



**THE SUCCESSFULL MODEL TO PROMOTE SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISES (SMEs) IN THE NORTHERN PROVINCES OF THAILAND**



**BY
SURIN PHITHAKSIKUL**

**A DISSERTATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF DOCTOR OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION**

GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2017



รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

**THE SUCCESSFULL MODEL TO PROMOTE SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISES (SMEs) IN THE NORTHERN PROVINCES OF THAILAND**

โดย

สุรินทร์ พิทักษ์สถิต



ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม

หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2560



Dissertation entitled

**THE SUCCESSFULL MODEL TO PROMOTE SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISES (SMEs) IN THE NORTHERN PROVINCES OF THAILAND**

by

SURIN PHITHAKSIKUL

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Doctor of Business Administration Program

Rangsit University
Academic Year 2018

Assoc.Prof. Chuta Thianthai, D.B.A.
Examination Committee Chairperson

Asst.Prof. Rujapa Paengkesorn, D.B.A.
Member

Pashatai Charutawephonnukoon, Ph.D.
Member

Noppadol Suwannasap, D.B.A.
Member

Sumalee Sawang, DM.
Member and Advisor

Krisada Chienwattanasook, D.B.A.
Member and Co-Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plт.Off. Vannee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

17 May 2018



คุษฎีนิพนธ์เรื่อง
รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

โดย
สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาคุษฎีบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2560

รศ.ดร.จุฬา เทียนไทย
ประธานกรรมการสอบ

ผศ.ดร.รุจาภา แพ่งเกษร
กรรมการ

ดร.พัชรหทัย จารูทวีผลนุกูล
กรรมการ

ดร.นพปฎล สุวรรณทรัพย์
กรรมการ

ดร.สุมาลี สว่าง
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.กฤษดา เชียรวัฒน์สุข
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ์ สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

17 พฤษภาคม 2561

คชฎีนิพนธ์เรื่อง
รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

โดย
สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจคชฎีบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2560

รศ.ดร.จุฑา เทียนไทย
ประธานกรรมการสอบ

ผศ.ดร.รุจาภา แผงเกษร
กรรมการ

ดร.พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล
กรรมการ

ดร.นพปฎล สุวรรณทรัพย์
กรรมการ

ดร.สุมาลี สว่าง
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ์ สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

17 พฤษภาคม 2561

Dissertation entitled

**THE SUCCESSFULL MODEL TO PROMOTE SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISES (SMEs) IN THE NORTHERN PROVINCES OF THAILAND**

by

SURIN PHITHAKSIKUL

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Doctor of Business Administration
Rangsit University
Academic Year 2017

Assoc.Prof. Chuta Thianthai, D.B.A.
Examination Committee Chairperson

Asst.Prof. Rujapa Paengkesorn, D.B.A.
Member

Pashatai Charutawephonnukoon, Ph.D.
Member

Noppadol Suwannasap, D.B.A.
Member

Sumalee Sawang, DM.
Member and Advisor

Krisada Chienwattanasook, D.B.A.
Member and Co-Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plit.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

May 17, 2018

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยจึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.สุมาลี สว่าง อาจารย์ที่ปรึกษาคุษฎีนิพนธ์ อาจารย์ ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข ที่ปรึกษาคุษฎีนิพนธ์ร่วม ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำปรึกษาและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดีมาตลอด ทำให้ได้งานคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จ เป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑา เทียนไทย ประธานกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์และคณะกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์ มหาวิทยาลัยรังสิต ทุกท่าน ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า เป็นกรรมสอบคุษฎีนิพนธ์ในครั้งนี้ รวมทั้งให้ข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงงานวิจัยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย รองศาสตราจารย์ พลสิทธิ์ สิทธิชมภู อาจารย์ ดร.จักรปรุพห์ วิชาอัครวิทย์ นางสาวอลิสา ณ นคร และนายชัยวัฒน์ วาจาสัตย์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบมาตรฐานวัดของงานวิจัย ด้วยการตรวจสอบแบบสอบถามและประเมินแบบสอบถามของงานวิจัยในครั้งนี้

กราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่เป็นแรงบันดาลใจ ให้การสนับสนุนในทุกด้าน และเป็นกำลังใจมาโดยตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา และขอกราบขอบพระคุณทุกๆ ท่านที่ไม่สามารถกล่าว นามได้ทั้งหมด จนทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจและความอดสาหัส การทำคุษฎีนิพนธ์ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วง ไปด้วยดี

สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล

ผู้วิจัย

5507761 : MAJOR : DOCTOR OF BUSINESS ADMINISTRATION ; D.B.A.

KEY WORDS : SUCCESSFUL MODEL, ARTIFICIAL NEURAL, SMEs

SURIN PHITHAKSIKUL : THE SUCCESSFULL MODEL TO PROMOTE SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs) IN THE NORTHERN PROVINCES OF THAILAND. DISSERTATION ADVISOR : SUMALEE SAWANG, D.M., CO-ADVISOR : KRISADA CHIENWATTANASOOK, D.B.A., 288 p.

This research aimed to study conditions and achievements, study the factors that affect success and develop a success modal to promote small and medium enterprises (SMEs) in the northern provinces of Thailand.

This research was mixed method consists of qualitative and quantitative research. There was the sample population was entrepreneurs of small and medium enterprises (SMEs) in the northern provinces of Thailand and government stakeholders. The instruments used in the research were in-depth interviews 8 people and focus group discussion 20 people and questionnaires 400 people. The data were content analyzed to found the frequency, percentage, mean, standard deviation and Artificial Neural Networks, ANN analyzed and Logistic Regression analyzed.

The results showed that the most of small and medium enterprises (SMEs) in the northern provinces of Thailand were single owners and they were a manufacturing and service business. They had the duration of business operation was not over 5 years. Most successfully achieved the objectives set. In terms of products and service have been known to the public. It made the business more known to consumers. This results in demanded products.

Student's Signature..... Dissertation Advisor's Signature.....

Dissertation Co-Advisor's Signature.....

5507761 : สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจ; บธ.ค.

คำสำคัญ : รูปแบบความสำเร็จ, โครงข่ายประสาทเทียม, SMEs

สุรินทร์ พิทักษ์สถิตกุล : รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย (THE SUCCESSFULL MODEL TO PROMOTE SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs) IN THE NORTHERN PROVINCES OF THAILAND) อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.สุมาลี สว่าง., อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม : ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข, 288 หน้า

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพ ปัญหา อุปสรรคหรือข้อจำกัดที่สำคัญ รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ 2) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ และ 3) พัฒนารูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Semi-structured In-depth Interview Form) จำนวน 8 คน แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยการเนื้อหา (Content Analysis) หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ด้วยโครงข่ายประสาทเทียม (Artificial Neural Networks, ANN) และการวิเคราะห์ Logistic Regression และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จำนวน 20 คน เพื่อสร้างรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ลายมือชื่อนักศึกษาลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบกิจการของเจ้าของคนเดียว เป็นธุรกิจประเภทการผลิตและบริการ มีระยะเวลาการดำเนินงานไม่เกิน 5 ปี โดยส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จบรรลุถึงเป้าหมายหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในด้านต่างๆ ทั้งในด้านสินค้าหรือบริการ เป็นที่รู้จักของประชาชนมากขึ้น ทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าหรือการใช้บริการมากขึ้น ผลประกอบการมีกำไรมากขึ้น ขณะที่เมื่อดำเนินงานได้ช่วงเวลาหนึ่งกิจการก็มีสินทรัพย์ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ อาคาร ที่ดิน เงินสด เพิ่มมากขึ้น ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการ รูปแบบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านอายุของกิจการ และปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของกิจการ



ลายมือชื่อนักศึกษาลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	สังเคราะห์องค์ประกอบพื้นฐานสำหรับการวัดความสำเร็จของกิจการจากผลงานวิชาการของนักวิชาการ	34
2.2	สังเคราะห์ปัจจัยสำหรับการวัดความสำเร็จของกิจการจากผลงานวิชาการของนักวิชาการ	36
2.3	ประเภทความเสี่ยงทางธุรกิจ	46
2.4	คุณลักษณะของกิจการในระยะการเติบโตของวิสาหกิจระยะต่างๆ	50
3.1	รายชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	72
3.2	การลดลงของความคลาดเคลื่อนและจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ	74
3.3	ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลทดลองใช้	81
4.1	แสดงจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	93
4.2	แสดงจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความคิดเห็นต่อประเด็นความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	94
4.3	แสดงจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จของกิจการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	95
4.4	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	98
4.5	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	98
4.6	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	99
4.7	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบของกิจการ	99
4.8	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจ	100
4.9	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุของกิจการ	100
4.10	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ตั้ง	101
4.11	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านการบริหารจัดการ	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.12	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จของกิจการ ด้าน โครงสร้าง	103
4.13	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จของกิจการ ด้านทรัพยากรมนุษย์	104
4.14	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จของกิจการ ด้านการตลาด	104
4.15	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จของกิจการ ด้านการเงิน	105
4.16	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จของกิจการ ด้านกลยุทธ์	106
4.17	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จของกิจการ ด้านเศรษฐกิจ	107
4.18	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จของกิจการ ด้านเทคโนโลยี	108
4.19	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จของกิจการ ด้านการเมืองและกฎหมาย	109
4.20	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จของกิจการ ด้านสังคมและวัฒนธรรม	109
4.21	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จ ของกิจการ	110
4.22	แสดงการให้รหัสกับข้อมูลจำแนกประเภท (Categorical Variables Coding) ของปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ	112
4.23	แสดงค่าสถิติ Ngalkerke R square	112

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.24	แสดงค่าสถิติไคสแควร์ เพื่อทดสอบปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ (Omnibus Tests of Model Coefficients)	113
4.25	Classification Table ^(a)	113
4.26	Variables in the Equation	114
4.27	จำนวน ร้อยละ และค่าพยากรณ์ของกลุ่มตัวอย่างเพื่อปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ	115
4.28	ปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ	116
4.29	ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางการเงิน ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย (กลุ่มที่ 1)	122
4.30	ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางการเงิน ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย (กลุ่มที่ 2)	124
4.31	ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางการเงิน ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย (กลุ่มที่ 3)	126
4.32	ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางการเงิน ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย	129
4.33	ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.34	ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย	130
4.35	ผลจากการระดมความคิดเห็น ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยโดยภาพรวมกับรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย	131



สารบัญรูป

รูปที่	หน้า	
1.1	มูลค่าและอัตราการขยายตัวของ GDP SME ไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2560	3
1.2	การเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศไทย พ.ศ. 2557-2560 (สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง, 2560)	4
1.3	สถิติจำนวนผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนสมาชิก สสว. (ข้อมูลวันที่ 20 พฤศจิกายน 2560)	5
1.4	ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิตตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2559 - ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2560	7
2.1	ประสิทธิภาพขององค์กรทั้ง 7 ตามแนวคิด Mc Kinsey 7's	29
2.2	แบบจำลองการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อย่างเป็นระยะแบบอิมิตัว (Stages Model Reaching a Plateau)	54
2.3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	65
3.1	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	69
3.2	สถาปัตยกรรมของโครงข่ายประสาทเทียม	88
4.1	ลำดับความสำคัญของตัวแปรปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ	117
4.2	โครงสร้างโครงข่ายประสาทเทียมของตัวแปรปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ	118
4.3	รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย	120
5.1	ปัจจัยด้านการเงิน	136
5.2	ปัจจัยด้านกลยุทธ์	137
5.3	ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย	138

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่		หน้า
5.4	รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย	139



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูป	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามของงานวิจัย	8
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	8
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	9
1.5 นิยามศัพท์	10
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน	15
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะผู้ประกอบการ	21
2.3 แนวคิดและทฤษฎีความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs)	24
2.4 แนวคิดและทฤษฎีความล้มเหลวของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs)	41
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยองค์กร	43
2.6 ความเสี่ยงที่เป็นระบบและไม่มีระบบ	45
2.7 การเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs' Growth)	47
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.9 กรอบแนวคิดการวิจัย	65
2.10 สมมติฐานการวิจัย	66
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย	67
3.1 รูปแบบการวิจัย	67
3.2 วิธีดำเนินการวิจัย	68
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	71
3.4 เครื่องมือรวบรวมข้อมูล	74
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	85
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	91
4.1 สภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึก	92
4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย	96
4.3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือเกี่ยวกับความสำเร็จของกิจการ	110
4.4 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย	119
4.5 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย จากการสนทนากลุ่ม	121
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	133
5.1 สรุปผลการวิจัย	133
5.2 อภิปรายผล	140
5.3 ข้อเสนอแนะ	147

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	150
ภาคผนวก	161
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา	162
ภาคผนวก ข จดหมายแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิการตรวจ IOC	164
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	170
ภาคผนวก ง แบบการประเมินความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม	178
ภาคผนวก จ สรุปการประเมินความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม	185
ภาคผนวก ฉ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	191
ภาคผนวก ช แบบสัมภาษณ์สนทนากลุ่ม (Focus Group)	194
ภาคผนวก ซ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543	197
ภาคผนวก ฌ รายชื่อกลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก	217
ภาคผนวก ฎ รายชื่อกลุ่มตัวอย่างการสนทนากลุ่ม	241
ประวัติผู้จัดทำ	288

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โลกในปัจจุบันเป็นโลกยุคเศรษฐกิจทุนนิยมที่มีสถานะการแข่งขันที่สูง กวระเบียบข้อตกลงระหว่างประเทศ ความมั่นคงการเมือง สังคม และสิ่งแวดล้อมภายในประเทศ เป็นกลไกสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจทั้งธุรกิจภายในประเทศและระหว่างประเทศ จากรายงานผลการเติบโตทางเศรษฐกิจโลกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 พบว่า เศรษฐกิจโลกอยู่ในสถานะเริ่มฟื้นตัว โดยปี พ.ศ. 2557 มีการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2 ต่อปี ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากราคาน้ำมันดิบที่ปรับตัวลดลง เศรษฐกิจสหรัฐที่มีความเข้มแข็งมากขึ้น ตลาดแรงงานเริ่มฟื้นตัว การคงอัตราดอกเบี้ยให้อยู่ระดับต่ำ และการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศตลาดใหม่หรือ Emerging Market ที่มีขนาดใหญ่คือ จีนและอินเดีย มีการปรับตัวดีขึ้นและเศรษฐกิจโลกปี พ.ศ. 2558 ขยายตัวที่ร้อยละ 2.8 ในปี พ.ศ. 2559 ขยายตัวร้อยละ 2.7 และปี พ.ศ. 2560 ขยายตัวร้อยละ 2.4 ต่อปี (ธนาคารโลก, 2558)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs (Small and Medium Enterprise) ถือว่าเป็นกลไกสำคัญที่มีบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก โดยมีบทบาทสำคัญที่เห็นได้อย่างชัดเจน 4 ด้านคือ (1) การสร้างงานใหม่และเพิ่มการแข่งขันในตลาด SMEs โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ง่าย ใช้เงินทุนไม่สูงและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการลงทุนในวิสาหกิจขนาดใหญ่ ตลอดจนมีความคล่องตัวในการดำเนินการ จึงเป็นจุดกำเนิดของผู้ที่สนใจลงทุนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะยามเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ คนที่ว่างงานสามารถหันมาเริ่มต้นวิสาหกิจขนาดย่อมได้ง่าย นอกจากนี้การมี SMEs เข้าสู่ตลาดยังช่วยเพิ่มระดับการแข่งขันในตลาดมากขึ้น ลดการผูกขาด จึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในสินค้าและบริการต่างๆ มากขึ้น (2) การเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดย SMEs มีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดใหญ่ในหลายด้าน เช่น การรับช่วงการผลิต การช่วยในการจัดจำหน่ายสินค้าส่งและค้าปลีกแก่ผู้บริโภค การเป็นผู้ผลิตปัจจัยการผลิตให้กับ

วิสาหกิจขนาดใหญ่ หรือการทำหน้าที่ให้บริการเสริมให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ เช่น การซ่อมแซม การทำความสะอาด เป็นต้น (3) การรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ซึ่ง SMEs มักมีความยืดหยุ่นในการปรับตัว และมีความหลากหลาย ดังนั้นระบบเศรษฐกิจที่มี SMEs ที่แข็งแกร่งจำนวนมาก สามารถปรับตัวในช่วงเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจได้ (4) การกระจายการพัฒนาไปทั่วประเทศ โดย SMEs มักมีลักษณะการจัดตั้งกระจายไปตามชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของชุมชนต่างๆ (สมบัติ ที่มทรัพย์ และจิตรลดา หมายมั่น, 2559)

ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวน SMEs ทั่วประเทศ ถึง 2.65 ล้านราย มีการจ้างงาน จำนวน 11 ล้านราย หรือร้อยละ 83.9 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มีมูลค่าการส่งออก 2.07 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29.9 ของมูลค่าการส่งออกทั้งประเทศ และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า 3.86 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.36 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (ชุตินา หวังเบ็ญหมัด และธนัชชา บินคูเหล็ม, 2557) อย่างไรก็ตามภาครัฐได้มีการดำเนินนโยบายส่งเสริมสนับสนุน SMEs ในด้านต่างๆ เพื่อให้ SMEs มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและสามารถแข่งขันผ่านโครงการต่างๆ อาทิ การอบรม การบ่มเพาะธุรกิจ การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ เป็นต้น เพื่อพัฒนาให้ SMEs สามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ได้มากขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. ได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) ขึ้น ซึ่งมีการรอบแนวคิดในการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้ดำเนินธุรกิจโดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับสาขาธุรกิจและระดับผู้ประกอบการ และมุ่งสนับสนุนตามระยะการเติบโตของธุรกิจ ได้แก่ ขึ้นเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) ที่หมายถึงธุรกิจที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจไม่เกิน 3 ปี ขึ้นเติบโต (Growth & Maturity) และขึ้นการปรับเปลี่ยนธุรกิจ (Turn Around) ซึ่งจะครอบคลุมมิติเชิงพื้นที่ ทั้งระดับภาพรวมประเทศ กลุ่มจังหวัด และรายจังหวัด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการกระจายความเจริญจากส่วนกลางสู่ภูมิภาคและยุทธศาสตร์การพัฒนาเชิงพื้นที่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) โดยผลการดำเนินงานตามแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังกล่าวช่วยส่งเสริมให้มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้นได้ พิจารณาจากมูลค่า GDP SMEs ในไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2560 ขยายตัวได้ร้อยละ 4.9 ชะลอตัวลงจากไตรมาสก่อน

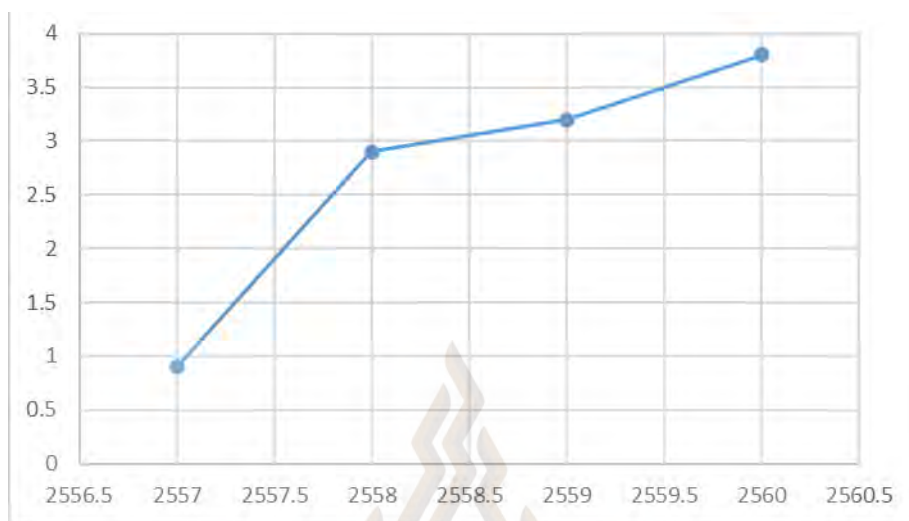
เล็กน้อย (ร้อยละ 5.0) ในขณะที่ GDP ประเทศขยายตัวร้อยละ 3.7 โดยมีสัดส่วนต่อ GDP ประเทศ ร้อยละ 42.1 คิดเป็นมูลค่ากว่า 1.56 ล้านล้านบาท (รูปที่ 1.1)

วิสาหกิจ	Q1/2560			Q2/2560			H1/2560		
	มูลค่า (ลบ.)	สัดส่วน (ร้อยละ)	Growth (ร้อยละ)	มูลค่า (ลบ.)	สัดส่วน (ร้อยละ)	Growth (ร้อยละ)	มูลค่า (ลบ.)	สัดส่วน (ร้อยละ)	Growth (ร้อยละ)
ประเทศ	3,797,319	100.0	3.3	3,711,299	100.0	3.7	7,508,618	100.0	3.5
ภาคเกษตร	344,972	9.1	5.7	321,897	8.7	15.8	666,869	8.9	10.3
ภาคนอกเกษตร	3,452,347	90.9	3.1	3,389,402	91.3	2.7	6,841,749	91.1	2.9
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	1,611,417	42.4	1.6	1,599,961	43.1	1.5	3,211,378	42.8	1.2
- SMEs	1,616,754	42.6	5.0	1,560,918	42.1	4.9	3,177,672	42.3	4.9
วิสาหกิจขนาดย่อม	1,142,187	30.1	5.3	1,105,672	29.8	5.4	2,247,859	29.9	5.3
วิสาหกิจขนาดกลาง	474,568	12.5	4.2	455,246	12.3	3.6	929,813	12.4	3.9
วิสาหกิจอื่นๆ	224,176	5.9	0.2	228,523	6.2	0.5	452,699	6.0	0.4

