆ	-	-	44	30.3
รวม	63	100.0	145	100.0
<b>จำนวนปีประสบการณ์</b>				
น้อยกว่า 1 ปี	13	20.6	21	14.5
1 ปี – ไม่เกิน 3 ปี	15	23.8	36	24.8
3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี	21	33.3	59	40.7
5 ปี – ไม่เกิน 10 ปี	6	9.5	18	12.4
10 ปีขึ้นไป	8	12.7	11	7.6
รวม	63	100.0	145	100.0

ตารางที่ 4.33 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ระดับการใช้ เครื่องมือ	เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้			ระดับการ จัดเก็บ ความรู้	ระดับความ ต้องการ เครื่องมือ
	จดใน สมุด	เก็บใน คอมพิวเตอร์	เก็บในแอปพลิเคชัน ใน โทรศัพท์มือถือ		
ระดับต่ำ	0.38	0.41	0.25	3.39	3.56
ระดับสูง	0.55	0.27	0.25	3.27	3.74



รูปที่ 4.2 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

### 3. การวิเคราะห์การจัดกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน

จากการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบเป็นขั้นตอนผู้วิจัยสามารถแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านในระดับต่ำ และ 2) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ในระดับสูง

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ในระดับสูง เนื่องจากผู้วิจัยจะนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินในลำดับถัดไป

จากการวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยเทคนิค K-mean cluster analysis ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินในระดับสูง มีจำนวน 125 คน มีอายุอยู่ในช่วง 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.6 น้อยกว่ากลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินในระดับต่ำที่มี จำนวน 55 คนส่วนมากอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.5 ตามตารางที่ 4.34

ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ในระดับสูง ส่วนมากจบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ซึ่งมีระดับการศึกษาต่ำกว่าผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับต่ำ ที่ส่วนมากส่วนมากจบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโท จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.1 ตามตารางที่ 4.34

ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ในระดับสูง ส่วนมากมีจำนวนปีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารอยู่ในช่วง 3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 โดยที่มีจำนวนปีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านอาหารอยู่ในช่วงเดียวกับ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ในระดับต่ำ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 ตามตารางที่ 4.34

ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินในระดับสูงกว่า มีระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้สูงกว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ต่ำ ตามรูปที่ 4.3



จากตารางที่ 4.35 พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ในระดับสูงมีระดับการใช้ ไลน์เป็นเครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้มากที่สุด ( $\hat{p}=0.42$ ) รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก ( $\hat{p}=0.35$ ) และ บล็อก ( $\hat{p}=0.22$ )

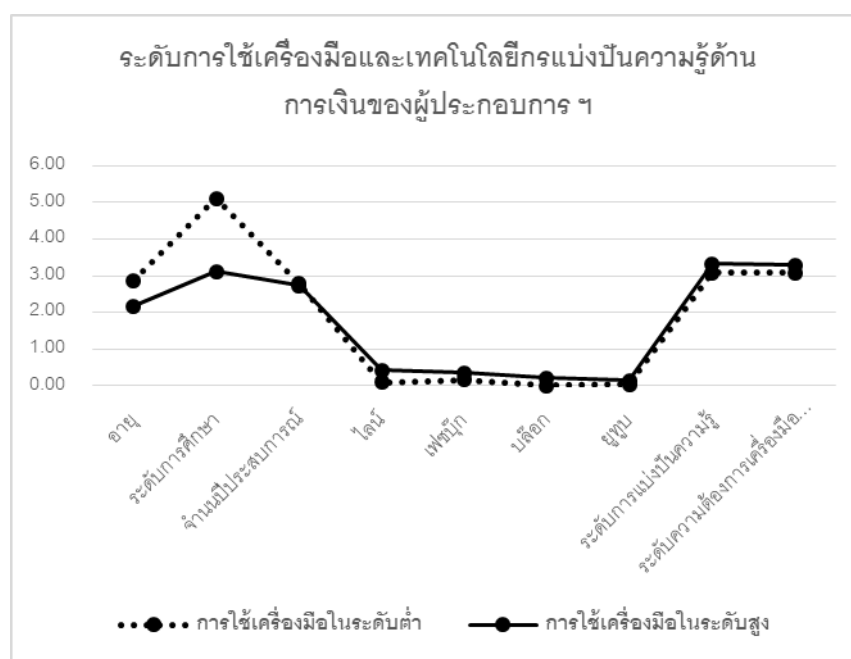


ตารางที่ 4.34 ลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้

ลักษณะผู้ประกอบการร้านอาหาร	ระดับการใช้เครื่องมือ: สูง		ระดับการใช้เครื่องมือ: ต่ำ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>อายุ</b>				
น้อยกว่า 30 ปี	31	21.58	2	3.1
30 – 40 ปี	64	44.4	16	25.0
41 – 50 ปี	41	28.5	34	53.1
มากกว่า 50 ปี	8	5.6	12	18.8
รวม	144	100.0	64	100.0
<b>ระดับการศึกษา</b>				
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	30	20.8	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	10	6.9	-	-
อนุปริญญา/ปวส.	28	19.4	-	-
ปริญญาตรี	72	50.0	-	-
ปริญญาโท	4	2.8	19	29.7
ปริญญาเอก	-	-	3	4.7
อื่น ๆ	-	-	42	65.6
รวม	144	100.0	64	100.0
<b>จำนวนปีประสบการณ์</b>				
น้อยกว่า 1 ปี	21	14.5	12	18.8
1 ปี – ไม่เกิน 3 ปี	39	26.9	11	17.2
3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี	54	37.2	28	43.8
5 ปี – ไม่เกิน 10 ปี	15	10.3	9	14.1
10 ปีขึ้นไป	16	11.0	4	6.3
รวม	144	100.0	64	100.0

ตารางที่ 4.35 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ระดับการใช้ เครื่องมือ	เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้				ระดับการ แบ่งปันความรู้	ระดับความ ต้องการเครื่องมือ
	ไลน์	เฟซบุ๊ก	บล็อก	ยูทูป		
ระดับต่ำ	0.09	0.16	0	0.04	3.09	3.08
ระดับสูง	0.42	0.35	0.22	0.15	3.33	3.3



รูปที่ 4.3 ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากผลการวิเคราะห์ห้ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ตามที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยนำมาพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินเป็น แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ย่อมาจาก Financial knowledge management for restaurant entrepreneurs ซึ่งหมายถึง การจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ผู้วิจัยนำเสนอคุณสมบัติหลัก (Main features) ในส่วนของการหาความรู้ด้านการเงินเกี่ยวกับการหาเงินทุนตามผลที่ได้จากการวิเคราะห์ห้ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ อย่างไรก็ตามการแบ่งปันความรู้จากผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ

ร้านอาหารมากนัก และการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ ก็เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงิน สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้ามาหาความรู้ และนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองได้ ผู้วิจัยจึงนำเสนอ ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ประกอบด้วยคุณสมบัติของ 1) การหาความรู้ (Knowledge acquisition) 2) การแบ่งปันความรู้ (Knowledge sharing) และ 3) การจัดเก็บความรู้ (Knowledge storage) โดยแบ่งกลุ่มผู้เข้าใช้งานตามประสบการณ์ของผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือ ระดับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ (ผู้ประกอบการหน้าใหม่) ที่มักใช้เครื่องมือจัดการความรู้ในการหาความรู้ และ 2) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ (ผู้ประกอบการมือเก่า) ที่มักใช้เครื่องมือจัดการความรู้ในการหาความรู้ และแบ่งปันความรู้

เนื่องจากพฤติกรรมการใช้เครื่องมือในการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์การเข้าใช้งาน จึงมีการไหลของข้อมูล (Flow) แตกต่างกัน โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารหน้าใหม่ต้องการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ต้องการโดยการเลือกเมนู 2 – 3 ครั้ง ผู้วิจัยจึงออกแบบการไหลของข้อมูลในการเข้าใช้เครื่องมือระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารหน้าใหม่แตกต่างจากผู้ประกอบการร้านอาหารมือเก่า

#### 4.12 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีจัดการความรู้ด้านการเงิน โดยใช้การทดสอบคอคแรนคิวและการทดสอบแมคเนียร์

เนื่องจากการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือจัดการความรู้เป็นตัวแปรอิสระทั้งคู่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้การทดสอบคอคแรนคิว (Cochran Q test) และการทดสอบแมคเนียร์ (McNemar test with manual Bonferroni correction) มาวิเคราะห์ว่าเครื่องมือในการจัดการความรู้อย่างไรที่ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้มากที่สุด

การวิจัยใช้การทดสอบคอคแรนคิว (Cochran Q test) และการทดสอบแมคเนียร์ (McNemar test with manual Bonferroni correction) เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ และสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้

การทดสอบคอคแรนคิว มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้มีสมมุติฐานการทดสอบการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ ดังนี้

$H_0$ : ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้แต่ละอย่างเท่ากัน โดยที่เครื่องมือในการหาความรู้ประกอบด้วย เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป บล็อก และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ

$H_1$ : ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้อย่างน้อย 1 อย่างต่างกัน โดยที่เครื่องมือในการหาความรู้ประกอบด้วย เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป บล็อก และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ

จากผลการทดสอบ คอคแรนคิว ตามตารางที่ 4.36 พบว่า  $p < 0.01$  จึงปฏิเสธ  $H_0$  เนื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้อย่างน้อย 1 อย่างต่างกัน ดังนั้น จึงยอมรับ สมมุติฐานที่ 6 ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ที่แตกต่างกัน หลังจากนั้นผู้วิจัยต้องการทราบว่าเครื่องมือหาความรู้ชนิดใดที่ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้มากที่สุดเพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาเครื่องมือหาความรู้ผู้วิจัยจึงนำการทดสอบแมคนีมาร์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบการใช้เครื่องมือการหาความรู้แต่ละอย่างมีสมมุติฐานการทดสอบความแตกต่าง ดังนี้

$H_0$ : การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้แต่ละคู่เท่ากัน

$H_1$ : การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้แต่ละคู่ไม่เท่ากัน

จากผลการทดสอบแมคนีมาร์ ตามตารางที่ 4.37 พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้ไลน์ ยูทูป บล็อก และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการหาความรู้แตกต่างจาก การใช้เว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก เป็นเครื่องมือในการหาความรู้อย่างมีนัยสำคัญ มีค่า  $p < 0.01$  โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารได้มีการใช้เว็บไซต์ และเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการหาความรู้แตกต่างกัน ค่า  $p = 0.329$  จึงปฏิเสธ  $H_0$  บางส่วน สามารถอธิบายได้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้ไลน์ ยูทูป บล็อก และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ เป็นเครื่องมือในการหาความรู้เท่า ๆ กัน ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เว็บไซต์ เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการหาความรู้มากกว่า การใช้ไลน์ ยูทูป บล็อก และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ เป็นเครื่องมือในการหาความรู้ จากผลการทดสอบจึงยอมรับ สมมุติฐานที่ 6a บางส่วน ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือในการหาความรู้แตกต่างกัน

## 2. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้

การทดสอบคอคแรนคิว มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ที่มีสมมติฐานการทดสอบความแตกต่างของการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ ดังนี้

$H_0$ : ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้แต่ละอย่างเท่ากัน โดยที่เครื่องมือในการจัดเก็บความรู้ประกอบด้วย การจดลงในสมุด เก็บในคอมพิวเตอร์ และเก็บในแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ

$H_1$ : ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้อย่างน้อย 1 อย่างต่างกัน โดยที่เครื่องมือในการจัดเก็บความรู้ประกอบด้วย การจดลงในสมุด เก็บในคอมพิวเตอร์ และเก็บในแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ

จากผลการทดสอบคอคแรนคิวตามตารางที่ 4.36 พบว่า  $p = 0.060$  จึงยอมรับ  $H_0$  ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการทดสอบคอคแรนคิวสอดคล้องกับผลการทดสอบแมคนีมาร์ ตามตาราง 4.26 ดังนั้นจึงปฏิเสธ สมมติฐานที่ 7 : ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้แตกต่างกัน และสมมติฐานที่ 7a : ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้มีอย่างน้อย 1 คู่ ที่แตกต่างกัน

## 3. สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้

การทดสอบคอคแรนคิว มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ โดยมีสมมติฐานการทดสอบการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ ดังนี้

$H_0$ : ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้แต่ละอย่างเท่ากัน โดยที่เครื่องมือในการแบ่งปันความรู้ประกอบด้วย ไลน์ เฟซบุ๊ก บล็อก และยูทูป

$H_1$ : ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้อย่างน้อย 1 อย่างต่างกัน โดยที่เครื่องมือในการแบ่งปันความรู้ประกอบด้วย ไลน์ เฟซบุ๊ก บล็อก และยูทูป

จากผลการทดสอบคอคแรนคิว ตามตารางที่ 4.36 พบว่า  $p < 0.01$  จึงปฏิเสธ  $H_0$  เนื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้มีอย่างน้อย 1 อย่างต่างกัน ดังนั้น จึงยอมรับ สมมติฐานที่ 8 ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่แตกต่างกัน

การทดสอบแมคนีมาร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบการใช้เครื่องมือการแบ่งปันความรู้แต่ละอย่างมีสมมติฐานการทดสอบความแตกต่าง ดังนี้

$H_0$ : การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้แต่ละคู่เท่ากัน

$H_1$ : การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้แต่ละคู่ไม่เท่ากัน

จากผลการทดสอบแมคนีมาร์ตามตารางที่ 4.37 พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้ บล็อก และยูทูปเป็นเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้แตกต่างจาก การใช้ไลน์ และเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการหาความรู้ อย่างมีนัยสำคัญ มีค่า  $p < 0.01$  โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารมิได้มีการใช้ไลน์ และเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการหาความรู้แตกต่างกัน ค่า  $p = 0.154$  จึงปฏิเสธ  $H_0$  บางส่วน สามารถอธิบายได้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้บล็อก และยูทูปเป็นเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้ ๆ ต่างจากการใช้ไลน์ และเฟซบุ๊ก และผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้ไลน์และเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการแข่งขันความรู้มากกว่าการใช้บล็อก และยูทูป จากผลการทดสอบจึงยอมรับ สมมติฐานที่ 86a บางส่วน ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เครื่องมือในการแบ่งปันความรู้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 36 ความแตกต่างของระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ

การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีจัดการความรู้	จำนวนตัวอย่าง	CoChran Q-test
การหาความรู้ด้านการเงิน	84	64.200**
การจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน	55	5.615
การแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน	66	5.615**

\*\* $P < .01$

ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้วยการทดสอบแมคเนียร์ (McNemar test)

การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยี	Asymptotic /Exact test	McNemar test with manual Bonferroni correction
การหาความรู้ด้านการเงิน		
เว็บไซต์- เฟซบุ๊ก	0.658	0.329
เว็บไซต์-ไลน์	0.008	0.004
เว็บไซต์- ยูทูบ	0.000	0.000*
เว็บไซต์-บล็อก	0.000	0.000*
เว็บไซต์- แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	0.000	0.000*
เฟซบุ๊ก-ไลน์	0.000	0.000*
เฟซบุ๊ก- ยูทูบ	0.000	0.000*
เฟซบุ๊ก-บล็อก	0.000	0.000*
เฟซบุ๊ก-แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	0.000	0.000*
ไลน์-ยูทูบ	0.043	0.022
ไลน์-บล็อก	0.424	0.212
ไลน์- แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	0.043	0.021
ยูทูบ- บล็อก	0.146	0.073
ยูทูบ-แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	1.000	0.500
บล็อก-แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	0.146	0.073

Note \* $P < .003$  (0.05/15)



ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ระดับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการทดสอบแมคนีมาร์ (McNemar test)

การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยี	Asymptotic /Exact test	McNemar test with manual Bonferroni correction
การจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน		
จุดในสมุด-เก็บในคอมพิวเตอร์	0.115	0.058
จุดในสมุด-แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ		0.035
เก็บในคอมพิวเตอร์- แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ		1.000
Note * $P < .003$ (0.05/3)		
การแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน		
ไลน์-เฟซบุ๊ก	0.307	0.154
ไลน์-บล็อก	0.000	0.000*
ไลน์ - ยูทูบ	0.000	0.000*
เฟซบุ๊ก- บล็อก	0.002	0.001*
เฟซบุ๊ก- ยูทูบ	0.000	0.000*
บล็อก - ยูทูบ	0.327	0.163
Note * $P < .008$ (0.05/6)		

#### 4.13 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับ สภาพปัจจุบัน และความต้องการ การจัดการความรู้ ความรู้ด้านการเงิน การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 208 ราย ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ด้านบัญชี การเงิน การตลาด บริหารธุรกิจ มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารประมาณ 3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี ส่วนมากเป็นพนักงานในร้านอาหารมาก่อนเปิดกิจการของตนเอง มีการหาความรู้ด้านการเงินผ่านเฟซบุ๊กและ เว็บไซต์ จัดเก็บความรู้โดยการจดลงสมุด และเก็บในเครื่องคอมพิวเตอร์ มีการแบ่งปันความรู้ผ่านไลน์ และ เฟซบุ๊ก

ในส่วนของคุณลักษณะร้านอาหารที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร จัดทะเบียนร้านอาหารในนามบุคคลธรรมดา โดยมีสถานที่ตั้งร้านอาหารสำนักงานใหญ่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เปิดดำเนินการมาแล้วประมาณ 3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี มีการจ้างงานพนักงานประมาณ 11- 20 คน ใช้เงินลงทุนในธุรกิจประมาณ 1 ล้าน – ไม่เกิน 3 ล้านบาท รายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายประมาณ 500,000 – 1,000,000 บาท ต่อเดือน กำไรอยู่ในช่วงร้อยละ 21-30

ในส่วนของคุณระดับความรู้ด้านการเงินผู้ประกอบการร้านอาหาร ส่วนมากไม่สามารถทำแบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี และการหาเงินลงทุนได้มากนัก ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 25.5 ไม่มีความรู้ด้านการเงิน ร้อยละ 49.5 มีความรู้ด้านการเงินในระดับต่ำ

จากผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่นำมาศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน จึงนำตัวแปรมาวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ ผู้วิจัยพบว่าระดับการหาความรู้ และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้มีความสัมพันธ์กับ ระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ โดยที่สภาพความรู้ด้านการหาเงินทุน การทำบัญชี และการทำแผนธุรกิจมีความสัมพันธ์กับระดับการหาความรู้ด้านการเงิน นอกจากนี้สภาพความรู้ด้านการทำบัญชีและการทำแผนธุรกิจมีความสัมพันธ์กับระดับการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้

ผู้วิจัยวิเคราะห์กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหาร (Entrepreneurs' profile) จากลักษณะการสภาพปัจจุบันการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การนำความรู้ไปใช้ การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ โดยใช้การวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบเป็นขั้นตอน (Hierarchical cluster analysis) และการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน K-mean cluster analysis เพื่อหาลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ต้องการเครื่องมือ และ

เทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยพบว่าสามารถแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินในระดับต่ำ และระดับสูง โดยที่ผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษากลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่มีความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินในระดับสูง ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ด้านการเงินในระดับสูง มีการใช้เว็บไซต์ และเฟชบุ๊กเป็นเครื่องมือในการหาความรู้ด้านการเงินมากที่สุด และมีการใช้ไลน์และ เฟชบุ๊ก เป็นเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน

#### 4.14 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อนำไปพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่าผลจากการใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมมีผลการวิเคราะห์ที่สอดคล้องกัน ในส่วนของกระบวนการจัดการความรู้ จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กให้ความสำคัญกับการหาความรู้เนื่องจากผู้ประกอบการดูแลรับผิดชอบทุกอย่างในกิจการ (Wong & Aspinwall, 2004a) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทั้ง 18 คน ที่ให้ความสำคัญกับการหาความรู้ และสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ระดับการหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารมีความสัมพันธ์กับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ ตามตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

กระบวนการจัดการความรู้	จากการทบทวนวรรณกรรม	จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ	จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณ
1. การหาความรู้	✓	✓	✓
2. การจัดเก็บความรู้	✓	✓	
3. การแบ่งปันความรู้	✓	✓	
4. การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้	✓	✓	✓
5. การสร้างความรู้	✓		

นอกจากนี้ ในส่วนของความรู้ด้านการเงิน จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการเงินอย่างจำกัด (Orser et al., 2000); (Moy & Luk, 2003) ความรู้ในการหาเงินทุน มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการ และอัตราความล้มเหลวของกิจการ (Lussier, 1995a) ซึ่งสอดคล้องกับการผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ได้มีความรู้ด้านการเงินในการบริหารธุรกิจมากนัก สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ให้ผู้ประกอบการร้านอาหารทดลองทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารร้อยละ 25 ไม่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยไม่สามารถทำแบบทดสอบได้เลย และ อีกร้อยละ 50 มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารต่ำ โดยทำแบบสอบถามได้ 1-2 ข้อ จากจำนวน 6 ข้อ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ประกอบด้วยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ให้ผลการศึกษาไปในทิศทางเดียวกัน การวิจัยในครั้งนี้จึงมีความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) และมีความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ในการนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลไปพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารตามตารางที่ 4.39

จากผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ไปพัฒนาเว็บไซต์การจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งเป็นเครื่องมือในการหาความรู้ จัดเก็บความรู้ แบ่งปันความรู้ และนำความรู้ไปใช้ โดยมีระบบการทำงานที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารซึ่ง ประกอบด้วยความรู้ในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำบัญชี ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ และความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ มีระบบการทำงานในลักษณะกระดานสนทนา (Web board) เป็นเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้ และมีระบบการทำงานในลักษณะเป็นเครื่องมือในการค้นหา (Search engine) ความรู้ด้านการเงินในเรื่องต่าง ๆ

ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เกี่ยวกับความรู้ด้านการเงิน สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ความรู้การเงินสำหรับ ผู้ประกอบการ	จากการทบทวน วรรณกรรม	จากการวิเคราะห์ เชิงคุณภาพ	จากการวิเคราะห์ เชิงปริมาณ	
			การหาความรู้	การนำความรู้ไป ประยุกต์ใช้
1. การหาเงินทุน (Financing)	✓	✓	✓	
2. การทำบัญชี (Accounting)	✓	✓	✓	✓
3. การบริหารเงินทุน หมุนเวียน (Working capital)	✓			
4. โครงสร้างเงินทุน (Capital structure)	✓			
5. การตัดสินใจลงทุนใน โครงการ (Capital budgeting)	✓			
6. การบริหารสภาพคล่อง เงินสด (Cash management)		✓		
7. การคำนวณต้นทุน (Cost calculation)		✓		
8. การวางแผนธุรกิจ (Business plan)	✓	✓	✓	✓
9. การศึกษาความเป็นไป ได้ (Feasibility study)		✓		

## ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

1. การอภิปรายผลการศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากแนวคิดการจัดการความรู้ของ (J. Leitch, M., & P. Rosen., W. , 2001); (Collison & Parcell, 2004a) ความสำเร็จของการจัดการความรู้มาจากองค์ประกอบระหว่าง คน กระบวนการ และเทคโนโลยี โดยที่ในบริบทที่ศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านอาหารนั้น ความสำเร็จของการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารประกอบด้วย คน หมายถึง ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร มักจะมีการหาความรู้และแบ่งปันข้อมูลความรู้และประสบการณ์ของตนเอง และผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารอย่างจำกัดมักจะหาความรู้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบการตัดสินใจ หรือแก้ปัญหาในธุรกิจร้านอาหารของตนเอง

ในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning organization) มีการสนับสนุนให้พนักงานมีการจัดการความรู้ภายในองค์กร สนับสนุนให้พนักงานในองค์กรสามารถหาความรู้ จัดเก็บความรู้ แบ่งปันความรู้ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในงานที่ตนเองดูแลรับผิดชอบ (Marquarde, 1996b); (Alavi & Leidner, 2001) จึงทำให้พนักงานในองค์กรขนาดใหญ่มีการจัดการความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถหาความรู้ได้จากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้นพนักงานในองค์กรขนาดใหญ่จึงมีแหล่งความรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร แต่เนื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารดูแลรับผิดชอบทุกอย่างในร้านมิได้มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็นแผนกหรือเป็นส่วนงาน ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงไม่สามารถหาความรู้จากภายในองค์กรได้ ดังนั้นความรู้จากภายนอกจึงเป็นแหล่งความรู้หลัก (D. Sullivan, & Marvel, M., 2011); (Egbu et al., 2005) ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ในส่วนของการหาความรู้ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับการหาความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นการหาความรู้จากภายนอกและนำความรู้นั้นไปไปประยุกต์ใช้ ผู้ประกอบการร้านอาหารมิได้ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บความรู้ และการแบ่งปันความรู้มากนัก ซึ่งแตกต่างจากการจัดการความรู้ในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีการจัดการความรู้ภายในองค์กร สนับสนุนให้พนักงานในองค์กรมีการหาความรู้ จัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ แบ่งปันความรู้ทั้งแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในงานที่ตนเองดูแลรับผิดชอบ (Marquarde, 1996b); (Alavi & Leidner, 2001) และสามารถสร้างความรู้ใหม่ได้ จึงทำให้พนักงานในองค์กรขนาดใหญ่มีการจัดการความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในส่วนของการจัดเก็บความรู้จากการศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดเก็บความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารมิได้ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ ผู้ประกอบการร้านอาหารมักใช้วิธีการจำความรู้นั้นไว้ โดยมีได้มีการจดบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Wong & Aspinwall, 2004b) ผู้ประกอบที่ใช้การจดบันทึกแต่ไม่ได้มีการจัดระบบการจดบันทึกไว้เป็นหมวดหมู่จึงมักจะประสบกับปัญหาการค้นคืนความรู้น่ากลับมาประยุกต์ใช้ ซึ่งแตกต่างจากในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีระบบการจัดเก็บความรู้ไว้เป็นฐานข้อมูล (Database) อย่างเป็นหมวดหมู่ มีการจัดเก็บทั้งความรู้โดยนัย และความรู้ชัดแจ้งไว้อย่างเป็นระบบและสามารถค้นคืนความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Anand et al., 1998); (T. H. Davenport., D. De Long., W., , & M. Beers., C., 1998); (Olivera, 2000) ซึ่งการมีระบบจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบและสามารถค้นคืนได้ง่าย สามารถเพิ่มมูลค่าของความรู้ได้ (D. Douglas, 2005a)

การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการจัดการความรู้ที่มีความสำคัญทำให้เกิดการสร้างความรู้ใหม่ เนื่องจากการถ่ายโอนความรู้ทั้งความรู้โดยนัยที่ฝังอยู่ในตัวคน เป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ จนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญ และเป็นเทคนิคในการทำงานของแต่ละตัวบุคคล และความรู้ชัดแจ้งที่มีลักษณะเป็นลายลักษณ์อักษร จากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง หรือจากคนหนึ่งไปยังกลุ่มคนหนึ่ง หรือหลาย ๆ กลุ่มคน (Argote & Ingram, 2000b) และมีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ทำให้ประหยัดเงิน และประหยัดเวลาในการลองผิดลองถูก และทำให้เกิดความรู้ใหม่ สำหรับการแบ่งปันความรู้นั้น จากการศึกษาสภาพปัจจุบันการแบ่งปันความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหารมิได้ให้ความสำคัญ หรือตระหนักถึงประโยชน์ในการแบ่งปันความรู้เมื่อเทียบกับการหาความรู้ โดยที่องค์กรขนาดใหญ่มักมีวัฒนธรรมในการแบ่งปันความรู้ ทั้งแบบที่เป็นทางการเช่น การประชุม การส่งพนักงานไปอบรมสัมมนา และแบบไม่เป็นทางการเช่น การพูดคุยกับเพื่อนร่วมงาน หรือการทานอาหารร่วมกันในกลุ่มเล็ก ๆ

องค์กรขนาดใหญ่มักจัดให้มีระบบจัดการความรู้ภายในองค์กร (In-house knowledge management system) ที่เป็นแหล่งรวบรวมความรู้ (Laudon & Laudon, 2002) ทั้งความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) หมายถึงความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวของบุคคลในรูปของประสบการณ์ ความชำนาญ ทักษะ เทคนิคในการทำงาน (Kreiner, 2002) ในงานที่ดูแลรับผิดชอบ และความรู้ชัดแจ้ง (Explicit) ที่มีลักษณะเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งแนวคิดในการจัดให้มีเครื่องมือจัดการความรู้ในองค์กรก็ได้ถูกนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือจัดการความรู้ในองค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก (Wong & Aspinwall, 2004b) ด้วยเช่นกัน แต่ด้วยข้อจำกัดของทรัพยากรและเงินทุนผู้ประกอบการร้านอาหารจึงไม่สามารถพัฒนาเครื่องมือในการจัดการความรู้ของตนเองได้