รูปที่ 1.1 มูลค่าและอัตราการขยายตัวของ GDP SME ไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2560

การวิเคราะห์บริบทสภาพแวดล้อมระดับโลกประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ กฎระเบียบความตกลงระหว่างประเทศ ความมั่นคงการเมือง สังคม และสิ่งแวดล้อมที่สามารถส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ SMEs ไทยในการดำเนินธุรกิจทั้งภายใน และภายนอกประเทศ โดยรายงานผลการเติบโตทางเศรษฐกิจโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 และต่อมาว่าเศรษฐกิจอยู่ภาวะตกต่ำ มีการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2 ต่อปี ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากราคาน้ำมันดิบลดลง เศรษฐกิจสหรัฐที่มีความเข้มแข็งมากขึ้น อัตราดอกเบี้ยยังคงอยู่ระดับต่ำ และการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศ ตลาดใหม่หรือ Emerging Market ที่มีขนาดใหญ่คือ จีนและอินเดีย และเศรษฐกิจโลกปี พ.ศ. 2558 ขยายตัวที่ร้อยละ 2.8 ในปี พ.ศ. 2559 ขยายตัวร้อยละ 2.7 และปี พ.ศ. 2560 ขยายตัวร้อยละ 2.4 ต่อปี (ธนาคารโลก, 2558)

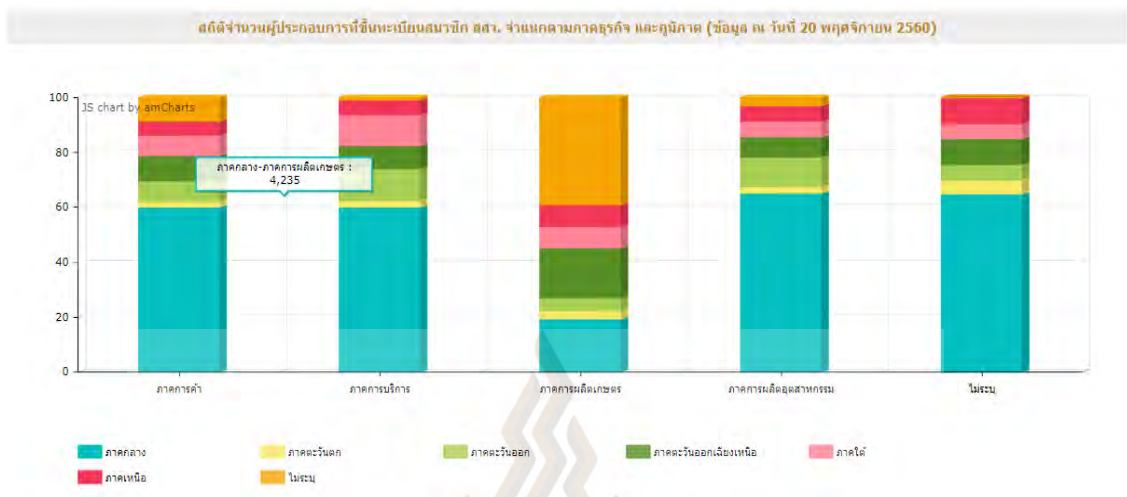
สำหรับประเทศไทย มีการเติบโตทางเศรษฐกิจเมื่อปี พ.ศ. 2557 อยู่ที่ร้อยละ 0.9 และในปี พ.ศ. 2558 ขยายการเติบโตเป็นร้อยละ 2.9 และเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งขึ้นที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอยู่ที่ร้อยละ 3.2 และ ร้อยละ 3.8 ต่อปี ในปี พ.ศ. 2559 และ ปี พ.ศ. 2560 (จากไตรมาสที่ 3) ตามลำดับ (สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง, 2560)



รูปที่ 1.2 การเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศไทย พ.ศ. 2557-2560
ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง, 2560

จากการรวบรวมข้อมูลเชิงโครงสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความแตกต่างของทั้งจำนวนเงินลงทุนและการจ้างงานระหว่างวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดกลาง รวมถึงข้อจำกัดหลายประการที่วิสาหกิจขนาดย่อมของประเทศไทยไม่สามารถเติบโตเป็นวิสาหกิจขนาดกลางที่มีการผลิตสินค้าที่ใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก อาทิ การขาดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ การขาดข้อมูลเชิงสนับสนุนการตัดสินใจในเชิงธุรกิจ รวมถึงอุปสรรคด้านศักยภาพในการเข้าถึงตลาด การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี และการเผชิญกับต้นทุนทางธุรกรรมเศรษฐกิจและการบริหารจัดการที่ค่อนข้างสูง

ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นส่งผลกระทบต่อข้อกำหนดกรอบแนวคิดเชิงนโยบาย รวมทั้งแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเติบโตทั้งในมิติเชิงคุณภาพ อาทิ การเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน และการเพิ่มผลิตภาพโดยรวมของวิสาหกิจ และการเติบโตในมิติเชิงขนาด โดยพิจารณาจากการเติบโตของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมสู่การเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่สุด



รูปที่ 1.3 สถิติจำนวนผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนสมาชิก สสว. (ข้อมูลวันที่ 20 พฤศจิกายน 2560)
ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560

จากรูปที่ 1.3 เป็นการจำแนกผู้ประกอบการ SMEs ตามภาคธุรกิจและภูมิภาคซึ่งโดยเฉลี่ยภาคกลางจะมีจำนวนมากที่สุด อย่างไรก็ตามภาคเหนือที่มีเขตติดต่อชายแดนประเทศต่างๆ ก็มีความน่าสนใจหลายประการในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์หลายประการ โดยบทบาทของ SMEs ในเชิงเศรษฐกิจ ในพื้นที่ภาคเหนือที่สำคัญคือ ด้านเศรษฐกิจผู้ประกอบการธุรกิจภาคเหนือส่วนใหญ่เป็น SMEs ที่เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนกลไกทางเศรษฐกิจ โดยเป็นธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกและธุรกิจบริการตามศักยภาพของพื้นที่ ซึ่งเป็นฐานการผลิตด้านเกษตรและเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่สำคัญในหลายจังหวัด ทำให้เอื้อต่อธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง และจากภูมิศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน มีจุดผ่านแดนที่สำคัญทั้งด้านชายแดนกับประเทศพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เชื่อมโยงอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงด้วย ดังนั้น จึงมีธุรกิจค้าชายแดนอยู่ในพื้นที่จังหวัดที่มีเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ ตาก (แม่สอด) เชียงราย (แม่สาย เชียงแสน เชียงของ) และอุตรดิตถ์ (ด่านภูจู้)

กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีบทบาทโดดเด่นในพื้นที่ภาคเหนือ ประกอบด้วยกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน) ซึ่งเป็นแหล่งการค้าและการผลิตที่สำคัญ เป็นฐานการผลิตเกษตรของประเทศทั้งพืชไร่ พืชสวน ไม้ดอกผักผลไม้ต่างๆ มีจุดขายทั้งด้านการเป็น

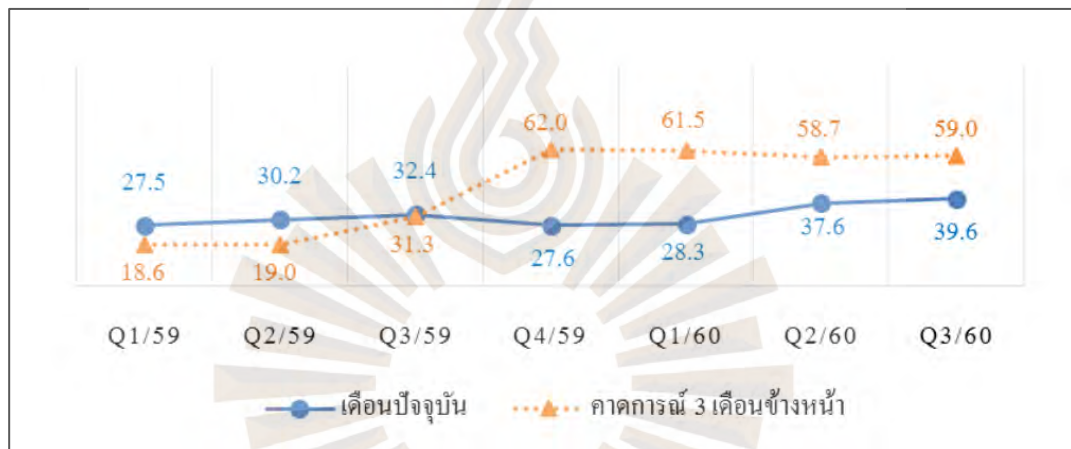
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนาที่เข้มแข็งซึ่ง SMEs สามารถผสมผสานและสร้างสรรค์ศิลปะรุ่นใหม่บนอัตลักษณ์ของล้านนา และเชื่อมโยงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงตอนบนด้วย

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน) เป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นฐานสำคัญของวัฒนธรรมล้านนาตะวันออก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเป็นประตูการค้าชายแดนเชื่อมโยงเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวกับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง และเอเชียใต้เป็นแหล่งผลิตพืชผลเกษตรที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และสุขภาพ

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (ตาก พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย อุตรดิตถ์) ด้วยศักยภาพทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของพื้นที่ กลุ่มจังหวัดนี้จึงเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงเส้นทางเศรษฐกิจเหนือ-ใต้และตะวันออก-ตะวันตก (North-South / East-West Corridor) โดยมีพิษณุโลกเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจและการผลิตต่างๆ และจังหวัดตากเป็นจังหวัดชายแดนเชื่อมโยงเส้นทางที่สำคัญ มีโครงข่ายการคมนาคมทางบกที่สนับสนุนการขนส่งทั้งผู้โดยสารและสินค้า เป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผลการเกษตรที่สำคัญของภาคนอกจากนี้กลุ่มจังหวัดนี้ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกเชิงประวัติศาสตร์คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวของจังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดตาก มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์สามารถนำมาสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และตลาดสินค้าที่ระลึก เช่น ผ้าทอจังหวัดอุตรดิตถ์ทองลายโบราณจังหวัดสุโขทัย ศิลปะประดิษฐ์และอาหารแปรรูปของจังหวัดพิษณุโลก

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 (นครสวรรค์ กำแพงเพชร พิจิตร อุทัยธานี) เป็นแหล่งผลิตและค้าข้าวที่สำคัญและพืชผลทางการเกษตรอื่นๆ ด้วย เช่น อ้อย ข้าวโพด มันสำปะหลัง ผลไม้ต่างๆ อุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร และเป็นศูนย์กลาง Logistics เชื่อมโยงภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีจังหวัดนครสวรรค์เป็นศูนย์กลางการค้าการขนส่งและการผลิตที่สำคัญ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และวัฒนธรรมมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่สำคัญคือ เขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ที่เป็นมรดกโลก และการท่องเที่ยววิถีชีวิตบนลำน้ำสะแกกรังและเจ้าพระยา สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาคกลางสู่ภาคเหนือ

อย่างไรก็ตามผลจากการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2560) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เรื่อง ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการผลิตของ SMEs ไตรมาส 3/2560 ประจำภูมิภาค ภาคเหนือ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิตของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภูมิภาคเหนือ ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2560 (SMSI) ค่าดัชนีความเชื่อมั่นรวมปัจจุบันมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยดัชนีรวมเดิมที่ระดับ 37.6 ในไตรมาสก่อนหน้าเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 39.6 แต่ค่าดัชนียังอยู่ที่ระดับต่ำกว่า 50.0 (รูปที่ 1.4)



รูปที่ 1.4 ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิตตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2559 – ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2560
ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560

ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นต่อภาวะการณ์ทางธุรกิจปัจจุบันอยู่ในระดับที่ไม่ดี ซึ่งเหมือนกับผลค่าดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิตตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2559 มาจนถึงปัจจุบัน ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ จึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ประสบความสำเร็จมากขึ้นรวมถึงเป็นข้อเสนอแนะเชิงมาตรการที่ชัดเจนเหมาะสม และเป็นประโยชน์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีการเติบโตทั้งในเชิงขนาดและเชิงคุณภาพที่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามแม้ว่าผู้ประกอบการ SMEs ในปัจจุบันจะเริ่มได้รับการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน จนมีผู้ประกอบการหลายรายประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไปแล้วก็ตาม แต่ก็พบว่ามีผู้ประกอบการ SMEs อีกเป็นจำนวนมากที่ยังขาดทั้งองค์ความรู้ต่างๆ ที่ชัดเจน รู้แจ้งว่าควรบริหารจัดการธุรกิจตนอย่างไรให้ประสบความสำเร็จบนยุคที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและปรากฏการณ์ทางเทคโนโลยีนวัตกรรมต่างๆ ที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวหน้าและยั่งยืน จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ นำไปสู่ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ SMEs ไทยพึงมีและก่อให้เกิดโมเดลธุรกิจ SMEs ที่ประสบความสำเร็จอย่างชัดเจน โดยมุ่งเน้นที่กลุ่มธุรกิจ SMEs ภาคเหนือของประเทศไทย เป็นโมเดลแรกของงานวิจัยนี้

1.2 คำถามของงานวิจัย

จากการพิจารณาความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามการวิจัยดังนี้

1.2.1 สภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยมีลักษณะเป็นอย่างไร เพราะอะไร

1.2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยคืออะไร เพราะอะไร

1.2.3 พัฒนารูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยควรมีลักษณะเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา อุปสรรคหรือข้อจำกัดที่สำคัญ รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

1.3.3 เพื่อพัฒนารูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มภาคเหนือของประเทศไทย ที่ประสบความสำเร็จ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา (1) สภาพและความสำเร็จ (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และ (3) รูปแบบความสำเร็จ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย โดยมีตัวแปรการศึกษาที่สำคัญประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลพื้นฐาน/ผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะของธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ สถานที่ตั้ง (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ)
- 2) ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ การบริหารจัดการ โครงสร้างองค์กร ทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การเงิน กลยุทธ์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรที่วิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในส่วนของเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 8 คน แบ่งออกเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 6 คน และภาครัฐ จำนวน 2 คน และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 20 คนแบ่งออกเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 18 คน และภาครัฐ จำนวน 2 คน

2) การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในส่วนของเชิงปริมาณ ได้ทำการลงพื้นที่แจกแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 400 คน

1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่วิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการสำรวจกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่กลุ่มภาคเหนือตอนบน ซึ่งประกอบไปด้วย 9 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน และอุตรดิตถ์

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาที่วิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินงานระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2560 – มีนาคม พ.ศ. 2561

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย

บุคคลธรรมดา หมายถึง บุคคลทั่วไปที่มีชีวิตอยู่ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (มาตรา 15)

คณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)

ห้างหุ้นส่วนสามัญที่มีโชนิติบุคคล หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)

ห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนนิติบุคคล หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน โดยหุ้นส่วนทุกคนไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียน เป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ห้างหุ้นส่วนจำกัด หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน หุ้นส่วนมีทั้งที่จำกัดความรับผิดและไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

บริษัทจำกัด หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นรับผิดในหนี้ต่าง ๆ ไม่เกินจำนวนเงินที่ผู้ถือหุ้นแต่ละคนลงทุนและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่นที่ดำเนินการ โดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวประกอบกิจการดังกล่าวเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยมีการยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนชุมชน 2548 กับกรมส่งเสริมการเกษตร

รูปแบบความสำเร็จ หมายถึง ลักษณะหรือองค์ประกอบที่ส่งผลให้การดำเนินงานบรรลุถึงเป้าหมายหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในด้านต่างๆ ในการศึกษาี้ หมายถึง ลักษณะหรือองค์ประกอบที่ส่งผลให้การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย บรรลุถึงเป้าหมายหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในด้านต่างๆ เช่น กำไร ปริมาณและความต้องการสินค้า การมีชื่อเสียง สิทธิทรัพย์สินของกิจการ

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การจัดการทุนของชุมชนและโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเองรวมไปถึงโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของภาครัฐ

ลักษณะปัญหาอุปสรรคของวิสาหกิจ หรือโอกาสของธุรกิจ (Nature of the Problem or Opportunity) อาทิ การขาดตลาดในการส่งออก เทคโนโลยีสารสนเทศ การผลิต และการเงิน เป็นต้น

องค์กรธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรือธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง กิจการการผลิต กิจการการค้า หรือกิจการบริการ โดยมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้กำหนดคุณลักษณะของวิสาหกิจที่จะเป็น SMEs ซึ่งพิจารณาจากจำนวนการจ้างงาน หรือมูลค่าทรัพย์สินถาวร (ไม่รวมที่ดิน) ที่กิจการนั้นมีอยู่ได้แก่

1) กิจการการผลิต (Manufacturing Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

2) กิจการให้บริการ (Service Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงาน ตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 200 ล้านบาทเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

3) กิจการค้าส่ง (Wholesale Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงาน ตั้งแต่ 26-50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 100 ล้านบาทเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

4) กิจการค้าปลีก (Retail Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 30 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงาน ตั้งแต่ 16-25 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 30 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 60 ล้านบาทเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ประโยชน์ทางธุรกิจ

1) ทราบถึงสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย รวมถึงปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2) ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

3) ได้รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย เพื่อเป็นต้นแบบที่ดี (Best Practice) ในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีการเติบโตและโดดเด่น

4) ได้ข้อเสนอแนะเชิงมาตรการที่มีความชัดเจน เหมาะสม และเป็นประโยชน์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ สูงสุดในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้มีการเติบโตทั้งในขนาดและเชิงคุณภาพที่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน

1.6.2 ประโยชน์ทางสังคม

1) ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถเป็นแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ทั้งในด้านการสร้างงาน การเพิ่มรายได้ การเสริมสร้างความเข้มแข็ง การส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน

2) เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทราบถึงสถานภาพปัจจุบันรวมถึงศักยภาพ และความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จึงสามารถให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในสังคมต่อไป

1.6.3 ประโยชน์ทางวิชาการ

1) ได้องค์ความรู้ใหม่ที่มีการบูรณาการที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของการพัฒนาปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

2) ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถใช้เป็นข้อมูลในการวิจัยของผู้ที่สนใจการวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่อไป



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ และบริบทที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จ และความล้มเหลว ทั้งจากปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน เพื่อนำไปสู่การกำหนดโมเดลของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จากการศึกษาวิเคราะห์ดังกล่าว พบว่า มีงานวิจัยและงานเขียนของนักวิชาการ และนักบริหารที่น่าเสนอไว้ อธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) เพื่อนำไปศึกษา และสังเคราะห์เชิงทฤษฎีเพื่อสร้างหรือพัฒนาโมเดล ของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ที่มีลักษณะเหตุและผล ดังนั้นจึงนำเสนอผลการศึกษาวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะผู้ประกอบการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีความล้มเหลวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยองค์กร
- 2.6 ความเสี่ยงที่เป็นระบบและไม่มีระบบ
- 2.7 การเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs' Growth)
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 2.10 การตั้งสมมติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

2.1.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล (2545) ได้อธิบายว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การจัดการทุนของชุมชนและโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเอง และยังได้อธิบายเพิ่มเติมถึงคำว่า “วิสาหกิจ” แปลจากภาษาอังกฤษว่า “Enterprise” ซึ่งจะแปลว่า “การประกอบการ” แต่เรามักจะคุ้นกับคำว่า “รัฐวิสาหกิจ” เท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันนี้สถานการณ์เปลี่ยนไปมีคำว่า “วิสาหกิจชุมชน” (SMCE : Small and Micro Community Enterprise) เกิดขึ้น ผู้คนเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับวิสาหกิจชุมชนจนกล่าวได้ว่าเป็นยุคแห่งวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติหรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลโดยครอบครัวในชุมชน โดยองค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยมีหลักการคิดที่สำคัญ คือ สร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตนเองลดรายจ่ายให้ครอบครัว สร้างเสริมสุขภาพอนามัย ที่ดีให้ตนเอง และมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดและเอาเปรียบผู้บริโภค

คำว่าวิสาหกิจยังรวมไปถึง โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของภาครัฐ ซึ่งคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2546) ได้ให้ความหมายของประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการคัดเลือกผู้ประกอบการตามโครงการสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยในปี พ.ศ. 2546 ไว้ดังนี้

- 1) ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรที่บริโภคสด และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปทั้งอาหารแปรรูปที่พร้อมบริโภคหรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง
- 2) ประเภทเครื่องดื่มน้ำ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทขงละลาย และผลิตภัณฑ์ประเภทขง เป็นต้น
- 3) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอ และผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยธรรมชาติผสมเส้นใยสังเคราะห์หรือผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท
- 4) ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเรือน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สอยต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักสาน ถักสาน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้งาน

- 5) ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 6) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่การบริโภค

หลักเกณฑ์ทั่วไปในการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยมี 5 ด้าน คือ