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับการหาความรู้จากภายนอกมากที่สุด เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการส่วนมากมีความรู้ด้านการเงินอย่างจำกัด จึงจำเป็นต้องแสวงหาความรู้จากภายนอกเพื่อ นำความรู้ ประสบการณ์ ความรู้ทางเทคนิคจากผู้มีความรู้ หรือมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ นำมาประยุกต์ใช้เป็น ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ และช่วยแก้ปัญหาให้กับธุรกิจร้านอาหารของตนเอง เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ผู้ประกอบการร้านอาหารมิได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดเก็บความรู้ จัดเก็บความรู้ให้เป็นระบบ เป็นหมวดหมู่ ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนมากใช้การจำ หรือการจดลงสมุดบันทึกมากกว่าการจัดเก็บในเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือเก็บในแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ซึ่งมิได้มีการจัดหมวดหมู่ความรู้ที่จัดลงในสมุดบันทึก เนื่องจากคุ้นเคยกับการจดลงสมุดบันทึกมากกว่า คิดว่าการจดลงสมุดบันทึกทำได้ง่ายกว่า สะดวก รวดเร็ว มากกว่าการเก็บความรู้ไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์หรือเครื่องมืออื่น ๆ โดยมีได้ตระหนักว่าการจัดเก็บความรู้ที่ไม่เป็นระบบยากต่อการค้นคืนความรู้ นั้น ๆ นำกลับมาใช้งาน เมื่อผู้ประกอบการต้องการค้นคืนความรู้ที่เคยจดลงในสมุดบันทึกนำกลับมาใช้ ก็อาจจำไม่ได้ว่าจดความรู้ไว้ที่ไหน ทำให้ความรู้นั้นสูญหายไป ไม่สามารถสร้างมูลค่าให้ผู้ประกอบการร้านอาหารให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้งานต่อไป ผู้ประกอบการร้านอาหารมิได้ให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้เนื่องจากไม่มีเครือข่าย หรือไม่สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายกลุ่ม ผู้ประกอบการร้านอาหาร มักเก็บความรู้ไว้กับตนเองจึงไม่เกิดการแบ่งปันความรู้และการสร้างความรู้ใหม่

อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบข้อสังเกตที่ผู้ประกอบการร้านอาหารมีความต้องการเครื่องมือในการจัดการความรู้ ทั้งเครื่องมือที่ช่วยทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้จากภายนอก เครื่องมือในการจัดเก็บความรู้ที่มีลักษณะสามารถค้นคืนความรู้ได้ง่าย มีระบบการใช้งานที่ไม่ซับซ้อนเป็นระบบ และเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้ที่สามารถสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการร้านอาหาร ทำให้สามารถแบ่งปันความรู้ทั้งความรู้ชัดแจ้ง และความรู้ใญ่ยัย ดังนั้นการพัฒนาเครื่องมือจัดการความรู้ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร ก็จะช่วย ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถจัดการความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากสภาพปัจจุบันที่ ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการจัดการความรู้เพียงการหาความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ก็จะสามารถเติมในสิ่งที่หายไป ทำให้ให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถจัดเก็บความรู้ และแบ่งปันความรู้ มีเครื่องมือช่วย ให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถจัดเก็บความรู้อย่างเป็นหมวดหมู่และสามารถค้นคืนความรู้ได้ มีการแบ่งปันความรู้เพื่อไม่ให้ความรู้สูญหายไปเป็นการเพิ่มมูลค่าของความรู้ และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และก่อให้เกิดความรู้ใหม่

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ในหลาย ๆ ด้าน โดยที่จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า



ผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับการหาความรู้มากที่สุด (Alavi & Leidner, 2001) โดยเป็นการหาความรู้ด้านการเงิน (Gaskill et al., 1993); (Zacharakis, Meyer, & DeCastro, 1999) จากภายนอกองค์กร ซึ่งมีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ (Sullivan & Marvel, 2011) จากผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถต่อยอดและเติมช่องว่างงานวิจัย (Research gap) จากทฤษฎีและแนวคิดการจัดการความรู้จากในองค์กรขนาดใหญ่ที่ให้ความสำคัญกับการหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ (Alavi & Leidner, 2001); (Wong & Aspinwall, 2004a) โดยมี การพัฒนาระบบจัดการความรู้ (Knowledge management system) และสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ (Laudon & Laudon, 2002) มาสู่แนวคิดการจัดการความรู้ในระดับผู้ประกอบการร้านอาหารซึ่งปัจจุบันให้ความสำคัญกับการหาความรู้และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เนื่องจากยังขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ แต่เมื่อมีการพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารก็จะทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ สามารถจัดเก็บความรู้ สามารถเข้าถึงเครือข่ายกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารในการแบ่งปันความรู้ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และสร้างความรู้ใหม่ได้

## 2. การอภิปรายผลการศึกษาสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารมีสอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งขาดความรู้ด้านการเงิน (Wong & Aspinwall, 2004a) โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการความรู้เกี่ยวกับ การหาเงินทุน การทำบัญชี การบริหารเงินสภาพคล่องเงินสด และการทำแผนธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Lussier, 1995a); (Wang, 2002); (Beck & Demircuk-Kunt, 2006); (Campello et al., 2011) อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในครั้งนี้ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร (Raab & Mayer, 2003) ซึ่งความรู้ในการคำนวณต้นทุนมีความสำคัญกับผู้ประกอบการร้านอาหารเนื่องจากมีลักษณะการคำนวณต้นทุนอาหารเป็นรายเมนูซึ่งแตกต่างจากธุรกิจประเภทอื่น เนื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารมองว่าการหาเงินทุนให้เพียงพอเพื่อนำมาเริ่มต้นธุรกิจร้านอาหาร เพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียน นำมาขยายกิจการมีความจำเป็นต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหาร และทำให้ธุรกิจร้านอาหารรอดพ้นจากความล้มเหลวของธุรกิจเนื่องจากขาดสภาพคล่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Lussier, 1995a); (Wang, 2002)

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถต่อยอดและเติมช่องว่างงานวิจัย (Research gap) จากทฤษฎีและแนวคิดการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กกว่าความรู้ในการหาเงินทุน (Lussier, 1995a; Teng et al., 2011) ความรู้ในการทำบัญชี (Dodge & Robbins, 1992); (Scapens & Bromwich, 2001); (Maseko & Manyani, 2011); (Ng et al., 2013) ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด

(Beck & Demirguc-Kunt, 2006) ความรู้ในการคำนวณต้นทุน (Kostakis et al., 2011); (Oyadomari et al., 2017) ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ (Lussier, 1995a); (Lange et al., 2007) และความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ (Keats. & Bracker, 1988); (Lyles et al., 1993); (Baker, 2003); (Brinckmann et al., 2010) มีความสำคัญต่อผลประกอบการและความอยู่รอดของธุรกิจขนาดเล็ก มาสู่แนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งให้ความสำคัญกับการหาเงินทุนมากที่สุดเนื่องจากการมีเงินลงทุนพอเพียงมีความจำเป็นในอันดับแรกตั้งแต่การเริ่มต้นประกอบธุรกิจร้านอาหาร มีความจำเป็นในการใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและขยายกิจการ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนมากคิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพียงพอในระดับสูง แต่เมื่อให้ทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนมากมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในระดับต่ำ ซึ่งอาจเป็นสาเหตุทำให้ธุรกิจร้านอาหารมีอัตราความล้มเหลวสูง เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ทราบว่าตนเองขาดความรู้ด้านการเงิน จึงมิได้ให้ความสำคัญกับการหาความรู้ด้านการเงินเพิ่มเติมเพื่อสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเอง

### 3. การอภิปรายผลการศึกษาศาภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Vaccaro et al., 2010) โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารมีความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการความรู้ โดยมีการหาความรู้ผ่านเว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ ทั้งโซเชียลมีเดีย และโซเชียลเน็ตเวิร์คเพื่อสามารถหาข้อมูลความรู้จัดเก็บความรู้ และแบ่งปันความรู้ได้แบบทุกที่ทุกเวลา เนื่องด้วยผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนมากต้องใช้เวลาในการดูแลธุรกิจอย่างใกล้ชิดแบบวันต่อวัน (Hofer & Charan, 1984) ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารไม่มีเวลาพอในการหาข้อมูลความรู้ ดังนั้นการพัฒนาเว็บไซต์ที่มีความเฉพาะเจาะจงเป็นความรู้เฉพาะกลุ่มของผู้ประกอบการร้านอาหาร และเป็นความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงิน ก็สามารถช่วยเติมเต็มในสิ่งที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการและเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการจัดการความรู้ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ ทั้งความรู้ชัดแจ้งที่เป็นลายลักษณ์อักษร และความรู้โดยนัยซึ่งเป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ เป็นการสร้างชุมชนของผู้ประกอบการร้านอาหารให้สามารถเข้ามาหาความรู้ แบ่งปันความรู้ จัดเก็บและค้นคืนความรู้ ที่ต้องการไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจร้านอาหารของตนเอง

นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ทำให้เห็นถึงการใช้ และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ในเชิงลึก ว่าผู้ประกอบการมีการใช้เครื่องมือจัดการความรู้ตามความคุ้นเคย และประสบการณ์การใช้เครื่องมือ และเทคโนโลยีการจัดการความรู้เพื่อนำไปพัฒนาลักษณะ (Features) ของเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงิน และแต่ละฟังก์ชัน (Function) การใช้งานของเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยผู้วิจัยได้นำไปกล่าวในรายละเอียดของความสัมพันธ์จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไปสู่การพัฒนาเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารใน บทที่ 5



## บทที่ 5

### การพัฒนาเครื่องมือ และเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน

การวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย (ผู้ประกอบการร้านอาหาร) 2) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร 3) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร 4) เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร 5) เพื่อศึกษาการใช้งานและการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และ 6) เพื่อนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ โดยที่ในบทที่ 5 ผู้วิจัยนำเสนอการพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 4

ในบทที่ 5 ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ 1) การสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรมที่ได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ และ 2) การพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 5.1 การสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรมที่ได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ

จากบทที่ 4 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ในบทที่ 5 ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณมาสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรม เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ดังนี้

##### 5.1.1. การสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรมจากข้อมูลเชิงคุณภาพ

###### 1. ผลการวิเคราะห์การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารจากข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 18 คน พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารทั้ง 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ให้ความสำคัญกับการหาความรู้มากที่สุด รองลงมาผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 61 ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บความรู้ และการแบ่งปันความรู้ในจำนวนเท่ากัน ตามตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5. 1 สภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

การจัดการความรู้	ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ให้ ความสำคัญกับการจัดการความรู้	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=18)
1. การหาความรู้	18	100
2. การจัดเก็บความรู้	11	61
3. การแบ่งปันความรู้	11	61
4. การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้	10	56

2. ผลการวิเคราะห์ความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารจากข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 18 คน พบว่าความรู้ด้านการเงินที่ผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญมากที่สุด คือความรู้ในการหาเงินทุน ร้อยละ 89 รองลงมาผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับความรู้ในการทำบัญชี ร้อยละ 78

ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการความรู้ในการหาเงินทุนมากที่สุด ร้อยละ 94 รองลงมาผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการความรู้ในการทำบัญชี ร้อยละ 71 ตามตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5. 2 สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ความรู้ด้านการเงิน	ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ให้ ความสำคัญกับความรู้ด้านการเงิน		ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการ ความรู้ด้านการเงิน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=18)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. การหาเงินทุน	16	89	15	94
2. การทำบัญชี	14	78	10	71
3. การบริหารสภาพคล่องเงินสด	3	17	2	67
4. การคำนวณต้นทุน	5	28	3	60
5. การทำแผนธุรกิจ	4	22	4	100
6. การศึกษาความเป็นไปได้	2	11	2	100

3. ผลการวิเคราะห์การใช้เครื่องมือจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารจากข้อมูลเชิงคุณภาพ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในส่วนของเครื่องมือในการหาความรู้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 18 คน พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารใช้เว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก เป็นเครื่องมือในการหาความรู้เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 39 ผู้ประกอบการร้านอาหารใช้การจดลงสมุดบันทึกเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 28 และใช้เฟซบุ๊กกับไลน์เป็นเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11 ตามตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5. 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพการใช้เครื่องมือจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

เครื่องมือในการจัดการความรู้	จำนวน	ร้อยละ (n=18)
<b>เครื่องมือในการหาความรู้</b>		
เว็บไซต์	7	39
เฟซบุ๊ก	7	39
ไลน์	1	6
ยูทูป	3	17
<b>เครื่องมือจัดเก็บความรู้</b>		
สมุดบันทึก	5	28
เครื่องคอมพิวเตอร์	3	17
แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	3	17
<b>เครื่องมือแบ่งปันความรู้</b>		
เฟซบุ๊ก	2	11
ไลน์	2	11
ยูทูป	1	6

\*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากคำสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนมากให้ความสำคัญกับการหาความรู้ และเป็นการหาความรู้ในการหาเงินทุนที่พอเพียงเพื่อนำมาเริ่มต้นลงทุนในธุรกิจ นำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ หรือมีเงินทุนเพียงพอในการขยายกิจการ ซึ่งมีความสำคัญกับผู้ประกอบการร้านอาหารมากที่สุด จากคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการร้านอาหารกล่าวว่าต้องการหาเงินทุนเพื่อมาลงทุนธุรกิจ แต่ไม่สามารถหาข้อมูลความรู้ดังกล่าวได้และต้องการความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุนมาลงทุนในกิจการตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...เราไม่รู้จะไปหาความรู้จากที่ไหน.....เราเลยหยาบยืมคนรอบข้าง"

ผู้ประกอบการคนที่ 2: “...ก็อยากกู้แต่ผมไม่รู้เลยว่าแบงก์ไหนที่ปล่อยเงินกู้...ดำเนินกิจการมาน้อยกว่า 3 ปีไม่รู้กู้ที่ไหนได้บ้าง”

ผู้ประกอบการคนที่ 3: “...ที่รู้มาคร่าว ๆ ความรู้ด้านการเงิน ก็คือเรื่องกู้เงินเท่านั้นเอง”

ในส่วนของเครื่องมือที่ผู้ประกอบการร้านอาหารนำมาใช้ในการหาความรู้มีหลากหลาย จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร ส่วนมากใช้เว็บไซต์ และเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการหาความรู้ ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการร้านอาหาร ดังนี้

ผู้ประกอบการคนที่ 1: “...ก็ดูใน google”

ผู้ประกอบการคนที่ 2: “...เราก็หาข้อมูลในเน็ต”

ผู้ประกอบการคนที่ 3: “...หาข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดีย”

ผู้ประกอบการคนที่ 4: “...เราก็หาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตทั้งหมดแหละ”

ผู้ประกอบการคนที่ 5: “...ก็มีใช้ อินเทอร์เน็ต หาข้อมูลในเว็บไซต์”

ผู้ประกอบการคนที่ 6: “...ผมก็หาจากยูทูป ครัว ดูใน กูเกิล (Google) แล้วก็เอามาดัดแปลง”

จากคำสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร ในรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะของเครื่องมือในการหาความรู้ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการ ผู้ประกอบการร้านอาหารให้ข้อมูลว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการทราบว่าคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่สามารถกู้เงินได้ควรมีลักษณะอย่างไร ใช้หลักประกันอะไรในการขอสินเชื่อได้บ้าง สามารถผ่อนชำระเงินกู้ได้ในระยะเวลาที่ปี

ผู้ประกอบการคนที่ 1: “...อย่างจะกู้เงินเนี่ยเราก็อยากรู้เรามีหลักทรัพย์อันนี้แล้วจะกู้ได้หรือไม่.....แล้วต้องผ่อนยังไง”

ผู้ประกอบการคนที่ 2: “...เรามีหลักทรัพย์อยู่แล้ว เรามีที่ดิน มีตึก มีอะไรอยู่แล้ว แล้วจะกู้ได้เท่าไร”

ผู้ประกอบการคนที่ 3: “...ไปคุยกับแบงก์....แบงก์ก็ดูหลักทรัพย์เราอยู่ดี...แล้วถ้าไม่มีกู้ได้มั๊ย”

ผู้ประกอบการคนที่ 4: “...ตอนนั้นเราก็ไปหลายแบงก์ เราก็ตระเวนไปที่ละแบงก์ และคำถามที่เจอซ้ำ ๆ ก็คือแบบทำร้านมากี่ปีแล้ว จะเอาเงินไปทำอะไร มีสินทรัพย์อะไรบ้าง เราก็ต้องตอบคำถามแบบนี้ทุก ๆ ครั้งที่เราไปแบงก์ ใจคือถ้ามันเป็นแอป (แอปพลิเคชัน) ตัวแอปก็ต้องถามคำถามพวกนี้เหมือนกันถูกมั๊ย ก็อาจจะเป็นข้อมูลพวกนี้ที่เราใส่เข้าไปแล้วก็อาจจะเอาไปเข้า Algorithms หรือ ตรรกะ อะไรสักอย่างแล้วก็ List มาให้เลยว่า ถ้า Criteria เราเป็นแบบนี้ก็จะบอกได้ว่า แบงก์นี้ให้กู้เงินทุนหมุนเวียน โอเค อะไรอย่างเนี่ยเท่าไร Rate เท่าไร ก็ดีนะ ก็จบเลยที่เดียว”

นอกจากนี้ จากคำสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการให้เครื่องมือการจัดการความรู้มีลักษณะง่ายต่อการเข้าใช้งานไม่ซับซ้อน ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลเชิงคุณภาพนี้สังเคราะห์ความคิดเพื่อนำไปพัฒนาเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ผู้ประกอบการคนที่ 1: "...ก็อยากได้แบบง่าย ๆ นะ ไม่ซับซ้อน.

ผู้ประกอบการคนที่ 2: "...เราก็ไม่เก่งเรื่องเทคโนโลยีนะแต่ถ้ามีอะไรที่ง่าย ๆ กต 2 – 3 ที่ก็เจอข้อมูลแล้วก็ดีนะ"

ผู้ประกอบการคนที่ 3: "...เราทำร้านโชห่วย...แล้วเราก็ไม่มีเวลาไปคุยกับแบงก์...ก็ถ้ามีแบบให้แบงก์ติดต่อกลับเราก็ดีนะ"

ผู้ประกอบการคนที่ 4: "...เราก็อยากได้แบบฝากคำถามไว้ได้นะเพื่อใครมีความรู้เราจะได้ฝากคำถามไว้ได้"

กล่าวโดยสรุป จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรมเพื่อนำไปพัฒนาต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารได้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการเครื่องมือในการหาความรู้ ในการหาเงินทุนผ่านเว็บไซต์หรือเฟซบุ๊ก โดยเครื่องมือดังกล่าวต้องมีความง่ายไม่ซับซ้อนมีวิธีการเข้ามาใช้งานโดยการกดเลือกเมนูเพียง 2 – 3 ครั้งเพื่อให้ได้ข้อมูลความรู้ที่ต้องการ

#### 5.1.2 การสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรมจากข้อมูลเชิงปริมาณ

##### 1. ผลการวิเคราะห์การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารจากข้อมูลเชิงปริมาณ

เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยจึงศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงิน โดยวิเคราะห์พฤติกรรมจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารมีลักษณะการจัดการความรู้อย่างไร ที่มีผลต่อความต้องการเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรการจัดการความรู้ทั้ง 4 กระบวนการประกอบด้วย การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ มาทดสอบหาความสัมพันธ์กับความต้องการเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงิน จากผลการวิเคราะห์ถดถอยพบ ตัวแปรต้นประกอบด้วย การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ตัวแปรตามคือความต้องการเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงิน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพบว่าการหาความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญ ( $\beta = 0.305, p < 0.01$ ) แปลว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีพฤติกรรมในการหาความรู้ในระดับสูง ก็จะมีความต้องการเครื่องมือในการหาความรู้ด้านการเงินในระดับสูงด้วยเช่นกัน



## 2. ผลการวิเคราะห์ความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารจากข้อมูลเชิงปริมาณ

เนื่องจากต้นแบบเครื่องมือที่ผู้วิจัยจะพัฒนาเป็นเครื่องมือในการหาความรู้ด้านการเงิน ผู้วิจัยจึงศึกษาตัวแปรเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารคิดว่าตนเองมีระดับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพียงพอ เพื่อนำมาพัฒนาเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบตัวแปรสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร ทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วยความรู้ในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำบัญชี ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ความรู้ในการวางแผนธุรกิจ และความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการหาความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยนำตัวแปรความรู้ด้านการเงินทั้ง 6 ด้านมาทดสอบความสัมพันธ์กับการหาความรู้ด้านการเงินเพื่อวิเคราะห์ว่าความรู้การเงินด้านใดที่มีผลทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารเกิดพฤติกรรมในการหาความรู้ด้านการเงิน

ผู้วิจัยกำหนดให้ความรู้ด้านการเงินทั้ง 6 ด้านประกอบด้วยความรู้ในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำบัญชี ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ความรู้ในการวางแผนธุรกิจ และความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ เป็นตัวแปรต้น และระดับการหาความรู้ด้านการเงินเป็นตัวแปรตาม จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ พบว่าความรู้ในการหาเงินทุน ( $\beta = 0.203, p < 0.01$ ) ความรู้ในการทำบัญชี ( $\beta = 0.179, p < 0.05$ ) และความรู้ในการวางแผนธุรกิจ ( $\beta = 0.206, p < 0.05$ ) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการหาความรู้ด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญ แปลว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการหาเงินทุนในระดับสูง จะมีความต้องการเครื่องมือในการหาความรู้ด้านการเงินในระดับสูงด้วยเช่นกัน รองลงมาผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการทำบัญชี และการวางแผนธุรกิจในระดับสูงจะมีความต้องการเครื่องมือในการหาความรู้ด้านการเงินในระดับสูงรองลงมาด้วยเช่นกัน

ในอีกมุมหนึ่ง ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพียงพอในระดับสูง (Scale 4 จาก Likert scale 5) และระดับสูงที่สุด (Scale 5 จาก Likert scale 5) มีระดับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงเป็นอย่างไร และต้องการความรู้การเงินด้านไหน เพื่อสามารถนำไปสังเคราะห์นวัตกรรมเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยเลือกเฉพาะผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้การเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารแต่ละด้านเพียงพอในระดับสูง (Scale 4 จาก Likert scale 5) และระดับสูงที่สุด (Scale 5 จาก Likert scale 5) โดยการทำตารางไขว้ (Crosstab) จากข้อคำถามส่วนที่ 4 ข้อ 4.1 สอบถามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารมีความรู้เพียงพอในการหาเงินทุน ทำบัญชี บริหารสภาพคล่องเงินสด คำนวณต้นทุน ทำแผนธุรกิจ และศึกษาความเป็นไปได้ ไขว้กับความรู้ที่แท้จริงของผู้ประกอบการร้านอาหารจาก

การทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารจากแบบสอบถามส่วนที่ 3 และส่วนที่ 6 ข้อ 6.1 สอบถามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารเกี่ยวกับความต้องการความรู้ในการหาเงินทุน ทำบัญชี บริหารสภาพคล่องเงินสด คำนวณต้นทุน ทำแผนธุรกิจ และศึกษาความเป็นไปได้ พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้การเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเพียงพอในระดับสูงและสูงที่สุด ส่วนมากไม่สามารถทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินในด้านที่ตนคิดว่ามีความรู้ในระดับสูงและสูงที่สุดได้มากนัก จากจำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการหาเงินทุนในระดับสูง จำนวน 55 คน สามารถทำแบบทดสอบความรู้ด้านการเงินได้ร้อยละ 35 และยังคงต้องการความรู้ในการหาเงินทุนร้อยละ 79 ตามรายละเอียดในตาราง ที่ 5.4

ตารางที่ 5. 4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางไขว้ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินเพียงพอในระดับสูงและสูงที่สุด กับความรู้ด้านการเงินที่แท้จริงของผู้ประกอบการร้านอาหาร

จำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้การเงินเพียงพอในระดับสูง (Likert scales 4 และ 5)	จำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารที่ทำแบบทดสอบความรู้การเงินแต่ละด้านได้ถูกต้อง		จำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการความรู้การเงินแต่ละด้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ความรู้ในการหาเงินทุน (n=55)	19	35	15	79
2. ความรู้ในการทำบัญชี (n=86)	14	16	8	57
3. ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด (n=78)	25	32	14	56
4. ความรู้ในการคำนวณต้นทุน (n=97)	30	31	21	70
5. ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ (n=102)	26	25	21	81
6. ความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ (n=93)	20	22	3	15

นอกจากนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยเลือกเฉพาะผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้การเงินแต่ละด้านในระดับสูง (Scale 4 จาก Likert scale 5) และระดับสูงที่สุด (Scale 5 จาก Likert scale 5) โดยการทำตารางไขว้ (Crosstab) จากข้อคำถามส่วนที่ 4 ข้อ 4.1 สอบถามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารมีความรู้เพียงพอในการหาเงินทุน ทำบัญชี บริหารสภาพคล่องเงินสด คำนวณต้นทุน ทำแผนธุรกิจ และศึกษาความเป็นไปได้ ไขว้กับข้อคำถามส่วนที่ 6 ข้อ 6.1 สอบถามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารเกี่ยวกับความต้องการความรู้ในการหาเงินทุน ทำบัญชี บริหารสภาพคล่องเงินสด คำนวณต้นทุน ทำแผนธุรกิจ และศึกษาความเป็นไปได้ พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการหาเงินทุน ทำบัญชี คำนวณต้นทุน และทำแผนธุรกิจต้องการความรู้ในการหาเงินทุนมากที่สุด ตามตารางที่ 5.5 แสดงให้เห็นว่าในหลาย ๆ มุมมอง ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนมากมีความต้องการความรู้ในการหาเงินทุน

ตารางที่ 5. 5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางไขว้ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้การเงินเพียงพอในระดับสูง กับความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ความรู้ด้านการเงินแต่ละด้าน	ความรู้ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการหาเงินทุนในระดับสูง (Likert scales 4 และ 5) (n = 55)	ความรู้การหาเงินทุน	42	76
	ความรู้การทำบัญชี	30	55
	ความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด	38	69
	ความรู้การคำนวณต้นทุน	39	71
2. ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการทำบัญชีในระดับสูง (Likert scales 4 และ 5) (n = 86)	ความรู้การทำแผนธุรกิจ	38	69
	ความรู้การศึกษาความเป็นไปได้	38	69
	ความรู้การหาเงินทุน	61	71
	ความรู้การทำบัญชี	46	53
3. ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการบริหารสภาพคล่องเงินสด (Likert scales 4 และ 5) (n = 78)	ความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด	60	70
	ความรู้การคำนวณต้นทุน	59	69
	ความรู้การทำแผนธุรกิจ	58	67
	ความรู้การศึกษาความเป็นไปได้	58	67
	ความรู้การหาเงินทุน	52	67
4. ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการบริหารสภาพคล่องเงินสด (Likert scales 4 และ 5) (n = 78)	ความรู้การทำบัญชี	43	55
	ความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด	52	67
	ความรู้การคำนวณต้นทุน	46	59
	ความรู้การทำแผนธุรกิจ	56	72
	ความรู้การศึกษาความเป็นไปได้	47	60

ตารางที่ 5.5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางไขว้ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้การเงินเพียงพอในระดับสูง กับความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ความรู้	ความรู้ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการคำนวณต้นทุนในระดับสูง (Likert scales 4 และ 5) (n = 97)	ความรู้การหาเงินทุน	69	71
	ความรู้การทำบัญชี	53	55
	ความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด	64	66
	ความรู้การคำนวณต้นทุน	69	71
	ความรู้การทำแผนธุรกิจ	66	68
	ความรู้การศึกษาความเป็นไปได้	61	63
5. ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการทำบัญชีในระดับสูง (Likert scales 4 และ 5) (n = 102)	ความรู้การหาเงินทุน	70	69
	ความรู้การทำบัญชี	64	63
	ความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด	69	68
	ความรู้การคำนวณต้นทุน	70	69
	ความรู้การทำแผนธุรกิจ	67	66
6. ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการทำบัญชีในระดับสูง (Likert scales 4 และ 5) (n = 93)	ความรู้การหาเงินทุน	64	69
	ความรู้การทำบัญชี	54	58
	ความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด	62	67
	ความรู้การคำนวณต้นทุน	65	70
	ความรู้การทำแผนธุรกิจ	60	65
	ความรู้การศึกษาความเป็นไปได้	43	46