- 1) ด้านการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้
 - 1.1) แหล่งที่มาของวัตถุดิบ หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่ได้มาจากพื้นที่ในจังหวัดนั้น ต่อปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิต
 - 1.2) การขยายแรงงาน/กำลังการผลิต หมายถึง จำนวนแรงงาน หรือเครื่องจักร อุปกรณ์หรือผลผลิตที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี
 - 1.3) ช่วงระยะเวลาในการผลิต หมายถึง ช่วงระยะเวลาที่ผู้ผลิตทำการผลิตสินค้า นั้นในแต่ละปี
 - 1.4) กำลังการผลิต หมายถึง เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้ามีความสามารถผลิตสินค้าไปตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ ระดับใด
 - 1.5) การรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต หมายถึง กระบวนการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพียงใด และมีระบบในการแก้ไขผลกระทบของสิ่งแวดล้อมหรือไม่
 - 1.6) ศักยภาพผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่ายหมายถึง เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก และหลายครั้ง สามารถผลิตสินค้าได้คุณภาพเหมือนเดิมหรือไม่เพียงใด
- 2) ด้านการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้
 - 2.1) แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า หมายถึง แหล่งจำหน่ายที่นำสินค้าไปขาย
 - 2.2) จำนวนแหล่งจำหน่ายสินค้า หมายถึง จำนวนร้านค้า แหล่งจำหน่าย ผู้รับซื้อสินค้าที่นำสินค้าไปจำหน่าย
 - 2.3) รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา หมายถึง ปริมาณรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในรอบ 12 เดือนนี้ เทียบกับปริมาณการจำหน่ายในรอบ 12 เดือนที่แล้ว
 - 2.4) ความต่อเนื่องของตลาด หมายถึง การมีลูกค้าเก่าหรือลูกค้าใหม่อย่างเดียว หรือทั้งสองอย่าง และการสั่งซื้อเป็นอย่างไร
 - 2.5) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะหรือรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้าเพื่อความสวยงาม และไม่ให้สินค้าเสียหาย
 - 2.6) ฉลากและเครื่องหมาย หมายถึง ข้อความและเครื่องหมายที่แจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตใช้ติดกับสินค้านั้นเพื่อให้ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อทราบ

2.7) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง วิธีการที่ผู้ผลิตจำหน่าย เช่น จำหน่ายเอง ผ่านคนกลาง ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

3.1) ที่มาของรูปแบบสีสันทันของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะและที่มาของรูปแบบและสีสันทันของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาโดยวิธีการใด

3.2) การพัฒนารูปแบบสีสันทันของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การปรับเปลี่ยนรูปแบบสีสันทันของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.3) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในรอบ 1 ปี หมายถึง รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มีการพัฒนาอย่างไรและจากใคร

3.4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

3.5) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการรับรองมาตรฐานที่สนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน

4) ด้านเรื่องราวตำนานของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

4.1) เรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประวัติความเป็นมาของตัวผลิตภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบ วิธีการผลิต หรือภูมิปัญญาที่ใช้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์นั้นๆ

4.2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น/เอกลักษณ์ของท้องถิ่น หมายถึง มีการนำความรู้ ทักษะความสามารถในการผลิตที่สืบสานจากบรรพบุรุษในท้องถิ่นนั้นๆ มาใช้ในการผลิตมากน้อยเพียงใด

5) ด้านความเข้มแข็งของชุมชน ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

5.1) ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม หมายถึง จำนวนปี นับจากการที่กลุ่มเริ่มทำธุรกิจหรือเริ่มผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ไม่นับรวมการผลิตเพื่อใช้เองหรือเมื่อรวมกลุ่มแต่ยังไม่มีการผลิต

5.2) กองทุนของกลุ่ม หมายถึง เงินทุนของกลุ่มที่ได้มาจากการดำเนินงาน การปันผลจากการดำเนินงาน การถือหุ้นของสมาชิก หรือการสะสมเป็นกองทุน เพื่อใช้ในการดำเนินงานต่างๆ ซึ่งไม่รวมถึงเงินกู้ยืมจากแหล่งต่างๆ

5.3) การบริหารจัดการองค์กร/กลุ่ม หมายถึง การบริหารจัดการกลุ่มที่มีระเบียบโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีกฎระเบียบปฏิบัติของกลุ่มที่ชัดเจน ทั้งที่กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร หรือข้อตกลงร่วมกัน รวมทั้งกลุ่มที่จัดระเบียบอย่างเป็นทางการ และรวมตัวกันเอง

5.4) ที่มาของแหล่งเงินทุนหลัก หมายถึง เงินที่ใช้ในการลงทุน ซึ่งมาจากการกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุน หรือสถาบันการเงินต่างๆ ทั้งในระบบ และนอกระบบ รวมทั้งการระดมหุ้นจากสมาชิก

5.5) ระบบการหักบัญชี หมายถึง การบันทึกบัญชีตามระบบบัญชี คือ มีการบันทึกบัญชีเงินสด บัญชีกระแสรายวัน บัญชีลูกหนี้ บัญชีเจ้าหนี้ งบกำไรขาดทุน งบดุล

เสรี พงศ์พิศ (2546) ได้ให้ความหมายของ วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and Micro Community Enterprise) คือการประกอบการเพื่อการจัดการ “ทุน” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง (ทุน ไม่ได้หมายถึงเพียง เงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชนเป็นที่พึ่งเป็นนอองไว้ใจกัน)

วิสาหกิจชุมชนมีลักษณะสำคัญอยู่ 7 ด้าน คือ

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
- 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
- 3) ทรัพยากร หรือวัตถุดิบมาจากชุมชนหรือภายนอก
- 4) ริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นนวัตกรรมของชุมชน
- 5) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
- 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
- 7) มีการพึ่งตนเองของครอบครัว และชุมชนเป็นเป้าหมาย

วิสาหกิจชุมชนมีเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาชุมชน เพื่อให้เกิดการพึ่งตนเองเป็นอันดับแรก แต่ก็สามารถดำเนินการสัมพันธ์กับตลาดได้หากมีเหลือกินเหลือใช้ ได้เรียนรู้การจัดการ ซึ่งต้องเข้าสู่ระบบตลาดและแข่งขัน ใช้ความเป็นกลุ่มเป็นเครือข่ายของตนให้เป็นประโยชน์ในทางธุรกิจ (Competitive Advantaged) รวมทั้งการใช้ภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ท้องถิ่น ดังเช่น OTOP หรือหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองในครอบครัวในชุมชน ในเครือข่าย เป็นการประกอบการแบบพื้นฐานขณะที่วิสาหกิจชุมชนที่เข้าสู่ระบบตลาดเรียกว่าวิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าส่วนวิสาหกิจชุมชนแบบพื้นฐานเป็นหลักประกันความมั่นคงของครอบครัวและชุมชน หากว่าเกิดปัญหาในวิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าก็จะไม่เสียหายมากนัก เป็นระบบข่ายความปลอดภัย (Safety Net) เหมือนตาข่ายในการแสดงกายกรรมเหินเวหา พัดตกลงมาก็ไม่ถึงพื้น ไม่เจ็บ ไม่ตาย แต่อาจจะขยหน้าบ้างสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นการจัดการร้อยรัดภูมิปัญญา ทุนต่างๆ ที่มีอยู่ ทั้ง

ทุนที่เป็นตัวเงินและทุนที่ไม่ใช่ตัวเงิน เพื่อให้เกิดเป็นคุณค่าและมูลค่า แต่ที่สำคัญมีเป้าหมายหลักคือ เพื่อการพึ่งตนเอง (เสรี พงศ์พิศ, 2547)

กรมส่งเสริมการเกษตร (2548) ให้คำจำกัดความของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548) ได้ให้ความหมายวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า วิสาหกิจชุมชนหมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

จุฑามาส ชโลธร (2554) กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน โดยครอบคลุมกิจกรรมดังต่อไปนี้

1) การแปรรูปหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตของชุมชน เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องจากการผลิตทางการเกษตร เพื่อการพึ่งตนเองและเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องคั้นเพื่อสุขภาพ ไข่ผลไม้พื้นบ้าน การแปรรูปพืชผักผลไม้พื้นบ้านรูปแบบต่างๆ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน แหล่งท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานชุมชน เป็นต้น

3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเองขององค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน เช่น น้ำปลา นมเปรี้ยว เครื่องดื่ม เครื่องใช้ อาหารและยาสมุนไพร เป็นต้น

4) การพัฒนาระบบการตลาด การบริการและสวัสดิการชุมชน เช่น ร้านค้าชุมชน ศูนย์สุขภาพพื้นบ้าน เป็นต้น และเมื่อองค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนครบทั้ง 4 กลุ่ม และเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ จะเกิด “ระบบวิสาหกิจ”

สรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตหรือแปรรูปวัตถุดิบในชุมชนเพื่อการอุปโภค บริโภค การจำหน่าย การให้บริการ หรือการอื่นๆ โดยเป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชนที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในครอบครัวและสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะผู้ประกอบการ

2.2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

คำว่าผู้ประกอบการ ในภาษาอังกฤษเรียกว่า Entrepreneurs โดยมีรากศัพท์มาจากฝรั่งเศส ซึ่งในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ มีความหมายว่า บุคคลที่สามารถยอมรับความเสี่ยงตั้งแต่ก่อตั้งธุรกิจขึ้น เพื่อที่จะหวังจะได้กำไร ซึ่งในความหมายดังกล่าวจะเน้นไปที่ตัวบุคคลที่เป็นผู้ดำเนินการกิจการหลัก นั้นเอง (Webster's Dictionary, 2000)

Sharma and Chrisman (1999) กล่าวว่าผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่สามารถนำเสนอสิ่งใหม่ๆ โดยการสร้างสินค้า การตลาด รูปแบบขององค์กรหรือผู้ผลิตสินค้า หรือผู้ประกอบการหมายถึง ผู้กำหนดโอกาสทางการตลาด และสามารถใช้ทรัพยากรให้สอดคล้องกับโอกาสอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ยังมีนักวิจัยและนักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่าผู้ประกอบการในหลากหลายความหมาย ทำให้สามารถสรุปได้ ดังนี้

ในเชิงของเศรษฐศาสตร์และทางการตลาด ผู้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่สามารถนำเอาปัจจัยการผลิต ได้แก่ ที่ดิน ทุน แรงงาน มาทำการจัดสรรให้เป็นระบบ ในเรื่อง ความเสี่ยง และตัดสินใจเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งในธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสที่จะสร้างกำไร โดยการสร้างสินค้าชนิดใหม่ๆ เพื่อขายในตลาด โดยการนำขบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพกว่าเดิมมาปรับปรุงใช้ในองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (ธีรยุทธ วัฒนาสุกโชก, 2542)

ในเชิงบริหาร ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่เห็นโอกาสทางธุรกิจและมีการยอมรับความเสี่ยงที่จะเกิดกับธุรกิจที่เริ่มต้น และประโยชน์จากโอกาสหรือความคิด เพื่อพยายามก้าวไปสู่

ความสำเร็จของธุรกิจโดยมุ่งหวังเรื่องกำไรเป็นสำคัญ และเป็นผู้ที่มีเป้าหมาย วางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของธุรกิจ (สุธีรา อะทะวงษา, 2560)

ในเชิงของจิตวิทยา ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีกระบวนการคิดแบบสร้างสรรค์ที่มีความแตกต่างกับด้านคุณค่า มีความอิสระ รวมถึงเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไร และความพึงพอใจ และมีการมองผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญ และจำเป็นต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ (อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2543)

จากความหมายของผู้ประกอบการที่รวบรวมไว้ข้างต้น สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่กระตือรือร้น เน้นปัจจัยการผลิตต่างๆ และนำมาผสมผสานเข้ากับหลักการจัดการ ทำให้เกิดสินค้าและบริการใหม่ๆ เกิดผู้บริโภครุ่นใหม่ๆ แสวงหาตลาดใหม่ๆ หรือช่องทางการทำกำไรใหม่ๆ และยังเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการให้ดีขึ้น ลดต้นทุน บริหารจัดการองค์กรหาข้อบกพร่องแล้วแก้ไขให้ดีขึ้น และนำมาพัฒนาให้องค์กรหรือธุรกิจก้าวหน้าและเกิดประโยชน์สูงสุด

2.2.2 ความสำคัญของผู้ประกอบการ

เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ธุรกิจมีผลสำเร็จ คือ ผู้ประกอบการ โดยปัจจัยต่างๆ เป็นเพียงสิ่งแวดล้อมที่สามารถเสริมให้เกิดความสมบูรณ์ เพราะว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดทิศทางนโยบาย กลยุทธ์ และวิสัยทัศน์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับสภาพธุรกิจของตนเอง เพื่อผลักดันให้ธุรกิจเกิดผลสำเร็จตามความตั้งใจไว้ (Coulter and Magee, 2003)

เมื่อนำมาพิจารณาถึงบทบาทหน้าที่ของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ประกอบการมีความสำคัญ (Wickham, 2001) ดังนี้

1) บทบาทหน้าที่ของผู้ก่อตั้งองค์กร คือ ผู้ประกอบการทำหน้าที่ก่อตั้งองค์กรทางธุรกิจ เป็นผู้มีหน้าที่นำปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ไม่ว่าจะ คน ทรัพย์สิน ทรัพยากร การผลิต รวมกันทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2) บทบาทหน้าที่การเป็นเจ้าขององค์กร คือ ผู้ประกอบการลงทุน ถือหุ้่น ขององค์กรนั้นๆ

3) บทบาทการเป็นผู้นำ ผู้ประกอบการ จำเป็นต้องมีบทบาทอย่างเด่นชัด โดยต้องเป็นผู้ริเริ่มงานใหม่ๆ และปรับปรุงประสิทธิภาพ และผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีม และส่งเสริมสร้างกำลังใจแก่พนักงาน และพร้อมรับมือของ ความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ดังนั้น ผู้นำต้องมีปัจจัยสำคัญมากต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ เพราะผู้นำถือเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จ

4) บทบาทการเป็นผู้จัดการ ความหลากหลายสถานการณ์ ผู้ประกอบการมีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นบทบาทอะไรก็ตาม ต้องรวมถึงบทบาทของผู้จัดการองค์กร

5) บทบาทการเป็นผู้นำความรู้ความชำนาญมาใช้ คือ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำความรู้ความชำนาญมาดำเนินงาน เพื่อจัดการกับทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ และเพิ่มช่องทาง โอกาสของธุรกิจ

6) บทบาทหน้าที่การเป็นผู้ระบุโอกาสทางการตลาด คือ ผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์ข้อมูล ในทิศทางของตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางให้องค์กรมีศักยภาพใน โลกธุรกิจ

7) บทบาทหน้าที่การเป็นผู้นำนวัตกรรมใหม่เข้าสู่ตลาด คือ ผู้ประกอบการต้องนำนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อมาปรับใช้ในองค์กร ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการนำมาปรับใช้หลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการผลิต บริหารจัดการ ทรัพยากรบุคคล บริการและการขนส่ง

8) บทบาทของผู้สร้างสรรค์สังคม คือ เมื่อธุรกิจได้มีการเติบโตและมีการขยายตัวออกไป นอกจากจะเป็นการตอบโต้ของลูกค้านำ ผู้ประกอบการยังสามารถรับผิดชอบต่อสังคม หรือทำเพื่อสังคมโดยไม่หวังกำไรเพียงอย่างเดียว จึงได้ชื่อว่าผู้ประกอบการที่มีคุณค่าสมควรยกย่องของสังคม และได้รับการสนับสนุนจากประชาชนและลูกค้าต่อไป (Longenecker, 1994)

2.2.3 ลักษณะของผู้ประกอบการ

Frese, Kruij, and Mechilen (2000) ลักษณะของผู้ประกอบการได้นิยามไว้ คือ

1) ความเป็นของตนเอง (Autonomy) คือ ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะบีบบังคับ

2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

3) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) ความกล้าเสี่ยงแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ กล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ และกล้ากู้ยืมทรัพย์สินจำนวนมาก

4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) คือ ความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะในการแข่งขัน ความพยายามที่จะทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพ

5) ความสม่ำเสมอ และใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง การที่เข้าของกิจการมีความมั่นคงไม่เก็บสิ่งผิดพลาดมาเป็นอารมณ์ หรือผิดหวังแต่จะนำเอาประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้

6) ความใส่ใจความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ผู้ที่ชอบงานท้าทายมีแรงจูงใจในการทำงานให้สำเร็จ และดีกว่าเดิม

2.3 แนวคิดและทฤษฎีความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ความสำเร็จ หมายถึงความสำเร็จของเป้าหมายและเป้าหมายภายในชีวิต แม้ว่าความสำเร็จของธุรกิจโดยทั่วไปจะหมายถึง ประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัท ดังนั้น ความสำเร็จทางธุรกิจจึงได้รับการตีความในหลายรูปแบบ (Foley and Green, 1989) ซึ่งบางการศึกษาได้กำหนดความสำเร็จจากมุมมองที่เป็นรูปธรรมทางวัตถุประสงค์ เช่น รายได้หรือการเติบโต ของบริษัท การสร้างความมั่งคั่งส่วนบุคคล การทำกำไร และเงินทุนหมุนเวียน (Perren, 2000; Amit, MacCrimmon, Zietsman, & Oesch, 2000) โดยการศึกษาอื่นๆ เช่น Watson, Hogarth-Scott, and Wilson (1988), Taormina and Lao (2007) ความสำเร็จของผู้ประกอบการต้องมีการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยต้องดำเนินธุรกิจ 3 ปี ซึ่งบางการศึกษาอื่นๆ ได้ตีความความสำเร็จที่ไม่เป็นรูปธรรม และที่ไม่อยู่ในลักษณะทางกายภาพ เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัท ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จเช่นกัน (Ibrahim and Goodwin, 1986) โดยความขัดแย้งของความสำเร็จส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดยการรับรู้ด้วยตนเองของผู้ประกอบการ ซึ่งทำให้การศึกษาของ Chowdhury et al. (2013) จึงหาความสัมพันธ์ของความสำเร็จตามที่ผู้ประกอบการรับรู้กับองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม และด้านประชากรศาสตร์

Chen and Williams (1999) ในระดับเศรษฐกิจมหภาคได้มีการตรวจสอบประเทศสหรัฐอเมริกา โดยอัตราล้มเหลวขององค์กรจากภูมิภาค พบว่ามีปัจจัยภายนอก เรื่องอัตราภาษีขาย ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค การวิจัย และค่าใช้จ่ายและหนี้สินของบริษัท ซึ่งเป็นปัจจัยโดดเด่นที่ส่งผลต่ออัตราความล้มเหลวทางธุรกิจอย่างมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตในเรื่องเครดิตของธุรกิจและอัตราความล้มเหลว ของ Everett and Watson (1998) ได้ประเมินว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคเหล่านี้มีโอกาสเกิดความล้มเหลวทางธุรกิจร้อยละ 30 ถึงร้อยละ 50

ในกรณีศึกษาเกี่ยวกับความล้มเหลวภายใน และความสำเร็จนั้นยังมีการศึกษาค้นข้างน้อย โดย Sapienza (1991) ได้ศึกษาพบว่าขนาด และประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจมีผลในเชิงบวก

ในการสำเร็จของธุรกิจ (Timmons, 1994 & Sahlman, 1990) ได้ศึกษาพบว่าบริษัทที่มีการลงทุนจากภายนอก ทำให้ธุรกิจมีผลสำเร็จที่สูงกว่า Gaskill, LuAnn, Auken, and Manning (1993) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเจ้าของธุรกิจในอุตสาหกรรมสิ่งทอ พบว่าการล้มเหลวของธุรกิจเกิดจากเจ้าธุรกิจมีการจัดการที่ไม่ดี ทั้งในเรื่องของเงินทุน และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของในเรื่องการเงินและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนร่วม Perry (2001) พบว่าธุรกิจขนาดเล็กที่มีการวางแผนถึงแม้จะไม่มาก แต่บริษัทเหล่านี้ยังมีโอกาสล้มเหลวน้อยกว่าบริษัททั่วไป Timmons (1994) ได้มีการระบุปัจจัยต่างๆ เช่น ผู้ประกอบการที่เป็นแรงผลักดัน ช่วงเวลาและโอกาสทางธุรกิจ ทักษะที่สำคัญในการประกอบธุรกิจและความพร้อมของทรัพยากร

Timmons (1994) ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยของข้อผิดพลาดเชิงกลยุทธ์ เช่น การกระจายความเสี่ยงในไปยังธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้อง มีการบริหารจัดการที่ไม่ดีในเรื่องของความสัมพันธ์ทางธุรกิจขาดการวางแผน ทักษะทางการเงินที่ไม่แข็งแกร่ง การรายงานการจัดการที่ไม่ดี และการมองโลกในแง่ดีเกินไป ปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวกำหนดความล้มเหลวของธุรกิจ ซึ่งตรงกันข้ามกับปัจจัยความสำเร็จ

ความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็ก ได้มีนักวิชาการศึกษามิติที่แตกต่างกัน Paige and Littrell (2002) นิยามความสำเร็จของธุรกิจประกอบไปด้วยเสรีภาพ และอิสระของผู้ประกอบการ และความเป็นเจ้านายตนเอง ซึ่งปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจจะเกี่ยวกับบุคคลทั่วไป ผลตอบแทนทางการเงินและรายได้ส่วนบุคคล Masuo, Fong, Yanagida, and Cabal (2001) ได้ศึกษาและพบว่าความสำเร็จทางธุรกิจ ถูกกำหนดด้วย เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ มาตรการทางการเงิน รวมถึงผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ยอดขาย ผลกำไร พนักงาน ความเสี่ยงทางธุรกิจ และปัจจัยภายนอก เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า การพัฒนาส่วนบุคคล ความสำเร็จส่วนบุคคล

ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจมีความหลากหลาย Rogoff, Lee, and Suh, (2004) พบว่า ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของธุรกิจ เดิมทีความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับเจ้าของหรือผู้ประกอบการ และธุรกิจ ต่อมาความสำเร็จของธุรกิจมีปัจจัยนอกเหนือการควบคุมของเจ้าของหรือผู้ประกอบการ ซึ่งปัจจัยภายใน ได้แก่ ขนาด ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการดึงดูดการลงทุนจากภายนอก การบริหารจัดการ การหาเงินทุน การวางแผน ประสิทธิภาพ และทักษะในการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยภายนอกหรือสิ่งแวดล้อม ได้แก่ อัตราภาษีขาย ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค การวิจัยต่างๆ หนี้ของบริษัท สภาวะสินเชื่อ โอกาสของธุรกิจ ความพร้อมใช้ของทรัพยากร สภาวะเศรษฐกิจ การแข่งขัน และกฎระเบียบของรัฐบาล Wijewardena and Tibbits (1999)

กล่าวว่าการประสบความสำเร็จของบริษัทขนาดเล็กเกิดจากผู้ประกอบการ การบริหารจัดการ หรือคุณลักษณะของผู้จัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ เพศ การศึกษา อายุ ทักษะการบริหาร และประสบการณ์ ตลาดจนการสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัว (Green & Pryde, 1989) ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ คือ อายุ ขนาด และสถานที่ตั้งของธุรกิจ (Kallerberg & Leicht, 1991)

ความสำคัญของความช่วยเหลือจากรัฐบาลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็กมีการศึกษาอยู่หลายๆ ด้าน Sarder, Ghosh, and Rosa (1997) ได้ศึกษา 161 บริษัท ขนาดเล็ก ณ ประเทศบังคลาเทศ พบว่าบริษัทที่ได้รับการสนับสนุน ในเรื่อง การตลาด การจัดการ อบรม การให้คำปรึกษา ข้อมูล สิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งภาครัฐและเอกชนจะทำให้ของการขายอย่างมีนัยสำคัญ Yusuf (1995) ได้ศึกษา 220 บริษัทขนาดเล็กในภูมิภาคแปซิฟิกใต้ มีด้วยกัน 9 ปัจจัย ที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็ก แต่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ การจัดการที่ดี การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความสามารถส่วนบุคคล การสนับสนุนจากรัฐบาล แต่อย่างไรก็ตามการช่วยเหลือจากรัฐมีความสำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดเล็ก

ในทางตรงกันข้ามมีบางการศึกษาพบว่า การให้ความช่วยเหลือของภาครัฐไม่สำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็ก Mambula (2004) ศึกษาบริษัทผลิตขนาดเล็ก 3 บริษัทในประเทศไนจีเรียพบว่า บริษัทที่ได้รับเครดิต และความช่วยเหลือหลายๆ รูปแบบไม่ได้มีผลต่อความสำเร็จต่างๆ Kirpalani and Macintosh (1980) ได้ศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก 34 บริษัท ในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา พบว่าปัจจัยภายในเกี่ยวกับผู้มีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับสูง การวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยี ส่วนผสมทางการตลาด และการทำงานการผลิต และ ไม่มีความช่วยเหลือจากรัฐ ซึ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดความสำเร็จของบริษัท ซึ่งในด้านการตลาดระหว่างประเทศมีความช่วยเหลือของภาครัฐถือเป็นปัจจัยด้านสุขอนามัยที่ ทำให้บริษัทเล็กสามารถแข่งขันในตลาดโลกแต่ก็ไม่เพียงพอต่อความสำเร็จของธุรกิจเหล่านั้น

2.3.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factor: CSF) คือ ปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่ต้องทำให้ มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ คือ เป็นการให้หลักการแนวทาง หรือวิธีการที่องค์กรจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ได้ แต่ละองค์กรจะมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นหลักหมายที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เจ้าหน้าที่

และผู้บริหารขององค์กรรู้ว่าต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนองวิสัยทัศน์ หากปราศจาก ปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว วิสัยทัศน์ขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล

ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเสมือนเครื่องมือหรือวิธีการฝึกการแยกแยะ และวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่จะเร่งดำเนินการให้ดีที่สุด เพื่อการบรรลุเป้าหมายการประกอบการที่เหนือกว่าในกลุ่มอุตสาหกรรมนั้นๆ

Mc Kinsey (อ้างถึงใน มณีรัตน์ สุพร, 2554) ได้แนวคิดว่าใช้ปัจจัยแห่งความสำเร็จมาจากหลักการทำสงครามของทหาร Mc Kinsey ได้วิเคราะห์การเติบโตของการวางแผนธุรกิจ (Business Planning) ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 และเห็นว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเครื่องมืออันหนึ่งของผู้บริหารในการจัดลำดับความสำคัญของการจัดการและการดำเนินธุรกิจ ซึ่งนอกเหนือจากการเรียงลำดับความสำคัญแล้ว ยังเป็นเครื่องมือตรวจสอบความแข็งแกร่งขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายที่สำคัญคือ ด้านการตลาด

เพื่อให้ได้มาซึ่งยุทธศาสตร์การตลาดที่ดี Daniel (1961) ใช้ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเครื่องมือในการจัดการด้านธุรกิจภายใต้วิกฤติและได้ร่วมกันเขียนบทความวิจัยการตลาดทางด้านนี้ไว้ในวารสาร “Harvard Business Review” ฉบับเดือนกันยายน ค.ศ. 1961 ซึ่งจากการวิเคราะห์ธุรกิจได้ชี้ว่า การมีข่าวสารข้อมูลมากเกินไปโดยปราศจากการเน้นปัจจัยสำคัญ จะทำให้ฝ่ายจัดการเสียเวลาในการวิเคราะห์ และผลที่ได้ยังนำไปสู่ข้อสรุปทางการตลาดที่ผิดพลาดอีกด้วย และในที่สุดก็จะนำไปสู่การลดขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร การลดภาระจากการรวบรวมวิเคราะห์ และตัดสินใจทางธุรกิจบนข้อมูลต่างๆ ทำให้ Daniel (1961) ได้กำหนดปัจจัยสำคัญที่จำเป็นเพื่อกำหนดว่า ปัจจัยที่ทำให้สำเร็จ (Success Factor) ของธุรกิจปัจจัยใดบ้างที่อยูในการควบคุมขององค์กรและปัจจัยใดเป็นปัจจัยภายนอก ซึ่งจำเป็นที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือภาครัฐต้องสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิกของธุรกิจในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงไปได้

การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (CSF Analysis) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการยกระดับผลประกอบการให้สูงขึ้น (Higher Performance) ซึ่งประเด็นนี้จัดเป็นสิ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการติดตามผลการดำเนินการ (Monitoring System) สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้น มีอยู่ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่

1) ความมุ่งมั่น (Drive) ในชีวิตจริงแล้วการมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ (Personal Mastery) เป็นหัวใจสำคัญประการแรกที่ทุกคนต้องประพฤติปฏิบัติ เมื่อมีความเพียรอยู่ที่ไหน ความสำเร็จย่อมอยู่ที่นั่นผู้ประกอบการธุรกิจทุกคนควรพึงจดจำไว้เสมอว่า "ไม่มีความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ใดๆ ที่จะได้มาจากความเพียรพยายามเพียงน้อยนิด"

2) ภูมิปัญญา (Knowledge / Wisdom) ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทั้งทางด้านเทคนิค และด้านการบริหารที่ต้องมีอย่างครบถ้วน

3) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเพิ่มพูนภูมิพลังแห่งปัญญาอยู่ตลอดเวลา อันจะนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจอย่างมากมายมหาศาล

4) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Personal Creativity) อันเนื่องมาจากรูปแบบวิถีคิด (Mental Ability) ที่จะก่อให้เกิดมุมมองแปลกๆ ใหม่ๆ (New Paradigm) ที่แตกต่างไปจากผู้อื่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ สามารถที่จะแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) เพื่อนำมาบริหารและพัฒนาให้เกิดเป็นคุณค่าแก่ธุรกิจของตน ทั้งในด้านของการปรับปรุงระบบงานทั่วไป ระบบการผลิตระบบการตลาด และระบบการบริการลูกค้า ตลอดจนระบบการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์

5) มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร (Human Relations & Communications Ability) ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสาร ให้บริการแก่ลูกค้า และบริหารทีมงานขนาดเล็ก ให้มีความมุ่งมั่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเข้าใจในทิศทาง กลยุทธ์ และวิถีปฏิบัติ ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างสอดคล้องกัน โดยพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการที่จะเป็นทั้งเจ้าของกิจการ และผู้จัดการในเวลาเดียวกันนั้น ก็คือ เซวอาร์มมน์ หรือความฉลาดรู้ทางอารมณ์ (Emotional Quotient - EQ)

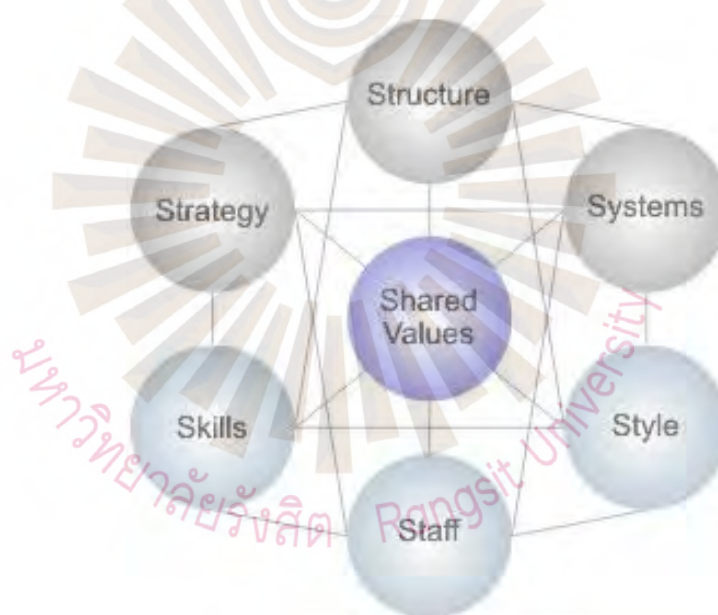
6) ทักษะการแก้ปัญหา และตัดสินใจ (Problem Solving & Decision Making Skill) ในการประกอบธุรกิจส่วนตัวนั้น บ่อยครั้งที่จะต้องเผชิญกับปัญหาเชิงระบบของตัวธุรกิจ รวมถึงปัญหารายวันที่เกิดแก่ลูกค้าและสินค้า บริการ ความเข้าใจในตัวปัญหา เทคนิคการวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจ ตลอดจนการวิเคราะห์ความคุ้มค่าเพื่อตัดสินใจจะเป็นทักษะที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี

7) การบริหารเวลา (Time Management) ความยุติธรรมเพียงประการเดียวที่ปรากฏอยู่บนโลกนี้ ก็คือ เวลาทุกคนมี 24 ชั่วโมงเท่าๆ กัน ขึ้นอยู่กับว่าใครจะใช้ให้หมดไปในลักษณะใด เวลาสำหรับเจ้าของธุรกิจมีคุณค่ายิ่ง ทำอย่างไรจึงจะเกิดคุณประโยชน์ แก่ลูกค้า แก่ครอบครัว และแก่สุขภาพส่วนตัว

ปัจจัยทั้งหมดเป็นเพียงขั้นพื้นฐาน ยังมีสิ่งที่เจ้าของธุรกิจควรมีอีกมากมายหลายประการ อาทิ ความเป็นผู้นำความสามารถในการบริหาร การมอบหมายงาน การกำกับดูแล ฯลฯ แต่ก็มีได้เป็นประเด็นที่น่าวิตกกังวลแต่อย่างใด หากเรามีการใฝ่เรียนรู้ด้วย "การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)"

2.3.2 แนวคิดของ Mc Kinsey 7's (อ้างอิงใน มณีรัตน์ สุพร, 2554)

การกำหนดหรือวางแผนงานเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ มีความสำคัญต่อการบรรลุความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นการนำ 7's มาเป็นกรอบแนวคิดในการกำหนดแผนไปสู่การปฏิบัติคือกลยุทธ์หนึ่งที่สามารถเป็นตัวชี้วัดแผนการดำเนินงานนั้นๆ ได้ว่ามีข้อดีข้อด้อย หรือจุดเด่นจุดอ่อนที่ต้องปรับปรุงหรือแก้ไขได้อย่างไร



รูปที่ 2.1 ประสิทธิภาพขององค์กรทั้ง 7 ตามแนวคิด Mc Kinsey 7's
ที่มา: มณีรัตน์ สุพร, 2554

แนวคิด Mc Kinsey ได้ถูกนำมาใช้ในการบริหารเป็นหลักสากล ที่ต้องการนำเสนอว่า ประสิทธิภาพขององค์กร หรือธุรกิจเกิดจากความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ 7 ประการ ได้แก่

1) Structure (โครงสร้าง) หมายถึง ลักษณะโครงสร้างขององค์กรที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ รวมถึงขนาดการควบคุม การรวมอำนาจ และ

การกระจายอำนาจของผู้บริหาร การแบ่งโครงสร้างงานตามหน้าที่ ตามผลิตภัณฑ์ ตามลูกค้าตามภูมิภาคได้อย่างเหมาะสม

2) Strategy (กลยุทธ์) หมายถึง การวางแผนกิจกรรมภายในองค์กร ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก และภายในขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยสนับสนุนให้องค์กรมีขีดความสามารถเหนือคู่แข่ง เช่น การพิจารณาจุดแข็งจุดอ่อนของกิจการ โดยพิจารณาว่าองค์กรนั้นมีการกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจน หรือไม่ เป็นต้น

3) Staff (ทีมงาน) หมายถึง การคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง การพิจารณาความสามารถ หรือความพร้อมของบุคลากรในการทำงาน หรือการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

4) Style (รูปแบบ) หมายถึง รูปแบบในการทำงาน หรือบริหารงานของผู้บริหารองค์กร การบริหารจัดการตามรูปแบบวิธีที่เหมาะสมกับลักษณะองค์กรต่างๆ วัฒนธรรมองค์กร ฯลฯ

5) System (ระบบ) หมายถึง การวิเคราะห์ถึงระบบการบริหารจัดการ และระบบการปฏิบัติงานภายในองค์กร กระบวนการ และลำดับการปฏิบัติงานทุกอย่าง ที่เป็นระบบต่อเนื่องและสอดคล้องกันทุกระดับ

6) Shared value (ค่านิยมร่วมกัน) หมายถึง ค่านิยมร่วมกันระหว่างคนในองค์กรความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน วัฒนธรรมองค์กร

7) Skill (ทักษะ) หมายถึง การพิจารณาถึงความเชี่ยวชาญขององค์กร โดยรวมว่ามีความเชี่ยวชาญหรือมีความชำนาญในด้านใด เช่น การผลิต การขาย การให้บริการ ฯลฯ ของบุคลากร

จึงสามารถสรุป 7's ของ Mc Kinsey คือแนวคิดพื้นฐานที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรหรือปัจจัย 7 ประการ ที่มีส่วนสำคัญต่อการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มากำหนดกลยุทธ์เพื่อให้เกิดประโยชน์ และประสิทธิภาพสูงสุดต่อการบริหารองค์กร หรือธุรกิจนั้นๆ

2.3.3 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร (ศิริญา ตังนฤมิตร, 2558)

ปัจจัยด้านบุคลากร ประกอบด้วยทักษะในการปฏิบัติงาน การใช้ความรู้สึกความสามารถของตนเองในการปฏิบัติงาน ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานการแก้ไขปัญหา ความพึงพอใจในงาน และทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยด้านภาระงาน คือ งานหรือกิจกรรมทั้งหมดที่องค์กรต้องดำเนินการ การมอบหมายภาระหน้าที่และความรับผิดชอบรายบุคคล การส่งเสริมและพัฒนา รวมไปถึง การประเมินผล การปฏิบัติงาน

ปัจจัยด้านโครงสร้าง คือ การกำหนดบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงาน การกระจายอำนาจในการตัดสินใจ การใช้อำนาจในการบริหารงาน การใช้กฎ ระเบียบ ข้อบังคับในองค์กร

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี คือ การปรับปรุงกระบวนการทำงาน วิธีการทำงานด้วยวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ในการทำงาน รวมไปถึงความรู้หรือวิทยาการสมัยใหม่ที่องค์กรนำมาใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้

2.3.4 สภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยด้านการเมือง (Political) องค์กรจำเป็นต้องมีการติดตามสถานการณ์ทางการเมืองเพื่อนำมาวิเคราะห์ และกำหนดกลยุทธ์เพราะปัจจัยเหล่านี้มีส่วนที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กรได้ทั้งทิศทางบวกและลบ ขึ้นอยู่กับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นนั้นเป็น โอกาสหรืออุปสรรคต่อองค์กร อาทิเช่น นโยบายและเสถียรภาพของรัฐบาล การพัฒนาทางการเมืองหรือนโยบายของภาครัฐที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic) เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่สำคัญ ซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงการจัดสรรทรัพยากรทางการบริหาร และมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กรอย่างมาก อาทิเช่น อัตราเงินเฟ้อ การปรับอัตราดอกเบี้ย อัตราภาษี อัตราการว่างงาน ภาระการจ้างงาน (ค่าแรง) รวมไปถึงราคาน้ำมันดิบ เป็นต้น องค์กรควรติดตามการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำการวิเคราะห์ พยากรณ์ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงวางแผน การดำเนินงานให้ไปในทิศทางที่ถูกต้อง

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อสังคมมากมายและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร อาทิเช่น ทำให้สินค้าบางประเภทกลายเป็นสินค้าที่ล้าสมัย การผลิตสินค้าหรือการให้บริการจะมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน กระบวนการผลิต วัตถุดิบใหม่ การผลิตคิดค้นทางเทคโนโลยีต่างๆ เครื่องจักรกลทางอุตสาหกรรม

เครื่องจักรสมองกล และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งที่สร้างสรรค์สำหรับองค์กรที่รู้จักและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นสิ่งที่ทำลายธุรกิจที่ไม่สนใจการค้นพบเทคโนโลยีใหม่ๆ ผู้บริหารองค์กรควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อไม่ทำให้เกิดความเสี่ยงในการดำเนินงานและสามารถทำให้องค์กรป้องกันคู่แข่งที่จะเข้ามาแย่งตลาด รวมไปถึงเทคโนโลยีนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรอยู่รอดและเจริญเติบโตได้

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่สำคัญเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของวัฒนธรรมและสังคมจะส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม ทำให้ความต้องการสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไป

ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย เป็นปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อการบริหารองค์กรและการใช้ทรัพยากร จากที่ผ่านมามองเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและกฎหมายจะส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ของบริษัท อาทิเช่น กฎหมายป้องกันการผูกขาด กฎหมายภาษีอากร กฎหมายการกีดกันแรงงานการกีดกันทางการค้า โดยการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อการทำงาน และผลกำไรขององค์กร ผู้บริหารส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เวลามากขึ้นในการติดตามการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและกฎหมาย เพื่อนำข้อมูลมาปรับกลยุทธ์และการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ของรัฐบาล

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ทิศทางของเศรษฐกิจที่องค์กรนั้นกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน หรือกำลังจะเผชิญในอนาคต อาทิเช่น อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราเงินเฟ้อ การขาดดุลหรือเกินดุลการค้า เป็นต้น หากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้มีการใช้สอยของประชาชนเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสให้กับธุรกิจสามารถทำกำไรได้มากขึ้น และมีโอกาสในการขยายกิจการได้ แต่ในทิศทางตรงกันข้าม หากมีการเติบโตทางเศรษฐกิจลดลงประชาชนจะลดการใช้จ่ายลงตามเช่นกัน ส่งผลให้ธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น ดังนั้นองค์กรจะต้องมีการปรับตัวให้อยู่รอดเพื่อให้สอดคล้องไปกับสภาพแวดล้อมนั้นๆ เช่น เมื่อเศรษฐกิจตกต่ำลง องค์กรไม่ควรมีการลงทุนเพิ่มตั่งบประมาณการโฆษณา และต้องพยายามที่จะเป็นผู้นำของสินค้าและบริการนั้นๆ เพื่อให้ขายสินค้าและบริการได้ในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำด้วย

ผู้วิจัยได้ค้นคว้า รวบรวมหนังสือ เอกสาร เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบพื้นฐานสำหรับการวัดความสำเร็จของกิจการจากผลงานวิชาการของนักวิชาการทั้งในประเทศ และนักวิชาการต่างประเทศ แสดงในตารางที่ 2.1 และ 2.2 มีรายละเอียดดังนี้



ตารางที่ 2.1 สังเคราะห์องค์ประกอบพื้นฐานสำหรับการวัดความสำเร็จของกิจการจากผลงานวิชาการของนักวิชาการ

องค์ประกอบพื้นฐาน	ผลงานของนักวิชาการต่างประเทศ											ผลงานของนักวิชาการไทย								ผลรวมความถี่องค์ประกอบพื้นฐาน	ร้อยละองค์ประกอบพื้นฐาน
	Kader, Mohamad, Azid, and Ibrahim (2009)	Rogoff, Lee, and Suh (2004)	Chowdhury et al. (2013)	Marom and Lusser (2014)	Everett and Watson (1998)	Srinivasan, Lilien, and Ranganwamy (2002)	Wijwardena and Tibbits (1999)	Peterson (1978)	Trius and Robins (2005)	Chithaworn, Islam, Keawchana, and Yusuf (2011)	Philip (2011)	มณีรัตน์ สุพร (2554)	สุวิทย์ อินเดียน (2559)	และอรฉันทรี ศิริโชค (2555)	ปาพพต เต็มบริกกิจ (2555)	ชัชวาลย์ ตั้งสมบัติ (2557)	ชงพด พรหมดาชา ณ. สกลนคร (2553)	ชุตินา ว่างบุญรอด และ ชนัชชา บินอุบลิม (2557)	ศิริญา ดังบุญศรี (2558)		
เพศ	/	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	/	X	X	X	X	4	5.48	
อายุ	/	X	/	/	/	/	X	X	/	X	X	X	/	/	X	/	X	/	10	13.70	
รูปแบบกิจการ	/	X	X	X	X	X	/	X	X	/	X	X	X	X	/	X	X	X	5	6.85	
การศึกษา	/	X	/	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	/	5	6.85	
สถานที่	/	/	X	/	/	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	/	X	X	6	8.22	
สถานะจดทะเบียน	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	2	2.74	
ประเภทธุรกิจ	/	/	X	/	X	X	/	X	X	/	X	X	X	/	X	X	X	X	7	9.59	
อายุของธุรกิจ	/	X	/	/	/	X	X	X	/	X	X	X	/	/	X	/	X	/	10	13.70	
พนักงาน	/	/	/	/	X	X	X	X	X	X	/	/	X	X	/	X	X	X	7	9.59	
คู่แข่ง	X	/	X	X	X	X	X	/	/	X	X	X	X	X	X	X	/	X	4	5.48	
ชั่วโมงการเปิดร้าน	X	/	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	2	2.74	
ค่าเช่า	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	1.37	

ตารางที่ 2.2 สังเคราะห์ปัจจัยสำหรับการวัดความสำเร็จของกิจการจากผลงานวิชาการของนักวิชาการ

ปัจจัย ความสำเร็จ	ผลงานของนักวิชาการต่างประเทศ										ผลงานของนักวิชาการไทย								ผลรวม -ดัชนี ปัจจัย ความสำเร็จ	ร้อยละ ปัจจัย ความสำเร็จ
	Kader, Mohamad, Azdi, and Ibrahim (2009)	Rogoff, Lec, and Suh (2004)	Chowdhury et al. (2013)	Marom and Lussier (2014)	Everett and Watson (1998)	Srinivasan, Lijen, and Kangswamy (2002)	Wijwardena and Tibbits (1999)	Peterson (1978)	Titus and Robins (2005)	Chithaworn, Islam, Keawchana, and Yusuf (2011)	Philip (2011)	มณีรัตน์ สุพร (2554)	สุวิทย์ อินจันทร์ (2559)	ชุตินทร มาสนตร, อนิวัช แก้วจันทร์, และอรุณจันทร์ ศรีโชค (2555)	ปภพพล เต็มศรีกิจ (2555)	ชัชวาลย์ ตั้งสมชัย (2557)	รจพล พรหมตาจาก ณ ตกลนคร (2553)	ชุตินา หวังบุญหัตต์ และ ชนัชชา บินคุหะลิ้ม (2557)		
การช่วยเหลือ จากรัฐบาล	/	/	/	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	5	3.94
คุณภาพของ ผู้ประกอบการ	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0.79
สิ่งแวดล้อม ภายนอก	/	X	X	X	X	X	X	X	/	/	X	X	X	X	X	X	X	X	3	2.36
การเข้าถึงตลาด	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	X	3	2.36
เครือข่าย	/	X	X	/	X	X	X	X	X	/	X	X	X	/	X	X	X	X	5	3.94
ราคาสินค้า	/	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	2	1.57
บริการ	/	/	X	/	X	X	/	X	X	/	X	X	X	X	/	X	X	X	7	5.51
ทรัพยากรบุคคล	/	/	X	X	X	X	/	X	X	X	/	X	/	X	X	/	/	/	8	6.30
การตลาด	X	/	/	/	X	X	X	X	X	/	X	X	/	/	X	/	/	X	9	7.09
การเข้าถึง แหล่งเงินทุน	X	X	/	X	X	X	/	/	X	X	X	X	/	X	X	X	/	/	7	5.11

ตารางที่ 2.2 สังเคราะห์ปัจจัยสำหรับการวัดความสำเร็จของกิจการจากผลงานวิชาการของนักวิชาการ (ต่อ)

ปัจจัย ความสำเร็จ	ผลงานของนักวิชาการต่างประเทศ											ผลงานของนักวิชาการไทย								ผลรวม ความดี ปัจจัย ความสำเร็จ	ร้อยละ ปัจจัย ความสำเร็จ
	Kader, Mohamad, Azid, and Ibrahim (2009)	Rogoff, Lee, and Suh (2004)	Chowdhury et al. (2013)	Maron and Lussier (2014)	Everet and Watson (1998)	Srinivasan, Lihen, and Rangaswamy (2002)	Wijwardana and Tibhis (1999)	Peterson (1978)	Tius and Robins (2005)	Chithaworn, Islam, Kenwethana, and Yusuf (2011)	Philip (2011)	มณีรัตน์ สุพร (2554)	ศิวาห์ อิมเซิน (2559)	สุติพร มาสนคร, อภิวิช แก้วจำนง, และอรุณภัทร ศรีโรชิต (2555)	ปาพพล เต็มศรีกิจ (2555)	ชัชวาล ตั้งตบชัย (2557)	ชงพล พรหมสาธา ณ สกลนคร (2553)	ชุตินา หวังบุญหนัก และ ธนัชชา บินสุหลิ้ม (2557)	ศิริญา ตั้งณมิตร (2558)		
สภาพแวดล้อม ทางการเมือง	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	2	1.57
เทคโนโลยี	X	X	/	X	X	X	/	X	X	X	X	/	X	X	X	X	/	/	/	6	4.72
โครงสร้างพื้นฐาน	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	/	/	3	2.36
สภาวะเศรษฐกิจ	X	/	X	/	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	/	/	/	5	3.94
การบริหารจัดการ	X	/	X	/	X	X	/	X	/	/	X	X	X	/	X	X	/	X	X	8	6.30
กฎระเบียบ จากภาครัฐ	X	/	X	X	X	X	/	/	X	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	4	3.15
ประเด็นด้าน การเงิน	X	/	X	/	X	X	/	/	/	/	X	X	X	/	X	/	/	/	/	11	8.66
กลยุทธ์	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	X	X	/	X	X	/	X	X	X	3	2.36
การวางแผน	X	X	X	/	X	X	/	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	3	2.36
คำแนะนำ จากผู้เชี่ยวชาญ	X	X	X	/	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	2	1.57

ตารางที่ 2.2 สังเคราะห์ปัจจัยสำหรับการวัดความสำเร็จของกิจการจากผลงานวิชาการของนักวิชาการ (ต่อ)

ปัจจัย ความสำเร็จ	ผลงานของนักวิชาการต่างประเทศ											ผลงานของนักวิชาการไทย								ผลรวม ความดี ปัจจัย ความสำเร็จ	ร้อยละ ปัจจัย ความสำเร็จ
	Kader, Mohamad, Azid, and Ibrahim (2009)	Rogoff, Lee, and Suh (2004)	Chowdhury et al. (2013)	Marom and Lussier (2014)	Everett and Watson (1998)	Srinivasan, Lilen, and Rangswamy (2002)	Wijwardena and Tibbits (1999)	Peterson (1978)	Titus and Robins (2005)	Chitthaworn, Islam, Keawchana, and Yusuf (2011)	Philip (2011)	มณีรัตน์ สุพร (2554)	สุวิทย์ อินชิติน (2559)	สุพิพร มาสนตร, อนิวัช แก้วถ้าง, และอรจันทร์ ศรีโหด (2555)	ปภพพล เต็มบริก (2555)	ชัชชาติ สิงสมชัย (2557)	รชพล พรหมสาข ณ สกลนคร (2553)	ฐิตินา หวังบุญมดี และ ธนัชชา บินตุ หลีน (2557)	ศิริญา ตั้งภุมศิตร (2558)		
ครอบครัว	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0.79	
วัตถุประสงค์	X	X	X	X	X	X	/	X	X	/	/	X	X	/	/	X	X	X	5	3.94	
ได้รับการยอมรับ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	1	0.79	
ความพึงพอใจของลูกค้า	X	X	X	X	X	X	/	X	X	/	/	X	X	/	X	X	/	X	5	3.94	
ดัชนีผู้บริโภครโลก	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0.79	
อัตราดอกเบี้ย	X	X	X	X	/	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	2	1.57	
การว่างงาน	X	X	X	X	/	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	2	1.57	
การจ้างงาน	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	2	1.57	
ส่วนแบ่งทางการตลาด	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0.79	
การโฆษณา	X	X	X	X	X	/	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	2	1.57	
ความเป็นผู้นำ	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0.79	

ตารางที่ 2.2 สังเคราะห์ปัจจัยสำหรับการวัดความสำเร็จของกิจการจากผลงานวิชาการของนักวิชาการ (ต่อ)

ปัจจัย ความสำเร็จ	ผลงานของนักวิชาการต่างประเทศ											ผลงานของนักวิชาการไทย								ผลรวม ความดี ปัจจัย ความสำเร็จ	ร้อยละปัจจัย ความสำเร็จ		
	Kader, Mohamad, Azid, and Ibrahim (2009)	Rogoff, Lee, and Suh (2004)	Chowdhury et al. (2013)	Macrom and Lussier (2014)	Everett and Watson (1998)	Srinivasan, Lilien, and Rangaswamy (2002)	Wijwardena and Tibbils (1999)	Peterson (1978)	Titus and Robins (2005)	Chitthaworn, Islam, Keawchana, and Yusuf (2011)	Phatip (2011)	มณีรัตน์ สุพร (2554)	สุวิทย์ อินเจียม (2559)	ชุตินันท์ สุพร (2555)	ชุตินันท์ สุพร (2555)	และอรจันทร์ ศรีโพธิ (2555)	ปาพพล เต็มบริรักษ์ (2555)	ชัชชาติ ตั้งสมชัย (2557)	ชงพล พรหมสาขาน ศกกลนคร (2553)			ชุตินันท์ หวังบุญหนัก และ พันธชาติ บินสุห์ลิ้ม (2557)	ศิริญา ตั้งบุญศิริ (2558)
การเข้าถึงพนักงาน	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0.79
ค่าใช้จ่าย	X	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0.79
ความเป็นอิสระในการบริหาร	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0.79
ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ	X	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0.79
ความปรารถนาของเจ้าของ	X	/	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0.79
สังคมและวัฒนธรรม	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	1	0.79
วิสัยทัศน์องค์กร	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	1	0.79

ที่มา: ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย, 2557; ชุติมา หวังเบญจหมัด และธนัชชา บินคูเหล็ม, 2557; ชุติพร มาสเนตร, อนิวัช แก้วจ้านง, และอรจันทร์ สิริโชติ, 2555; ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร, 2553; ปภพพล เดิมธีรกิจ, 2555; มณีรัตน์ สุพร, 2554; ศิริญา ตั้งนฤมิตร, 2558; สุวิทย์ อินเจียน, 2559; Chowdhury et al., 2013, Chittithaworn, Islam, Keawchana, and Yusuf, 2011; Everett and Watson, 1998; Kader, Mohamad, Azid, and Ibrahim, 2009; Marom and Lussier, 2014; Peterson, 1978; Philip, 2011, Rogoff, Lee, and Suh, 2004; Srinivasan, Lilien, and Rangaswamy, 2002; Titus and Robins, 2005; Wijwardena and Tibbits, 1999



2.4 แนวคิดและทฤษฎีความล้มเหลวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

การศึกษาจำนวนมากได้ตรวจสอบสาเหตุเกี่ยวกับปัจจัยความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็ก โดยการล้มเหลวสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มด้วยกัน ได้แก่ เจ้าของ ผู้จัดการ และผู้ชำระบัญชี (Hall and Young, 1991) และสาเหตุหลักของความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็กสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ ขาดทักษะในการจัดการที่เหมาะสมและเงินทุนไม่เพียงพอ ซึ่งการศึกษาอีกหลายๆ การศึกษายังกล่าวถึงผลกระทบจากปัจจัยภายนอก อย่างเช่น อัตราดอกเบี้ยที่สูง (Hall and Young, 1991)

Abdelsamad and Kindling (1978) มีแรงจูงใจในการศึกษาเกี่ยวกับสาเหตุของความล้มเหลวโดยอธิบายได้ว่า แม้ว่าความล้มเหลวจะไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้อย่างสมบูรณ์ในระบบขององค์กรอิสระได้ แต่อัตราความล้มเหลวสามารถ หรืออาจจะลดลงได้ จากสาเหตุบางประการที่ได้รับการยอมรับและมีการดำเนินการป้องกันไว้

ซึ่งมีหลักฐานหลายๆ หลักฐานที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยภายนอกเป็นสาเหตุหลักของความล้มเหลวของธุรกิจ โดยปัจจัยภายนอกมีผลอย่างมากในประมาณหนึ่งในสามของความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็ก Birley and Niktari (1995) ได้พบว่าเศรษฐกิจเป็นสาเหตุอันดับที่ 3 ที่เป็นสาเหตุของความล้มเหลวสำหรับ 486 ธุรกิจที่มีการจัดการ โดยเจ้าของที่เป็นอิสระตามที่นักบัญชีหรือผู้จัดการธนาคารได้กล่าวไว้

ซึ่งงานวิจัยบางส่วนได้ศึกษาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความล้มเหลว Shailer (1989) ชี้ให้เห็นว่าวิจัยในอนาคตจะมีความจำเป็นที่จะต้องแก้ไขสถานการณ์ที่ล้มเหลว และให้ความสนใจกับปัจจัยภายนอกให้เป็นตัวแปรมากขึ้น เช่น อัตราดอกเบี้ย และตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจอื่นๆ Keasey and Watson (1991) กล่าวว่าอาจจำเป็นต้องพัฒนาโมเดลเฉพาะสำหรับประเภทธุรกิจหรือบริษัทที่มีความล้มเหลวด้วย

2.4.1 คำจำกัดความของความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็ก

เนื่องจากยังไม่มีการศึกษาอย่างเป็นทางการสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก จึงทำให้การศึกษาเป็นเรื่องยาก หากเป็นไปได้ที่จะได้รับข้อมูลที่น่าเชื่อถืออย่างเพียงพอ เพื่อวัดประสิทธิภาพของธุรกิจทาง

เศรษฐกิจคือ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน โดยการศึกษาส่วนใหญ่อาศัยเหตุการณ์ที่บันทึกไว้ เป็นตัววัดความล้มเหลว

โดยการทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นถึง 5 มาตรการพื้นฐานของความล้มเหลวที่ได้รับการใช้ก่อนหน้านี้ ซึ่งคำจำกัดความของความล้มเหลว 2 ข้อ ที่ใช้บ่อยที่สุดคือ การเลิกเป็นเจ้าของธุรกิจ (Williams, 1993) และการยุติธุรกิจ (Morrison & Inkpen., 1991)

Fredland and Morris (1976) ได้กล่าวว่าการหยุดดำเนินธุรกิจเป็นความแทนของความล้มเหลว เนื่องจากการเลิกธุรกิจ แสดงให้เห็นว่าทรัพยากรต่างๆ ได้รับการเปลี่ยนไปใช้สร้างโอกาสต่อผลกำไรมากยิ่งขึ้น ทำให้ดูเหมือนจะเป็นคำจำกัดความที่กว้างมากของความล้มเหลว และความล้มเหลวของธุรกิจยังมีเหตุผลหนึ่งคือ การขายต่อ เนื่องจากเจ้าของมีความต้องการจะเกษียณอายุ เพราะอายุหรือเหตุผลด้านสุขภาพ หรือธุรกิจที่มีการขายเพื่อผลกำไร และธุรกิจที่ขายเพราะเจ้าของต้องการย้ายไปดำเนินธุรกิจอื่นๆ Churchill (1982) กล่าวว่า การขายหรือการชำระบัญชีของธุรกิจ ไม่ได้หมายความว่าความล้มเหลวของธุรกิจ เพราะธุรกิจจำนวนมากได้รับรายได้เพิ่มขึ้นในโอกาสอื่นๆ

ซึ่งคำจำกัดความของความล้มเหลวในการหยุดธุรกิจส่วนใหญ่จะถูกใช้โดยนักวิจัยที่มองอัตราการออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการผลิต แต่อย่างไรก็ตามคำจำกัดความนี้ยังมีข้อจำกัดอยู่ 2 ข้อ คือ ธุรกิจดังกล่าวไม่รวมธุรกิจที่ขายให้กับเจ้าของรายใหม่ โดยไม่คำนึงถึงผลในการขาย (แม้ว่าธุรกิจจะล้มละลายก็ตาม) และอุตสาหกรรมบริการจำนวนมาก ธุรกิจอาจต้องยุติลงเมื่อผู้ดำเนินการรายสำคัญออกจากงาน ซึ่งไม่เป็นเหตุผลของความล้มเหลว

คำจำกัดความที่ 3 ของความล้มเหลวที่มักพบในวรรณกรรมคือ การล้มละลาย (Hall and Young, 1991) แม้ว่าจะเป็นที่มีวัตถุประสงค์หลักอย่างมาก แต่ดูเหมือนว่าคำนิยามของความล้มเหลวอาจจะนิยามไว้แคบมากและอาจยกเว้นธุรกิจบางธุรกิจจำนวนมากที่มองว่าล้มเหลว ตัวอย่างเช่น ธุรกิจที่แทบไม่สามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของหรือผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่นักลงทุนอาจถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่ล้มเหลวได้ (Land, 1975) แต่จะไม่รวมอยู่กับล้มละลาย เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้ไม่ได้ถูกกล่าวว่าเป็นล้มละลาย แม้ว่าธุรกิจเหล่านี้จะถูกปิดตัวลง ก็ไม่ถือว่าล้มเหลวภายใต้คำจำกัดความว่าล้มละลาย

Ulmer and Nielsen (1947) อธิบายความล้มเหลวของบริษัทที่จำหน่ายหรือขายไว้ว่า ความสูญเสียเพื่อป้องกันความเสียหายเพิ่มเติม ความสูญเสียในบริบทนี้รวมไปถึงเงินทุนของเจ้าของธุรกิจ และด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจอาจถือได้ว่าล้มเหลวก็ได้ แม้ว่าจะไม่มีการสูญเสียแต่อย่างใด แต่คำนิยามของความล้มเหลวนั้นไม่ได้ถูกใช้ในงานวิจัยนี้นั่นเอง

Cochran (1981) ชี้ให้เห็นว่าความล้มเหลวนั้นหมายถึง การไร้ความสามารถที่จะทำให้ธุรกิจมีการสูญเสีย ทำให้ทุนของตนเองหรือของคนอื่นๆ สูญเสีย คำจำกัดความนี้กว้างมากแต่ Ulmer and Nielsen ได้เสนอแนะว่าไม่รวมธุรกิจที่ไม่ได้รับผลตอบแทนที่เพียงพอหรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของเจ้าของธุรกิจ ความยากของคำจำกัดความนี้คือ การศึกษาส่วนใหญ่ได้อาศัยการปิดกิจการหรือการขาย เรียกว่าล้มเหลว ซึ่งนอกจากนี้ผลตอบแทนที่เพียงพอที่ยากที่จะกำหนดได้ว่าเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหลายๆ รายอาจเต็มใจที่จะยอมรับผลตอบแทนที่ต่ำได้ เนื่องจากสามารถใช้จ่ายอย่างอิสระ

โดยที่กล่าวมานั้นจะมีที่เกี่ยวข้องมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเจ้าของ ผู้ให้คำปรึกษาธุรกิจขนาดเล็ก และผู้กำหนดนโยบาย จะเป็นสาเหตุหลักที่สุด โดยทั่วไปจะต้องพึ่งพาความเห็นของคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจ ดังนั้นผลใดๆ ที่ออกมาอาจเป็นเรื่องยากที่จะตรวจสอบได้ว่าความล้มเหลวเกิดจากสิ่งใด (Gaskill et al., 1993)

โดยทั่วไปความหมายของความล้มเหลวที่ใช้อย่างมีขอบเขตขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลที่มีอยู่ การกล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำจำกัดความเหล่านี้และการให้เหตุผลสำหรับการยอมรับความล้มเหลว ซึ่งในบทความนี้จะมุ่งเน้นไปที่ความสำเร็จและความล้มเหลวที่กำหนดไว้ว่าสำเร็จหรือล้มเหลวในการทำไปได้ เนื่องจากดูเหมือนการใช้คำนิยามที่เหมาะสมที่สุดและอย่างน้อยที่สุด ผลสรุปยังจะนำเสนอสำหรับความสำเร็จและความล้มเหลวได้

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยองค์กร

นักทฤษฎีหลายท่านได้กล่าวถึงปัจจัยองค์กรที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้มีดังนี้

Kast and James (1973 อ้างถึงใน ศิริญา ตังนฤมิตร, 2558) กล่าวว่าส่วนประกอบของวงจรชีวิตในองค์กรที่เหมาะสมประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

1) ปัจจัยด้านโครงสร้าง จะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ กฎระเบียบต่างๆ ความรับผิดชอบ รวมทั้งการใช้อำนาจหน้าที่ในองค์กร

2) ปัจจัยด้านมนุษย์และวัฒนธรรม ซึ่งจะเป็นตัวริเริ่มเกี่ยวกับความคาดหวังในการทำงานอย่างไม่เป็นทางการ รวมทั้งเป็นตัวกำหนดวัฒนธรรมการทำงานภายในองค์กร ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่

3) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ เป็นปัจจัยที่นำไปสู่โอกาส และการแก้ปัญหาต่างๆ ในองค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่มุ่งเน้นไปที่กระบวนการทำงาน

โดยปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาจะต้องทำงานไปด้วยกันจึงจะสามารถทำให้ระบบการบริหารจัดการในองค์กรประสบความสำเร็จได้

French and Bell (1984 อ้างถึงใน ศิริญา ตังนฤมิตร, 2558) กล่าวว่า ภายในองค์กรจะประกอบไปด้วยปัจจัยย่อยๆ หลายปัจจัยซึ่งแต่ละปัจจัยจะมีความสัมพันธ์กัน โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้านคือ

1) ด้านเป้าหมาย (Goals) ในแต่องค์กรถูกสร้างขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเอง ซึ่งแตกต่างกันตามลักษณะขององค์กร

2) ด้านเทคโนโลยี (Technology) ประกอบด้วยเครื่องมือเครื่องใช้ และวิธีการต่างๆ ในการทำงานรวมถึงความรู้หรือวิทยาการสมัยใหม่ที่องค์กรนำมาใช้เพื่อความสำเร็จ

3) ด้านภาระงาน (Tasks) ประกอบด้วยงาน หรือกิจกรรมทั้งหมดที่องค์กรต้องดำเนินการ

4) ด้านโครงสร้าง (Structures) คือ แผนผังการปฏิบัติงานขององค์กร กฎระเบียบต่างๆ ระบบอำนาจหน้าที่ การสื่อสาร การวางแผน การประสานงาน การควบคุม และการตัดสินใจ

5) ด้านคน (People) คือ องค์กรประกอบด้วยด้านทักษะ และความสามารถของสมาชิกในองค์กรในเรื่องของลักษณะภาวะความเป็นผู้นำของสมาชิกในองค์กรด้านองค์ประกอบอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการขององค์กร

6) ด้านการประสานกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (External Environment) เกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูล และแลกเปลี่ยนข้อมูลกับสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม และวิทยาศาสตร์

Milton (1992 อ้างถึงใน ศิริญา ตังนฤมิตร, 2558) กล่าวว่าปัจจัยที่จะกำหนดประสิทธิภาพขององค์กรไว้ 3 ลักษณะคือ

1) ลักษณะเฉพาะของบุคลากร ประกอบด้วย ความสนใจ ทักษะคติ ความสามารถในการปฏิบัติงาน ความต้องการ และทักษะความชำนาญของบุคลากร

2) ลักษณะของงาน คือ ความหลากหลายของงาน ข้อมูลย้อนกลับ การให้รางวัล และความชัดเจนของบทบาท

3) ลักษณะสิ่งแวดล้อมของงาน คือ สิ่งแวดล้อมปัจจุบันและบรรยากาศขององค์กร

Steer (1997 อ้างถึงใน ศิริญา ตังนฤมิตร, 2558) ได้กล่าวไว้ว่าองค์กรจะดำเนินไปได้ อย่างถูกต้อง และบรรลุเป้าหมายขององค์กรจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสองประการคือ ปัจจัยด้านโครงสร้าง (Structure) และปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology)

1) ปัจจัยด้านโครงสร้าง หมายถึง ความสัมพันธ์ของคนในองค์กรที่ได้กำหนดไว้ตามสายงานบังคับบัญชาและบทบาทหน้าที่ รวมไปถึงขนาดขององค์กรและขนาดของงาน โครงสร้างจะมีองค์ประกอบที่สำคัญในเรื่องต่างๆ เช่น การกระจายอำนาจ (Decentralization) ความชำนาญเฉพาะทาง (Specialization) ความเป็นทางการ (Formalization) ระยะเวลาควบคุม (Span of Control) ขนาดขององค์กร (Organization Size) และขนาดของหน่วยงาน (Work-Unit Size)

2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี หมายถึง อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ตลอดจนวิธีการที่องค์กรนำมาใช้ในการดำเนินงาน

Bartol and Other (1998 อ้างถึงใน ศิริญา ตังนฤมิตร, 2558) ได้กล่าวถึงองค์การว่าในการจะเปลี่ยนแปลงองค์กรนั้น จะต้องมององค์กรทั้งระบบ มองเป็นภาพรวมขององค์กรว่าในองค์กรนั้นประกอบด้วยปัจจัยหลักใดบ้าง โดยได้เสนอแนวคิดว่าในองค์กรนั้นประกอบไปด้วยปัจจัยหลักสี่ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านโครงสร้าง (Structure) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology) ปัจจัยด้านคน (People) และปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture)

2.6 ความเสี่ยงที่เป็นระบบและไม่เป็นระบบ

ทฤษฎีทางการเงินสมัยใหม่ชี้ให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทน และความเสี่ยง โดยความเสี่ยงอื่นๆ ที่เกิดจากความเสี่ยงที่สูงกว่าผลตอบแทนที่คาดหวังไว้ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญคือ ต้องทำความเข้าใจว่าความเสี่ยงที่ถูกประเมินไว้แล้ว ซึ่งมีเพียงความเสี่ยงที่เป็น

ระบบเท่านั้น (ตามเศรษฐกิจ) ความเสี่ยงของผลตอบแทน ของค่าเฉลี่ย ความเสี่ยงไม่มีระบบ (บริษัท และอุตสาหกรรม) ความเสี่ยงที่ไม่มีผลตอบแทนเพราะมีกลยุทธ์กระจายความเสี่ยง เพื่อลด ความเสี่ยงต่างๆ

ดังนั้นปัจจัยสำคัญของความเสี่ยงคือ ความแปรปรวนของรายได้ ดังนั้นปัจจัยที่มีผลต่อ ความสามารถในการทำกำไรของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งความแปรปรวนในการทำกำไรจะส่งผล กระทบต่อความเสี่ยงในการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจนั่นเอง โดยปัจจัยที่สำคัญมีด้วยกัน 2 ประการ ที่กำหนดความล้มเหลวของธุรกิจในระบบเศรษฐกิจ คือ (1) ปัจจัยภายในที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพของ การจัดการ (2) ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจโดยทั่วไป

ซึ่งความเสี่ยงจากอุตสาหกรรมเป็นความเสี่ยงที่ไม่ได้กระจุกตัวซึ่งอยู่ในกลุ่มความเสี่ยงไม่ เป็นระบบ แต่อยู่ภายใต้การควบคุมของแต่ละบริษัท ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยภายใน ดังรูปที่ 2.2 แสดงถึง ความเสี่ยงทางธุรกิจประเภทต่างๆ

ตารางที่ 2.3 ประเภทของความเสี่ยงทางธุรกิจ

บริษัท	อุตสาหกรรม	เศรษฐกิจ
ไม่มีระบบ		มีระบบ
ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายนอก	

ความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียน Foster (1986) พบว่าโดยเฉลี่ยในประเทศสหรัฐอเมริกา มี ปัจจัยภายนอก (อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ) อธิบายร้อยละ 43 ของความแปรปรวนรายได้สุทธิ ของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างของอุตสาหกรรม เช่น ธุรกิจประเภทค้าปลีกมีปัจจัยภายนอก เพียงร้อยละ 26 ของความแปรปรวนรายได้สุทธิของธุรกิจ ซึ่งจากร้อยละ 26 นี้มีปัจจัยทาง อุตสาหกรรมร้อยละ 17 ซึ่งมีความสำคัญเป็นสองเท่าของปัจจัยทางเศรษฐกิจซึ่งมีความแปรปรวนอยู่ ร้อยละ 9

นักลงทุนสามารถจำกัดผลกระทบของความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบได้ด้วยการลงทุนใน หลายๆ บริษัทและอุตสาหกรรม ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงที่เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจเช่นกัน ซึ่งในทาง กลับกันโดยทั่วไปแล้วถือว่าไม่สามารถระบุได้ (ความเสี่ยงที่เป็นระบบ) ไม่ว่าธุรกิจที่นักลงทุนจะ กระจายความเสี่ยงในการลงทุนไปเท่าใด พอร์ตการลงทุนของธุรกิจจะยังได้รับผลกระทบจาก การเปลี่ยนแปลงของความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจที่ธุรกิจเหล่านั้นตั้งอยู่

ในการทำงานเดียวกันธุรกิจขนาดใหญ่สามารถทำได้หลายขั้นตอน เพื่อลดความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบโดยการกระจายการดำเนินงานธุรกิจของตน ซึ่งการสังเกตว่าวัตถุประสงค์ของการกระจายความเสี่ยงนั้นไม่ใช่เพื่อเพิ่มผลตอบแทน แต่เพื่อลดความผันผวน ความแปรปรวน ของผลตอบแทนเหล่านั้น และเพื่อลดความเสี่ยงอีกด้วย Ballantine, Cleaveland and Koeller (1993) พบว่า รูปแบบการแปรปรวนของกำไรสำหรับบริษัทขนาดเล็กนั้นมากกว่าบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความไม่แน่นอนเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องเผชิญกับผู้จัดการหรือผู้บริหารของบริษัทขนาดเล็ก

สำหรับธุรกิจขนาดเล็กมีโอกาสน้อยที่จะลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น (เป็นสาเหตุของความล้มเหลว) จึงควรผ่านกระบวนการกระจายความเสี่ยง ธุรกิจขนาดเล็กจะดำเนินตามนิยามของผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการขนาดเล็ก ทำให้เป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจ นอกจากนี้สำหรับเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่ของความมั่งคั่งของธุรกิจโดยมีการเชื่อมโยง (ทั้งทางตรงและทางอ้อม) กับธุรกิจ และดังนั้นธุรกิจจึงไม่มีโอกาสที่จะลดความเสี่ยงด้วยการกระจายการลงทุนได้ Hall and Young (1991) กล่าวว่าระดับที่หลากหลายจะมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นตามขนาดของบริษัท เนื่องจากการเพิ่มขึ้นจะลดความเสี่ยงในการล้มเหลวได้เช่นกัน

2.7 การเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs' Growth)

การเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs' Growth) เป็นแนวคิดที่ได้รับความสำคัญเป็นอย่างมากและมีความต่อเนื่องทั้งในภาครัฐ ภาควิชาการ และภาคเอกชน เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นโครงสร้างที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของทุกๆ ประเทศ รวมไปถึงประเทศไทย ทั้งในด้านของการจ้างงาน หรือความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งภายในประเทศ (Gross Domestic Products : GDP) โดยพบว่าการศึกษาแนวคิดและแนวทางการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่พยายามหาคำอธิบายเหตุผลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่สามารถเติบโตและประสบความสำเร็จ ซึ่งสามารถสร้างการจ้างงานและสร้างมูลค่าให้กับประเทศได้ ซึ่งในขณะเดียวกันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อีกหลายแห่งที่ประสบความล้มเหลวหรือแม้ก็สามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งได้ โดยแนวคิดและทฤษฎีการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่สำคัญออกเป็น 4 แนวคิด ดังนี้

2.7.1 แบบจำลองการเติบโตแบบไร้แบบแผน (Stochastic (Random) Models)

เป็นแนวคิดที่พยายามอธิบายถึงการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) มาจากการศึกษาของ Gibrat (1931) ที่ได้ศึกษาและพยายามหาคำอธิบายถึงพลวัตการเติบโตของธุรกิจด้วยวิธีการของเศรษฐศาสตร์ ผลการศึกษาได้เปรียบเทียบการเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมสาขาบริการ (Small Scale Service Industries) ของทวีปยุโรป พบว่า อัตราการเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมมีความเป็นอิสระจากขนาดของวิสาหกิจ โดยเฉพาะประเทศ เนเธอร์แลนด์ และ อิตาลี โดยผลการศึกษาดังกล่าวนี้ทำให้เกิด กฎของยิบร่าต (Gibrat's Law) หรือมีชื่อเรียกอีกชื่อว่า กฎแห่งผลลัพท์ตามสัดส่วน (Proportionate Effect) พบว่ามีความเป็นไปได้ว่าการเติบโตของวิสาหกิจ จะเป็นอิสระกับขนาดของวิสาหกิจ

ดังนั้นผลการศึกษาดังกล่าว จะเป็นแบบการเติบโตแบบไร้แบบแผน (Stochastic Models) โดยมีสมมติฐานว่ามีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจได้ และไม่มีปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจ ดังนั้นการเติบโตของธุรกิจจึงมีสมมติฐานว่าการเติบโตอย่างไร้แบบแผนโดยสมบูรณ์ (Perfectly Random) และยังไม่มีความแปรปรวนที่สามารถจะทำนายการเติบโตของธุรกิจได้

2.7.2 แนวทางการเติบโตอย่างมีแบบแผน (Deterministic (Static) Approach)

แนวทางการเติบโตอย่างมีแบบแผน (Deterministic Approach) ได้มีการพัฒนาเพื่อแสดงให้เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร มีการส่งผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เช่น ลักษณะขององค์กร (Characteristics) ยุทธศาสตร์ (Strategies) และแนวทางการดำเนินงาน (Practices) ส่งผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ถึงแม้ว่าแนวคิดการเติบโตอย่างมีแบบแผน (Deterministic Approach) จะสามารถใช้ อธิบายถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจได้บางส่วน ดังนั้น Dobbbs and Hamilton (2006) ได้ศึกษาและพบว่าแนวคิดการเติบโตอย่างมีแบบแผน (Deterministic Approach) ยังขาดความเที่ยงตรงจากการทดสอบ (Empirical Validity) เพราะแนวคิดยังไม่สามารถนำผลลัพธ์ของการศึกษานำไปใช้อธิบายการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ในสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกันได้ ประเภทอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน และประเทศที่แตกต่างกันได้ ทำให้ผลการศึกษายังขาดความเที่ยงตรง จึงทำให้แนวคิดการเติบโตอย่างมีแบบแผน (Deterministic Approach) จึงยังไม่สามารถอธิบายถึงความหลากหลายและความซับซ้อนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

2.7.3 แบบจำลองการเติบโตอย่างเป็นระยะ (Stages Models)

แบบจำลองการเติบโตอย่างเป็นระยะ (The Stages Model) เป็นแนวคิดที่เกิดจากการอธิบายถึงธรรมชาติการเติบโตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีความซับซ้อน โดยแนวคิดแบบจำลองการเติบโตอย่างเป็นระยะ (The Stages Model) เกิดมาจากการเติบโตตามวัฏจักร (Life Cycle) ที่มีพื้นฐานจากชีววิทยา โดยมีสมมุติฐานว่าการที่วิสาหกิจเติบโตเป็นระยะเริ่มต้นมาจากระยะก่อตั้งของกิจการ (Start-up) การอยู่รอด (Survival) การเติบโตระยะแรก (Growth) การขยายตัวต่อเนื่อง (Take off) และการอิ่มตัว (Maturity)

ซึ่งในแต่ละระยะของการเติบโตจะมีความแตกต่างกันในด้านของคุณลักษณะของกิจการ (Firm's Characteristics) แนวทางการบริหารกิจการ (Management Practices) องค์ประกอบของกิจการ (Attributes) รวมไปถึงอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของกิจการ (Challenges) Hanks, Watson, Jansen and Chandler (1993) และ Churchill (1982) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) โดยผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ระยะ (1) ระยะก่อตั้งกิจการ (Existence) (2) ระยะการอยู่รอด (Survival) (3) ระยะประสบความสำเร็จ (Success) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระยะ (3.1) การประสบความสำเร็จโดยไม่เติบโตอย่างต่อเนื่อง (Success-Disengagement) (3.2) การประสบความสำเร็จโดยเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Success-Growth) (4) ระยะการขยายกิจการ (Take-off) และ (5) ระยะการอิ่มตัวของทรัพยากร (Resource Maturity) โดยรายละเอียดของลักษณะกิจการแต่ละระยะการเติบโตแสดงในตาราง 2.3 มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.4 คุณลักษณะของกิจการในระยะการเติบโตของวิสาหกิจระยะต่างๆ

ลักษณะของกิจการ	ระยะของการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)					
	ระยะที่ 1 ก่อตั้งกิจการ (Existence)	ระยะที่ 2 การอยู่รอด (Survival)	ระยะที่ 3 ประสบความสำเร็จ (Success)		ระยะที่ 4 การขยายกิจการ (Take-off)	ระยะที่ 5 การอิ่มตัวของทรัพยากร (Resource Maturity)
			การประสบความสำเร็จโดยไม่เติบโตอย่างต่อเนื่อง	การประสบความสำเร็จโดยเติบโตอย่างต่อเนื่อง		
รูปแบบการบริหาร (Management Style)	การควบคุมโดยตรง (Direct Supervision)	การควบคุมผ่านผู้คุมงานอีกระดับ (Supervised Supervision)	การประสบความสำเร็จโดยไม่เติบโตอย่างต่อเนื่อง	การประสบความสำเร็จโดยเติบโตอย่างต่อเนื่อง	ฝ่าย (Divisional)	เชิงระนาบ (Line & Staff)
โครงสร้างองค์กร (Organization)	ระดับเดียว เจ้าของกิจการควบคุมพนักงานโดยตรง	สองระดับ เจ้าของกิจการควบคุมพนักงานผ่านผู้คุมงาน	สามระดับ เจ้าของกิจการบริหารผ่านผู้จัดการ แผนก	สามระดับ เจ้าของกิจการบริหารผ่านผู้จัดการ แผนก	สามระดับขึ้นไป เจ้าของกิจการบริหารผ่านผู้จัดการ ฝ่าย	สี่ระดับขึ้นไปโดยมีการประสานงานทั้งในแนวตั้ง (ภายในฝ่าย) และระนาบ (ระหว่างฝ่าย)
ระบบอย่างเป็นทางการ (Formal System)	น้อยมาก ส่วนใหญ่ไม่มีระบบอย่างเป็นทางการ	น้อย	ระบบพื้นฐาน	พัฒนาระบบอย่างเป็นทางการมากขึ้น	มีระบบอย่างเป็นทางการในกิจการ	มีระบบที่ซับซ้อน

ตารางที่ 2.4 คุณลักษณะของกิจการในระยะการเติบโตของวิสาหกิจระยะต่างๆ (ต่อ)

ลักษณะของกิจการ	ระยะของการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)					
	ระยะที่ 1 ก่อตั้งกิจการ (Existence)	ระยะที่ 2 การอยู่รอด (Survival)	ระยะที่ 3 ประสบความสำเร็จ (Success)		ระยะที่ 4 การขยายกิจการ (Take-off)	ระยะที่ 5 การอิ่มตัวของทรัพยากร (Resource Maturity)
			การประสบความสำเร็จโดยไม่เติบโตอย่างต่อเนื่อง	การประสบความสำเร็จโดยเติบโตอย่างต่อเนื่อง		
ยุทธศาสตร์หลัก (Major strategy)	อยู่รอด (Existence)	อยู่รอด (Survival)	รักษาระดับกำไร (Profit status quo)	จัดหาทรัพยากรเพื่อเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Resource for growth)	เติบโต (Growth)	ผลตอบแทนการลงทุน (Return on investment)
ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและเจ้าของกิจการ (Business & Owner)	เจ้าของกิจการเป็นส่วนสำคัญของธุรกิจ	เจ้าของกิจการเป็นส่วนสำคัญของธุรกิจ	เจ้าของกิจการสามารถมอบอำนาจบางส่วนประการให้ผู้บริหารในกิจการตัดสินใจแทน	เจ้าของกิจการสามารถมอบอำนาจบางส่วนประการให้ผู้บริหารในกิจการตัดสินใจแทน	เจ้าของกิจการบริหารนโยบาย	มีเจ้าของกิจการหลายคนร่วมกันในการบริหารนโยบาย

ที่มา: Churchill, 1982

2.7.4 แบบจำลองการเติบโตอย่างเป็นระยะแบบอิมิตัว (Stages Model reaching a plateau)

ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่ออธิบายถึงข้อจำกัดจากแบบจำลองการเติบโตอย่างเป็นระยะ (Stages Model) จากผลการศึกษาศึกษาการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แบบระยะยาว (Longitudinal Study) ของ Miller and Friesen (1984) และผลการศึกษาของ Kazanjian (1988) พบว่า การเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถแบ่งออกได้เป็นระยะ ซึ่งมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวนมากที่ชะลอการเติบโต หรือหยุดการเติบโต อย่างไม่มีสาเหตุที่ชัดเจน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาแบบจำลองการเติบโตที่สามารถอธิบาย วัฏจักรการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้อย่างครอบคลุมซึ่งภายหลังการศึกษาของ Gibb and Davies (1990) ได้พยายามที่จะแนะนำรูปแบบการเติบโตที่มีระยะของการอิมิตัว (Plateaus) ในการอธิบายถึงความหลากหลายของรูปแบบการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมไปถึงปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากคุณลักษณะขององค์กร ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การเติบโต และการชะลอการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