กล่าวโดยสรุป จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารพบว่า แม้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้เพียงพอในการหาเงินทุนในระดับสูง และสูงที่สุด แต่ในความเป็นจริงผู้ประกอบการร้านอาหารก็ได้มีความรู้ในการหาเงินทุนเพียงพอ และยังคงต้องการความรู้ในการหาเงินทุน นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้ในการหาเงินทุนในระดับสูงจะมีความต้องการความรู้ในการหาเงินทุนแล้ว ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้ในการทำบัญชี การคำนวณต้นทุน และการทำแผนธุรกิจ ในระดับสูงและสูงที่สุด ก็ยังต้องการความรู้ในการหาเงินทุน จากผลการ

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าความรู้ในการหาเงินทุนเป็นความรู้ที่มีความสำคัญ จำเป็น และเป็นความรู้ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนมากต้องการ

### 3. ผลการวิเคราะห์การใช้เครื่องมือในการหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารจากข้อมูลเชิงปริมาณ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนมากใช้ เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการหาความรู้มากที่สุด ร้อยละ 42.3 รองลงมาผู้ประกอบการร้านอาหารใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการหาความรู้ ร้อยละ 28.4 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้การทดสอบคอครันคิว และแมคนีมาร์ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เครื่องมือในการหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้เว็บไซต์กับเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการหาความรู้ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 5. 6 ผลการวิเคราะห์การใช้เครื่องมือในการหาความรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

เครื่องมือในการหาความรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ (จาก n=208)
เฟซบุ๊ก	88	42.3
เว็บไซต์	59	28.4
ไลน์กรุ๊ป	49	23.5
ยูทูป	46	22.1
บล็อก	35	16.8
แอปพลิเคชันโทรศัพท์	25	12.0

\*หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อได้เปรียบของเว็บไซต์ที่ลักษณะของสิทธิความเป็นเจ้าของเว็บไซต์ การพัฒนาและการดูแลเว็บไซต์ ความสามารถในเชิงการปฏิบัติการ การทำตลาดเว็บไซต์ ความปลอดภัยและความคุ้มค่าของการพัฒนาเว็บไซต์เป็นเครื่องมือจัดการความรู้ ตามตารางที่ 5.7 ผู้วิจัยจึงเลือกพัฒนาเว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ตารางที่ 5.7 เปรียบเทียบลักษณะสำคัญของเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก

ด้านที่นำมาเปรียบเทียบ	เว็บไซต์	เฟซบุ๊ก
1. ด้านความเป็นเจ้าของ		
1.1 ความเป็นเจ้าของ	ผู้วิจัยเป็นเจ้าของ เว็บไซต์	ผู้วิจัยมิได้เป็นเจ้าของเฟซบุ๊ก
2. ด้านการลงทุนและการพัฒนา		
2.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเครื่องมือ	มีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสูงกว่าการพัฒนาเฟซบุ๊กให้เป็นเครื่องมือจัดการความรู้	มีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาต่ำกว่าการพัฒนาเว็บไซต์ให้เป็นเครื่องมือจัดการความรู้
2.2 ระยะเวลาในการพัฒนาเครื่องมือ	ใช้เวลาในการพัฒนานานกว่าการพัฒนาเฟซบุ๊ก	ใช้เวลาในการพัฒนาน้อยกว่าการพัฒนาเว็บไซต์
2.3 การติดตั้งซอฟต์แวร์	มีอิสระในการติดตั้งซอฟต์แวร์ลงบนเว็บไซต์	ไม่สามารถติดตั้งซอฟต์แวร์ใด ๆ บนเฟซบุ๊กได้ สามารถใช้ได้เฉพาะที่เฟซบุ๊กจัดหาไว้ให้เท่านั้น
2.4 การออกแบบและปรับแต่ง	สามารถออกแบบและปรับแต่งรูปแบบให้เป็นไปตามความต้องการหรือพฤติกรรมการใช้งานของผู้ประกอบการร้านอาหารได้	ไม่สามารถออกแบบและปรับแต่งนอกเหนือไปจากการเป็นผู้ใช้งาน เฟซบุ๊กรายอื่น ๆ
3. ด้านการดูแล		
3.1 การอัปเดตข้อมูล	ผู้วิจัยสามารถอัปเดตข้อมูลได้บ่อยตามที่ต้องการ	อาจใช้เวลาในการปรับเปลี่ยนหรือมีข้อจำกัดในการปรับเปลี่ยนข้อมูล

ตารางที่ 5.7 เปรียบเทียบลักษณะสำคัญของเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก

ด้านที่นำมาเปรียบเทียบ	เว็บไซต์	เฟซบุ๊ก
4. ด้านความสามารถของเครื่องมือ		
4.1 ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลความรู้ให้เป็นหมวดหมู่	สามารถออกแบบให้มีระบบการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ได้	ไม่สามารถจัดเก็บข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ได้ ใช้ได้เฉพาะเครื่องมือที่มีอยู่ในเฟซบุ๊กเท่านั้น
4.2 ในด้านการเป็น Search engine	ได้รับประโยชน์จากคนที่ค้นหาข้อมูลบน Google เพราะเว็บไซต์คือฐานข้อมูลที่ Google ใช้แสดงผลการค้นหา และมีโอกาสติดอันดับผลการค้นหาในอันดับต้น ๆ ได้	ไม่ค่อยได้รับประโยชน์จาก Google มากนักเนื่องจาก เฟซบุ๊ก และ Google เป็นคู่แข่งทางธุรกิจทั้งทางตรงทางอ้อม
5. ด้านการตลาด		
5.1 ด้านการขายสินค้า	ผู้วิจัยสามารถเพิ่มร้านค้าออนไลน์ให้กับเว็บไซต์ได้ทุกรูปแบบตามที่ต้องการ	ไม่มีระบบรองรับในการทำร้านค้าได้ดีเท่าที่ควร และผู้วิจัยไม่สามารถพัฒนาระบบรองรับในเฟซบุ๊กได้
5.2 ในด้านการให้บริการลูกค้า	สามารถใช้ตัวช่วยในการให้บริการผู้เข้าใช้งานได้ เช่น สามารถตั้งโปรแกรมแชทอัตโนมัติเบื้องต้นได้	ไม่สามารถสร้างระบบดูแลหรือให้บริการลูกค้าได้
5.3 การสร้างแบรนด์และการปรับแต่ง	สามารถสร้างแบรนด์เว็บไซต์ของตนเองได้	ไม่สามารถสร้างแบรนด์ของตนเองให้โดดเด่นได้ ต้องทำตามกฎของเฟซบุ๊กมีฉะนั้นอาจถูกระงับการใช้งานได้
5.4 การโปรโมทและการทำตลาด	ต้องใช้เวลาและเงินลงทุนในการพัฒนาตลาด ได้ผลที่คุ้มค่านั้นคงและยั่งยืน เมื่อเว็บไซต์ประสบความสำเร็จและกลุ่มเป้าหมายค้นพบเว็บไซต์บน Google	ลงทุนน้อยกว่า

ตารางที่ 5.7 เปรียบเทียบลักษณะสำคัญของเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก

ด้านที่นำมาเปรียบเทียบ	เว็บไซต์	เฟซบุ๊ก
6. ด้านความปลอดภัย		
6.1 ความเสี่ยงจากการถูกระงับการใช้งาน	เนื่องจากผู้วิจัยเป็นเจ้าของเว็บไซต์ จึงไม่มีความเสี่ยงจากการถูกระงับการใช้งาน	อาจถูกระงับการใช้งานได้
7. ด้านความคุ้มค่าในการพัฒนา		
ความคุ้มค่าในการลงทุน	มีความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจมากกว่าเฟซบุ๊ก	มีความคุ้มค่าในระยะยาวน้อยกว่าเว็บไซต์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำมาสังเคราะห์ความคิดเห็นนวัตกรรมเพื่อนำมาพัฒนาต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 4 เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารได้ว่า ในเบื้องต้นผู้วิจัยเริ่มจากการพัฒนาต้นแบบ (Prototype) ที่จำลองเว็บไซต์การจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เรียกว่า “แอปพลิเคชัน Fin\_Rest” ใช้เป็นเครื่องมือในการหาความรู้ แบ่งปันความรู้ และจัดเก็บความรู้ในการหาเงินทุน มีฟังก์ชันในการทำงานแยกสำหรับ 1) ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารน้อย หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารน้อย กับ 2) กลุ่มผู้เข้าใช้งานที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารอยู่แล้ว หรือเป็นกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อนำมาทดสอบการใช้งานและการยอมรับ เครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในเบื้องต้น แล้วจึงนำผลที่ได้จากทดสอบมาพัฒนาปรับปรุงต้นแบบให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการร้านอาหารและมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น แล้วจึงพัฒนาต้นแบบเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในด้านอื่น ๆ



## 5.2 การพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ตามที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยนำมาพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินเป็น แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ย่อมาจาก Financial knowledge management for restaurant entrepreneurs ซึ่งหมายถึง การจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ผู้วิจัยนำเสนอคุณสมบัติหลัก (Main features) ในส่วนของการหาความรู้ด้านการเงินเกี่ยวกับการหาเงินทุนตามผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ อย่างไรก็ตามการแบ่งปันความรู้จากผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารมากนัก และการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ ก็เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้ามาหาความรู้และนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองได้ ผู้วิจัยจึงนำเสนอ ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ประกอบด้วยคุณสมบัติของ 1) การหาความรู้ (Knowledge acquisition) 2) การแบ่งปันความรู้ (Knowledge sharing) และ 3) การจัดเก็บความรู้ (Knowledge storage) โดยแบ่งกลุ่มผู้เข้าใช้งานตามประสบการณ์ของผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือ ระดับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ (ผู้ประกอบการหน้าใหม่) ที่มักใช้เครื่องมือจัดการความรู้ในการหาความรู้ และ 2) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ (ผู้ประกอบการมือเก่า) ที่มักใช้เครื่องมือจัดการความรู้ในการหาความรู้ และแบ่งปันความรู้

เนื่องจากพฤติกรรมการใช้เครื่องมือในการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหาร 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์การเข้าใช้งาน จึงมีการไหลของข้อมูล (Flow) แตกต่างกัน โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารหน้าใหม่ต้องการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ต้องการโดยการเลือกเมนู 2 – 3 ครั้ง ผู้วิจัยจึงออกแบบการไหลของข้อมูลในการเข้าใช้เครื่องมือระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารหน้าใหม่แตกต่างจากผู้ประกอบการร้านอาหารมือเก่า

### 5.2.1 หน้าแรกเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารเข้าสู่แอปพลิเคชัน Fin\_Rest แล้ว จะพบหน้าแรกแอปพลิเคชัน Fin\_Rest เพื่อให้เลือกเมนูการเข้าสู่เว็บไซต์ ตามรูปที่ 5.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่เคยสมัครสมาชิกแล้วสามารถลงชื่อเข้าใช้งาน (Login) เข้าสู่แอปพลิเคชัน Fin\_Rest หากผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังมิได้เป็นสมาชิกสามารถ

สมัครสมาชิก และลงชื่อเข้าใช้งานได้ที่ ในกรณีที่ผู้ประกอบการร้านอาหารไม่ประสงค์จะสมัครสมาชิกก็สามารถกดข้ามเพื่อเข้าใช้งาน แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ได้ ตามรูปที่ 5.2 อย่างไรก็ตามเฉพาะผู้ประกอบการร้านอาหารที่ลงชื่อเข้าใช้งานสามารถเลือกเข้าใช้งานสามารถแสดงความคิดเห็น กดไลค์ และแบ่งปันความรู้จากแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ผ่านเฟซบุ๊ก หรือ ไลน์ได้



รูปที่ 5.1 หน้าแรกเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร



รูปที่ 5.2 หน้าสมาชิกลงทะเบียนเข้าใช้งาน

เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารเข้าสู่แอปพลิเคชัน Fin\_Rest แล้ว จะพบเมนูการใช้งานแยกประเภท ผู้ประกอบการร้านอาหารออกเป็น 2 เมนูคือ 1) เมนูผู้ประกอบการหน้าใหม่ หมายถึง ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารไม่มากนัก และ 2) เมนูผู้ประกอบการมือเก่า หมายถึง ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารตามรูปที่ 5.3



รูปที่ 5.3 เมนูประเภทของผู้ประกอบการร้านอาหาร

5.2.2 เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังไม่มีประสบการณ์

1. เครื่องมือในการหาความรู้สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังไม่มีประสบการณ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร มักจะหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุนเพื่อนำมาเริ่มกิจการ โดยต้องการทราบว่าผู้ประกอบการที่สามารถขอสินเชื่อจากธนาคารได้ควรมีคุณสมบัติอย่างไร เงื่อนไขในการผ่อนชำระ และหลักประกันอะไรบ้างที่สามารถนำมาใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อจากธนาคาร โดยการเข้าใช้งานต้องมีความง่ายไม่ซับซ้อน กดเลือกรายการ 2 – 3 ครั้งเพื่อสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ต้องการได้ เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารเลือกเมนูผู้ประกอบการร้านอาหารหน้าใหม่จะพบเมนูแนะนำตามรูปที่ 5.4 ซึ่งในเมนูแนะนำเงินกู้ แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เลือกแนะนำโครงการสินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่มาให้ เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารเลือกเมนูรายการ 2 – 3 ครั้งก็สามารถเข้าถึงข้อมูลโครงการสินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ได้ตามรูปที่ 5.5 และสามารถเลือกเปรียบเทียบโครงการสินเชื่อที่แอปพลิเคชัน Fin\_Rest แนะนำ ตามรูปที่ 5.6

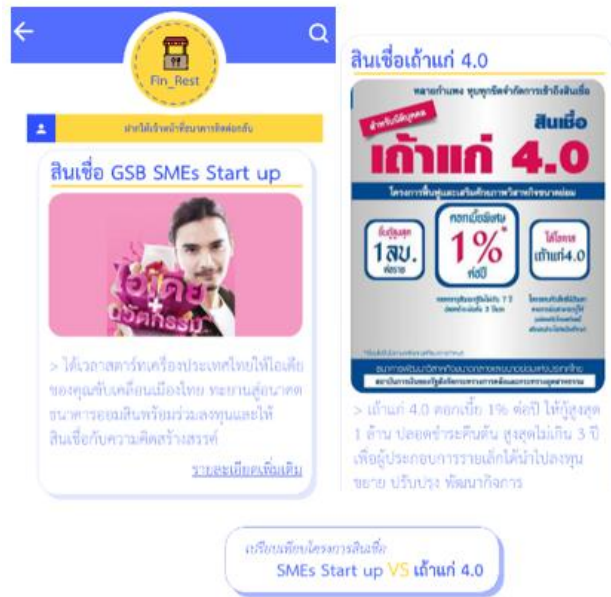


เลือกเมนูรายการครั้งที่ 1



รูปที่ 5. 4 เมนูแนะนำสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่

เลือกเมนูรายการครั้งที่ 2



รูปที่ 5. 5 ผลจากการเลือกเมนูแนะนำเงินกู้สำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่

เลือกเมนูรายการครั้งที่ 3

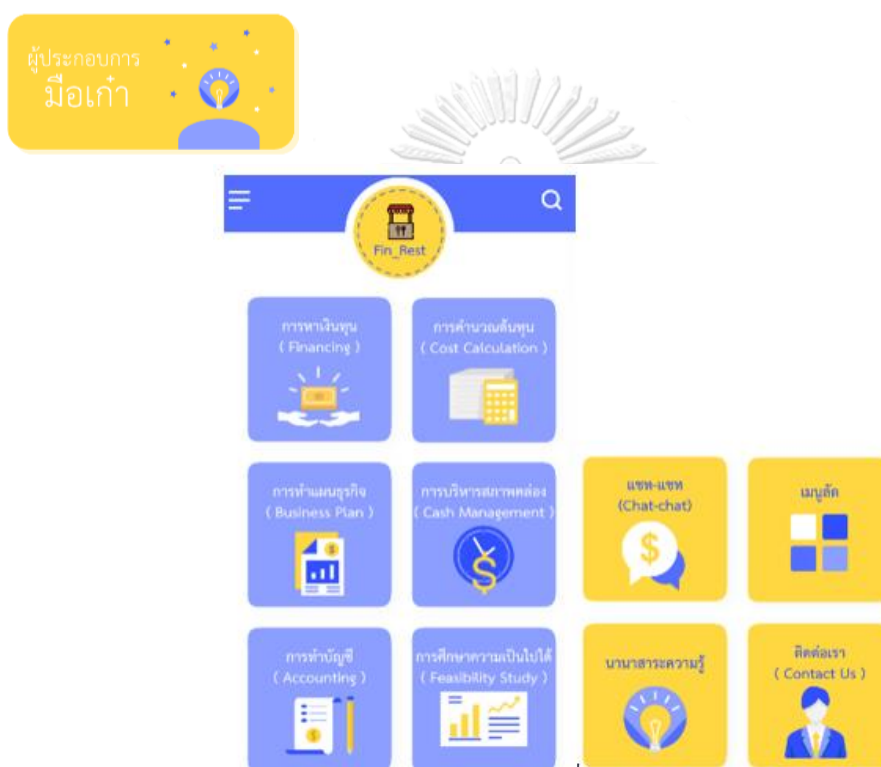


รูปที่ 5. 6 ผลจากการเลือกข้อมูลเปรียบเทียบจากเมนูแนะนำเงินกู้สำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่

### 5.2.3 เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์

#### 1. เครื่องมือในการหาความรู้สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์

เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารเลือกเมนูผู้ประกอบการมือเก่า ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเลือกหมวดความรู้ด้านการเงินที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการได้ ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ด้านการหาเงินทุน (Financing) ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ (Business plan) ความรู้ด้านการทำบัญชี (Accounting) ความรู้ด้านการคำนวณต้นทุน (Cost calculation) ความรู้ด้านการบริหารสภาพคล่อง (Cash management) และ ความรู้ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study) ตามรูปที่ 5.7



รูปที่ 5.7 เมนูหลักสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารมือเก่า

เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารเลือกใช้งานเมนูการหาเงินทุน (Financing) จะพบเมนูให้เลือกใช้งานประกอบด้วย 1) สินเชื่อผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อย 2) โครงการสินเชื่อที่ตรงกับท่าน 3) เปรียบเทียบโครงการสินเชื่อ 4) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของแต่ละธนาคาร และ 5) แจ้งให้ธนาคารติดต่อกลับ โดยมีรายละเอียดของแต่ละฟังก์ชันในการใช้งาน ตามรูปที่ 5.8



รูปที่ 5. 8 หน้าจอแสดงเมนูข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน

#### 1.1 สินเชื่อผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อย

เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารเลือกใช้งานเมนูสินเชื่อผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยจะพบรายชื่อธนาคารที่ให้สินเชื่อกับผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อย ตามรูปที่ 5.9

เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารเลือกเมนูธนาคารที่ให้สินเชื่อผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยก็จะพบโครงการสินเชื่อรายย่อยทุกโครงการที่ธนาคารนั้น ๆ เสนอให้กับผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อย โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้าไปเลือกดูรายละเอียดสินเชื่อแต่ละโครงการได้ ซึ่งรายละเอียดประกอบด้วย คุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อ วัตถุประสงค์ของการขอสินเชื่อ จำนวนเงินให้กู้ ประเภทสินเชื่อ ระยะเวลาชำระคืนเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ หลักประกัน และ อื่น ๆ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่มีเวลาติดต่อธนาคาร สามารถกรอกรายละเอียดข้อมูลของตนเองและความประสงค์ แจ้งพนักงานของแต่ละธนาคารที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร สนใจโครงการสินเชื่อให้ติดต่อกลับได้ ตามรูปที่ 5.10



รูปที่ 5. 9 หน้าจอแสดงเมนูสินเชื่อผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยของแต่ละธนาคาร



รูปที่ 5. 10 หน้าจอแสดงผลโครงการสินเชื่อที่ผู้ประกอบการเลือกหาข้อมูลความรู้และให้ธนาคารติดต่อกลับ



## 1.2 โครงการสินเชื่อที่ตรงกับท่าน

นอกจากนี้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest สามารถช่วยผู้ประกอบการร้านอาหารเลือกโครงการสินเชื่อที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยผู้ประกอบการร้านอาหารเลือกเข้าใช้งานเมนูสินเชื่อที่ตรงกับท่าน โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารกรอกข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหาร ประกอบด้วย 1) ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ 2) อายุของตัวผู้ประกอบการร้านอาหาร 3) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร 4) วัตถุประสงค์ของการขอสินเชื่อ 5) จำนวนเงินที่ต้องการขอสินเชื่อ 6) ระยะเวลาที่สามารถชำระคืนเงินกู้ และ 7) หลักประกันเงินกู้ ตามรูปที่ 5.11

เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารกรอกข้อมูลเพื่อหาโครงการสินเชื่อที่ตรงกับความต้องการขอสินเชื่อแล้ว เครื่องมือจัดการความรู้ในการหาเงินทุนจะค้นหาโครงการสินเชื่อที่ตรงกับความต้องการ ตามรูปที่ 5.12 โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้าไปดูรายละเอียดข้อมูลความรู้ในการขอสินเชื่อแต่ละโครงการของแต่ละธนาคาร และสามารถแจ้งพนักงานของแต่ละธนาคารที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสนใจโครงการสินเชื่อนั้น ๆ ให้ติดต่อกลับ

การหาเงินทุน (Financing)

สินเชื่อที่ตรงกับท่าน

กรอกกรอกข้อมูลเพื่อค้นหาเงื่อนไขการขอสินเชื่อที่ตรงกับท่าน

คุณสมบัติผู้กู้ 1 : ประเภทการจดทะเบียน

บุคคลธรรมดา สัญชาติไทย

นิติบุคคลจดทะเบียนตามกฎหมายไทย

คุณสมบัติผู้กู้ 2 : อายุ

อายุ 21 ปี - 55 ปี

อายุ 56 ปีขึ้นไป

คุณสมบัติผู้กู้ 3 : ระยะเวลาการประกอบกิจการ

ไม่เกิน 1 ปี

1 ปี - 3 ปี

มากกว่า 3 ปี

วัตถุประสงค์ในการกู้ (เลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

เพื่อเริ่มต้นสร้างธุรกิจ

เพื่อเป็นเงินทุนเวียนในการดำเนินงาน

เพื่อลงทุนในทรัพย์สินถาวร

เพื่อถอนเงินจากสถาบันการเงินอื่น

เพื่อปรับปรุงกิจการ

เพื่อเป็นค่าธรรมเนียม และ/หรือค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมทำธุรกิจ ภายใต้ตราหรือเครื่องหมายการค้า/บริการเจ้าของแฟรนไชส์

ประเภทหลักประกันค้ำเงินกู้ (เลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

บุคคลค้ำประกัน

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามค้ำประกันเต็มวงเงิน

สิทธิการเช่าแฟรนไชส์ ร้านค้า ที่สามารถโอนสิทธิการเช่าเป็นเดือนได้

ยานพาหนะที่ใช้ในกิจการ

พันธบัตรรัฐบาล หรือพันธบัตรรัฐวิสาหกิจ

จำนวนเงินที่ต้องการกู้

ไม่เกิน 200,000 บาท

200,000 - 1,000,000 บาท

1,000,001 - 3,000,000 บาท

3,000,001 - 10,000,000 บาท

10,000,001 - 50,000,000 บาท

ระยะเวลาชำระคืนเงินกู้

ไม่เกิน 7 ปี

ไม่เกิน 10 ปี

ประเภทหลักประกันค้ำเงินกู้ (เลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

บุคคลค้ำประกัน

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามค้ำประกันเต็มวงเงิน

สิทธิการเช่าแฟรนไชส์ ร้านค้า ที่สามารถโอนสิทธิการเช่าเป็นเดือนได้

ยานพาหนะที่ใช้ในกิจการ

พันธบัตรรัฐบาล หรือพันธบัตรรัฐวิสาหกิจ

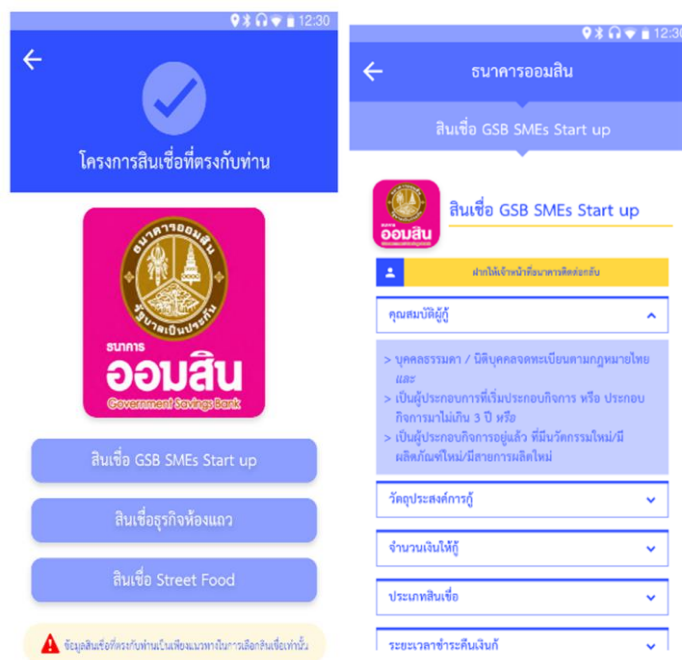
จำนวนเงินสินเชื่อสูงสุดที่จะชำระที่คืนหรือตีคืนพร้อมসাধার

สมุดเงินฝาก

โฉนดที่ดิน น.ส.3ก. หรือห้องชุด

ประมวลผล →

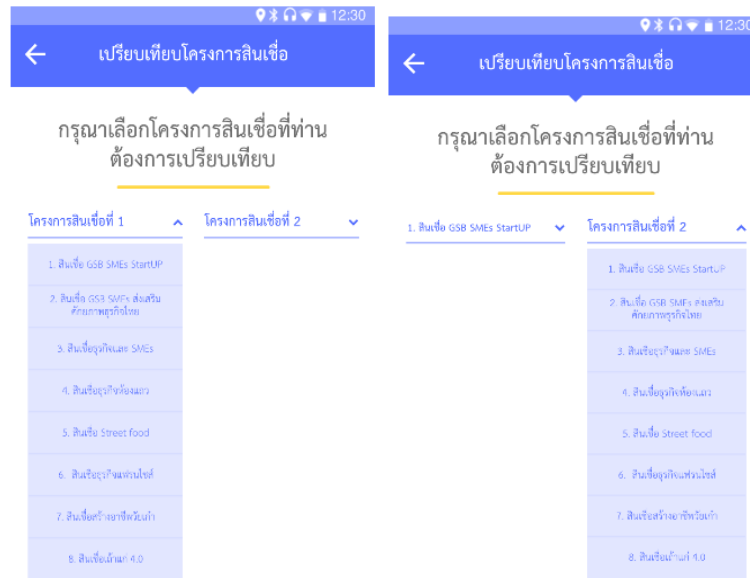
รูปที่ 5. 11 หน้าจอป้อนคำสั่งหาข้อมูลเกี่ยวกับโครงการสินเชื่อที่ตรงกับผู้ประกอบการร้านอาหาร



รูปที่ 5.12 จอแสดงผลโครงการสินเชื่อที่ตรงกับคุณสมบัติ และความต้องการสินเชื่อของผู้ประกอบการร้านอาหาร

### 1.3 เปรียบเทียบโครงการสินเชื่อ

ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเลือกโครงการสินเชื่อที่สนใจนำมาเปรียบเทียบ ตามรูปที่ 5.13 เพื่อเป็นข้อมูลความรู้ประกอบการตัดสินใจเลือกโครงการสินเชื่อที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยผลของการเลือกโครงการสินเชื่อที่นำมาเปรียบเทียบนำเสนอข้อมูล 1) คุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหารที่สามารถขอสินเชื่อในแต่ละโครงการ 2) วัตถุประสงค์ของการนำเงินกู้ไปใช้ 3) จำนวนเงินที่ธนาคารให้กู้ 4) ระยะเวลาชำระคืนเงินกู้ 5) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และ 6) หลักประกันที่สามารถนำมาเป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อ ตามรูปที่ 5.14



รูปที่ 5. 13 หน้าจอป้อนคำสั่งเลือกการเปรียบเทียบโครงการสินเชื่อที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสนใจ



รูปที่ 5. 14 หน้าจอแสดงผลการเปรียบเทียบโครงการสินเชื่อที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสนใจ

#### 1.4 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของแต่ละธนาคาร

ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้าไปเมนูอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร เพื่อเป็นข้อมูลความรู้ในการเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของแต่ละธนาคาร และสามารถเลือกใช้คำสั่งเรียงลำดับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากต่ำไปสูง และจากสูงไปต่ำได้ ตามรูปที่ 5.15 เพื่อเป็นข้อมูลความรู้ประกอบการตัดสินใจเลือกโครงการสินเชื่อของแต่ละธนาคาร

ธนาคาร	MLR	MRR	MOR	วันที่มีผล
ไทยพาณิชย์	6.025	7.370	6.870	26 ก.ค. 61
กสิกรไทย	6.250	7.120	7.120	21 ก.ย. 61
กรุงเทพ	6.250	7.125	7.125	16 พ.ค. 60
กรุงไทย	6.275	7.120	7.120	5 ส.ค. 60
ออมสิน	6.500	7.000	7.000	23 พ.ค. 60
SME Bank	6.875	8.925	n.a.	1 พ.ค. 59

MLR ( Minimum Loan Rate ) สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทเงินกู้เงินระยะยาว  
MRR ( Minimum Retail Rate ) สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้  
MOR ( Minimum Overdraft Rate ) สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี

ธนาคาร	MLR	MRR	MOR	วันที่มีผล
ออมสิน	6.500	7.000	7.000	23 พ.ค. 60
SME Bank	6.875	8.925	n.a.	1 พ.ค. 59
ไทยพาณิชย์	6.025	7.370	6.870	26 ก.ค. 61
กสิกรไทย	6.250	7.120	7.120	21 ก.ย. 61
กรุงเทพ	6.250	7.125	7.125	16 พ.ค. 60
กรุงไทย	6.275	7.120	7.120	5 ส.ค. 60

MLR ( Minimum Loan Rate ) สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทเงินกู้เงินระยะยาว  
MRR ( Minimum Retail Rate ) สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้  
MOR ( Minimum Overdraft Rate ) สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี

รูปที่ 5.15 หน้าจอแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้แต่ละธนาคาร

#### 2. เครื่องมือในการแบ่งปันความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์

ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือมีความรู้ด้านการเงิน สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้ามาหาความรู้ และแบ่งปันความรู้ผ่าน แอปพลิเคชัน Fin\_Rest โดยการเข้าใช้งานเมนู แชท แชท (Chat-chat) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการหาความรู้และ แบ่งปันความรู้

ในเมนูแชท แชท มีการจัดหมวดหมู่ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก และง่ายต่อการเข้าใช้งาน โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ลงทะเบียนเข้าใช้งานสามารถนำเสนอความคิดเห็นความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในหัวข้อใหม่ สามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อจากความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เคยมีผู้เข้าใช้งานเคยแสดงความคิดเห็นไว้ก่อนหน้า สามารถเลือกกดไลค์ความคิดเห็นที่ผู้เข้าใช้งานชื่นชอบ และแบ่งปันความคิดเห็นผ่านเฟซบุ๊กและไลน์ได้ ตามรูปที่ 5.16

นอกจากนี้ เมนูแชท แชท เป็นเครื่องมือแบ่งปันความรู้ทั้งความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) และความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) โดยที่ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเข้ามาแบ่งปันความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ ทักษะ ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารจนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเข้ามาแสดงความคิดเห็นเพื่อแบ่งปันความรู้ และประสบการณ์ในลักษณะที่เป็นความรู้โดยนัย และข้อมูลความรู้ที่เป็นลักษณะความรู้ชัดแจ้งให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารท่านอื่น ๆ ได้นำเอาความรู้ที่ได้รับการแบ่งปันจาก เมนู แชท แชท ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจร้านอาหารของตนเอง และก่อให้เกิดความรู้ใหม่ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถนำกลับมาแบ่งปันให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารท่าน อื่น ๆ ต่อไป



รูปที่ 5. 16 หน้าจอแสดงการใช้งานเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้

### 3. เครื่องมือในการจัดเก็บความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์

ในส่วนของนานาสาระความรู้การเงิน เป็นเครื่องมือในการหาความรู้ แบ่งปันความรู้ และจัดเก็บรวบรวมความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ทั้งความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) โดยนัย ซึ่งเป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล ที่มีลักษณะเป็นความรู้เฉพาะตัวจากประสบการณ์ ทักษะ ความชำนาญ ความรู้เชิงเทคนิคของผู้ประกอบการร้านอาหารแต่ละคน และความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ที่มีลักษณะเป็นลายลักษณ์อักษร จากผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่เคยเข้ามาแสดงความคิดเห็นผ่านเมนูแชท แชท และได้รับการกดไลค์จำนวนมาก

ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้ามาหาความรู้ แบ่งปันความรู้ และค้นคืนความรู้ที่ได้รับการจัดหมวดหมู่แล้ว ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเลือกอ่านข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ตามหัวข้อที่ตนสนใจ ซึ่งได้รับการเรียงลำดับตามจำนวนดาวที่ความคิดเห็นนั้น ๆ ได้รับการกดไลค์จากผู้ประกอบการร้านอาหารคนก่อนหน้าที่เคยเข้ามาอ่านความคิดเห็นนั้น และ กดไลค์ โดยที่แต่ละความคิดเห็นในแต่ละหัวข้อจะถูกเรียงลำดับจำนวนดาวจากมากไปหาน้อย ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ลงทะเบียนเข้าใช้งานสามารถกดไลค์ แสดงความคิดเห็นต่อจากผู้ใช้งานที่เคยแสดงความคิดเห็นก่อนหน้านี้ สามารถแบ่งปันความรู้ผ่านเฟซบุ๊ก และไลน์ได้ ความคิดเห็นต่าง ๆ จะถูกจัดเก็บตามหมวดหมู่ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และได้รับการให้ดาวตามสัดส่วนจำนวนไลค์ที่ได้จากผู้ประกอบการร้านอาหารที่เคยเข้ามาอ่านความคิดเห็นและกดไลค์ จำนวนดาว 3 ดาว หมายถึงความคิดเห็นที่มีจำนวนผู้กดไลค์มากที่สุด จำนวน 2 ดาว หมายถึงความคิดเห็นที่มีจำนวนผู้กดไลค์มากรองลงมา และจำนวน 1 ดาว หมายถึงความคิดเห็นที่มีจำนวนผู้กดไลค์ ซึ่งจำนวนการกดไลค์ดังกล่าวมาจากความชื่นชอบความคิดเห็นนั้น ๆ จากผู้ประกอบการร้านอาหารที่เข้าใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่เข้าใช้งานสามารถเลือกอ่านข้อมูลความรู้ที่มีผู้ชื่นชอบหรือมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากความรู้โดยนัย และความรู้ชัดแจ้งที่ผู้ประกอบการร้านอาหารเคยเข้ามาแสดงความคิดเห็นและได้รับการกดไลค์จำนวนมาก ในเมนูแชท แชท ซึ่งเป็นหัวข้อที่ได้รับการสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร จะถูกนำมาสรุปเป็นบทความเกี่ยวกับความรู้ในเรื่องนั้น ๆ โดยผู้เชี่ยวชาญความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ด้านการเงินและประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร และถูกจัดเก็บไว้อย่างเป็นหมวดหมู่ในเมนูสาระความรู้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการร้านอาหารเข้ามาหาความรู้ในเรื่องนั้น ๆ



หน้าจอบ่งชี้เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

[หน้าจอบ่งชี้เนื้อหา](#)
[บทความ](#)
[แผนธุรกิจ](#)
[ธุรกิจร้านอาหาร](#)

[หน้าจอบ่งชี้เนื้อหา](#)
[บทความ](#)
[แผนธุรกิจ](#)
[ธุรกิจร้านอาหาร](#)

**อยากกู้สินเชื่อ sme มาขายร้านอาหาร ★★★**  
 - shunee - 28 พฤศจิกายน 2560 - หน้าจอบ่งชี้เนื้อหา  
 👍 ไลค์ 21 | 🗨️ แสดงความคิดเห็น | 📌 แชร์

**สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน เป็นยังไงบ้างครับ กำลังสนใจ ★★★**  
 - หนูนุ - 17 ตุลาคม 2561 - หน้าจอบ่งชี้เนื้อหา  
 👍 ไลค์ 20 | 🗨️ แสดงความคิดเห็น | 📌 แชร์

**มีความสนใจอยากเปิดร้านก๋วยเตี๋ยวสัก 1 ร้าน แต่ต้องการกู้เงินผ่านธนาคาร คำถามคือ ออมสิน & ธกส ดีกว่ากัน ★**  
 - งามงามเมธ - 28 พฤศจิกายน 2560 - หน้าจอบ่งชี้เนื้อหา  
 👍 ไลค์ 12 | 🗨️ แสดงความคิดเห็น | 📌 แชร์

**ส่วนใหญ่ SME หาเงินแบงก์ไหนกัน**  
 - 245704324 - 13 ตุลาคม 2561 - หน้าจอบ่งชี้เนื้อหา  
 👍 ไลค์ 1 | 🗨️ แสดงความคิดเห็น | 📌 แชร์

**แผนธุรกิจ(งบการเงิน)ต้องละเอียดขนาดไหนคะ ★★★**  
 - Pee - 20 สิงหาคม 2561 - แผนธุรกิจ  
 👍 ไลค์ 14 | 🗨️ แสดงความคิดเห็น | 📌 แชร์

**เขียนแผนธุรกิจเพื่อให้ตัวเองเข้าใจ เขียนยังไงดีครับ ★★★**  
 - Tonn - 19 กรกฎาคม 2561 - แผนธุรกิจ  
 👍 ไลค์ 14 | 🗨️ แสดงความคิดเห็น | 📌 แชร์

**อยากรู้วิธีการเขียนแผน ธุรกิจ เพื่อผู้ประกอบการครับ ? ★★★**  
 - Lek - 1 มิถุนายน 2561 - แผนธุรกิจ  
 👍 ไลค์ 12 | 🗨️ แสดงความคิดเห็น | 📌 แชร์

**การเขียนแผนธุรกิจจำเป็นต้องเขียนใหม่ครับ ★**  
 - mhceee - 19 กันยายน 2561 - แผนธุรกิจ  
 👍 ไลค์ 11 | 🗨️ แสดงความคิดเห็น | 📌 แชร์

รูปที่ 5. 17 หน้าจอแสดงการเข้าใช้งานการค้นคืนความรู้

หลังจากที่ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ที่ชื่อว่า แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เสรีจลิน ผู้วิจัยจึงนำเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปทดสอบการใช้งาน และทดสอบการยอมรับการใช้งานกับผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 30 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการทดสอบการใช้งาน และการยอมรับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน ซึ่งการทดสอบการใช้งาน และการยอมรับการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เป็นการทดสอบขั้นตอนการใช้งาน และระบบปฏิบัติการของเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และสะท้อนถึงคุณลักษณะของเครื่องมือในด้านของ 1) ประโยชน์ของการใช้งาน 2) ความง่ายในการใช้งาน 3) ความต้องการใช้งาน และ 4) ประสิทธิภาพของเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อผู้วิจัยสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังขาดเครื่องมือในการจัดการความรู้ โดยเฉพาะความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มเฉพาะ โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงผลการทดสอบการใช้งาน และผลทดสอบการยอมรับเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ในลำดับถัดไป



## บทที่ 6

### การยอมรับนวัตกรรมและการนำไปพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์

การวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย (ผู้ประกอบการร้านอาหาร) 2) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร 3) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการใช้ และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร 4) เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร 5) เพื่อศึกษาการใช้งาน และการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และ 6) เพื่อนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์

โดยที่ในบทที่ 6 การยอมรับนวัตกรรมและการนำไปพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 5 และ 6 โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) ผลการทดสอบการใช้งาน และการยอมรับการใช้งานต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และ 2) การนำเสนอต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ ตามรายละเอียดดังนี้

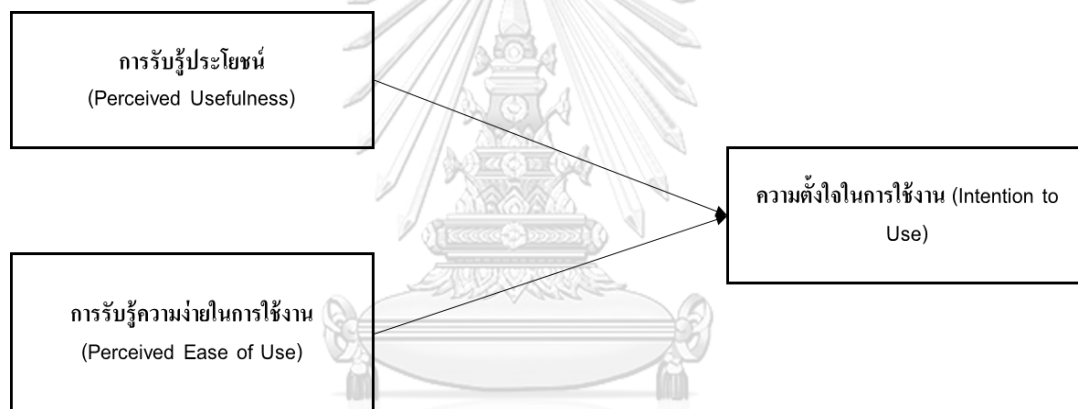
#### 6.1 ผลการทดสอบการใช้งานและการยอมรับการใช้งานต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำมาสังเคราะห์ความคิดนวัตกรรมเพื่อพัฒนาเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในประเทศไทย โดยในเบื้องต้นผู้วิจัยพัฒนาต้นแบบ (Prototype) เครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเรียกว่า แอปพลิเคชัน Fin\_Rest จำลองเว็บไซต์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการหาความรู้ แบ่งปันความรู้ จัดเก็บความรู้ในการหาเงินทุน มีฟังก์ชันการใช้งานสำหรับ 1) ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารอย่างจำกัด และ 2) ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เป็นแอปพลิเคชันจำลองเว็บไซต์ที่สามารถรองรับการทำงานบนหน้าจอกุญแจมือถือได้ทุกอุปกรณ์ (Responsive website) ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว โทรศัพท์มือถือ และอื่น ๆ ซึ่ง

อุปกรณ์เหล่านี้มีขนาดหน้าจอแตกต่างกันไป นำไปทดสอบการใช้งานต้นแบบ และการยอมรับการใช้ต้นแบบ เครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จาก

ผู้ทดลองใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest นำไปปรับปรุงและพัฒนาเป็นเว็บไซต์ที่เป็นเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ในลำดับต่อไป

เนื่องจาก เครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารมีลักษณะเป็นเทคโนโลยีที่เป็นซอฟต์แวร์ ผู้วิจัยจึงพัฒนาแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการทดสอบการใช้งานและการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest โดยที่ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามโดยนำ ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) ตามที่ Fred D. Davis 1989 ได้ศึกษาไว้ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรม ในการยอมรับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Andrew L.Comrey and Howard B.Lee 1993, Surendra 2012) ตามรูปที่ 6.1



รูปที่ 6.1 Technology Acceptance Model (TAM)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่มา Andrew L. Comrey and Howard B. Lee (1993)

### 6.1.1. การพัฒนาเครื่องมือทดสอบการใช้งานและการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest

ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) ซึ่งประกอบด้วย 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี โดยการสอบถามทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ว่าแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ใช้งานง่ายโดยการสอบถามทัศนคติในแง่ที่ตรงกับความต้องการหรือที่คาดหวังไว้จากการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest หรือไม่ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest โดยการสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest รวมถึงปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าแอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ซึ่งส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุด

จากทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยนำมาพัฒนาแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือทดสอบการใช้งานและการยอมรับการใช้งาน แอปพลิเคชัน Fin\_Rest แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อคำถามเกี่ยวกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความง่ายในการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest และข้อคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest และ 3) ข้อคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest

### 6.1.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำส่งแบบสอบถามจำนวน 20 ชุด เป็นการเก็บแบบสอบถามในรูปแบบ Paper-based survey ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารที่เคยให้สัมภาษณ์เชิงลึก และทำแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล ต่างจังหวัด ผู้วิจัยทำการคัดกรองแบบสอบถามเฉพาะชุดที่มีความสมบูรณ์ และเป็นชุดที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน ผู้วิจัยได้ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ตอบแบบสอบถาม ในรูปแบบ Paper-based survey จำนวน 16 ราย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามในรูปแบบ Online-based survey ให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 30 คน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล ต่างจังหวัด ที่เข้ามาอบรม Restaurant 4.0 รุ่นที่ 2 และ รุ่นที่ 3 ที่จัดโดย สำนักส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และผู้ประกอบการร้านอาหารรายอื่น ๆ มีผู้ประกอบการร้านอาหารที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 23 คน ผู้วิจัยคัดกรองแบบสอบถามเฉพาะชุดที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร กรอกข้อมูลครบถ้วน และมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน ได้ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ตอบแบบสอบถามในรูปแบบ Online-based survey จำนวน 14 คน รวมเป็น

ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ตอบแบบสอบถามทั้งในรูปแบบ Paper-based survey และ รูปแบบ Online-based survey ที่ตรงกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ต้องการศึกษาจำนวน 30 คน

#### 6.1.3 ผลการทดสอบการใช้งานและการยอมรับนวัตกรรม

ผลการทดสอบการใช้งานและการยอมรับแอปพลิเคชัน Fin\_Rest แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับการใช้ (Technology Acceptance Model) แอปพลิเคชัน Fin\_Rest และ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 30 คน ที่ได้ทดลองใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest และทำแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นเพศชาย ร้อยละ 70 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 30 ผู้ประกอบการร้านอาหาร ส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.3 จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.0 ส่วนมากมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.7 มีจำนวนการจ้างพนักงานประมาณ 41-50 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 สถานที่ตั้งร้านอยู่ในกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 66.7 ตามรายละเอียดในตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	21	70.0
หญิง	9	30.0
รวม	30	100.0
2. อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	4	13.3
30 – 40 ปี	13	43.3
41 – 50 ปี	4	13.3
มากกว่า 50 ปี	9	30.0
รวม	30	100.0
3. ระดับการศึกษา		
อนุปริญญา/ปวส.	2	6.7
ปริญญาตรี	18	60.0
ปริญญาโท	10	33.3
รวม	30	100.0
4. จำนวนปีประสบการณ์		
น้อยกว่า 1 ปี	11	36.7
1 ปี – ไม่เกิน 3 ปี	1	3.3
3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี	6	20.0
5 ปี – ไม่เกิน 10 ปี	4	13.3
10 ปีขึ้นไป	8	26.7
รวม	30	100.0

ตารางที่ 6.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
5. จำนวนการจ้างงานพนักงาน		
น้อยกว่า 5 คน	2	6.7
5 – 10 คน	2	6.7
11 – 20 คน	7	23.3
31 – 40 คน	5	16.7
41 - 50 คน	14	46.7
รวม	30	100.0
6. สถานที่ตั้งร้านอาหารสำนักงานใหญ่		
กรุงเทพฯ	20	66.7
ปริมณฑล	5	16.7
ต่างจังหวัด	5	16.7
รวม	30	100.0

## 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับการใช้ (Technology Acceptance Model)

ข้อคำถามเกี่ยวกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ของเครื่องมือการจัดการความรู้ (Perceived usefulness) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เครื่องมือการจัดการความรู้ (Perceived ease of use) และความตั้งใจในการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ (Intention to use) ของผู้ทดสอบการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness) ของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเห็นด้วยในระดับสูงว่า การใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ช่วยทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถหาความรู้ด้านการเงินได้ สามารถหาความรู้ด้านการเงินได้ง่ายขึ้น สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารประหยัดเวลาในการหาความรู้ด้านการเงิน ช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ด้านการเงินได้ แอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีฟังก์ชันการใช้งานที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการ ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถนำความรู้จากแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ไปใช้งานได้ แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารมีความรู้ด้านการเงินมากขึ้น ผู้ประกอบการร้านอาหารคิดว่าแอปพลิเคชัน Fin\_Rest สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้จริง โดยที่ค่าเฉลี่ยด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest อยู่ในระดับสูงที่ 3.89 จาก Likert scale 5 ตามรายละเอียดในตารางที่ 6.2

ตารางที่ 6.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ประโยชน์ของการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ด้าน	ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	1. ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest ทำให้ท่านสามารถหาข้อมูลความรู้ด้านการเงินได้	3.63	.615	สูง
	2. ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest ทำให้ท่านหาความรู้ด้านการเงินได้ง่ายขึ้น	4.13	.629	สูง
	3. ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest ช่วยให้ท่านประหยัดเวลาในการหาความรู้ด้านการเงิน	4.33	.606	สูง
	4. ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest ช่วยให้ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ด้านการเงิน	3.87	.507	สูง
	5. ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest มีฟังก์ชันการใช้งานที่ท่านต้องการ	3.90	.712	สูง
	6. ท่านสามารถนำข้อมูลความรู้จาก แอปพลิเคชัน Fin_Rest ไปใช้งานได้	3.97	.669	สูง
	7. ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest ทำให้ท่านมีความรู้ด้านการเงินมากขึ้น	3.63	.490	สูง
	8. ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้จริง	3.63	.490	สูง
ค่าเฉลี่ยด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน		3.89	.370	สูง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.0 - 2.4 = ต่ำ, 2.5 - 3.4 = ปานกลาง, 3.5 - 5.0 = สูง

จากการวิเคราะห์ข้อมูล การรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) ในการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ผู้ประกอบการร้านอาหาร เห็นด้วยในระดับสูงว่า สามารถหาความรู้ที่ต้องการจากแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ได้ง่าย สามารถแก้ไขการป้อนข้อมูลเข้าสู่แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ได้ง่าย แอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีเมนูการทำงานที่เข้าใจง่าย มีเมนูการทำงานที่ชัดเจน และสามารถใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ได้ง่าย ผู้ประกอบการร้านอาหารเห็นด้วยในระดับปานกลางว่า ลำดับการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีความง่าย โดยที่ค่าเฉลี่ยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest อยู่ในระดับสูงที่ 3.72 จาก Likert scale 5 ตามรายละเอียดในตารางที่ 6.3

ตารางที่ 6.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ด้าน	ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	1. ท่านสามารถหาข้อมูลความรู้ที่ท่านต้องการจากแอปพลิเคชัน Fin_Rest ได้ง่าย	3.77	.568	สูง
	2. ท่านสามารถป้อนข้อมูลเข้าแอปพลิเคชัน Fin_Rest ได้ง่าย	3.97	.669	สูง
	3. ท่านพบว่าลำดับการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีความง่าย	3.37	.490	ปานกลาง
	4. ท่านสามารถแก้ไขการป้อนข้อมูลเข้าสู่ แอปพลิเคชัน Fin_Rest ได้ง่ายและสะดวก	3.70	.702	สูง
	5. ท่านพบว่าแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีเมนูการทำงานที่เข้าใจง่าย	3.63	.490	สูง
	6. ท่านพบว่าแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีเมนูการทำงานที่ชัดเจน	3.77	.774	สูง
	7. ท่านพบว่าการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีความง่าย	3.83	.747	สูง
	ค่าเฉลี่ยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	3.72	.463	สูง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.0 - 2.4 = ต่ำ, 2.5 - 3.4 = ปานกลาง, 3.5 - 5.0 = สูง

CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to use) ผู้ประกอบการร้านอาหารเห็นด้วยในระดับสูงว่า การใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ได้ผลที่น่าพอใจ ผู้ประกอบการร้านอาหารมีความมั่นใจในความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ผู้ประกอบการร้านอาหารมีความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ผู้ประกอบการร้านอาหารมีความสนใจและอยากใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ผู้ประกอบการร้านอาหารเห็นด้วยในระดับปานกลางว่าแอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีคุณภาพ โดยที่ค่าเฉลี่ยความตั้งใจในการใช้งานอยู่ในระดับสูงที่ 3.63 จาก Likert scale 5 ตามรายละเอียดในตารางที่ 6.4



ตารางที่ 6.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความตั้งใจในการใช้งานเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ด้าน	ข้อความคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความตั้งใจในการใช้งาน
ความตั้งใจในการใช้งาน	1. การใช้งาน แอปพลิเคชัน Fin_Rest ได้ผลที่น่าพอใจ	3.50	.509	สูง
	2. ท่านมีความมั่นใจในความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin_Rest	3.70	.466	สูง
	3. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีคุณภาพ	3.37	.490	ปานกลาง
	4. ท่านมีความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin_Rest	3.83	.531	สูง
	5. ท่านมีความสนใจและอยากใช้งาน แอปพลิเคชัน Fin_Rest	3.77	.568	สูง
	ค่าเฉลี่ยด้านความตั้งใจในการใช้งาน	3.63	.345	สูง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.0 - 2.4 = ต่ำ, 2.5 - 3.4 = ปานกลาง, 3.5 - 5.0 = สูง

### 3. ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest

จากการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ผู้ประกอบการร้านอาหาร เห็นด้วยในระดับสูงว่า ผลลัพธ์ที่ได้จากการป้อนข้อมูลในแอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีความถูกต้อง ผลลัพธ์ที่ได้จากการป้อนข้อมูลในแอปพลิเคชัน Fin\_Rest เข้าใจได้ง่าย ลำดับขั้นตอนการทำงานของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีความชัดเจน แอปพลิเคชัน Fin\_Rest สามารถประมวลผลได้รวดเร็ว การเชื่อมโยงจากหน้าที่ใช้งานอยู่ไปหน้าถัดไปที่ต้องการมีความถูกต้อง แอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีความน่าเชื่อถือ แอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีประสิทธิภาพ โดยที่ค่าเฉลี่ยด้านประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest อยู่ในระดับสูงที่ 3.63 จาก Likert scale 5 ตามรายละเอียดในตารางที่ 6.5

ตารางที่ 6.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพของกรใช้งานเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร

ด้าน	ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้ประสิทธิภาพของระบบ
ประสิทธิภาพของระบบ	1. ท่านพบว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการป้อนข้อมูลในแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีความถูกต้อง	3.63	.490	สูง
	2. ท่านพบว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการป้อนข้อมูลในแอปพลิเคชัน Fin_Rest เข้าใจได้ง่าย	3.70	.466	สูง
	3. ท่านพบว่าลำดับขั้นตอนการทำงานของแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีความชัดเจน	3.77	.430	สูง
	4. ท่านพบว่าแอปพลิเคชัน Fin_Rest สามารถประมวลผลได้รวดเร็ว	3.90	.803	สูง
	5. ท่านพบว่าการเชื่อมโยงจากหน้าที่ท่านใช้งานอยู่ ไปหน้าถัดไปที่ท่านต้องการมีความถูกต้อง	3.83	.747	สูง
	6. ท่านพบว่าแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีความน่าเชื่อถือ	3.97	.669	สูง
	7. ท่านพบว่าแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีประสิทธิภาพ	3.70	.596	สูง
	ค่าเฉลี่ยด้านประสิทธิภาพของระบบ	3.79	.437	สูง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.0 - 2.4 = ต่ำ, 2.5 - 3.4 = ปานกลาง, 3.5 - 5.0 = สูง

## CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากข้อความเกี่ยวกับความสนใจและอยากใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงิน พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 26 คน จาก 30 คน คิดเป็นร้อยละ 86.67 ให้ความสนใจและอยากใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ตามแสดงในตาราง 6.6

ตารางที่ 6.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสนใจและอยากใช้งานเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงิน

ข้อความคำถาม	สนใจ		ไม่สนใจ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านมีความสนใจและอยากใช้งานแอปพลิเคชัน Fin_Rest	26	86.7	4	13.3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานและการยอมรับการใช้งานต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 5 ได้ว่า ผู้ประกอบการร้านอาหาร รับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness) ของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest สูงสุดที่ค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาผู้ประกอบการร้านอาหาร มีความเห็นว่าแอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีประสิทธิภาพที่ค่าเฉลี่ย 3.79 ผู้ประกอบการร้านอาหารรับรู้ความง่าย (Perceived ease of use) ในการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ค่าเฉลี่ย 3.72 และ มีความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to use) แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ที่ค่าเฉลี่ยน้อยสุดที่ 3.63 จาก Likert scale 5 และมีผู้ประกอบการร้านอาหารมีความสนใจและอยากใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ร้อยละ 86.7