ตามแนวคิดแบบจำลองการเติบโตอย่างเป็นระยะแบบอิมิตัว พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะมีการเติบโตอย่างเป็นระยะใกล้เคียงกับแนวคิดของแบบจำลองการเติบโตแบบเดิม ซึ่งในแต่ละช่วงของการเติบโตจะมีสภาวะการชะลอการเติบโต โดยสามารถแบ่งระยะของการเติบโตได้ 4 ระยะ และระยะของการชะลอการเติบโตหรือหยุดการเติบโต แบ่งออกเป็น 2 ระยะ รวมทั้งสิ้น 6 ระยะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การเติบโตระยะที่ 1 ก่อตั้งกิจการใหม่ (Start-up) ผู้ก่อตั้งกิจการจะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้อยู่รอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ และการตลาด จะมีรูปแบบการตัดสินใจเป็นแบบรวมศูนย์กลาง (Centralize) อยู่ที่เจ้าของกิจการ โดยให้ความสำคัญกับด้านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงการกำหนดตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบในองค์กรน้อยกว่าด้านที่กล่าวมาข้างต้น ยังไม่มีระบบอย่างเป็นทางการ โครงสร้างขององค์กรยังเป็นโครงสร้างที่เรียบง่าย และมีเพียงไม่กี่ระดับ (เฉลี่ยอยู่ที่ 2.2 ระดับ นับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงสุด หรือเจ้าของกิจการ และพนักงาน สาเหตุสืบเนื่องจากจำนวนบุคลากรที่มีจำนวนน้อย ปราศจากระบบอย่างเป็นทางการในองค์กรโดยมีรูปแบบการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ (Informal) และรูปแบบการทำงานค่อนข้างปราศจากความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Little

Functional Specialization) ซึ่งสมาชิกทุกคนในองค์กรจะมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและร่วมกันรับผิดชอบต่อผลการดำเนินงาน ถึงแม้ว่าระยะที่กล่าวมานี้อาจมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวนมากที่ประสบความสำเร็จและจะสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

ผลประกอบการอิมิตัวระยะที่ 1 (Plateau I) ในระยะนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จะไม่เติบโตต่อไปตามระยะวัฏจักรการเติบโตขององค์กร และรักษาสภาพขององค์กรในระดับวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises) อย่างต่อเนื่อง ในระดับนี้วิสาหกิจมักมีขนาดใหญ่กว่าวิสาหกิจในขั้นเริ่มต้นก่อตั้งกิจการ แต่มีอายุขององค์กรโดยเฉลี่ยมากกว่าวิสาหกิจในระยะก่อตั้งกิจการมาก และองค์กรจะไม่มีกิจการเพิ่มขึ้น เนื่องจากเจ้าของกิจการมีการตัดสินใจรักษาขนาดขององค์กรให้มีขนาดเล็กอย่างตั้งใจจากเหตุผลส่วนตัวด้านการเลือกรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Hay and Kamshad (1994) ที่พบว่าข้อจำกัดที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตของกิจการคือการขาดความมุ่งมั่นปรารถนาในด้านการจัดการองค์กร (Management Aspiration) โดยผู้ประกอบการบางรายจะมีเป้าหมายอื่น ๆ มากกว่าการสร้างการเติบโตให้กับองค์กร ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้อาจเรียกว่า “ผู้ประกอบการที่ใส่ใจรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle Entrepreneurs) (Hay and Kamshad, 1994)

การเติบโตระยะที่ 2 (Plateau II) ผู้ประกอบการในระดับนี้มีลักษณะใกล้เคียงกับในระยะผลประกอบการอิมิตัวระยะที่ 1 โดยผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับเหตุผลส่วนตัวด้านรูปแบบการใช้ชีวิตมากกว่าการเติบโตขององค์กร โดยผลการศึกษาวิสาหกิจขนาดย่อมในประเทศสวีเดนของ Davidsson (1989) พบว่าหากองค์กรมีขนาดแรงงานประมาณ 5 ถึง 10 คน ผู้บริหารมักมีความรู้ลึกกว่าการเติบโต อาทิเช่น ขนาดของตลาดที่มีอยู่อย่างจำกัด หรือการที่องค์กรทำธุรกิจอยู่ในตลาดที่มีขนาดเล็ก และมีเอกลักษณ์พิเศษ (Niche Market) ทำให้ถูกจำกัดในเรื่องของโอกาสการเติบโต (Davidsson, 1989)

ผลประกอบการอิมิตัวระยะที่ 3 (Plateau III) วิสาหกิจในระดับนี้มักมีขนาดใหญ่กว่าวิสาหกิจในระยะก่อนหน้า มีอายุเฉลี่ยขององค์กรมากกว่า องค์กรมีลักษณะโครงสร้างที่มีความซับซ้อนน้อยกว่าองค์กรในระดับการขยายกิจการ ซึ่งมีอัตราการเติบโตของยอดขายลดลง น้อยกว่าอัตราการเติบโตของวิสาหกิจในระดับการขยายกิจการมาก และมีอัตราการเติบโตของจำนวนพนักงานลดลงเช่นกัน (เติบโตเฉลี่ยเพียงร้อยละ 4 ต่อปี) โดยวิสาหกิจในระยะนี้มีชื่อเรียกว่าวิสาหกิจ

ที่จำกัดการเติบโต (Capped Growth) ซึ่งเกิดจากความตั้งใจลดระดับการเติบโตวิสาหกิจหลังจากประสบความสำเร็จในการขยายกิจการหลังจากก่อตั้งกิจการ ซึ่งผลการศึกษาของ Hank et al. (1993) ได้ระบุว่า วิสาหกิจประเภทนี้ประสบความสำเร็จด้วยการตัดสินใจไม่ขยายองค์กรต่อไป เนื่องจากสภาพแวดล้อมธุรกิจ และขนาดของตลาดที่ธุรกิจดังกล่าวดำเนินอยู่ส่งผลให้ขนาดขององค์กรมีความเหมาะสมเชิงเศรษฐศาสตร์ สามารถสร้างผลกำไรในระดับเดียวกับค่าเฉลี่ยหรือสูงกว่าค่าเฉลี่ยในอุตสาหกรรม วิสาหกิจประเภทนี้สามารถอยู่ในขั้นนี้ได้ตลอดไปหากไม่มีการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมธุรกิจที่จะส่งผลกระทบต่อตลาดขององค์กร ซึ่งมักเป็นตลาดที่มีขนาดเล็ก (Niche Market) หรือประสบปัญหาด้านการบริหารงานอันส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร (Hank et al., 1993)

การเติบโตระยะที่ 4 การปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืนในระยะยาว (Long-Term Strategic Adjustment) วิสาหกิจในระดับนี้มักเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium-Sized Enterprises) มีโครงสร้างในลักษณะแผนก (Divisionalised Structures) และมีค่าเฉลี่ยของโครงสร้างระดับการบริหาร (Organizational Level) เพิ่มสูงขึ้นอยู่ที่ 5.7 ระดับ มีรูปแบบการตัดสินใจแบบกระจายอำนาจเป็นระดับลงไปจากเจ้าของกิจการ และมีการสื่อสารแบบเป็นทางการมากที่สุด ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางจะอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยของตำแหน่งหน้าที่เฉพาะทาง (Specialized Functions) อยู่ที่ 15.30 ตำแหน่ง) ซึ่งจะมีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นจากระดับก่อนหน้า (เติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 37 ต่อปี) และมีอัตราการเติบโตของจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้น (เติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 57 ต่อปี) (Hank et al., 1993) โดยมีรายละเอียดของระยะการเติบโต ดังรูปที่ 2.3 ต่อไปนี้



รูปที่ 2.2 แบบจำลองการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อย่างเป็นระยะแบบอิมิตัว (Stages Model Reaching a Plateau)

ที่มา: Hank et al, 1993

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Peck, Mulvey and Jackson (2018) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง กฏระเบียบ ที่ส่งผลต่อธุรกิจ SMEs ของ ประเทศอังกฤษ ผลการวิจัย พบว่า กฏระเบียบจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่มีธุรกิจขนาดเล็ก มากที่สุด ซึ่งเป็นอุปสรรคในการพัฒนา ดังนั้น การศึกษาหรือ การมีความรู้เกี่ยวกับ กฏระเบียบ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเกิดความได้เปรียบในการเติบโต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จึงเกิดเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้

Chittenden and Ambler (2015) ได้ทำวิจัยเรื่อง กฏระเบียบใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อ ด้านทุน และผลกำไรของธุรกิจ SMEs ของประเทศอังกฤษ ผลการวิจัย พบว่า กฏระเบียบของประเทศอังกฤษ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจขนาดเล็กให้มีต้นทุนเพิ่มขึ้น และเสียเวลาในการดำเนินการ จึงส่งผลเสียต่อการแข่งขันของภาคธุรกิจ SMEs ของประเทศอังกฤษเอง

Farsi and Toghraee (2014) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้ SMEs มีโอกาสประสบความสำเร็จ โดยผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ SMEs มีโอกาสในการประสบความสำเร็จได้ คือ รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีศูนย์การอบรมและให้ความรู้ด้านการผลิต และรัฐบาล ต้องมีกฏระเบียบที่เหมาะสมและสัมพันธ์กับภาคธุรกิจ SMEs คือ เป็นกฏระเบียบสำหรับธุรกิจ SMEs โดยเฉพาะด้านการจัดหาแหล่งเงินทุน ระบบเงินกู้ และการให้กู้ยืม โดยมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อส่งเสริม SMEs ให้เติบโตได้

Musa and Chinniah (2015) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs ของประเทศมาเลเซีย โดยการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาธุรกิจ SMEs ให้เป็น Green Prospects ซึ่งการวิจัยนี้ พบว่า กลยุทธ์ด้านการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการเงิน และการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก จะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ SMEs สามารถแข่งขันและเติบโต ได้ทั้งในระดับประเทศ และระดับโลก

Chowdhury et al. (2013) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเทศบังคลาเทศ ในการประเมินปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและเล็กของประเทศบังคลาเทศ โดยข้อมูลจากการสุ่ม

ตัวอย่างได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการภาคใต้ของประเทศไทยจำนวน 8 ราย โดยปัจจัยความสำเร็จในงานวิจัยนี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ขัดขวางความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและเล็กของประเทศบังคลาเทศ ผลการวิจัยพบว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระทั้งหมดในการศึกษาและสนับสนุนสมมติฐานทั้งหมด การขาดโครงสร้างพื้นฐานสภาพแวดล้อมทางการเมืองที่เข้มแข็ง การเข้าถึงตลาดและทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่ขัดขวางความสำเร็จของผู้ประกอบการ ประสบการณ์และการศึกษา มีความสัมพันธ์ทางบวกในขณะที่อายุมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จ แบบจำลองการถดถอยพหุคูณสำหรับสมการถดถอยถูกกำหนดโดยสถิติ F โมเดลแสดงความสัมพันธ์ที่ดีและมีความสำคัญทางสถิติ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ทั้งหมดอธิบายถึงความแปรปรวนร้อยละ 26.9 ของความแปรปรวนทั้งหมดในขณะที่ตัวแปรด้านสิ่งแวดล้อมอธิบายความแปรปรวนร้อยละ 39.8 ของความแปรปรวนทั้งหมดในความสำเร็จ

Chittithaworn, Islam, Keawchana and Yusuf (2011) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยที่สร้างแรงบันดาลใจและความสำเร็จของผู้ประกอบการสตรี: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและเล็กในภาคอุตสาหกรรมของไทย การสำรวจวิจัยครั้งนี้เน้นเฉพาะธุรกิจเบเกอรี่ เนื่องจากเป็นหนึ่งในองค์กรการผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญของไทย นอกจากนี้การสำรวจยังขยายเพื่อครอบคลุมปัจจัยสร้างแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นวิสาหกิจ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างและแบบสัมภาษณ์ ในเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยจูงใจหลัก ได้แก่ ความหลงใหลในผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และธุรกิจและความต้องการในการปรับปรุงรายได้ นอกจากนี้หลักปัจจัยความสำเร็จนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรคือมิติด้านการตลาด และมิติตัวละครส่วนบุคคล มิติด้านการตลาดรวมถึงตลาดเป้าหมายหลายกลุ่มความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ในขณะที่มิติตัวละครส่วนบุคคลรวมถึงความกระตือรือร้นที่จะได้รับความรู้ความเข้าใจและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ความสามารถในการพัฒนาทักษะความฉลาดทางธุรกิจและความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป แนะนำแนวทางที่สำคัญสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาทักษะและธุรกิจของสตรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาด

Chittithaworn et al. (2011) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

ความตั้งใจของการศึกษาครั้งนี้คือเพื่อให้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีที่ผู้คนควรเริ่มต้นธุรกิจด้วยการดูปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการล้มเหลวและเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จ การศึกษาได้ศึกษาปัจจัย 8 ประการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs การบริหารจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์และบริการลูกค้าและตลาดการทำธุรกิจและความร่วมมือทรัพยากรและการเงินยุทธศาสตร์และสภาพแวดล้อมภายนอก ได้มีการร่างกรอบทฤษฎีและแบบสอบถามได้รับการออกแบบตามปัจจัยที่เลือก มีการสร้างสมมติฐานขึ้นเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของ SMEs ในประเทศไทย สมมติฐานทั้งหมดได้รับการทดสอบเรียบร้อยแล้วกับ SPSS และได้รับข้อสมมติฐานห้าข้อ ผลการวิเคราะห์การถดถอย พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของ SMEs ในประเทศไทย ได้แก่ ลูกค้าและการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทรัพยากรของการทำธุรกิจ การเงินและสภาพแวดล้อมภายนอก

AL-MAHROUQ (2010) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศจอร์แดน พบว่า 5 ปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงบวก และมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เรียงตามลำดับคือ ด้านเทคนิค กระบวนการและเทคโนโลยี ด้านโครงสร้างของสถานประกอบการ ด้านการเงิน ด้านการตลาดและผลิตภัณฑ์ และด้านทรัพยากรมนุษย์

Singh and Shishir (2008) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องธุรกิจชั้นนำขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศอินเดียและจีนให้ก้าวไปในระดับโลก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายรายละเอียดของการดำเนินธุรกิจ และอธิบายบทบาทและนโยบายของภาครัฐและกลยุทธ์ในการพัฒนาเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำรวจธุรกิจ มีธุรกิจ SMEs 241 แห่ง ตอบแบบสอบถามกลับมาร้อยละ 80 โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์โดยหาความเที่ยง (t-test) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ในประเด็นสถานะแวดล้อมของธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม พบว่า การส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมของรัฐบาลประเทศอินเดีย และจีนในความเหมือนและความต่างของทั้งสองประเทศนี้ ธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมของรัฐบาลประเทศอินเดีย จะพัฒนาในส่วนของการผลิตมากกว่า มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีวัฒนธรรมองค์กร ส่วนธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมของรัฐบาลประเทศจีนจะให้ความสำคัญในความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกับการลดต้นทุน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้สูงขึ้นเพื่อความสามารถในการแข่งขัน โดยมีข้อจำกัดในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการเพิ่มประสิทธิภาพ

การผลิต ซึ่งผลที่ได้จะช่วยธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมในส่วนการรักษาทุนมนุษย์ให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร

Kader (2000) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการในชนบทขนาดเล็กภายใต้โครงการหนึ่งตำบลในประเศมาเลเซีย งานวิจัยนี้นำเสนอปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็กที่ผู้ประกอบการในชนบทเห็นและมีประสบการณ์ ได้รับการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่มีรูปแบบเป็นกลุ่มตัวอย่างหนึ่งในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กในชนบทภายใต้โครงการหนึ่งตำบลในประเศมาเลเซีย แม้ว่าปัจจัยสำคัญทั้งภายในและภายนอกจะมีความสำคัญทั้งในและนอกประเทศบทความนี้ พบว่าปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลเหนือกว่าปัจจัยภายใน ที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ โครงการหนึ่งตำบลปัจจัยภายนอกทั้งหมดที่สกัดโดยการวิเคราะห์ปัจจัยที่แคบลงไปถึงบทบาทที่สำคัญของรัฐบาลในการส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็ก ดังนั้นรัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบการขนาดเล็กในชนบท

Wijewardena and Tibbats (1999) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยเพื่อกำหนดปัจจัยความสำเร็จในการผลิตของธุรกิจ SMEs พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและเล็ก (SMEs) มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศศรีลังกา แม้จะมีความไม่สงบในประเทศ แต่ SMEs ในการผลิตก็แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าที่โดดเด่นในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา บทความนี้พยายามที่จะวิเคราะห์ปัจจัยหลักที่มีส่วนทำให้ความคืบหน้าหรือความสำเร็จขององค์กรเหล่านี้ การวิเคราะห์นี้ขึ้นอยู่กับความรู้ของเจ้าของ หรือผู้จัดการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวอย่างของ บริษัท ผู้ผลิตในศรีลังกา ใช้เทคนิคทางสถิติของการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่าถึงปัจจัยที่สามารถระบุตัวตนได้ 6 ประการซึ่งมีผลกระทบในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของ บริษัท ตัวอย่าง ปัจจัยเหล่านี้เมื่อได้รับการจัดอันดับตามลำดับความสำคัญมีดังนี้ การปฐมนิเทศลูกค้า คุณภาพผลิตภัณฑ์ การจัดการที่มีประสิทธิภาพสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และกลยุทธ์ทางการตลาด

Wijewardena and Zoysa (2005) ที่ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในศรีลังกา พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เรียงตามลำดับคือ การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน คุณภาพผลิตภัณฑ์ การตลาดที่มีประสิทธิภาพ สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และกลยุทธ์ทางการตลาด

Rogoff et al. (2004) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องผู้จัดจำหน่ายและผู้ประกอบการของสาเหตุของความสำเร็จในธุรกิจและปัจจัยเชิงใจเล็กๆ พบว่าทฤษฎีการระบุแหล่งกำเนิด (Attribution theory) ถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายถึงปรากฏการณ์ทางจิตวิทยาทางสังคมต่างๆ เช่นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสร้าง Stereotyping ทางเพศและผลกระทบของรางวัลต่อพฤติกรรม แต่ไม่ค่อยมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้กับผู้ประกอบการ การศึกษาครั้งนี้เป็นการทดสอบถึงการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหมู่ผู้ประกอบการเมื่อมีการแจกแจงปัจจัยที่ก่อให้เกิดหรือขัดขวางความสำเร็จทางธุรกิจ ตัวอย่างของผู้ประกอบการตัวอย่างหนึ่งในเกสซอร์อิสระ และอีกหนึ่งตัวอย่างของเจ้าของธุรกิจยืนยันคำทำนายนี้ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างนักแสดงและผู้สังเกตการณ์ซึ่งเป็นอีกมิติหนึ่งของทฤษฎีการระบุแหล่งที่มาการตอบสนองของผู้ประกอบการจะถูกเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญซึ่งไม่ใช่เจ้าของธุรกิจ ความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญชัดเจนแสดงให้เห็นถึงความคาดหวังทางทฤษฎี

Walker and Brown (2004) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เจ้าของธุรกิจขนาดเล็กในภาคตะวันตกของออสเตรเลียประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน พบว่า ปัจจัยด้านการเงินมีส่วนทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ รวมถึงด้านความสามารถและความพึงพอใจส่วนบุคคล ความภาคภูมิใจในงาน รวมถึงการใช้ชีวิตที่ไม่เคร่งครัด

Smallbone and Welter (2001) ที่ได้ศึกษาบทบาทของรัฐบาลในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศกำลังพัฒนา พบว่า บทบาทของรัฐบาลส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยจากการศึกษาข้อมูลจากยูเครน เบลารุสและมอลโดวา พบว่าสถานประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจค่อนข้างจำกัดมักประสบปัญหาในการดำเนินงานทำให้รัฐบาลยังคงต้องสร้างกรอบเงื่อนไขในการพัฒนาภาคเอกชน

ให้มีความมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งอาจทำโดยการออกมาตรการหรือระเบียบต่างๆ ให้เป็นนโยบายในการสนับสนุน SMEs ในขณะเดียวกันประเทศที่การปฏิรูปตลาดอยู่ในขั้นสูง เช่น โปแลนด์ ซึ่งรัฐบาลให้ความสำคัญเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีการนำกฎหมายและข้อบังคับ ที่สอดคล้องกับมาตรฐานของสหภาพยุโรปเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเข้าเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป ส่งเสริมให้ระบบธนาคารปรับตัวและตระหนักว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

Knight (2001) ที่ได้ศึกษาการเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ระดับนานาชาติ พบว่า รูปแบบที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวของผู้ประกอบการ ความสามารถเชิงกลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมผู้ และการครอบครองเทคโนโลยี ซึ่งมีผลต่อการดำเนินงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะด้านกลยุทธ์นั้นมีทั้งประเด็นเรื่อง การให้ความสำคัญกับการวิจัยการพัฒนาและสินค้าที่เป็นนวัตกรรม การมีส่วนร่วมทางการตลาดมากกว่าคู่แข่ง การพัฒนากลยุทธ์เทคนิคทางการตลาดใหม่ และกลยุทธ์การใช้ทักษะการขายขั้นสูง รวมถึงการดำเนินงานปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการตลาด การจำหน่ายและการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอทุกๆ 5 ปี

Everett and Watson (1998) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็กและปัจจัยความเสี่ยงจากภายนอก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคต่อขนาดเล็กความเสี่ยงทางธุรกิจ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็กตั้งแต่ร้อยละ 30 ถึง ร้อยละ 50 ขึ้นอยู่กับความหมายของความล้มเหลวที่ใช้ ตามคาถาอัตราความเสี่ยงสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ย (ซึ่งความล้มเหลวก็คือการล้มละลาย) และอัตราว่างงาน (ซึ่งความล้มเหลวถูกกำหนดให้เป็นการยุติการเป็นเจ้าของ) (ซึ่งความล้มเหลวถูกกำหนดเพื่อป้องกันการสูญเสียต่อไป) และกับยอดค้าปลีกในปัจจุบันและล่าช้า (ซึ่งความล้มเหลวถูกกำหนดเป็นอย่างใดอย่างหนึ่ง: ล้มเหลวในการ "ทำไปได้" "ยุติการเป็นเจ้าของหรือยุติธุรกิจ) นี้แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจที่กำลังสร้างความเข้มแข็งอาจเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการออกจากธุรกิจโดยสมัครใจในฐานะเจ้าของธุรกิจรายย่อยพยายามที่จะเพิ่มผลตอบแทนที่มีให้กับทั้งด้านการเงินและทุนมนุษย์