## 6.2 การนำเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารสู่เชิงพาณิชย์

### 6.2.1 ลักษณะของเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นต้นแบบ (Prototype) เครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีการจัดการนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร (Fin\_Rest) เป็นเว็บไซต์ที่จะมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้าถึงความรู้ แบ่งปันความรู้ และเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นหมวดหมู่ ประกอบด้วยความรู้ในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำบัญชี ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ และความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ โดยมีลักษณะเป็นเว็บไซต์ที่สามารถรองรับการทำงานบนหน้าจอกูปรณ์เคลื่อนที่ได้ทุกอุปกรณ์ (Responsive website) ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โทรศัพท์มือถือ และอื่น ๆ ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้มีขนาดหน้าจอแตกต่างกันไป เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่มีเวลาในการหาความรู้สามารถจัดการความรู้ด้านการเงินได้แบบทุกที่ทุกเวลา

โดยในเบื้องต้น ผู้วิจัยได้พัฒนาแอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นต้นแบบ (Prototype) ที่จำลองเว็บไซต์การจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ในการหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการจัดเก็บความรู้ในการหาเงินทุน (Financing) ก่อน เนื่องจากการหาเงินทุนเพื่อมาเริ่มดำเนินกิจการ เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน เพื่อขยายกิจการมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจขนาดเล็ก ผู้วิจัยพัฒนาแอปพลิเคชัน Fin\_Rest เพื่อนำไปทดสอบการใช้งาน และการยอมรับการใช้งานเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากผู้ทดลองใช้นำไปปรับปรุง และพัฒนาเว็บไซต์เครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในด้านอื่น ๆ ในลำดับต่อไป

#### 6.2.2 ความโดดเด่นของเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

1. แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อเป็นแหล่งรวมข้อมูลความรู้เฉพาะเจาะจงความรู้ด้านการเงิน เฉพาะสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เนื่องจากลักษณะทางธรรมชาติของธุรกิจร้านอาหารที่มีความแตกต่างจากธุรกิจประเภทอื่น จึงทำให้ลักษณะการบริหารจัดการด้านการเงินมีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างจากธุรกิจประเภทอื่น
2. ผู้ประกอบการร้านอาหารหน้าใหม่สามารถใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นเครื่องมือที่ช่วยทำให้สามารถเข้าถึงความรู้ และได้รับการแบ่งปัน ความรู้ ประสบการณ์จากผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเอง
3. ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้และประสบการณ์ หรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารก็สามารถเข้ามาหาความรู้ แบ่งปันความรู้และประสบการณ์ผ่านแอปพลิเคชัน Fin\_Rest
4. แอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีฟังก์ชันการใช้งานในลักษณะเป็นเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร
5. แอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีฟังก์ชันการใช้งานในลักษณะเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้และประสบการณ์ที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร เคยเข้ามาแบ่งปันข้อมูลโดยมีการจัดเก็บข้อมูลเป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายต่อการค้นคืนความรู้ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการ
6. แอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีลักษณะเป็นเว็บไซต์ที่สามารถรองรับการทำงานบนหน้าจอกุญแจมือ เครื่องขยายได้ทุกอุปกรณ์ (Responsive website) ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว โทรศัพท์มือถือ และอื่น ๆ ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้มีขนาดหน้าจอแตกต่างกันไป ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา

7. แอปพลิเคชัน Fin\_Rest มีฟังก์ชันที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร สามารถแจ้งให้สถาบันการเงินที่ต้องการขอสินเชื่อติดต่อกลับได้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ไม่มีเวลาออกไปติดต่อกับสถาบันการเงินเพื่อทำธุรกรรมในการขอสินเชื่อ
8. แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ได้รับการพัฒนาจากงานวิจัยในบริบทเฉพาะความรู้ด้านการเงิน และบริบทของผู้ประกอบการร้านอาหารจึงเหมาะที่จะเป็นแหล่งรวมความรู้ และเป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

### 6.2.3 โครงสร้างเงินทุน และโครงสร้างองค์กร บุคลากร และหน้าที่ความรับผิดชอบ

#### 1. โครงสร้างเงินทุน

เนื่องจากผู้วิจัยได้รับ ทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์สำหรับนิสิต ครั้งที่ 2 ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2560 ปีงบประมาณ 2561 จึงนำทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์เป็นทุนตั้งต้น และลงทุนเพิ่มเติมอีกส่วนหนึ่งเพื่อนำมาพัฒนาแอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

#### 2. โครงสร้างองค์กร บุคลากร และหน้าที่ความรับผิดชอบ

เนื่องจาก Fin\_Rest เป็นกิจการเพิ่งเริ่มก่อตั้งและมีขนาดเล็กจึงดำเนินงานโดยทีมงานผู้วิจัยในหลักสูตรธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเพื่อร่วมงานในหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการแบ่งส่วนงานตามภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่การตลาด
2. เจ้าหน้าที่พัฒนาและดูแลแอปพลิเคชัน Fin\_Rest
3. เจ้าหน้าที่ดูแลและให้บริการสมาชิกในการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest

### 6.2.4 แผนการบริหารจัดการ

แผนการบริหารจัดการ Fin\_Rest ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วิสัยทัศน์ เป็นผู้นำแห่งแพลตฟอร์มเครื่องมือการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก
2. พันธกิจ
  - 2.1 Fin\_Rest มีพันธกิจในการเป็นผู้นำในด้านเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
  - 2.2 มีการวิจัย ปรับปรุง และพัฒนาเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กอย่างต่อเนื่อง

- 2.3 พัฒนารูปแบบธุรกิจให้สามารถสร้างรายได้ และมีกำไรในที่สุด
- 2.4 สร้างพันธมิตรทางธุรกิจให้สนับสนุนการวิจัย ปรับปรุง และพัฒนาเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กอย่างต่อเนื่อง
3. เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ
- Fin\_Rest มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจระยะสั้นในเวลา 2 ปี และระยะยาวในเวลา 5 ปี ตามรายละเอียดดังนี้
- 3.1 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจระยะสั้นในเวลา 2 ปี
1. Fin\_Rest มีเป้าหมายสามารถถึงจุดคุ้มทุน (Break-even point)
  2. Fin\_Rest มีเป้าหมายมีกลุ่มผู้ลงทะเบียนเข้าใช้งานประมาณ 50,000 ราย
  3. Fin\_Rest มีเป้าหมายสามารถสร้างการรับรู้การมีอยู่ของเว็บไซต์ Fin\_Rest และการยอมรับจากผู้ประกอบการร้านอาหารในการใช้งานเว็บไซต์ Fin\_Rest
  4. Fin\_Rest มีเป้าหมายสามารถสร้างการรับรู้การมีอยู่ของเว็บไซต์ Fin\_Rest และการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ธนาคารภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์ ผู้ให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจ
  5. Fin\_Rest มีเป้าหมายมีพันธมิตรซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นธนาคารภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่น ๆ ที่สนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก จำนวน 3 - 5 ราย
  6. Fin\_Rest มีเป้าหมายมีพันธมิตรซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ซึ่งเป็นสถาบันการเงินขนาดเล็กอื่น ๆ (Micro finance) ที่ให้สินเชื่อผู้ประกอบการรายย่อย ธุรกิจที่ให้บริการให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ และธุรกิจผู้ให้บริการผู้ประกอบการร้านอาหารในด้านอื่น ๆ จำนวน 8 - 10 ราย
  7. พัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ Fin\_Rest ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นผู้ใช้งาน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง

### 3.2 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจระยะยาวในเวลา 5 ปี

1. Fin\_Rest มีเป้าหมายสามารถสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนในเว็บไซต์ Fin\_Rest
2. Fin\_Rest มีเป้าหมายมีกลุ่มผู้ลงทะเบียนเข้าใช้งานประมาณ 200,000 ราย
3. Fin\_Rest มีเป้าหมายสามารถสร้างการรับรู้การมีอยู่ของเว็บไซต์ Fin\_Rest และการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ธนาคารภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์ ผู้ให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจ
4. Fin\_Rest มีเป้าหมายมีพันธมิตรซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นธนาคารภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่น ๆ ที่สนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก จำนวน 8 – 10 ราย
5. Fin\_Rest มีเป้าหมายมีพันธมิตรซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ซึ่งเป็นสถาบันการเงินขนาดเล็กอื่น ๆ (Micro finance) ที่ให้สินเชื่อผู้ประกอบการรายย่อย ธุรกิจที่ให้บริการให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ และธุรกิจผู้ให้บริการผู้ประกอบการร้านอาหารในด้านอื่น ๆ จำนวน 15 - 20 ราย
6. พัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ Fin\_Rest ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นผู้ใช้งาน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง

#### 6.2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการนำเว็บไซต์ Fin\_Rest พัฒนาสู่เชิงพาณิชย์

การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakness) ในการพัฒนาเว็บไซต์ Fin\_Rest สู่เชิงพาณิชย์เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในของเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ในการพัฒนาเว็บไซต์ Fin\_Rest สู่เชิงพาณิชย์เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ Fin\_Rest สู่เชิงพาณิชย์ ตามรายละเอียดดังนี้

##### 1. จุดแข็ง

- 1.1 จุดแข็งของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest คือ เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ได้รับการพัฒนามาจากการศึกษา วิเคราะห์ และวิจัยเชิงวิชาการว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีพฤติกรรมในการหาความรู้ จัดเก็บความรู้ แบ่งปันความรู้ และนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้อย่างไร ความรู้การเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารด้านใดบ้างที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการ และมีความสัมพันธ์กับการหาความรู้ จัดเก็บความรู้ แบ่งปันความรู้ และนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้อย่างไร ลักษณะการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ จัดเก็บความรู้ แบ่งปันความรู้ และนำความรู้ด้าน

การเงินไปประยุกต์ใช้มีความสัมพันธ์กับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีในการหาความรู้ จัดเก็บความรู้ และแบ่งปันความรู้ อย่างไร

- 1.2 แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ เฉพาะเจาะจงความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารซึ่งมีความเป็นลักษณะเฉพาะแตกต่างจากผู้ประกอบการธุรกิจประเภทอื่น
- 1.3 แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ที่มีลักษณะสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ได้แบบทุกที่ ทุกเวลาผ่านอินเทอร์เน็ต จึงสามารถตอบเจตจำนงของผู้ประกอบการร้านอาหารที่โดยธรรมชาติของธุรกิจขนาดเล็กผู้ประกอบการต้องดูแลธุรกิจอย่างใกล้ชิด และลักษณะทางธรรมชาติของธุรกิจร้านอาหารที่ต้องเปิดร้านทั้งวันและทุกวันทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร ไม่มีเวลาในการหาความรู้
- 1.4 แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารซึ่งเป็นกลุ่มที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก และ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรองสนใจในการขยายฐานลูกค้าของตนเอง

## 2. จุดอ่อน

- 2.1 แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นแบรนด์ของแอปพลิเคชันที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก และยังไม่มีความน่าเชื่อถือในกลุ่มองค์กรที่มีหน้าที่ดูแลสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก
- 2.2 แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเท่านั้น

## 3. โอกาส

- 3.1 ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และมีแนวโน้มขยายตัวตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นโอกาสที่ เว็บไซต์ Fin\_Rest จะได้รับการตอบรับจากองค์กรที่หน่วยงานภาครัฐ ธนาคารของภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงิน องค์กรธุรกิจที่ให้บริการให้คำปรึกษาด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการร้านอาหาร
- 3.2 รัฐบาลมีนโยบายให้การสนับสนุน และส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กให้สามารถพึ่งพาตนเองได้
- 3.3 ผู้ประกอบการร้านอาหารยังขาดแหล่งความรู้ด้านการเงิน และเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร



#### 4. อุปสรรค

- 4.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารมิได้ให้ความสำคัญกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

#### 6.2.6 แผนการตลาด

ผู้วิจัยจัดทำแผนการตลาดตามเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ 1) เป้าหมายทางการตลาดในระยะเวลา 2 ปี และ 2) เป้าหมายทางการตลาดในระยะเวลา 5 ปี ตามรายละเอียดดังนี้

##### เป้าหมายทางการตลาดในระยะเวลา 2 ปี

1. สามารถถึงจุดคุ้มทุน (Break-even point)
2. มีกลุ่มผู้ลงทะเบียนเข้าใช้งานประมาณ 50,000 ราย
3. สามารถสร้างการรับรู้และการยอมรับของผู้ใช้ Fin\_Rest ในหน่วยงานภาครัฐ ที่มีหน้าที่ดูแลสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ธนาคารภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์ ผู้ให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจ
4. มีพันธมิตรซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักจำนวน 5 ราย ซึ่งเป็นธนาคารภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินอื่น ๆ ที่สนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก
5. มีพันธมิตรซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองจำนวน 10 ราย ซึ่งเป็นสถาบันการงานขนาดเล็กอื่น ๆ ผู้ให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการในด้านอื่น ๆ ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร

##### เป้าหมายทางการตลาดในระยะเวลา 5 ปี

1. มีผลตอบแทนจากการลงทุนใน Fin\_Rest ตั้งแต่ปีที่ 3 เป็นต้นไป
2. มีกลุ่มผู้ลงทะเบียนเข้าใช้งานระบบจำนวนประมาณ 200,000 ราย
3. สามารถสร้างการรับรู้และการยอมรับของผู้ใช้ Fin\_Rest ในหน่วยงานภาครัฐ ที่มีหน้าที่ดูแลสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ธนาคารภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์ ผู้ให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจ และผู้ประกอบการ มากขึ้น
4. มีพันธมิตรซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักจำนวน 10 ราย ซึ่งเป็นธนาคารภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่น ๆ ที่สนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก
5. มีพันธมิตรซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองจำนวน 20 ราย ซึ่งเป็นสถาบันการงานขนาดเล็กอื่น ๆ ผู้ให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการในด้านอื่น ๆ ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร

### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่เข้าใช้งาน หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ และผู้ที่ต้องการหาความรู้ และแบ่งปันความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก หมายถึง ธนาคารภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่น ๆ ที่สนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก
3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง หมายถึง สถาบันการงานขนาดเล็กอื่น ๆ ผู้ให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการในด้านอื่น ๆ ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบสินค้าและบริการของตนเอง

#### 6.2.7 กลยุทธ์การตลาด

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่เข้าใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ และผู้ที่ต้องการหาความรู้ และแบ่งปันความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก หมายถึง ธนาคารภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่น ๆ ที่สนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก และ 3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองหมายถึง สถาบันการงานขนาดเล็กอื่น ๆ ผู้ให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการในด้านอื่น ๆ ให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบสินค้าและบริการของตนเอง ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดจึงแบ่งตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่เข้าใช้งาน

กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่เข้าใช้งาน หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ และผู้ที่ต้องการหาความรู้ และแบ่งปันความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยการใช้การโฆษณา และการตลาดออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 1.1 การใช้การโฆษณา

เป็นเครื่องมือทางการตลาด ที่ใช้สื่อสารกับกลุ่มผู้ใช้งานผ่านเว็บไซต์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นการโฆษณาประโยชน์ของความรู้ด้านการเงิน เครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงิน และการเข้ามาใช้งานเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงิน Fin\_Rest โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารรู้จักแอปพลิเคชัน Fin\_Rest และอยากทดลองเข้ามาใช้งาน

การที่ผู้ประกอบการร้านอาหารได้ทดลองเข้ามาใช้งานในการหาความรู้ในการหาเงินทุน แล้วเลือกเข้าไปดูข้อมูลสินเชื่อของแต่ละธนาคารที่น่าเสนอสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการ ทั้งในลักษณะการเข้ามาหาข้อมูลความรู้ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร มีข้อมูลความรู้ และความเข้าใจในการขอสินเชื่อมาก เป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเลือกโครงการสินเชื่อที่ตรงกับคุณสมบัติและความต้องการของผู้ประกอบการร้านอาหาร และยังทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก หมายถึง ธนาคารของภาครัฐ และธนาคารพาณิชย์มีโอกาสขยายฐานลูกค้าสินเชื่อในกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กได้

## 1.2 การใช้การตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์ เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ได้มากขึ้น และทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารรู้จักแอปพลิเคชัน Fin\_Rest มากขึ้นโดยการสร้าง Content marketing เช่น คลิปวิดีโอให้ความรู้เกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในด้านต่าง ๆ ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ แนะนำแอปพลิเคชัน Fin\_Rest และการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูป และ อื่น ๆ

## 2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก หมายถึงธนาคารของภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่น ๆ ที่สนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก โดยที่การนำเสนอประโยชน์จากนำเสนอโครงการสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กใน แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เน้นกลยุทธ์การทำตลาดทางตรง และการประชาสัมพันธ์ตามรายละเอียดดังนี้

### 2.1 การทำตลาดทางตรง

การทำตลาดทางตรง ผ่านตัวแทนเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทเข้าถึงผู้บริหารของแต่ละธนาคาร และสถาบันการเงิน ซึ่งให้เห็นถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสินเชื่อของแต่ละธนาคารเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest และเข้าดูข้อมูลโครงการสินเชื่อของแต่ละธนาคาร เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างฐานลูกค้าสินเชื่อให้แต่ละธนาคาร หรือสถาบันการเงินแต่ละแห่ง ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักนี้ เป็นแหล่งที่มาของรายได้จากทุกครั้งที่มีการผู้ประกอบการร้านอาหาร เลือกเมนูเข้าดูข้อมูลสินเชื่อของแต่ละธนาคาร เป็นรายได้ในลักษณะ pay per click

## 2.2 การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ และนำเสนอข้อมูลแอปพลิเคชัน Fin\_Rest โดยจะทำการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ด้วยการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เพื่อให้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าใจลักษณะการใช้งาน ประโยชน์ของ แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ต่อกลุ่มผู้ใช้งาน และประโยชน์ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเชิงพาณิชย์ และเข้าร่วมกิจกรรม ออกงานต่าง ๆ เกี่ยวกับ ผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มผู้ใช้งานรู้จักแอปพลิเคชัน Fin\_Rest มากขึ้น

### 3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง หมายถึงสถาบันการเงินขนาดเล็ก (Micro finance) อื่น ๆ ผู้ให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการในด้านอื่น ๆ ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบสินค้าและบริการของตนเอง โดยที่การนำเสนอประโยชน์จากการเช่าพื้นที่โฆษณาใน แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เน้นกลยุทธ์การทำตลาดทางตรง และการประชาสัมพันธ์ตามรายละเอียด ดังนี้

#### 3.1 การทำตลาดทางตรง

การทำตลาดทางตรงเป็นการทำตลาดผ่านตัวแทนเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัท เข้าถึงผู้บริหารของแต่ละบริษัทที่ให้บริการสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการรายย่อย ให้คำปรึกษาด้านการเงินธุรกิจ หรือให้บริการด้านอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการร้านอาหารในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านอาหารรับบริการต่าง ๆ ของผู้ให้บริการผู้ประกอบการร้านอาหารและสามารถสร้างฐานลูกค้าให้แก่ผู้ให้บริการผู้ประกอบการร้านอาหารนั้น ๆ ได้

#### 3.2 การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ และนำเสนอข้อมูลแอปพลิเคชัน Fin\_Rest โดยจะทำการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชัน Fin\_Rest ด้วยการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ให้เข้าใจลักษณะการใช้งาน ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest ต่อกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารผู้เข้ามาใช้งานแอปพลิเคชัน Fin\_Rest และประโยชน์ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองในเชิงพาณิชย์ที่มีโอกาสได้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ออกงานต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองรู้จักแอปพลิเคชัน Fin\_Rest มากขึ้น

### 6.2.8 แนวทางการต่อยอดผลิตภัณฑ์

ในการนำเสนอเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร Fin\_Rest มาแสวงหาผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์นั้น สามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งมีความเหมาะสมสำหรับธุรกิจแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงชีวิต ของธุรกิจ (Business Life cycle)

1. Licensing หมายถึง การให้สิทธิในการหาประโยชน์จากการทำ Licensing agreement โดยมีแนวทางทำกับหน่วยงานภาครัฐ หรือองค์กรภาคเอกชน ที่ส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก เป็นการให้ความรู้ด้านการเงิน
2. Strategic alliance หมายถึง การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ มีการลงทุนร่วมกัน โดยร่วมลงทุนกับหน่วยงานภาครัฐที่สนใจ



## บทที่ 7

### บทสรุป ข้อจำกัด และข้อเสนอแนะ

ในบทที่ 7 กล่าวถึงบทสรุป ข้อจำกัด และข้อเสนอแนะจากการงานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย” ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 7.1 บทสรุป

7.1.1 ที่มาของการศึกษาวิจัยเรื่องนวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ธุรกิจขนาดเล็กมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และมีอัตราการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ธุรกิจร้านอาหารมีขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่เนื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารมีความรู้ด้านการเงิน ประสบการณ์ในการบริหารจัดการด้านการเงินอย่างจำกัด ขาดแหล่งข้อมูลความรู้และเครื่องมือการจัดการความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับผลประโยชน์ของธุรกิจ จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารเผชิญกับความล้มเหลวทางธุรกิจ ดังนั้นเพื่อช่วยให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ด้านการเงิน และเพื่อลดอัตราความล้มเหลวของผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยจึงศึกษาวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถหาความรู้ แบ่งปันความรู้ มีแหล่งจัดเก็บข้อมูลความรู้เกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร แบบทุกที่ทุกเวลา ก็จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดอัตราการเผชิญหน้ากับความล้มเหลวของธุรกิจได้ระดับหนึ่ง

7.1.2 คำถามงานวิจัย และวัตถุประสงค์งานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ในองค์กรขนาดใหญ่ องค์กรขนาดเล็กและในระดับผู้ประกอบการ ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก และเครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ จึงทำให้ผู้วิจัยมีคำถามสำหรับงานวิจัยประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นอย่างไร สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นอย่างไร ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารด้านใดบ้างที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการ และสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือ และความต้องการเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นอย่างไร นำมาซึ่งวัตถุประสงค์ในการวิจัยประกอบด้วย เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้และความต้องการเครื่องมือการ

จัดการความรู้ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย (ผู้ประกอบการร้านอาหาร) เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อศึกษาการใช้งานและการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารและนำเสนอต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารสู่เชิงพาณิชย์

### 7.1.3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative approach) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative approach) ใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้างเก็บข้อมูลเชิงลึก (Insight) จากผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 18 คน โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อนำข้อมูลเชิงลึกนำไปพัฒนาแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 208 คน โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงิน สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้และความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson's correlation เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการหาความรู้ ระดับการจัดเก็บความรู้ ระดับการแบ่งปันความรู้ และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ว่ามีความสัมพันธ์อย่างไรกับระดับความต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในแต่ละด้านเพียงพอซึ่งประกอบด้วย ความรู้ในการหาเงินทุน ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ ความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้ ว่าความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารด้านใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับระดับการหาความรู้ ระดับการจัดเก็บความรู้ ระดับการแบ่งปันความรู้ และระดับการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

ผู้วิจัยวิเคราะห์การจัดกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร (Cluster analysis) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบเป็นขั้นต้น (Hierarchical cluster analysis technique) และเทคนิคการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบไม่เป็นขั้นต้น (Non-hierarchical cluster analysis technique หรือ K mean cluster analysis technique) เพื่อหาลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหาร (Entrepreneur's profile) ที่ต้องการเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยใช้การทดสอบคอครันคิว (Cochran Q test) และ การทดสอบแมคเนียร์ (McNemar with manual Bonferroni test) เพื่อวิเคราะห์สภาพ

ปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการหาความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารซึ่งประกอบด้วย เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ บล็อก และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารซึ่งประกอบด้วย การจดในสมุด การเก็บในคอมพิวเตอร์ และการเก็บในแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีการแบ่งปันความรู้ของผู้ประกอบการร้านอาหารซึ่งประกอบด้วย ไลน์ เฟซบุ๊ก บล็อก และยูทูบ และนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณมาสังเคราะห์ความคิดวัตกรรมเพื่อนำไปพัฒนาต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

#### 7.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสามารถตอบคำถามงานวิจัย และวัตถุประสงค์งานวิจัย เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหารได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับการหาความรู้มากที่สุด และให้ความสำคัญกับการจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ในส่วนของสภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินและความต้องการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญและต้องการความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุนเพื่อนำมาเริ่มต้นลงทุนในกิจการ เพื่อนำมาเป็นสภาพคล่องในการบริหารจัดการ และนำมาขยายธุรกิจ รองลงมาผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญและต้องการความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจเพื่อเตรียมความพร้อมของกิจการ นอกจากนี้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่าการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ผู้ประกอบการร้านอาหารใช้เว็บไซต์และเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสามารถแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านอาหารหรือมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารอย่างจำกัด และกลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านอาหารหรือมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยที่ผู้ประกอบการกลุ่มแรกมีพฤติกรรมในการหาความรู้เช่นเดียวขอยากให้มีเครื่องมือในการหาความรู้ที่มีลักษณะง่ายต่อการใช้งาน เลือกเมนูการใช้งานเพียง 2 – 3 ครั้งก็สามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ต้องการได้ และมีได้มีพฤติกรรมในการแบ่งปันความรู้เนื่องจากไม่มีเครือข่ายผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน ผู้ประกอบการร้านอาหารกลุ่มที่ 2 มีพฤติกรรมในการหาความรู้และแบ่งปันความรู้ ผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่มยังขาดเครื่องมือในการจัดการความรู้เฉพาะด้านความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร



#### 7.1.5 การพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำมาพัฒนาเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยแบ่งกลุ่มผู้ใช้งานเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านอาหารหรือมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารอย่างจำกัด และกลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านอาหารหรือมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้วิจัยพัฒนาเครื่องมือการจัดการความรู้ที่มีลักษณะการใช้งานที่ง่ายและไม่ซับซ้อน เพียงกดเลือกเมนูที่ต้องการ 2 – 3 ครั้งผู้ประกอบการร้านอาหารกลุ่มแรกก็สามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ต้องการได้ ในส่วนของผู้ประกอบการกลุ่มที่ 2 ผู้วิจัยพัฒนาเครื่องมือจัดการความรู้ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูลความรู้ มีฟังก์ชันการใช้งานที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถแบ่งปันความรู้ผ่านฟังก์ชัน แชท แชท (Chat chat) และมีฟังก์ชันการใช้งานเครื่องมือจัดเก็บความรู้ผ่านฟังก์ชัน นานาสาระความรู้ ที่เป็นแหล่งรวบรวมความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีผู้ประกอบการร้านอาหารหรือผู้เชี่ยวชาญได้เคยมาแสดงความคิดเห็น และได้รับการกดไลค์ และถูกให้ดาวว่าเป็นความเห็นที่มีผู้ประกอบการร้านอาหารที่เข้ามาใช้งานให้ความชื่นชมว่ามีประโยชน์ และมีฟังก์ชันที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้ามาอ่านข้อมูลความรู้ด้านการเงินในเรื่องต่าง ๆ ที่ได้เคยได้รับการกดไลค์จำนวนมาก และมีผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านอาหารหรือมีความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารนำความคิดเห็นต่าง ๆ ในฟังก์ชัน แชท แชท ที่ประกอบด้วยความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) ที่มาจากประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และเทคนิคต่าง ๆ ของผู้ประกอบการร้านอาหาร และความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ที่มีลักษณะเป็นลานลักษณะอักษร ถูกนำมาเขียนสรุปเป็นบทความให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเข้ามาหาข้อมูลความรู้ที่ได้ถูกรวบรวมและกลั่นกรองจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร

#### 7.1.6 การทดสอบการใช้ และการยอมรับเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

จากการพัฒนาต้นแบบการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารนี้เรียกว่า “แอปพลิเคชัน Fin\_Rest” เป็น Web application ที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร แบ่งลักษณะของผู้เข้ามาใช้งานออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่มีความรู้ หรือประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารมากนัก และ 2) กลุ่มผู้ประกอบการที่มีความรู้ หรือมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร โดยมีลักษณะการเข้าใช้งานที่แตกต่างกันจึงมีการไหลของข้อมูล (Flow) ของเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินที่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้ประกอบการที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารมากนัก มีวัตถุประสงค์การเข้ามาใช้งานในการหาข้อมูลความรู้ที่ต้องการเพียง

อย่างเดียว โดยการคัดเลือกเมนู 2 – 3 ครั้งเพื่อสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ต้องการได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารมีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้งานทั้ง หาข้อมูลความรู้ และแบ่งปันความรู้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ที่ได้ทดลองใช้ต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ และตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ของเครื่องมือ การรับรู้ความง่ายในการใช้เครื่องมือ ความตั้งใจในการใช้งาน พบว่าผู้ประกอบการรับรู้ถึงประโยชน์ของเครื่องมือมากที่สุด รองลงมาผู้ประกอบการคิดว่าเครื่องมือการจัดการความรู้มีประสิทธิภาพ รับรู้ว่าการใช้เครื่องมือมีความง่ายต่อการใช้งาน และมีความตั้งใจในการใช้งาน ตามลำดับ

#### 7.1.7 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

จากงานวิจัย “นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย” นำมาซึ่งประโยชน์ในเชิงวิชาการ (Academic contribution) สามารถต่อยอดและเติมช่องว่างงานวิจัย (Research gap) จากทฤษฎีและแนวคิดการจัดการความรู้จากองค์กรขนาดใหญ่ที่สนับสนุนให้พนักงานในองค์กรสามารถหาความรู้ จัดเก็บความรู้ แบ่งปันความรู้ และนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในงานที่ดูแลรับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านเครื่องมือการจัดการความรู้ที่ได้รับการพัฒนามาเพื่อใช้ในการจัดการความรู้ภายในองค์กร (In-house knowledge management system) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลความรู้และเครื่องมือจัดการความรู้ในองค์กรขนาดใหญ่ มาสู่แนวคิดการจัดการความรู้ในระดับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กที่ให้ความสำคัญกับการหาความรู้และนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเอง ผู้ประกอบการร้านอาหารมิได้ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บและแบ่งปันความรู้ ผู้ประกอบการร้านอาหารไม่สามารถหาความรู้จากภายในองค์กรได้เนื่องจากข้อจำกัดทางธุรกิจขององค์กรขนาดเล็กที่มีเงินทุนจำกัด ไม่สามารถจ้างบุคลากรได้จำนวนมาก จึงไม่สามารถแบ่งการทำงานออกเป็นหลายส่วนงานและหลายลำดับที่ทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้ระหว่างส่วนงาน จากผู้บริหารสู่หัวหน้างาน หรือสู่พนักงานในระดับปฏิบัติการ ประกอบกับผู้ประกอบการร้านอาหารไม่สามารถพัฒนาเครื่องมือจัดการความรู้ของตนเองได้ จึงจำเป็นต้องหาความรู้จากภายนอกองค์กรผ่านเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการร้านอาหารกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร และมีความรู้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารก็ต้องการแบ่งปันความรู้แต่เนื่องจากไม่มีเครือข่ายผู้ประกอบการในธุรกิจเดียวกัน และขาดเครื่องมือจัดการความรู้จึงทำให้ไม่สามารถแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารได้

นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีได้ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บความรู้ จึงมิได้มีการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบเพื่อให้สามารถค้นคืนความรู้กลับมาใช้ได้ง่าย ผู้ประกอบการร้านอาหารมักเก็บความรู้โดยการจำ หรือการจดลงสมุดบันทึกทำให้เมื่อผู้ประกอบการต้องการค้นคืนความรู้เพื่อนำกลับมาประยุกต์ใช้ประสบปัญหาไม่สามารถจำข้อมูลความรู้ที่เคยหามาไม่ได้ หรือจำไม่ได้ว่าเคยจดข้อมูลความรู้ไว้ที่ไหน ดังนั้นหากผู้ประกอบการมีเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้เข้าช่วยก็จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ จัดเก็บความรู้ แบ่งปันความรู้ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเองได้

ผลของการวิจัยนี้สามารถต่อยอดและเติมช่องว่างงานวิจัย จากทฤษฎีและแนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจโดยทั่วไป มาสู่แนวคิดความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจแต่ละประเภทแตกต่างกันไปตามแต่ละบริบทของผู้ประกอบการ โดยที่ในบริบทของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กให้ความสำคัญและต้องการความรู้ในการหาเงินทุนเพื่อนำมาลงทุนเริ่มต้นกิจการ นำมาเป็นสภาพคล่องในการดำเนินกิจการ และนำมาขยายกิจการ รองลงมาผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญและต้องการความรู้ในการทำแผนธุรกิจซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในการทำธุรกิจ และมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาว

งานวิจัยนี้นำมาซึ่งประโยชน์ที่ได้รับเชิงการนำไปปฏิบัติ (Practitioner contribution) ผู้ประกอบการร้านอาหารมีเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้สามารถเข้าถึง จัดเก็บ แบ่งปัน และนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารไปประยุกต์ใช้ องค์กรภาครัฐ เอกชน นักวิชาการ ธนาคาร ผู้ให้คำปรึกษาด้านการเงิน สามารถนำแนวคิด ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปพัฒนาต่อยอดเป็นเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านอื่น ๆ สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร เช่น ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร ความรู้ด้านการตลาดธุรกิจร้านอาหารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital marketing)

นอกจากนี้ งานวิจัยนี้นำมาซึ่งประโยชน์ที่ได้รับทางสังคม (Social contribution) ในการการพัฒนาต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นการสร้างชุมชน (Community) ของผู้ประกอบการร้านอาหารให้สามารถเข้าถึง แบ่งปัน ค้นคืน ข้อมูลความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการเข้าใช้งานเครื่องมือการจัดการความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ สามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น หน่วยงานภาครัฐสามารถนำเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารไปใช้ในการให้ความรู้ด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการร้านอาหาร และเมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารมีแหล่งความรู้และเครื่องมือการจัดการความรู้ โดยเฉพาะความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารมากขึ้น ช่วยทำ

ให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยลดอัตราความล้มเหลวของธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งมีผลต่ออัตราการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศ

## 7.2 ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยเรื่องนวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารยังมีข้อจำกัดงานวิจัยหลายประการประกอบด้วย

1. งานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการเงินเท่านั้น ทำให้สามารถใช้งานได้เฉพาะในบริบทของการจัดการความรู้ด้านการเงิน และเป็นความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

2. เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจาก ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 18 คน และนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมาพัฒนาแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้ประกอบการร้านอาหารเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงิน 6 ด้าน โดยที่อาจมีความรู้ด้านการเงิน อื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการ แต่มิได้นำมาศึกษาในครั้งนี้ ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงความรู้ด้านการเงินอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจเพื่อลดอัตราความล้มเหลวของธุรกิจร้านอาหาร

3. ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณและระยะเวลาในการพัฒนาด้านแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ทำให้อาจมีความบกพร่องในรูปแบบการนำเสนอข้อมูลความรู้รายละเอียดของข้อมูลความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องการ หากแต่สามารถใช้เป็นแนวทางและต้นแบบเครื่องมือการจัดการความรู้ที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ให้เป็นเครื่องมือจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสิทธิภาพ และมีความสมบูรณ์มากขึ้นเพื่อนำไปสู่การใช้งานจริงในเชิงพาณิชย์

### 7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กเพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาพัฒนาแบบสอบถามนั้น ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณและเวลา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารที่เข้ามารับการอบรมหลักสูตร Restaurant 4.0 ที่จัดขึ้นโดยสำนักส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าในช่วงเดือนสิงหาคม 2560 ซึ่งส่วนมากเป็นผู้ประกอบการที่ยังไม่มีความรู้ และประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารมากนัก จึงอาจทำให้ข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไม่มีความหลากหลายในด้านของความรู้ด้านการเงินที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการ ดังนั้น เพื่อให้ข้อมูลความต้องการความรู้ด้านการเงินที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการมีความครอบคลุมมากขึ้น จึงควรมีการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความรู้ และมีประสบการณ์ในการประกอบกิจการร้านอาหารเพื่อทราบในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสบการณ์ว่า ความรู้ด้านการเงินอะไรบ้างที่ผู้ประกอบการร้านอาหารควรทราบ





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก 1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์	ความหมาย
n	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	ค่าเฉลี่ย
SD	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$\beta$	ค่าเบต้า
p	p-value
K_Fin	ความรู้ในการหาเงินทุน
K_Ac	ความรู้ในการทำบัญชี
K_Ca	ความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด
K_Co	ความรู้ในการคำนวณต้นทุน
K_Biz	ความรู้ในการทำแผนธุรกิจ
K_Fea	ความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้
KA_Fin	การหาความรู้ในการหาเงินทุน
KA_Ac	การหาความรู้ในการทำบัญชี
KA_Ca	การหาความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด
KA_Co	การหาความรู้ในการคำนวณต้นทุน
KA_Biz	การหาความรู้ในการทำแผนธุรกิจ
KA_Fea	การหาความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้
KA_All	การหาความรู้ด้านการเงิน

สัญลักษณ์	ความหมาย
KSR_Fin	การจัดเก็บความรู้ในการหาเงินทุน
KSR_Ac	การจัดเก็บความรู้ในการทำบัญชี
KSR_Ca	การจัดเก็บความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด
KSR_Co	การจัดเก็บความรู้ในการคำนวณต้นทุน
KSR_Biz	การจัดเก็บความรู้ในการทำแผนธุรกิจ
KSR_Fea	การจัดเก็บความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้
KSR_All	การจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน
KS_Fin	การแบ่งปันความรู้ในการหาเงินทุน
KS_Ac	การแบ่งปันความรู้ในการทำบัญชี
KS_Ca	การแบ่งปันความรู้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด
KS_Co	การแบ่งปันความรู้ในการคำนวณต้นทุน
KS_Biz	การแบ่งปันความรู้ในการทำแผนธุรกิจ
KS_Fea	การแบ่งปันความรู้ในการศึกษาความเป็นไปได้
KS_All	การแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน
KAP_Fin	การนำความรู้การหาเงินทุนไปประยุกต์ใช้
KAP_Ac	การนำความรู้การทำบัญชีไปประยุกต์ใช้
KAP_Ca	การนำความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสดไปประยุกต์ใช้
KAP_Co	การนำความรู้การคำนวณต้นทุนไปประยุกต์ใช้
KAP_Biz	การนำความรู้การทำแผนธุรกิจไปประยุกต์ใช้
KAP_Fea	การนำความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ไปประยุกต์ใช้
KAP_All	การนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้
KM	การจัดการความรู้ด้านการเงิน



สัญลักษณ์	ความหมาย
NKAT_Fin	ความต้องการเครื่องมือในการหาความรู้การลงทุน
NKAT_Ac	ความต้องการเครื่องมือในการหาความรู้การทำบัญชี
NKAT_Ca	ความต้องการเครื่องมือในการหาความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด
NKAT_Co	ความต้องการเครื่องมือในการหาความรู้การคำนวณต้นทุน
NKAT_Biz	ความต้องการเครื่องมือในการหาความรู้การทำแผนธุรกิจ
NKAT_Fea	ความต้องการเครื่องมือในการหาความรู้การศึกษาความเป็นไปได้
NKAT_All	ความต้องการเครื่องมือในการหาความรู้ด้านการเงิน
NKSRT_Fin	ความต้องการเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้การลงทุน
NKSRT_Ac	ความต้องการเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้การทำบัญชี
NKSRT_Ca	ความต้องการเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด
NKSRT_Co	ความต้องการเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้การคำนวณต้นทุน
NKSRT_Biz	ความต้องการเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้การทำแผนธุรกิจ
NKSRT_Fea	ความต้องการเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้การศึกษาความเป็นไปได้
NKSRT_All	ความต้องการเครื่องมือในการจัดเก็บความรู้ด้านการเงิน
NKST_Fin	ความต้องการเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้การลงทุน
NKST_Ac	ความต้องการเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้การทำบัญชี
NKST_Ca	ความต้องการเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสด
NKST_Co	ความต้องการเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้การคำนวณต้นทุน
NKST_Biz	ความต้องการเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้การทำแผนธุรกิจ
NKST_Fea	ความต้องการเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้การศึกษาความเป็นไปได้
NKST_All	ความต้องการเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้ด้านการเงิน
NKAPT_Fin	ความต้องการเครื่องมือในการนำความรู้การลงทุนไปประยุกต์ใช้
NKAPT_Ac	ความต้องการเครื่องมือในการนำความรู้การทำบัญชีไปประยุกต์ใช้
NKAPT_Ca	ความต้องการเครื่องมือในการนำความรู้การบริหารสภาพคล่องเงินสดไปประยุกต์ใช้
NKAPT_Co	ความต้องการเครื่องมือในการนำความรู้การคำนวณต้นทุนไปประยุกต์ใช้
NKAPT_Biz	ความต้องการเครื่องมือในการนำความรู้การทำแผนธุรกิจไปประยุกต์ใช้
NKAPT_Fea	ความต้องการเครื่องมือในการนำความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ไปประยุกต์ใช้
NKAPT_All	ความต้องการเครื่องมือในการนำความรู้ด้านการเงินไปประยุกต์ใช้
NKMT	ความต้องการเครื่องมือในการจัดการความรู้

ภาคผนวก 2 แบบสอบถามสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ สภาพปัจจุบันและความต้องการความรู้  
ด้านการเงิน และเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร



### แบบสอบถาม

สภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ สภาพปัจจุบันและความต้องการความรู้ด้าน  
การเงิน และสภาพปัจจุบันการใช้และความต้องการเทคโนโลยีการ  
จัดการความรู้ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการธุรกิจ  
ร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย



นางสาวปณิตา ราชแพทยาคม

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชา ธุรกิจเทคโนโลยีการจัดการนวัตกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถามงานวิจัยเรื่อง

### สภาพปัจจุบัน ความต้องการความรู้ และเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย

ข้าพเจ้า นางสาวปณิตา ราชแพทยาคม นิสิตปริญญาเอก สหสาขาวิชา ธุรกิจเทคโนโลยีการจัดการนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันกำลังทำโครงการวิจัย ภายใต้การควบคุมของ รศ. ดร.มงคลชัย วิริยะพินิจ ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี รศ.ดร. นกุล คูหะโรจนานนท์ ภาควิชาคณิตศาสตร์ และวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ และอาจารย์ ดร.สุภารัตน์ ตันทองศักดิ์กุล ภาควิชาการเงินและการธนาคาร คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ สภาพปัจจุบัน ความต้องการความรู้ และเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมได้จะนำไปสู่การพัฒนาระบบการประเมินความรู้ด้านการเงินของผู้ประกอบการ และนวัตกรรมจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ท่านผู้ประกอบการสามารถขอทราบผลสรุปของการวิจัยโดยการติดต่อผู้วิจัยได้โดยตรง

การตอบแบบสอบถามของท่านจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลเป็นรายบุคคล ข้อมูลของท่านจะถูกนำมาใช้ เพื่อการศึกษาเท่านั้น และจะถูกเก็บไว้เป็นความลับมีเพียงผู้วิจัยและผู้ควบคุมการวิจัยเท่านั้นที่จะทราบข้อมูล ผลของงานวิจัยจะถูกรายงานในลักษณะสรุปข้อมูล กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อ โดยอิงจากความรู้ ประสบการณ์ ความเห็น และความเชื่อของท่าน การตอบแบบสอบถามของท่านในครั้งนี้ไม่มีค่าตอบแทนหรือผิด ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณสำหรับความอนุเคราะห์ที่ท่านได้สละเวลาตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้ ท่านสามารถติดต่อผู้วิจัยเกี่ยวกับการศึกษาครั้งนี้ได้ที่ เบอร์โทร 089-969-3015 อีเมล [Panita.r@student.chula.ac.th](mailto:Panita.r@student.chula.ac.th)

### คำนิยามศัพท์ในแบบสอบถาม

ความรู้	หมายถึง	ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์และความเชื่อในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
ร้านอาหารขนาดเล็ก	หมายถึง	ร้านอาหารที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน
ความรู้เกี่ยวกับการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร	หมายถึง	ความรู้เกี่ยวกับการเงินที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการร้านอาหาร เช่น การหาเงินทุน การทำบัญชี การบริหารสภาพคล่องเงินสด การคำนวณต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหาร การทำแผนธุรกิจร้านอาหาร การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร และความรู้ด้านการเงินอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการร้านอาหาร
ความรู้เกี่ยวกับการหาแหล่งเงินทุน (Financing)	หมายถึง	ความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการฯ ระเบียบ วิธีการ ขั้นตอนในการขอกู้เงินจากธนาคาร เพื่อมาลงทุนในธุรกิจร้านอาหาร
ความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี (Accounting) การบันทึกบัญชี (Accounting Record) หรือการทำรายงานทางบัญชี (Accounting Report)	หมายถึง	การบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับเงินที่รับเข้ามาจากการขายสินค้าหรือบริการ และเงินที่จ่ายออกไป เช่น บันทึกรายรับ-รายจ่าย รวมถึงการจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน เช่น งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด หรือ งบการเงินอื่น ๆ
ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด (Cash Management) ธุรกิจร้านอาหาร	หมายถึง	ความรู้ในการบริหารจัดการให้มีเงินสดหมุนเวียนเข้ามาสู่ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
ความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุน (Cost Calculation) ธุรกิจร้านอาหาร	หมายถึง	ความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร เช่น ต้นทุนวัตถุดิบอาหาร ค่าเช่า ค่าจ้างพนักงาน การคำนวณต้นทุนอาหารรายเมนู การคำนวณจุดคุ้มทุน
แผนธุรกิจ ( Business Plan) ร้านอาหาร	หมายถึง	แผนการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารที่วิเคราะห์รายละเอียดในแง่มุมต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เช่น การวิเคราะห์ตลาด การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคต่างๆ ของธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ธุรกิจร้านอาหาร	หมายถึง	การศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดร้าน หรือขยายร้าน เป็นการประมาณการเงินลงทุน รายได้ ค่าใช้จ่าย ระยะเวลาคืนทุน ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจร้านอาหาร
ระยะเวลาคืนทุน	หมายถึง	ระยะเวลาที่ทำให้เงินได้รับสุทธิที่ได้จากธุรกิจ มีมูลค่าเท่ากับเงินที่ลงทุนในธุรกิจ
กำไรสุทธิ	หมายถึง	รายได้ หักด้วยค่าใช้จ่าย
อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	หมายถึง	กำไรสุทธิเปรียบเทียบกับยอดขาย
จุดคุ้มทุน (Break-even Point)	หมายถึง	ระดับของรายได้ที่เท่ากับค่าใช้จ่ายทั้งหมดของกิจการ เป็นจุดที่กิจการไม่มีผลกำไรหรือขาดทุน

แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

เรื่อง "สภาพปัจจุบัน ความต้องการความรู้ และเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน  
สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในประเทศไทย"

คำชี้แจงแบบสอบถาม:

แบบสอบถามนี้สำหรับท่านเจ้าของกิจการเท่านั้น เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับ สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงิน และความต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ฯ

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงิน และความต้องการเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน

**ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม**

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

- 1 เพศ  
 ชาย  หญิง
- 2 อายุ  
 น้อยกว่า 30 ปี  30 – 40 ปี  
 41 – 50 ปี  มากกว่า 50 ปี
- 3 ระดับการศึกษาสูงสุดหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับ  
 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  
 อนุปริญญา/ปวส  ปริญญาตรี  
 ปริญญาโท  ปริญญาเอก  
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 4 สาขาวิชาที่ท่านสำเร็จการศึกษาในทุกระดับ (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)  
 บัญชี/การเงิน/การตลาด/บริหารธุรกิจ  วิทยาศาสตร์  
 ศิลปศาสตร์  วิศวกรรมศาสตร์  
 การจัดการธุรกิจร้านอาหาร/การท่องเที่ยว/การโรงแรม  เทคโนโลยีสารสนเทศ  
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

- 5 ท่านทำหน้าที่อะไรในร้านอาหารของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ดูแลด้านการเงิน และบัญชี | <input type="checkbox"/> ดูแลด้านการปรุงอาหาร               |
| <input type="checkbox"/> ดูแลด้านการตลาด          | <input type="checkbox"/> ดูแลคิดสูตรอาหาร/รายการอาหารใหม่ ๆ |
| <input type="checkbox"/> ดูแลด้านการบริหารทั่วไป  | <input type="checkbox"/> ดูแลด้านอื่น ๆ โปรดระบุ.....       |
- 6 ก่อนท่านมาเปิดกิจการร้านอาหารของท่านเอง ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เรียนทำอาหารมาก่อน                              | <input type="checkbox"/> เป็นเจ้าของกิจการประเภทอื่นที่ไม่เกี่ยวกับร้านอาหาร |
| <input type="checkbox"/> เป็นพนักงานในร้านอาหาร หรือธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร | <input type="checkbox"/> เป็นพนักงานบริษัททั่วไปไม่ใช่ร้านอาหาร              |
| <input type="checkbox"/> ที่บ้านท่านทำธุรกิจร้านอาหาร                    | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....                                |
- 7 จำนวนปีประสบการณ์ในการเป็นเจ้าของกิจการร้านอาหารจนถึงปัจจุบัน
- |   |  |
|---|--|
| <input type="radio"/> น้อยกว่า 1 ปี       | <input type="radio"/> 1 ปี – ไม่เกิน 3 ปี  |
| <input type="radio"/> 3 ปี – ไม่เกิน 5 ปี | <input type="radio"/> 5 ปี – ไม่เกิน 10 ปี |
| <input type="radio"/> 10 ปีขึ้นไป         |  |
- 8 ท่านมีจำนวนร้าน (สาขา) ที่ท่านเป็นเจ้าของ ทั้งหมด
- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <input type="radio"/> 1 ร้าน(สาขา) | <input type="radio"/> 2 ร้าน(สาขา)          |
| <input type="radio"/> 3 ร้าน(สาขา) | <input type="radio"/> 4 ร้าน(สาขา)          |
| <input type="radio"/> 5 ร้าน(สาขา) | <input type="radio"/> มากกว่า 5 ร้าน (สาขา) |
- 9 ท่านหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร จาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ไลน์กรุ๊ป                   | <input type="checkbox"/> การอ่านหนังสือ/นิตยสาร                                 |
| <input type="checkbox"/> เฟซบุ๊ก                     | <input type="checkbox"/> สอบถามจากคนรู้จัก                                      |
| <input type="checkbox"/> บล็อก                       | <input type="checkbox"/> สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ/ผู้มีประสบการณ์ทำร้านอาหาร       |
| <input type="checkbox"/> แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ | <input type="checkbox"/> การเข้าร่วมประชุม/อบรมสัมมนา/งานแสดงนิทรรศการ          |
| <input type="checkbox"/> เว็บไซต์                    | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....                                   |
| <input type="checkbox"/> ยูทูป                       | <input type="checkbox"/> มิได้มีการหาความรู้เกี่ยวกับการเงินสำหรับผู้ประกอบการฯ |
- 10 ท่านมีการเก็บข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> จดบันทึกในสมุด  | <input type="checkbox"/> เก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> เก็บไว้ในโทรศัพท์มือถือ                                     | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....        |
| <input type="checkbox"/> มิได้มีการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการเงินสำหรับผู้ประกอบการฯ |  |
- 11 ท่านมีการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารให้คนที่ท่านรู้จักอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> แบ่งปันความรู้ผ่านไลน์กรุ๊ป (Line Group)                              | <input type="checkbox"/> แบ่งปันความรู้โดยเล่าให้ฟังต่อหน้า     |
| <input type="checkbox"/> แบ่งปันความรู้ผ่านเฟซบุ๊ก (Face Book)                                 | <input type="checkbox"/> แบ่งปันความรู้โดยเล่าให้ฟังทางโทรศัพท์ |
| <input type="checkbox"/> แบ่งปันความรู้ผ่านบล็อก (Blogs)                                       | <input type="checkbox"/> แบ่งปันความรู้ผ่านวิธีการประชุม        |
| <input type="checkbox"/> แบ่งปันความรู้ผ่านยูทูป (YouTube)                                     | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....                   |
| <input type="checkbox"/> มิได้มีการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการเงินสำหรับผู้ประกอบการฯ ให้คนอื่น |   |

12 ท่านมีการนำความรู้เกี่ยวกับการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารนำมาปรับใช้กับร้านของท่านอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ตอนที่หาเงินทุนเพื่อมาลงทุนในร้านอาหารของท่าน (Financing)
- มีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำบัญชี (Accounting)
- มีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสด (Cash Management) ธุรกิจร้านอาหาร
- มีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการคำนวณต้นทุน (Cost Calculation) ที่เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร
- มีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำแผนธุรกิจ (Business Plan) ร้านอาหาร
- มีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study)
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- มิได้มีการนำความรู้เกี่ยวกับการเงินสำหรับผู้ประกอบการฯ มาประยุกต์ใช้

13 ท่าน ต้องการ ความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุนเพื่อมาลงทุนในร้านอาหารของท่าน (Financing)
- ความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี (Accounting) เช่น การทำบันทึกรายรับรายจ่าย การทำงานกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด หรืองบการใ้
- ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด (Cash Management) ธุรกิจร้านอาหาร
- ความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุน (Cost Calculation) ที่เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร
- ความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ (Business Plan) ร้านอาหาร
- ความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ธุรกิจร้านอาหาร เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าควรเปิดร้านอาหารหรือ
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตัวเลือกที่ตรงกับธุรกิจร้านอาหารของท่านมากที่สุด

1 ร้านอาหารของท่านมีการจดทะเบียนในนาม

- บุคคลธรรมดา
- นิติบุคคล
- มิได้มีการจดทะเบียน (ข้ามไปตอบข้อ 3)
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2 กิจการของท่านจดทะเบียนนิติบุคคลประเภท

- ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล (หสน.)
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด (หจก.)
- บริษัทจำกัด (บจก.)
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3 ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ (ร้าน) ของท่าน

- กรุงเทพฯ
- ปริมณฑล
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4 ร้านอาหารร้าน (สาขา) แรกของท่านเปิดดำเนินการมาแล้ว

- น้อยกว่า 1 ปี
- 1 ปี - ไม่เกิน 3 ปี
- 3 ปี - ไม่เกิน 5 ปี
- 5 ปี - ไม่เกิน 10 ปี
- 10 ปีขึ้นไป





- 12 ท่านสามารถทำผู้ทำบัญชี (Accounting) ทำบันทึกบัญชี (Accounting Record) หรือทำรายงานทางบัญชี (Accounting Report) ได้บ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- |                          |                      |                          |               |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|---------------|
| <input type="checkbox"/> | บันทึกรายรับ-รายจ่าย | <input type="checkbox"/> | งบกำไรขาดทุน  |
| <input type="checkbox"/> | งบดุล                | <input type="checkbox"/> | งบกระแสเงินสด |
| <input type="checkbox"/> | อื่น ๆ โปรดระบุ..... |                          |               |
- 13 บุคคลใดในกิจการของท่านเป็นผู้บริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจของท่าน (Cash Management) (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- |                          |                      |                          |                               |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | ตัวท่านเอง           | <input type="checkbox"/> | ผู้ร่วมลงทุน                  |
| <input type="checkbox"/> | พนักงานในร้าน        | <input type="checkbox"/> | ฝ่ายบัญชี/การเงิน             |
| <input type="checkbox"/> | อื่น ๆ โปรดระบุ..... | <input type="checkbox"/> | ไม่มีการบริหารสภาพคล่องเงินสด |
- 14 บุคคลใดในกิจการของท่านเป็นผู้คำนวณต้นทุน (Cost calculation) เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- |                          |                      |                          |                              |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | ตัวท่านเอง           | <input type="checkbox"/> | ผู้ร่วมลงทุน                 |
| <input type="checkbox"/> | พนักงานในร้าน        | <input type="checkbox"/> | ฝ่ายบัญชี/การเงิน            |
| <input type="checkbox"/> | อื่น ๆ โปรดระบุ..... | <input type="checkbox"/> | ไม่มีการคำนวณต้นทุนการธุรกิจ |
- 15 บุคคลใดในกิจการของท่านเป็นผู้จัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) ร้านอาหาร (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- |                          |                      |                          |                      |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | ตัวท่านเอง           | <input type="checkbox"/> | ผู้ร่วมลงทุน         |
| <input type="checkbox"/> | ฝ่ายบัญชี/การเงิน    | <input type="checkbox"/> | จ้างบุคคลภายนอกทำให้ |
| <input type="checkbox"/> | อื่น ๆ โปรดระบุ..... | <input type="checkbox"/> | ไม่มีการทำแผนธุรกิจ  |
- 16 บุคคลใดในกิจการของท่านเป็นผู้ทำ การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ธุรกิจร้านอาหาร ก่อนเปิดดำเนินการ เพื่อช่วยตัดสินใจว่าควรเปิดร้านหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- |                          |                      |                          |  |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | ตัวท่านเอง           | <input type="checkbox"/> | ผู้ร่วมลงทุน                                     |
| <input type="checkbox"/> | ฝ่ายบัญชี/การเงิน    | <input type="checkbox"/> | จ้างบุคคลภายนอกทำให้                             |
| <input type="checkbox"/> | อื่น ๆ โปรดระบุ..... | <input type="checkbox"/> | ไม่มีการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ ก่อนเปิดร้าน |

### ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตัวเลือกที่ท่านเห็นสมควร

#### ความรู้เกี่ยวกับการหาเงินกู้ (Financing) เพื่อมาลงทุนในธุรกิจ

1. คุณเจนเนตร เป็นเจ้าของร้าน เบบี ชาร์ค ทำธุรกิจร้านอาหารทะเลมา 1 ปี มีได้จดทะเบียนในรูปบริษัท มีจำนวน 10 โต๊ะ เนื่องจากมีลูกค้าเข้าร้านแน่นทุกวัน ลูกค้าต้องรอคิวโต๊ะเป็นเวลานาน ดังนั้น คุณเจนเนตรต้องการขยายร้านให้ใหญ่ขึ้นเป็น 30 โต๊ะ โดยต้องใช้เงินลงทุนในการขยายร้าน จำนวน 200,000 บาท ปัจจุบันคุณเจนเนตรไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ แต่คุณหมิงเตอซึ่งเป็นคุณอายินดีที่จะค้ำประกันเงินกู้ให้ จากคุณสมบัติดังกล่าวคุณเจนเนตร ควรทำเรื่องขอกู้เงินเพื่อมาลงทุนขยายกิจการจากธนาคารใด
  - ก. ธนาคาร A ปลอยให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป โดยสามารถใช้บุคคลค้ำประกันเงินกู้ได้
  - ข. ธนาคาร B ปลอยให้ผู้ประกอบการประเภทบุคคลธรรมดา ที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป
  - ค. ธนาคาร C ปลอยเงินกู้ผู้ประกอบการประเภทบุคคลธรรมดา ที่เพิ่งเริ่มประกอบกิจการอายุไม่เกิน 3 ปี โดยใช้บุคคลค้ำประกันเงินกู้ได้
  - ง. ธนาคาร D ปลอยเงินกู้ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนในรูปบริษัท ที่เพิ่งเริ่มประกอบกิจการอายุไม่เกิน 3 ปี โดยใช้บุคคลค้ำประกันเงินกู้ได้

#### ความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี (Accounting) การทำบันทึกบัญชี (Accounting Record) หรือรายงานทางบัญชี (Accounting Report)

2. คุณชาคริตเจ้าของร้านปานามา ต้องการทราบว่าสิ้นเดือน ร้านของเขามีผลการดำเนินงานเป็นกำไรเท่าไร คุณชาคริตควรพิจารณาจากอะไร
 

ก. รายได้ ค่าใช้จ่าย	ข. รายได้ ค่าใช้จ่าย หนี้สิน ทุน
ค. รายได้ ค่าใช้จ่าย หนี้สิน สินทรัพย์	ง. เงินสด รายได้ ค่าใช้จ่าย

#### ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด (Cash Management) ธุรกิจร้านอาหาร

3. คุณภัทรลดาเจ้าของร้าน PAT Burger ต้องการเงินสดมาใช้หมุนเวียนในกิจการช่วงสั้น ๆ ข้อใดต่อไปนี้เป็นคุณภัทรลดาไม่ควรทำ
  - ก. ทำเรื่องขอกู้ยืมเงินระยะสั้นจากธนาคาร เพื่อนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ
  - ข. กดเงินสดจากบัตรเครดิตของตัวเอง เพื่อนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในร้านไปก่อน
  - ค. คุณภัทรลดาไปขอยืมเงินคุณไตรภพมาก่อน เพื่อนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ
  - ง. ไม่ควรทำทุกกรณี

#### ความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุน (Cost Calculation) ที่เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร

4. คุณศิวินยาเป็นเจ้าของร้านข้าวกะเพราผัดคน ขายเป็นมัดกะเพราจานละ 50 บาท โดยมีต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยแล้วจานละ 20 บาท มีต้นทุนค่าเช่าร้านเดือนละ 15,000 บาท ค่าจ้างพนักงานในร้านเดือนละ 10,000 บาท และค่าน้ำ-ค่าไฟเดือนละ 5,000 บาท (รวมเป็นเดือนละ 30,000 บาท) คุณศิวินยาต้องขายข้าวผัดกะเพราให้ได้เดือนละกี่จานจึงจะถึงจุดคุ้มทุน (Break-even point)

หมายเหตุ: Break-even point หมายถึง ระดับของรายได้ที่เท่ากับค่าใช้จ่ายทั้งหมดของกิจการ เป็นจุดที่กิจการไม่มีผลกำไรหรือขาดทุน

- |              |              |
|--------------|--------------|
| ก. 1,000 จาน | ข. 1,500 จาน |
| ค. 1,800 จาน | ง. 2,000 จาน |

### ความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ (Restaurant Business Plan) ร้านอาหาร

5. คุณมูตา เป็นเจ้าของร้านอาหารอิตาเลียนแห่งหนึ่ง กำลังจัดทำแผนธุรกิจร้านอาหารเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการขอกู้เงินธนาคารมาเปิดสาขาเพิ่ม ข้อมูลต่อไปนี้ไม่จำเป็นต้องใส่ในแผนธุรกิจ
- แผนการตลาด โดยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการเปิดร้านอาหารของท่าน
  - แผนการดำเนินงานว่าจะขายอะไรบ้าง
  - การประมาณการรายได้ และค่าใช้จ่ายของกิจการ
  - สูตรอาหารการทำสปาเก็ตตี้ ซอสครีม

### ความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ (Restaurant Feasibility Study) ธุรกิจร้านอาหาร

6. คุณมาร์ค มีแผนเปิดร้านต้มหมตบิงซู ซึ่งใช้เงินลงทุน 1,000,000 บาท ประมาณการว่าจะมีรายได้เดือนละ 130,000 บาท ค่าใช้จ่ายเดือนละ 300,000 บาท กำไรสุทธิเดือนละ 100,000 บาท คุณมาร์คต้องใช้เวลาประมาณกี่เดือนจึงจะคืนทุน (ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาที่ใช้ในการลงทุน เพื่อให้กระแสเงินสดรับสุทธิที่ได้จากการลงทุนเท่ากับเงินลงทุนไป)
- ประมาณ 6 เดือน
  - ประมาณ 8 เดือน
  - ประมาณ 10 เดือน
  - ประมาณ 14 เดือน

ส่วนที่ 4: ข้อคำถามเกี่ยวกับ สภาพปัจจุบันความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ฯ									
กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเห็นของท่าน (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด (2) เห็นด้วยน้อย (3) เห็นด้วยปานกลาง (4) เห็นด้วยมาก (5) เห็นด้วยมากที่สุด									
4.1 ความรู้เกี่ยวกับการหาเงินทุน (Financing)				เห็นด้วย					
				น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
1	ท่านมีความรู้เพียงพอในการหาเงินกู้ เพื่อนำมาลงทุนในร้านอาหารของท่าน				1	2	3	4	5
2	ท่านสามารถหาเงินกู้ เพื่อนำมาลงทุนในร้านอาหารของท่านได้				1	2	3	4	5
4.2 ความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี (Accounting): การทำบันทึกบัญชี (Accounting Record) เช่น บันทึกการรับ-รายจ่าย หรือการทำรายงานทางบัญชี (Accounting Report) เช่น งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด หรือ งบอื่น ๆ				เห็นด้วย					
				น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
1	ท่านมีความรู้เพียงพอในการทำบันทึกบัญชี หรือ การทำรายงานทางบัญชี ร้านอาหารของท่าน				1	2	3	4	5
2	ท่านสามารถทำบันทึกบัญชี หรือ การทำรายงานทางบัญชีร้านอาหารของท่านได้				1	2	3	4	5
4.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสด (Cash Management) ธุรกิจร้านอาหาร				เห็นด้วย					
				น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
1	ท่านมีความรู้เพียงพอในการบริหารสภาพคล่องเงินสดร้านอาหารของท่าน				1	2	3	4	5
2	ท่านสามารถบริหารสภาพคล่องเงินสดร้านอาหารของท่านได้				1	2	3	4	5
4.4 ความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุน (Cost Calculation) ที่เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร				เห็นด้วย					
				น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
1	ท่านมีความรู้เพียงพอในการคำนวณต้นทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารของท่าน				1	2	3	4	5
2	ท่านสามารถคำนวณต้นทุนที่เกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหารของท่านได้				1	2	3	4	5

4.5 ความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ ( Business Plan) ร้านอาหาร		เห็นด้วย				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	ท่านมีความรู้เพียงพอในการทำแผนธุรกิจร้านอาหารของท่าน	1	2	3	4	5
2	ท่านสามารถทำแผนธุรกิจร้านอาหารของท่านได้	1	2	3	4	5
4.6 ความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ธุรกิจร้านอาหาร		เห็นด้วย				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	ท่านมีความรู้เพียงพอในการทำ การศึกษาความเป็นไปได้ ธุรกิจร้านอาหารของท่าน ร้านอาหาร เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าควรเปิดร้านอาหารหรือไม่	1	2	3	4	5
2	ท่านสามารถทำ การศึกษาความเป็นไปได้ ธุรกิจร้านอาหารของท่านได้ ร้านอาหาร เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าควรเปิดร้านอาหารหรือไม่	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 5: ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ฯ						
กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเห็นของท่าน (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด (2) เห็นด้วยน้อย (3) เห็นด้วยปานกลาง (4) เห็นด้วยมาก (5) เห็นด้วยมากที่สุด						
5.1 การหาข้อมูลความรู้ (Knowledge Acquisition)		เห็นด้วย				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	หากท่านต้องการเงินกู้จากธนาคารเพื่อมาลงทุนในร้านอาหารของท่าน ท่านมักจะหาความรู้เกี่ยวกับ ระเบียบ วิธีการ ขั้นตอน และเงื่อนไขการขอกู้เงินของแต่ธนาคารก่อนกู้เงิน (Financing)	1	2	3	4	5
2	ท่านสามารถหาความรู้เกี่ยวกับการกู้เงินจากธนาคารเพื่อมาลงทุนในร้านอาหารของท่านได้	1	2	3	4	5
3	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ใช้ในการหาความรู้เกี่ยวกับการกู้เงินจากธนาคารเพื่อมาลงทุนในร้านอาหารของท่าน	1	2	3	4	5
4	ท่านมักจะหาความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี (Accounting) การทำบันทึกบัญชี (Accounting Record) เช่น บันทึกรายรับ-รายจ่าย หรือการทำรายงานทางบัญชี (Accounting Report) เช่น งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด หรือ อื่น ๆ	1	2	3	4	5
5	ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับ การทำบัญชี การทำบันทึกบัญชี เช่น บันทึกรายรับ-รายจ่าย หรือการทำรายงานทางบัญชี ทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชีได้	1	2	3	4	5
6	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ใช้ในการหาความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี การทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชี	1	2	3	4	5
7	ท่านมักจะหาความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร (Cash Management)	1	2	3	4	5

8	ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหารได้	1	2	3	4	5
9	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ใช้ในการหาความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจ					
10	ท่านมักจะหาความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร (Cost Calculation)	1	2	3	4	5
11	ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหารได้	1	2	3	4	5
12	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ใช้ในการหาความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร	1	2	3	4	5
13	ท่านมักจะหาความรู้เกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจ (Business Plan)	1	2	3	4	5
14	ท่านสามารถหาความรู้เกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจร้านอาหารได้	1	2	3	4	5
15	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ใช้ในการหาความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจร้านอาหาร					
16	ท่านมักจะหาความรู้เกี่ยวกับการทำ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร (Feasibility Study)	1	2	3	4	5
17	ท่านสามารถหาความรู้เกี่ยวกับการทำ การศึกษาความเป็นไปได้ ธุรกิจร้านอาหารได้	1	2	3	4	5
18	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ใช้ในการหาความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ ธุรกิจร้านอาหาร	1	2	3	4	5

5.2 การจัดเก็บความรู้ และการสืบค้นความรู้กลับมาใช้ (Knowledge Storage and Retrieval)		เห็นด้วย				
		น้อยที่สุด มาก	น้อย มากที่สุด	ปานกลาง		
1	ท่านมักจะจัดเก็บความรู้และสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การหาเงินกู้ (Financing) กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการกู้เงิน	1	2	3	4	5
2	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การหาเงินกู้ กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5
3	ท่านมักจะจัดเก็บความรู้และสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี (Accounting) การทำบันทึกบัญชี (Accounting Record) เช่น บันทึกกรายรับ-รายจ่าย หรือการทำรายงานทางบัญชี (Accounting Report) เช่น งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด หรือ อื่น ๆ กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5
4	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี การทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชี กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5
5	ท่านมักจะจัดเก็บความรู้และสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การบริหารสภาพคล่องเงินสด ธุรกิจร้านอาหาร (Cash Management) กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5
6	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การบริหารสภาพคล่องเงินสด ธุรกิจร้านอาหาร กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5
7	ท่านมักจะจัดเก็บความรู้และสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร (Cost Calculation) กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5
8	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5
9	ท่านมักจะจัดเก็บความรู้และสืบค้นความรู้ เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจร้านอาหาร (Business Plan) กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5
10	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจร้านอาหาร กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5
11	ท่านมักจะจัดเก็บความรู้และสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร (Feasibility Study) กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5
12	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ	1	2	3	4	5

5.3 การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing)		เห็นด้วย				
		น้อยที่สุด	โดย	ปาน	มาก	
		กลาง	มาก	มากที่สุด		
1	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การหาเงินกู้ (Financing) โดยการเล่าให้คนอื่นฟัง	1	2	3	4	5
2	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การหาเงินกู้ ผ่าน Social Network เช่น Line Group, Face Book, Blog	1	2	3	4	5
3	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การหาเงินกู้ ผ่าน Social Media เช่น YouTube	1	2	3	4	5
4	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การหาเงินกู้	1	2	3	4	5
5	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี (Accounting) การทำบันทึกบัญชี (Accounting Record) เช่น บันทึกรายรับ-รายจ่าย หรือการทำรายงานทางบัญชี (Accounting Report) เช่น งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด หรือ อื่น ๆ โดยการเล่าให้คนอื่นฟัง	1	2	3	4	5
6	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี การทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชี ผ่าน Social Network เช่น Line Group, Face Book, Blog	1	2	3	4	5
7	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี การทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชี ผ่าน Social Media เช่น YouTube	1	2	3	4	5
8	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การทำบัญชี การทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชี	1	2	3	4	5
9	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร (Cash Management) โดยการเล่าให้คนอื่นฟัง	1	2	3	4	5
10	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร ผ่าน Social Network เช่น Line Group, Face Book, Blog	1	2	3	4	5
11	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร ผ่าน Social Media เช่น YouTube	1	2	3	4	5
12	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร	1	2	3	4	5
13	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร (Cost Calculation) โดยการเล่าให้คนอื่นฟัง	1	2	3	4	5
14	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร ผ่าน Social Network เช่น Line Group, Face Book, Blog	1	2	3	4	5
15	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร ผ่าน Social Media เช่น YouTube	1	2	3	4	5
16	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร	1	2	3	4	5

5.3 การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) (ต่อ)		เห็นด้วย				
		น้อยที่สุด มาก	น้อย มากที่สุด	ปานกลาง		
17	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจร้านอาหาร (Business Plan) โดยการเล่าให้คนอื่นฟัง	1	2	3	4	5
18	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจร้านอาหาร ผ่าน Social Network เช่น Line Group, Face Book, Blog	1	2	3	4	5
19	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจร้านอาหาร ผ่าน Social Media เช่น YouTube	1	2	3	4	5
20	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจร้านอาหาร	1	2	3	4	5
21	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร (Feasibility Study) โดยการเล่าให้คนอื่นฟัง	1	2	3	4	5
22	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร ผ่าน Social Network เช่น Line Group, Face Book, Blog	1	2	3	4	5
23	ท่านมักจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร ผ่าน Social Media เช่น YouTube	1	2	3	4	5
24	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร	1	2	3	4	5



5.4 การนำความรู้ไปใช้ (Knowledge Application)		เห็นด้วย				
		น้อยที่สุด	โดย	ปาน	มาก	
		กลาง	มาก	มากที่สุด		
1	ท่านมักจะมีการนำความรู้เกี่ยวกับ การกู้เงินธนาคาร (Financing) มาประยุกต์ใช้ในการกู้เงินเพื่อนำมาลงทุนในธุรกิจของท่าน	1	2	3	4	5
2	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการนำความรู้เกี่ยวกับการกู้เงินธนาคารนำมาประยุกต์ใช้ในการกู้เงินเพื่อมาลงทุนในธุรกิจของท่าน	1	2	3	4	5
3	ท่านมักจะมีการนำความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี (Accounting) การทำบันทึกบัญชี (Accounting Record) เช่น บันทึกรายรับ-รายจ่าย หรือการทำรายงานทางบัญชี (Accounting Report) เช่น งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด หรือ อื่น ๆ มาประยุกต์ใช้ในการทำบัญชีร้านอาหารของท่าน	1	2	3	4	5
4	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการนำความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี การทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชี มาประยุกต์ใช้ในการทำบัญชีร้านอาหารของท่าน	1	2	3	4	5
5	ท่านมักจะมีการนำความรู้เกี่ยวกับ การบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร (Cash Management) มาประยุกต์ใช้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร ของท่าน	1	2	3	4	5
6	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการนำความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร มาประยุกต์ใช้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร ของท่าน	1	2	3	4	5
7	ท่านมักจะมีการนำความรู้เกี่ยวกับ การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร นำมาประยุกต์ใช้ในการคำนวณต้นทุนธุรกิจร้านอาหารของท่าน	1	2	3	4	5
8	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการนำความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร นำมาประยุกต์ใช้ในการคำนวณต้นทุนธุรกิจร้านอาหารของท่าน	1	2	3	4	5
9	ท่านมักจะมีการนำความรู้เกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจร้านอาหาร (Business Plan) มาประยุกต์ใช้ในการทำแผนธุรกิจร้านอาหารของท่าน	1	2	3	4	5
10	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการนำความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจร้านอาหาร มาประยุกต์ใช้ในการทำแผนธุรกิจร้านอาหารของท่าน	1	2	3	4	5
11	ท่านมักจะมีการนำความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร (Feasibility Study) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหารของท่าน	1	2	3	4	5
12	ปัจจุบันท่านมีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการนำความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหารของท่าน	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 6: ข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการความรู้ด้านการเงิน และความต้องการเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ฯ						
กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเห็นของท่าน (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด (2) เห็นด้วยน้อย (3) เห็นด้วยปานกลาง (4) เห็นด้วยมาก (5) เห็นด้วยมากที่สุด						
6.1 ความต้องการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ฯ		เห็นด้วย น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด				
1	ท่านต้องการความรู้ในการหาเงินกู้ เพื่อนำมาลงทุนในร้านอาหารของท่าน (Financing)	1	2	3	4	5
2	ท่านต้องการความรู้เกี่ยวกับการทำบันทึกบัญชี หรือ การทำรายงานทางบัญชีร้านอาหาร (Accounting)	1	2	3	4	5
3	ท่านต้องการความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสดร้านอาหาร (Cash Management)	1	2	3	4	5
4	ท่านต้องการความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจร้านอาหาร (Cost Calculation)	1	2	3	4	5
5	ท่านต้องการความรู้เกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจร้านอาหาร (Business Plan)	1	2	3	4	5
6	ท่านต้องการความรู้เกี่ยวกับการทำ การศึกษาความเป็นไปได้ ธุรกิจร้านอาหาร เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าควรเปิดร้านอาหารหรือไม่ (Feasibility Study)	1	2	3	4	5

6.2 ความต้องการเทคโนโลยีในการแสวงหาความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ฯ (Knowledge Acquisition)		เห็นด้วย น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด				
1	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ ที่ท่านสามารถหาความรู้เกี่ยวกับการกู้เงินจากธนาคาร (Financing)	1	2	3	4	5
2	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ท่านสามารถหาความรู้เกี่ยวกับ การทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชีธุรกิจร้านอาหาร (Accounting)	1	2	3	4	5
3	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่สามารถหาความรู้เกี่ยวกับการบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจ (Cash Management)	1	2	3	4	5
4	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่สามารถหาความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจร้านอาหาร (Cost Calculation)	1	2	3	4	5
5	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่แนะนำให้ท่าน สามารถทำแผนธุรกิจร้านอาหารของท่าน (Business Plan)	1	2	3	4	5
6	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่แนะนำให้ท่านสามารถหาความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร (Feasibility Study)	1	2	3	4	5

6.3 ความต้องการเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ฯ นำกลับมาใช้ได้เมื่อต้องการ (Knowledge Storage and Retrieval)		เห็นด้วย				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การหาเงินกู้กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ (Financing)	1	2	3	4	5
2	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี การทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชี กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ (Accounting)	1	2	3	4	5
3	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ (Cash Management)	1	2	3	4	5
4	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ (Cost Calculation)	1	2	3	4	5
5	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจร้านอาหาร กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ (Business Plan)	1	2	3	4	5
6	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการจัดเก็บความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสืบค้นความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร กลับมาใช้ได้เมื่อท่านต้องการ (Feasibility Study)	1	2	3	4	5

6.4 ความต้องการเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ฯ (Knowledge Sharing)		เห็นด้วย น้อยที่สุด น้อย ปาน กลาง มาก มากที่สุด				
1	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การหาเงินกู้ (Financing)	1	2	3	4	5
2	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การทำบัญชี การทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชี (Accounting)	1	2	3	4	5
3	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร (Cash Management)	1	2	3	4	5
4	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร (Cost Calculation)	1	2	3	4	5
5	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจร้านอาหาร (Business Plan)	1	2	3	4	5
6	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร (Feasibility Study)	1	2	3	4	5

6.5 ความต้องการเทคโนโลยีในการนำความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ มาประยุกต์ใช้ (Knowledge Application)		เห็นด้วย				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยให้ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับ การกู้เงินธนาคารมาประยุกต์ใช้ในการกู้เงินเพื่อนำมาลงทุนในธุรกิจของท่าน (Financing)	1	2	3	4	5
2	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยให้ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับ การทำบัญชี การทำบันทึกบัญชี หรือการทำรายงานทางบัญชี มาประยุกต์ใช้ในการทำบัญชีร้านอาหารของท่าน (Accounting)	1	2	3	4	5
3	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยให้ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับ การบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหาร มาประยุกต์ใช้ในการบริหารสภาพคล่องเงินสดธุรกิจร้านอาหารของท่าน (Cash Management)	1	2	3	4	5
4	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยให้ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับ การคำนวณต้นทุนเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหาร นำมาประยุกต์ใช้ในการคำนวณต้นทุนธุรกิจร้านอาหารของท่าน (Cost Calculation)	1	2	3	4	5
5	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยให้ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับ การทำแผนธุรกิจร้านอาหาร มาประยุกต์ใช้ในการทำแผนธุรกิจร้านอาหารของท่าน (Business Plan)	1	2	3	4	5
6	ท่านอยากให้มีเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยให้ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหาร มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจร้านอาหารของท่าน (Feasibility Study)	1	2	3	4	5

หากท่านต้องการทราบผลของการศึกษา หรือทดลองใช้เทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน  
ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร กรุณาระบุรายละเอียดของท่าน

ชื่อ-นามสกุล

ชื่อร้าน

ที่อยู่

เบอร์โทรศัพท์/เบอร์มือถือ

อีเมล

ฉบับแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ภาคผนวก 3 แบบสอบถามการใช้งานและการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือและ  
เทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร



แบบสอบถาม

การใช้งานและการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน  
สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร Fin\_Rest



CHULALONGKORN UNIVERSITY นางสาวปณิดา ราชแพทยาคม

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชา ธุรกิจเทคโนโลยีการจัดการนวัตกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

### การใช้งานและการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการ ร้านอาหาร Fin\_Rest

ข้าพเจ้า นางสาวปณิดา ราชแพทยาคม นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีการจัดการนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันกำลังทำโครงการวิจัย ภายใต้การควบคุมของ รศ. ดร. มงคลชัย วีระะพินิจ ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี รศ. ดร. นกุล คุณะโรจนานนท์ ภาควิชาคณิตศาสตร์ และวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ และ อาจารย์ ดร. สุภารัตน์ ต้นทองศักดิ์กุล ภาควิชาการเงินและการธนาคาร คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ การใช้งานต้นแบบ และการยอมรับการใช้ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร (แอปพลิเคชัน Fin\_Rest) การตอบแบบสอบถามของท่านจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลเป็นรายบุคคล ข้อมูลของท่านจะถูกนำมาใช้ เพื่อการศึกษาเท่านั้น และจะถูก เก็บไว้เป็นความลับ มีเพียงผู้วิจัยและผู้ควบคุมการวิจัยเท่านั้นที่จะทราบข้อมูล ผลของงานวิจัยจะถูกรายงานในลักษณะสรุปข้อมูล กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อ โดยอิงจากความเห็น และประสบการณ์ของท่าน จากการทดลองใช้ แอปพลิเคชัน Fin\_Rest

ผู้วิจัยได้นำส่ง แอปพลิเคชัน Fin\_Rest มาพร้อมกับแบบสอบถามชุดนี้ การตอบแบบสอบถามของท่านในครั้งนี้ไม่มีค่าตอบแทนหรือผิด ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณสำหรับความอนุเคราะห์ที่ท่านได้สละเวลาทดลองใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest และตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้ ท่านสามารถติดต่อผู้วิจัยเกี่ยวกับการศึกษาค้นคว้านี้ได้ทีเบอร์โทร 089-969-3015 หรือ อีเมล [Panita.r@student.chula.ac.th](mailto:Panita.r@student.chula.ac.th)

**คำจำกัดความในแบบสอบถาม:** แอปพลิเคชัน Fin\_Rest หมายถึง ต้นแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ด้านการเงิน สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ย่อมาจาก Financial Knowledge Management for Restaurant Entrepreneurs

คำชี้แจงแบบสอบถาม: แบบสอบถามนี้สำหรับ ท่านเจ้าของร้านอาหารที่ได้ทดลองใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest เท่านั้น เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับรูปแบบ และประสิทธิภาพการทำงานของแอปพลิเคชัน Fin\_Rest

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับความสนใจในการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม				
คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด				
1	เพศ			
	<input type="radio"/>	ชาย	<input type="radio"/>	หญิง
2	อายุ			
	<input type="radio"/>	น้อยกว่า 30 ปี	<input type="radio"/>	30 - 40 ปี
	<input type="radio"/>	41 - 50 ปี	<input type="radio"/>	มากกว่า 50 ปี
3	ระดับการศึกษาสูงสุดหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับ			
	<input type="radio"/>	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	<input type="radio"/>	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
	<input type="radio"/>	อนุปริญญา/ปวส	<input type="radio"/>	ปริญญาตรี
	<input type="radio"/>	ปริญญาโท	<input type="radio"/>	ปริญญาเอก
4	ปีนเข้าของกิจการร้านอาหารจนถึงปัจจุบัน			
	<input type="radio"/>	น้อยกว่า 1 ปี	<input type="radio"/>	1 ปี - ไม่เกิน 3 ปี
	<input type="radio"/>	3 ปี - ไม่เกิน 5 ปี	<input type="radio"/>	5 ปี - ไม่เกิน 10 ปี
	<input type="radio"/>	10 ปีขึ้นไป		
5	ธุรกิจของท่านมีพนักงานในร้านรวมกันทุกร้าน(สาขา) ประมาณ			
	<input type="radio"/>	น้อยกว่า 5 คน	<input type="radio"/>	5 - 10 คน
	<input type="radio"/>	11 - 20 คน	<input type="radio"/>	21 - 30 คน
	<input type="radio"/>	31 - 40 คน	<input type="radio"/>	41 - 50 คน
	<input type="radio"/>	มากกว่า 50 คน		
6	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ (ร้าน) ของท่าน			
	<input type="radio"/>	กรุงเทพฯ	<input type="radio"/>	ปริมณฑล
	<input type="radio"/>	ต่างจังหวัด		



ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการยอมรับการใช้โปรแกรม Fin_Rest						
กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเห็นของท่าน (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด (2) เห็นด้วยน้อย (3) เห็นด้วยปานกลาง (4) เห็นด้วยมาก (5) เห็นด้วยมากที่สุด						
1. ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์โปรแกรม Fin_Rest (Perceived Usefulness)		เห็นด้วย น้อยที่สุด    น้อย    ปานกลาง    มาก มากที่สุด				
1	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest ทำให้ท่านสามารถหาข้อมูลความรู้ด้านการเงินได้	1	2	3	4	5
2	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest ทำให้ท่านหาความรู้ด้านการเงินได้ง่ายขึ้น	1	2	3	4	5
3	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest ช่วยให้คุณประหยัดเวลาในการหาความรู้ด้านการเงิน	1	2	3	4	5
4	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest ช่วยให้คุณสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ด้านการเงิน	1	2	3	4	5
5	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest มีฟังก์ชันการใช้งานที่ท่านต้องการ	1	2	3	4	5
6	ท่านสามารถนำข้อมูลความรู้จาก แอปพลิเคชัน Fin_Rest ไปใช้งานได้	1	2	3	4	5
7	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest ทำให้ท่านมีความรู้ด้านการเงินมากขึ้น	1	2	3	4	5
8	ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้จริง	1	2	3	4	5
2. ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชัน Fin_Rest (Perceived Ease of Use)		เห็นด้วย น้อยที่สุด    น้อย    ปานกลาง    มาก มากที่สุด				
1	ท่านสามารถหาข้อมูลความรู้ที่ท่านต้องการจาก แอปพลิเคชัน Fin_Rest ได้ง่าย	1	2	3	4	5
2	ท่านสามารถป้อนข้อมูลเข้าสู่ แอปพลิเคชัน Fin_Rest ได้ง่าย					
3	ท่านพบว่า ลำดับการใช้งาน แอปพลิเคชัน Fin_Rest มีความง่าย	1	2	3	4	5
4	ท่านสามารถแก้ไขการป้อนข้อมูลเข้าสู่ แอปพลิเคชัน Fin_Rest ได้ง่าย และสะดวก					
5	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest มีเมนูการทำงานที่เข้าใจง่าย	1	2	3	4	5
6	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest มีเมนูการทำงานที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
7	ท่านพบว่า การใช้งาน แอปพลิเคชัน Fin_Rest มีความง่าย	1	2	3	4	5
3. ข้อคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการใช้งานโปรแกรม Fin_Rest (Intention to Use)		เห็นด้วย น้อยที่สุด    น้อย    ปานกลาง    มาก มากที่สุด				
1	การใช้งาน แอปพลิเคชัน Fin_Rest ได้ผลที่น่าพอใจ	1	2	3	4	5
2	ท่านมีความมั่นใจในความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการใช้งาน แอปพลิเคชัน Fin_Rest	1	2	3	4	5
3	ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest มีคุณภาพ	1	2	3	4	5
4	ท่านมีความตั้งใจในการใช้งาน แอปพลิเคชัน Fin_Rest	1	2	3	4	5
5	ท่านมีความสนใจ และอยากใช้งาน แอปพลิเคชัน Fin_Rest	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับรูปแบบ และประสิทธิภาพการทำงานของโปรแกรม Fin_Rest						
กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเห็นของท่าน (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด (2) เห็นด้วยน้อย (3) เห็นด้วยปานกลาง (4) เห็นด้วยมาก (5) เห็นด้วยมากที่สุด						
1. ข้อคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพของโปรแกรม Fin_Rest		เห็นด้วย น้อยที่สุด    น้อย    ปานกลาง    มาก มากที่สุด				
1	ท่านพบว่า ผลลัพธ์ที่ได้จากการป้อนข้อมูลในแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีความถูกต้อง	1	2	3	4	5
2	ท่านพบว่า ผลลัพธ์ที่ได้จากการป้อนข้อมูลในแอปพลิเคชัน Fin_Rest เข้าใจได้ง่าย	1	2	3	4	5
3	ท่านพบว่า ลำดับขั้นตอนการทำงานของแอปพลิเคชัน Fin_Rest มีความชัดเจน	1	2	3	4	5
4	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest สามารถประมวลผลได้รวดเร็ว	1	2	3	4	5
5	ท่านพบว่า การเชื่อมโยงจากหน้าที่ท่านใช้งานอยู่ ไปหน้าถัดไปที่ท่านต้องการมีความถูกต้อง	1	2	3	4	5
6	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest มีความน่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
7	ท่านพบว่า แอปพลิเคชัน Fin_Rest มีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5

#### ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับความสนใจในการใช้แอปพลิเคชัน Fin\_Rest

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

- 1 ท่านมีความสนใจและอยากใช้งานโปรแกรม Fin\_Rest

สนใจ

ไม่สนใจ

จบแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

#### ภาคผนวก 4 การคำนวณจำนวนตัวอย่างด้วยโปรแกรม G\* power

##### การคำนวณจำนวนตัวอย่างด้วยโปรแกรม G\* power

Regression Model 1: Need for KM tools

$R^2$  from pilot test 30 sample = 0.471

Thus  $F^2 = 0.471 / 1 - 0.471 = 0.89$

No of predictor = 4

F tests		Multiple Regression: Omnibus (R <sup>2</sup> deviation from zero)	
Type of power analysis			
A priori: Compute required sample size - given $\alpha$ , power, and effect size			
Input Parameters		Output Parameters	
Determine =>	Effect size $F^2$	Noncentrality parameter $\lambda$	30.260000
	$\alpha$ err prob	Critical F	2.701399
	Power (1- $\beta$ err prob)	Numerator df	4
	Number of predictors	Denominator df	29
		Total sample size	34
		Actual power	0.990903

Regression Model 2: Knowledge acquisition

$R^2$  from pilot test 30 sample = 0.751

Thus  $F^2 = 0.751 / 1 - 0.751 = 3.01$

No. of predictors = 6

Test family		Statistical test	
F tests		Multiple Regression: Omnibus (R <sup>2</sup> deviation from zero)	
Type of power analysis			
A priori: Compute required sample size - given $\alpha$ , power, and effect size			
Input Parameters		Output Parameters	
Determine =>	Effect size $F^2$	Noncentrality parameter $\lambda$	54.180000
	$\alpha$ err prob	Critical F	3.094613
	Power (1- $\beta$ err prob)	Numerator df	6
	Number of predictors	Denominator df	11
		Total sample size	18
		Actual power	0.994649

### Regression Model 3: Knowledge storage

$R^2$  from pilot test 30 sample = 0.661

Thus  $F^2 = 0.661 / 1 - 0.661 = 1.949$

No. of predictors = 6

Test family		Statistical test	
F tests		Multiple Regression: Omnibus ( $R^2$ deviation from zero)	
Type of power analysis			
A priori: Compute required sample size – given $\alpha$ , power, and effect size			
Input Parameters		Output Parameters	
Determine =>	Effect size $f^2$ 1.949	Noncentrality parameter $\lambda$ 42.878000	
	$\alpha$ err prob 0.05	Critical F 2.790465	
	Power ( $1 - \beta$ err prob) 0.99	Numerator df 6	
	Number of predictors 6	Denominator df 15	
		Total sample size 22	
		Actual power 0.990542	

### Regression Model 3: Knowledge sharing

$R^2$  from pilot test 30 sample = 0.661

Thus  $F^2 = 0.661 / 1 - 0.661 = 1.949$

No. of predictors = 6

Test family		Statistical test	
F tests		Multiple Regression: Omnibus ( $R^2$ deviation from zero)	
Type of power analysis			
A priori: Compute required sample size – given $\alpha$ , power, and effect size			
Input Parameters		Output Parameters	
Determine =>	Effect size $f^2$ 1.949	Noncentrality parameter $\lambda$ 42.878000	
	$\alpha$ err prob 0.05	Critical F 2.790465	
	Power ( $1 - \beta$ err prob) 0.99	Numerator df 6	
	Number of predictors 6	Denominator df 15	
		Total sample size 22	
		Actual power 0.990542	

### Regression Model 4: Knowledge application

$R^2$  from pilot test 30 sample = 0.333

Thus  $F^2 = 0.333 / (1 - 0.333) = 0.4993$

No. of predictors = 6

Test family		Statistical test	
F tests		Multiple Regression: Omnibus ( $R^2$ deviation from zero)	
Type of power analysis			
A priori: Compute required sample size – given $\alpha$ , power, and effect size			
Input Parameters		Output Parameters	
Determine =>	Effect size $f^2$	0.4993	Noncentrality parameter $\lambda$
	$\alpha$ err prob	0.05	Critical F
	Power ( $1 - \beta$ err prob)	0.99	Numerator df
	Number of predictors	6	Denominator df
			Total sample size
			Actual power
			0.990169



- Adler, R., Everett, A. M., & Waldron, M. (2000). Advanced management accounting techniques in manufacturing: utilization, benefits, and barriers to implementation. *Accounting Forum*, 24(2), 131-150.
- Alavi, M., & Leidner, D. (2001). Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136.
- Almeida, P., Dokko, G., & Rosenkopf, L. (2003). Start-up size and the mechanism of external learning: Increasing opportunity and decreasing ability? *Research Policy*, 32, 301-315.
- Anand, V., Manz, C., & Glick, W., H. (1998). An organizational memory approach to information management. *Academy of Management Review*, 23(4), 796-809.
- Ang, J. (1991). Small Business Uniqueness and the Theory of Financial Management. *Journal of Small Business Finance*, 1(1), 1-13.
- Ang, J. (1992). On the Theory of Finance for Privately Held Firms. *Journal of Small Business Finance*, 1(3), 185-203.
- Argote, L., & Ingram, P. (2000). Knowledge transfer: a basis for competitive advantage in firms. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82(1), 150-169.
- Baker, G. A. (2003). Strategic planning and financial performance in the food processing sector. *Review of Agricultural Economics*, 25(2), 470-482.
- Beck, T., & Demircuc-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931-2943.
- Beijerse, R. P. (2000). Knowledge management in small and medium-sized companies: knowledge management for entrepreneurs. *Journal of Knowledge Management*, 4(2), 162-179.
- Bennett, R., & Gabriel, H. (1999). Organizational Factors and Knowledge Management within Large Marketing Department: An Empirical Study. *Journal of Knowledge Management*, 3(3), 212-225.

- Berry, T., Sweeting, B., Goto, J., & Taylor, M. (2002). *Financial management practice amongst SMEs*. Manchester: Manchester Metropolitan University.
- Beverland, M. B., & Lockshin, L. S. (2001). Organizational life cycles in small New Zealand wineries. *Journal of Small Business Management*, 39(4), 354-362.
- Bhatt, G., Gupta, J., & Kitchens, F. (2005). An exploratory study of groupware use in the knowledge management process. *Journal of Enterprise Information Management*, 18(1), 28-46.
- Birkinshaw, J., & Sheehan, T. (2002). Managing the Knowledge Life Cycle. *MIT Sloan Management Review*, 44(1), 75-83.
- Bracker, J. S., Keats, B. W., & Pearson, J. N. (1988). Planning and financial performance among small firms in a growth industry. *Strategic Management Journal*, 9, 591 – 603.
- Bracker, J. S., & Pearson, J. N. (1986). Planning and Financial Performance of Small, Mature Firms. *Strategic Management Journal*, 7(6), 503-522.
- Bridge, S., O'Neill, K., & Cromie, S. (2003). *Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business*. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan.
- Brinckmann, J., Grichnik, D., & Kapsa, D. (2010). Should entrepreneurs plan or just storm the castle? A meta-analysis on contextual factors impacting the business planning–performance relationship in small firms. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 24-40.
- Bruderl, J., Preisendorfer, P., & Ziegler, R. (1992). Survival Chances of Newly Founded Business Organizations. *American Sociological Review*, 57, 227–242.
- Cadez, S., & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 33(7-8), 836-863.

- Campello, M., Giambona, E., Graham, J. R., & Harvey, C. R. (2011). Liquidity Management and Corporate Investment During a Financial Crisis. *Review of Financial Studies*, 24(6), 1944-1979.
- Carter, r., & Van Auken, H. (2006). Small Firm Bankruptcy. *Journal of Small Business Management*, 44(4), 493-512.
- Castrogiovanni, G. (1996). Pre-Start up Planning and the Survival of New Small Businesses: Theoretical Linkages. *Journal of Management*, 22, 801-822.
- Chu, H. M., Benzing, C., & McGee, C. (2007). Ghanaian and Kenyan entrepreneurs: a comparative analysis of their motivations, success characteristics, and problems. *Journal of Development Entrepreneurship*, 12(3), 295-322.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.
- Collison, C., & Parcell, G. (2004). *Learning to Fly: Practical Knowledge Management from Some of the World's Leading Learning Organization*. Brighton: Capstone.
- Cooper, A., Dunkelberg, W., & Woo, C. (1988). *Survival and Failure: A Longitudinal Study*. MA: Babson College.
- Cosh, A., & Hughes, A. (2003). *Enterprise Challenged: Policy performance in the British SME sector 1999-2002*. Cambridge: University of Cambridge.
- Currie, R., Seaton, S., & Wesley, F. (2009). Determining stakeholders for feasibility analysis. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 41-63.
- Danes, S. M., Loy, J. T. C., & Stafford, K. (2008). Business planning practices of family-owned firms within a quality framework. *Journal of Small Business Management*, 46(3), 395-421.
- Davenport, T. H. (1994). Saving IT's soul: human-centered information management. *Harvard Business Review*, 72(2), 119-131.



- Davenport, T. H., De Long, D. W., & Beers, M. C. (1998). Successful Knowledge Management Project. *Sloan Management Review*, 43-57.
- Desouza, K. C., & Awazu, Y. (2006). Knowledge management at SMEs: five peculiarities. *Journal of Knowledge Management*, 10(1), 32-43.
- Dodge, H. R., & Robbins, J. E. (1992). An empirical investigation of the organizational life cycle model for small business development and survival. *Journal of Small Business Management Accounting Research*, 30(1), 27-37.
- Douglas, D. (2005). Good decisions require good models: developing activity-based solutions that work for decision makers. *Cost Management*, 19(3), 32-40.
- Douglas, P. H. (2002). Information technology is out- knowledge sharing is in. *The Journal of Corporate Accounting and Finance*, May/June, 73- 77.
- Drucker, P. (1993). *Post-Capitalist Society*. New York: Harper Business.
- Dunn, P., & Cheatham, L. (1993). Fundamentals of Small Business Financial Management for Start up, Survival, Growth, and Changing Economic Circumstances. *Managerial Finance*, 19(8), 1-13.
- Durst, S., & Edvardsson, I. R. (2012). Knowledge management in SMEs: a literature review. *Journal of Knowledge Management*, 16(6), 879-903.
- Dyer, L. M., & Ross, C. A. (2007). Advising the small business client. *International Small Business Journal*, 25(2), 130-151.
- Egbu, C. O., Hari, S., & Renukappa, S. H. (2005). Knowledge management for sustainable competitiveness in small and medium surveying practices. *Structural Survey*, 23(1), 7-21.
- Freeze, R. D., & Kulkarni, U. (2007). Knowledge management capability: defining knowledge assets. *Journal of Knowledge Management*, 11(6), 94 - 109.

- Fuller-Love, N. (2006). Management development in small firms. *International Journal of Management Reviews*, 8(3), 175-190.
- Garvin, D. (1994). Building Learning Organization. *Harvard Business Review*, 3(5), 78-91.
- Gaskill, R., L., Van Auken, H., E., , & Manning, R., A. (1993). A Factor Analytic Study of The Perceives Causes of Small Business Failure. *Journal of Smal Business Management*, 18-31.
- Gibson, B. (1992). Financial Information for Decision Making: An Alternative Small Firm Perspective. *Financial Information for Decision Making: An Alternative Small Firm Perspective*, 1, 221–232.
- Gilbert, B. A., McDougall, P. P., & Audretsch, D. B. (2016). New Venture Growth: A Review and Extension. *Journal of Management*, 32(6), 926-950. doi:
- Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185-214.
- Gosh, B. C., Kim, T. S., & Meng, L. A. (1993). Factors contributing to the success of local SMEs: an insight from Singapore. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 10(3), 33-45.
- Graaskamp, J. (1970). *A Guide to Feasibility Analysis*. Chicago: Society of Real Estate Appraisers.
- Haksever, C. (1996). Total quality management in the small buisnes environment *Business Horizons*, 39(2), 33-40.
- Halabi, A. K., Barrett, R., & Dyt, R. (2010). Understanding financial information used to assess small firm performance. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 7(2), 163-179.
- Headd, B. (2003). Redefining Business Success: Distinguishing between Closure and Failure. *Small Business Economics*, 21, 51–61.

- Hendriks, P. H. J. (2001). Many rivers to cross: from ICT to Knowledge Management Systems. *Journal of Information Technology*, 16, 57-72.
- Henrie, M., & Hedgepeth, O. (2003). Size is important in knowledge management. *Journal of knowledge management practice*.
- Hislop, D. (2009). *Knowledge Management in Organizations*. Oxford: Oxford University Press.
- Hodges, H. E., & Kent, T. W. (2006). Impact of planning and control sophistication in small business. *Journal of Small Business Strategy*, 17(2), 75-87.
- Hofer, C., & Charan, R. (1984). The transition to professional management: mission impossible? *American Journal of Small Business*, 9(1), 1-11.
- Holmes, S., & Nicholls, D. (1989). Modelling the accounting information requirements of small businesses. *Accounting & Business Research*, 19(74), 143-150.
- Huber, G. P. (1991). Organizational learning: the contributing processes and the literatures. *Organization Science*, 2(1), 88-115.
- Innes, J., & Mitchell, F. (1995). A survey of activity-based costing in the UK's largest companies. *Management Accounting Research*, 6(2), 137-153.
- Jarvis, R., Kitching, J., Curran, J., & Lightfoot, G. (1996). The Financial Management of Small Firms: An Alternative Perspective. *ACCA Research Report*, 49.
- Jasimuddin, S., M. (2005). An Integration of Knowledge Transfer and Knowledge Storage: An Holistic Approach. *GESTS Int'l Trans. Computer Science and Engr*, 18(1), 37-48.
- Jose, M. L., Lancaster, C., & Stevens, J. L. (1996). Corporate returns and cash conversion cycles. *Journal of Economics and Finance*, 20, 33-46.
- Keats., B., W., & Bracker, J., S. (1988). Toward a Theory of Small Firm Performance: A Conceptual Model. *American Journal of Small Business*, 12(4), 41-58.

- Kogut, B., & Zander, U. (1996). What Firms Do? Coordination, Identity, and Learning. *Organization Science*, 7(5), 502-518.
- Kostakis, H., Albayrak, T., Boskou, G., & Palisidis, G. (2011). Modelling activity-based costing in restaurants. *Journal of Modelling in Management*, 6(3), 243-257.
- Kreiner, K. (2002). Tacit Knowledge Management: The Role of Artifacts. *Journal of Knowledge Management*, 6(2), 112-123.
- Kuczaj, T. (2001). Knowledge Management Process Model.
- Lange, J., E., Mollov, A., Pearlmutter, M., Singh, S., & Bygrave, W., D. (2007). Pre-start-up formal business plans and post-start-up performance: A study of 116 new ventures. *Venture Capital*, 9(4), 237-256.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2002). *Essential of management information systems*. New Jersey: Prentice Hall.
- LeCornu, M. R., McMahon, R. G. P., Forsaith, D. M., & Stanger, A. M. J. (1996). The Small Enterprise Financial Objective Function: An Exploratory Study. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 1-14.
- Leitch, J., M., & Rosen, P., W. (2001). Knowledge Management, CKO, and CKM: The Keys to Competitive Advantage. *The Manchester Review*, 6(2), 9-13.
- Lin, H.-F. (2007). A stage model of knowledge management: an empirical investigation of process and effectiveness. *Journal of Information Science*, 33(6), 643-659.
- Lussier, R. N. (1995a). A Nonfinancial Business Success Versus Failure Prediction Model for Young Firms. *Journal of Small Business Management*, 33(1), 8-20.
- Lyles, M., Baird, I., Orris, B., & Kuratko, D. (1993). Formalized Planning in Small Business Increasing Strategic Choices. *Journal of Small Business Management*, 31(2), 38-50.

- Markus, M. L. (2001). Toward a theory of knowledge reuse: types of knowledge reuse situations and factors in reuse success. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 57-93.
- Marquarde, M. J. (1996b). *Building the Learning Organisation*. New York: Mc Graw-Hill.
- Marriott, N., & Marriott, P. (2000). Professional accountants and the development of a management accounting service for the small firm: barriers and possibilities. *Management Accounting Research*, 11(4), 475-492.
- Maseko, N., & Manyani, O. (2011). Accounting practices of SMEs in Zimbabwe: An investigative study of record keeping for performance measurement (A case study of Bindura). *Journal of Accounting and Taxation*, 3(8).
- McAdam, R., & Reid, R. (2001). SME and large organisation perceptions of knowledge management: comparisons and contrasts. *Journal of Knowledge Management*, 5, 231-241.
- McMahon, R. (2001). Business growth and performance and the financial reporting practices of Australian manufacturing SME's. *Journal of Small Business Management*, 30(2), 152-165.
- McMahon, R., Holmes, S., Hutchinson, P., & Forsaith, D. (1993). *Small Enterprise Financial Management: Theory and Practice*. Harcourt Brace: Harcourt Brace.
- Moy, J. W., & Luk, V. W. M. (2003). The Life Cycle Model as a Framework for Understanding Barriers to SME Growth in Hong Kong. *Asia Pacific Business Review*, 10(2), 199-220.
- Ng, F., Harrison, J., & Akroyd, C. (2013). A revenue management perspective of management accounting practice in small businesses. *Meditari Accountancy Research*, 21(2), 92-116.
- Nonaka, I., Toyama, R., & Konno, N. (2000). *SECI, Ba and Leadership: a Unified Model of Dynamic Knowledge Creation*.: Long Range Plannin.
- O'Dell, C., Grayson, J., & Essaiades, N. (1998). *If only we knew what we know: The transfer of intrenational knowledge and best practice*. New York.

- Olivera, F. (2000). Memory systems in organizations: an empirical investigation of mechanisms for knowledge collection, storage and access. *Journal of Management Studies*, 37(6), 811-832.
- Orobia, L., Byabashaija, W., Munene, J. C., Seijaaka, S. K., & Musinguzi, D. (2013). How do small business owners manage working capital in an emerging economy? *Qualitative Research in Accounting & Management*, 10(2), 127-143.
- Orser, B. J., S., H.-S., & Riding, A. L. (2000). Performance, Firm Size, and Management Problem Solving. *Journal of Small Business Management*, 38(4), 42-58.
- Oseifuah, E., K. (2010). Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa. *Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa*, 1(2), 164-182.
- Oyadomari, J. C. T., Silva, R. M. d., Mendonça Neto, O. R. d., & Diehl, C. A. (2017). An exploratory model of interventionist research to calculate costs and prices in small Brazilian manufacturers, combining training and intervention phases. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(3), 315-332.
- Pearce, J., Freeman, B., & Robinson, R. (1987). The Tenuous Link Between Formal Strategic Planning and Financial Performance. *The Academy of Management Review*, 12, 658-675.
- Peel, M. J., & Wilson, N. (1996). Working Capital and Financial Management Practices in the Small Firm Sector. *International Small Business Journal*, 14(2), 52-68.
- Perez-Araos, A., Barber, K., D., , Munive-Hernandez, J., E., & Eldridge, S. (2007). Designing a knowledge management tool to support knowledge sharing networks. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 18(2), 153-168.
- Pettit, R., R., & Singer, R., F. (1985). Small Business Finance: A Research Agenda. *Financial Management*, 14(3), 47-60.
- Polanyi, M. (1962). *Personal Knowledge: Toward a Post-Critical Philosophy*. New York: Harper Torch Books.

- Powell, T. (1992). Strategic Planning as Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 13, 551–558.
- Probst, G., Raub, S., & Romhardt, K. (2000). *Managing Knowledge- Building Blocks for Success*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Raab, C., & Mayer, K. (2003). The application of activity-based costing in the US restaurant industry. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 4(2), 25-48.
- Raab, C., Mayer, K., & Shoemaker, S. (2010). Menu Engineering Using Activity-Based Costing: An Exploratory Study Using a Profit Factor Comparison Approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(2), 204-224.
- Rue, L., & Ibrahim, N. (1998). The Relationship Between Planning Sophistication and Performance in Small Businesses. *Journal of Small Business Management*, 36, 24–33.
- Sallis, E., & Jones, G. (2002). *Knowledge Management in Education*. London: Kogan.
- Scapens, R. W., & Bromwich, M. (2001). Editorial Report—Management Accounting Research: the first decade. *Management Accounting Research*, 12(2), 245-254.
- Schmidgall, R. (1997). *Hospitality Industry Managerial Accounting*. ML: Educational Institute Lansing.
- Schwenk, C. B., & Shrader, C. B. (1993). Effects of formal strategic planning on financial performance in small firms: a meta-analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(3), 53 – 64.
- Seghers, A., Manigart, S., & Vanacker, T. (2012). The Impact of Human and Social Capital on Entrepreneurs' Knowledge of Finance Alternatives. *Journal of Small Business Management*, 50(1), 63–86.
- Sullivan, D., & Marvel, M. (2011). How Entrepreneurs' Knowledge and Network Ties Relate to the Number of Employees in New SMEs. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 185–206.

- Sunday, K., J. (2011). Effective Working Capital Management in Small and Medium Scale Enterprises (SMEs). *International Journal of Business and Management*, 6(9), 271-279.
- Teng, H. S. S., Bhatia, G. S., & Anwar, S. (2011). A success versus failure prediction model for small businesses in Singapore. *American Journal of Business*, 26(1), 50-64.
- Trapp., H. (1999). Benefit of an Intranet-based Knowledge Management System-Measuring the Effects.
- Upneja, A., & Dalbor, M., C. (2001). An examination of capital structure in the restaurant industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(2), 54-59.
- Vaccaro, A., Parente, R., & Veloso, F., M. (2010). Knowledge Management Tools, Inter-Organizational Relationships, Innovation and Firm Performance. *Technological Forecasting & Social Change*, 77, 1076-1089.
- Van Auken, H. E. (2001). Financing Small Technology-Based Companies: The Relationship between Familiarity with Capital and Ability to Price and Negotiate Investment. *Journal of Small Business Management*, 39(3), 240-258.
- Van Auken, H. E. (2005). A Model of Small Firm Capital Acquisition Decisions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 335-352.
- Wang, Y. (2002). Liquidity management, operating performance, and corporate value: evidence from Japan and Taiwan. *Journal of Multinational Financial Management*, 12, 159-169.
- Wiig, K. M. (1997). Knowledge management: an introduction and perspective. *The Journal of Knowledge Management*, 1(1), 6-14.
- Wong, K. Y., & Aspinwall, E. (2004). Characterizing knowledge management in the small business environment. *Journal of Knowledge Management*, 8(3), 44-61.



Wu, C., & Young, A. (2003). Factors Resulting in Successes and failure for small business in the small business institute program at Syracuse University. *Economic Development Quarterly*, 17(2), 205-221.

Yusuf, A. (1995). Critical success factors for small business: perceptions of South Pacific entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 33(2), 68-73.

Zacharakis, A., Meyer, G., & DeCastro, J. (1999). Differing Perceptions of New Venture Failure: A Matched Exploratory Study of Venture Capitalists and Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 37(3), 1-14.

Zack, M. H. (1999). Developing a Knowledge Strategy. *California Management Review*, 41(3), 125-145.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2556). การจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2560.



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวปณิตา ราชแพทยาคม
วัน เดือน ปี เกิด	16 กุมภาพันธ์ 2513
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในปี พ.ศ. 2534 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในปีพ.ศ. 2544 เข้าศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีพ.ศ. 2557
ที่อยู่ปัจจุบัน	97/68 โครงการธารารมณการ์เด็นท์สวีท ซอยราษฎร์พัฒนา 25 แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240