ปภพพล เดิมธีรกิจ (2555) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 6 ด้าน คือ (1) ด้านการเงิน (2) ด้านการผลิต (3) ด้านการตลาด (4) ด้านการบริหารจัดการ (5) ด้านการสร้างเครือข่าย และ (6) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ในส่วนของภาพรวมผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อแบ่งแยกเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านการสร้างเครือข่าย อยู่ในระดับมาก โดยเปรียบเทียบความแตกต่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่าในภาพรวมผู้ประกอบการทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ส่วนการจำแนกตามอายุ ประสบการณ์ทำงาน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่สำหรับด้านการตลาด และด้านการผลิต พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการจำแนกตามระดับการศึกษาและประเภทของธุรกิจ พบว่าในส่วนของภาพรวมมีความแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านการตลาด ด้านการผลิต ทั้งนี้ในส่วนของการบริหารจัดการ ทางผู้ประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินงาน 3 อันดับแรก คือ (1) ควรจัดตั้งหรือจัดหาแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยให้กู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าสถาบันการเงินทั่วไป (2) ควรผลักดันให้มีการทบทวน ปรับปรุง อัตรารายได้ให้เป็นธรรม ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และ(3) ควรควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน และควบคุมกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดการสูญเสียทางการผลิต

พัชรินทร์พร กุ่อภิสิทธิ์ และวัชรภรณ์ ชัยวรรณ (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างดัชนีชี้วัดและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในเขตพื้นที่เทเวศร์ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของร้านอาหารทั่วไปในเขตพื้นที่เทเวศร์ ด้านการดำเนินงานภายในองค์กร ได้แก่ ราคาอาหารยุติธรรมกับลูกค้า

บริการรวดเร็วเอาใจใส่ต่อลูกค้า อาหารมีรสชาติอร่อยถูกใจ ความกระตือรือร้นในการต้อนรับ กระบวนการทำอาหารได้มาตรฐานทุกครั้ง ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ใช้วัตถุดิบสดใหม่ ในการทำอาหาร กรรมวิธีการปรุงอาหารที่ถูกสุขลักษณะ วัสดุอุปกรณ์ในร้านมีความสะอาด การคิด ปล่อยราคาอาหารอย่างชัดเจน การจ่ายค่าจ้างแก่พนักงานตามกฎหมาย ด้านความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม ได้แก่ การเลือกวัตถุดิบที่ผ่านการรับรองหรือมีมาตรฐาน การจัดหาวัตถุดิบจากแหล่ง ที่มีความปลอดภัย ไม่ใช้อุปกรณ์ที่ก่อให้เกิดสารพิษ ผลการวิจัยพบว่า สามารถสร้างดัชนีชี้วัดได้ 10 ข้อความ คือ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อรสชาติสินค้า ความพึงพอใจของลูกค้าจากราคาที่ยุติธรรม ความมั่นใจของพนักงานต่อค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ความไว้วางใจของลูกค้าต่อความสดใหม่ของวัตถุดิบ ความไว้วางใจของลูกค้าต่อการแสดงราคา สินค้า และความไว้วางใจของลูกค้าต่อความปลอดภัยของสินค้า

ศิริญา ตังณมิตร (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่จดทะเบียนกับ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ณ ปี พ.ศ. 2558 จำนวน 370 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า ใน ส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์การและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุล พบว่า ปัจจัยองค์การมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับความสำเร็จของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย สภาพแวดล้อมองค์การและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุล พบว่า ปัจจัย สภาพแวดล้อมองค์การมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย (2557, น.1) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องรายงานผลกระทบต่อธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงใหม่ จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีน ผลการศึกษาพบว่า การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีนได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก ซึ่งหมายถึงภาวะเศรษฐกิจโดยรวมดีขึ้น โดยกิจการ SMEs ในเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 58 มีการขายสินค้าและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งกิจการส่วนใหญ่ที่มีการขายสินค้าหรือให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนนั้น เป็นกิจการที่อยู่ในประเภทอุตสาหกรรมบริการให้บริการเป็นหลัก จากการสำรวจพบว่า หมวดธุรกิจให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม และหมวดธุรกิจที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวมีการขายสินค้าและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจีนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 73 และ 95 ตามลำดับ และกิจการ SMEs ส่วนใหญ่มีสัดส่วนจำนวนลูกค้านักท่องเที่ยวจีน ประมาณร้อยละ 10 ของลูกค้าทั้งหมด และเมื่อสอบถามการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาพบว่ากิจการส่วนใหญ่มีลูกค้าชาวจีนเพิ่มมากขึ้นประมาณ ร้อยละ 10 - 20 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60 ส่งผลให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 10 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.80 โดยธุรกิจที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวได้รับผลกระทบที่ด้านรายได้ที่เพิ่มขึ้นมากที่สุด โดยร้อยละ 16 ระบุว่ามียาได้เพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวจีนมากกว่าร้อยละ 50

ชวลีพร มาสเนตร, อนิวัช แก้วจางค์, และอรจันทร์ ศิริโชติ (2555) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา มีรายได้สุทธิระหว่าง 10,000-20,000 บาท ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านอยู่ระหว่าง 6-10 ปี ระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยพื้นฐานแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านด้านแรงงาน ส่วนใหญ่เห็นว่า จำนวนแรงงานที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 6-10 คน ต่อหนึ่งรายธุรกิจและใช้แรงงานภายในครอบครัว ด้านเงินทุนที่ใช้ในระยะเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจ จำนวน 30,001-40,000 บาท โดยแหล่งเงินทุนที่ใช้เป็นเงินทุนสะสมภายในครอบครัวซึ่งใช้ระยะเวลาของการคืนทุนระหว่าง 1-3 ปี ด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตต้องแสวงหาด้วยตนเองจากภายในท้องถิ่น และผู้ประกอบการธุรกิจประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมืออุปกรณ์ขึ้นใช้เองในกิจการ

เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล (2554, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจมากที่สุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกลยุทธ์ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร (2553, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ประกอบการ จำนวน 30 แห่ง เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ดังนี้ (1) นโยบายภาครัฐและการสนับสนุน (2) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน (3) ด้านองค์ความรู้ (4) ด้านแรงงาน และ (5) ด้านการตลาด สำหรับแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้เชี่ยวชาญได้สรุปออกมาเป็นสองแนวทาง คือ (1) การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร คือ นโยบายภาครัฐและการสนับสนุน และการพัฒนาด้านการปล่อยนโยบายสินเชื่อสำหรับวิสาหกิจ และ (2) ด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ผู้ประกอบการต้องดำเนินการดังนี้ การพัฒนาด้านระบบบัญชีและการเงินของผู้ประกอบการ การพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในสถานประกอบการ การจัดการทางการตลาด การใช้กลยุทธ์การรับช่วงการผลิตเพื่อการพัฒนาองค์กร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาองค์กร

2.9 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ข้างต้น ผู้วิจัยได้จัดทำเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้



รูปที่ 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วผู้วิจัยสามารถเขียนกรอบแนวคิดได้ตามรูปที่ 2.4 และตั้งสมมติฐานในการวิจัยได้ดังนี้

2.10 สมมติฐานของงานวิจัย

2.10.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

2.10.2 ปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ



บทที่ 3

ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย และพัฒนารูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย โดยงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ดังนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 วิธีการดำเนินการวิจัย
- 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการลงพื้นที่ภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกในมิติต่างๆ โดยการใช้ และประเด็นการสนทนากลุ่ม (Focus Group

Discussion) จากผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ

กระบวนการและขั้นตอนของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สามารถอธิบายดังนี้

1) ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

- 1.1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ
- 1.2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ
- 1.3) การออกแบบและทดสอบเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ
- 1.4) การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ
- 1.5) การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

2) ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) และแบบประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group)

- 2.1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ
- 2.2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ
- 2.3) การออกแบบและทดสอบเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ
- 2.4) การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ
- 2.5) การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

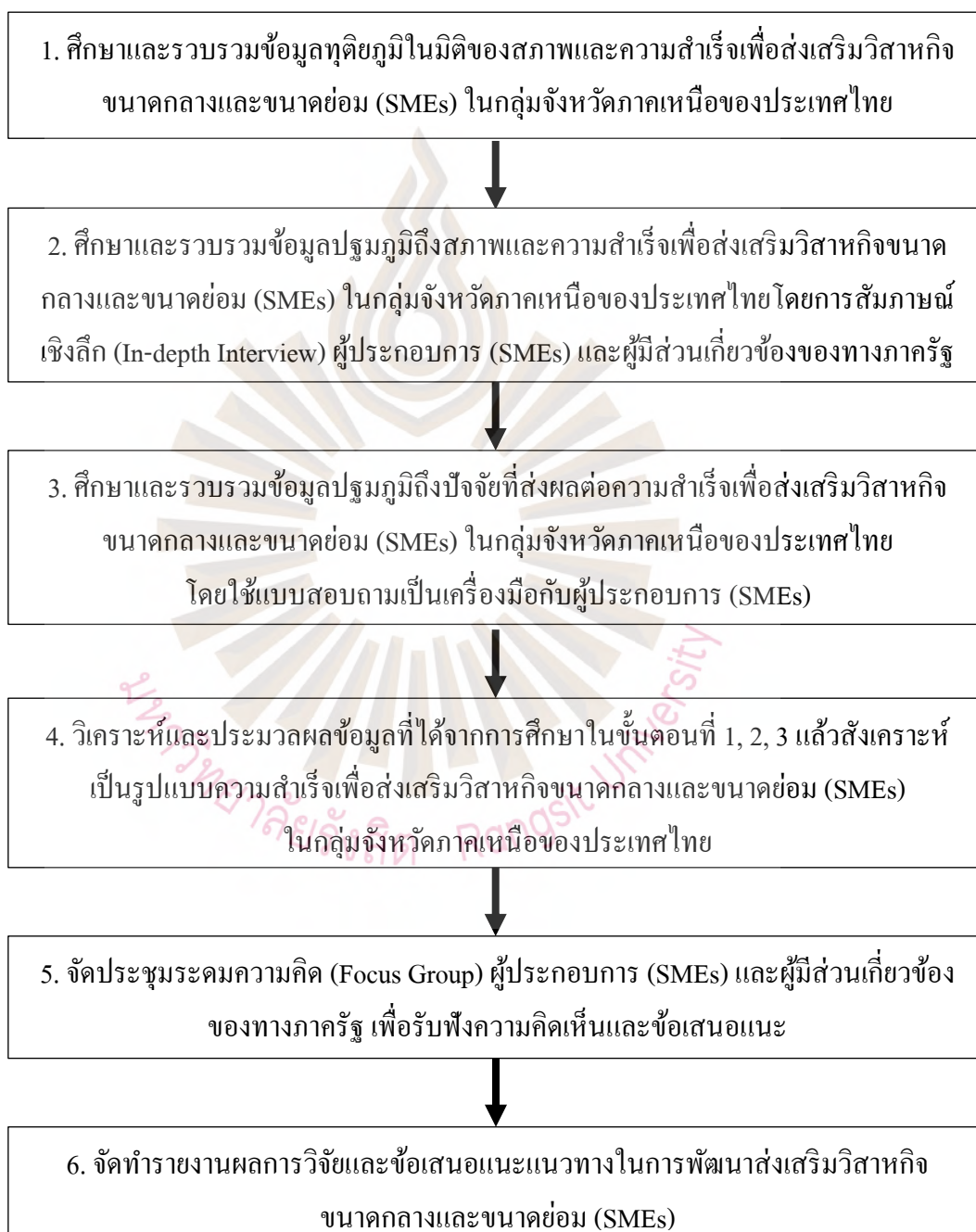
3.2.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

1) การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม

2) การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้การศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลภายในประเทศ และต่างประเทศที่ให้บริการสืบค้นข้อมูล ทั้งบทความวิจัย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รวมไปถึงตำราวิชาการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

3.2.2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย



รูปที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

การทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการทำงานวิจัยทั้งหมด 6 ขั้นตอนได้แก่

ขั้นที่ 1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิในมิติของสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ขั้นตอนนี้เป็นการสำรวจและรวบรวมเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย เพื่อนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และจริยธรรม ก่อนนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลในขั้นตอนที่ 2 ต่อไป

ขั้นที่ 2 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจึงสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการ (SMEs) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ

ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ประกอบการ (SMEs) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ อย่างน้อย 8 คน ระยะเวลา 30 นาที ขึ้นไป เพื่อให้ได้มาซึ่งสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย นำข้อมูลที่ได้มาทำการถอดเทปและสรุปผล แล้วนำข้อมูลประเด็นสำคัญที่ได้มาเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และจริยธรรม ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลในขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

ขั้นที่ 3 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกับผู้ประกอบการ (SMEs)

ลงพื้นที่เก็บข้อมูลผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคเหนือ โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นในขั้นตอนที่ 2 รวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ประมาณ 400 ชุด หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลอิ่มตัว

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1, 2, 3 แล้วสังเคราะห์เป็นรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

นำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลผู้ประกอบการ มาวิเคราะห์เคราะห์ร่วมกัน เพื่อสร้างรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ขั้นที่ 5 จัดประชุมระดมความคิด (Focus Group) จำนวน 20 คน ประกอบไปด้วยผู้ประกอบการ (SMEs) จำนวน 18 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

นำรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย มาจัดทำกรอภิปราชประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) ร่วมกับผู้ประกอบการ (SMEs) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาปรับปรุงรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยต่อไป

ขั้นที่ 6 จัดทำรายงานผลการวิจัยและข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

- 1) ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือ จำนวน 295,260 ราย
- 2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ จำนวน 399 ราย ซึ่งได้จากการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อน (e) .05 สามารถคำนวณได้จากสูตรของ Taro Yamane โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ซึ่งเป็นสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยเก็บจริง จำนวน 400 ราย มีรายละเอียดดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย	n	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ	จำนวนประชากร
	e	คือ	ความคลาดเคลื่อน

ตารางที่ 3.1 รายชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

จังหวัด	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)	จำนวนตัวอย่างที่เก็บข้อมูล
เชียงใหม่	83,023	113
เชียงราย	52,625	71
น่าน	28,036	38
พะเยา	20,891	28
แพร่	39,992	54
แม่ฮ่องสอน	6,532	9
ลำปาง	29,943	41
ลำพูน	21,569	29
อุตรดิตถ์	12,649	17
รวม	295,260	400

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560

3.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเจาะจงสัมภาษณ์ และการจัดประชุมระดมความคิด (Focus Group Discussion) ดังนี้

1) จากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ซึ่งมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลไปแล้วและสามารถแนะนำกลุ่มตัวอย่างอื่นให้กับผู้วิจัยได้ ซึ่งการแนะนำจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ผู้วิจัยอาจได้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 1 ตัวอย่างจากการแนะนำในแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่างด้วย Stewart and Shamdasani (2007)

2) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคเหนือที่ประสบความสำเร็จ จำนวน 6 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน โดยเจาะจง ได้แก่ ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน รวมจำนวน 8 คน

3) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคเหนือที่ประสบความสำเร็จ จำนวน 18 คน จากทั้งหมด 9 จังหวัด คิดเป็นจังหวัดละ 2 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Patton, 1990)

4) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน โดยเจาะจง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1 คน และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน

3.3.3 ผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์ (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) โดยจำนวนที่ใช้ขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มและประเด็นปัญหาที่ศึกษาจุดมุ่งหมายของการวิจัย ความซับซ้อนของเรื่องที่ศึกษา เวลา และงบประมาณ (จุมพล พูลภัทรชีวิน, 2544: 78) ซึ่งหากกลุ่มมีความเป็นเอกพันธ์ (Homogeneous Group) อาจใช้เพียง 10-15 คน แต่ถ้ากลุ่มมีความแตกต่างกันมีลักษณะอเนกพันธ์ (Heterogeneous Group) อาจต้องใช้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นจำนวนมาก จากการศึกษาวิจัยของ Thomas T. Macmillan (1971 อ้างถึงใน ชนิดารักษ์พลเมือง, 2544) พบว่า หากจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยมีตั้งแต่ 17-21 คน ขึ้นไป อัตราการลดลงของความคลาดเคลื่อน (Error) จะมีน้อยมากและคงที่ต่อไป โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้นาของ กลุ่มตัวอย่าง 20 คน ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 การลดลงของความคลาดเคลื่อนและจำนวนผู้เข้าร่วม โครงการ

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ (Panel Size)	การลดลงของความคลาดเคลื่อน (Error Reduction)	ความคลาดเคลื่อนลดลง (Net Change)
1-5	1.20-0.70	0.50
5-9	0.70-0.58	0.12
9-13	0.58-0.54	0.04
13-17	0.54-0.50	0.04
17-21	0.50-0.48	0.02
21-25	0.48-0.46	0.02
25-29	0.46-0.44	0.02

ที่มา: Thomas Macmillan, 1971 อ้างถึงใน ชนิตา รักษ์พลเมือง, 2544

3.4 เครื่องมือรวบรวมข้อมูล

3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จ ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดต่างๆ ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้วิธีการทำตารางสังเคราะห์เพื่อให้ได้ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็น หรือยืนยันความถูกต้องของข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมรอบแนวคิดในการวิจัย

1) ตารางสังเคราะห์องค์ประกอบพื้นฐานสำหรับการวัดความสำเร็จของกิจการจากผลงานของนักวิชาการ

2) ตารางสังเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของกิจการจากผลงานของนักวิชาการ

3) การออกแบบและทดสอบเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามที่ถูกสร้างขึ้นจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานหรือข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) โดยเลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ (Dichotomous) ประกอบด้วย

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) ระดับการศึกษา
- 4) ลักษณะของธุรกิจ
- 5) ประเภทของธุรกิจ
- 6) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
- 7) สถานที่ตั้ง (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือ ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวัดแบบ Rating Scale ซึ่งสามารถกำหนดค่าได้ดังนี้ Eisenberger, Huntington, Hutchison, and Sowa (1986)

ระดับความคิดเห็น		
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือ โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวัดแบบ Rating Scale ซึ่งสามารถกำหนดค่าได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็น		
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.4.2 การจัดทำกับข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ ข้อมูลทางด้านเทคนิค แล้วนำเสนอในเชิงพรรณนา

นำแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์หาความถี่ และร้อยละ นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือ มาทำการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ใช้มาตรวัดของ (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ลักษณะความสำเร็จของกิจการในด้านต่างๆ มาทำการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ใช้มาตรวัดของ(Rating Scale)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเพิ่มเติมตามที่สนใจของตนเองนำเสนอในรูปความเรียง

เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล

ผู้ศึกษาได้กำหนดระดับความสำคัญต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ใช้มาตรวัดของ (Rating Scale) ไว้ 5 ระดับ คือ

		ระดับความคิดเห็น
5	คะแนน หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
4	คะแนน หมายถึง	มีความสำคัญมาก
3	คะแนน หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
2	คะแนน หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
1	คะแนน หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

การแปลความหมายของคะแนน โดยการใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายเกี่ยวกับระดับความสำคัญของรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, น.19)

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

- 1) ค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean : \bar{x})
- 3) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.4.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ความน่าเชื่อถือของการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะดำเนินการตามหลักจรรยาบรรณ จริยธรรม รวมถึงการเก็บข้อมูลที่ได้มาจะไม่มีการเปิดเผยเพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อองค์กรและผู้ให้ข้อมูล โดยมีวิธีการในการทดสอบดังนี้

1) ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกไปตรวจสอบความถูกต้องของการตีความและความสอดคล้องของข้อคำถาม โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้ทรงคุณวุฒิตรวจ IOC จำนวน 5 ท่าน ประกอบไปด้วย นักวิชาการ จำนวน 3 ท่าน โดยมีคุณสมบัติตำแหน่งทางวิชาการตั้งแต่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หรือมีการศึกษาระดับปริญญาเอกขึ้นไป และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน ประกอบด้วย ผู้จัดการศูนย์ให้บริการ SME จังหวัดเชียงราย จำนวน 1 ท่าน และ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย จำนวน 1 ท่าน มีตำแหน่งระดับหัวหน้าส่วน ช่วยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาตามกรอบแนวความคิดในการวิจัยและพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อให้มีความชัดเจนเพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมและความถูกต้องก่อนที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

2) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ในการวัดความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นั้น ผู้วิจัยจะใช้ดัชนีสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index หรือ IOC) ในการตรวจสอบความตรงของมาตรวัดว่าเป็นมาตรวัดของตัวแปรที่ต้องการจะวัดหรือไม่ โดยจะใช้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ประกอบไปด้วยนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรอบรู้เกี่ยวกับตัวแปร และเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร ที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยทำจดหมายจากหลักสูตรบริหารธุรกิจชั้นปริญญาโท เพื่อแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ก่อนนำไปทดลองใช้ (Pre-test) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาทำได้โดยการนำนิยามเชิงปฏิบัติการควบคู่กับ โครงสร้างข้อคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้อง ผู้เชี่ยวชาญกรอกผลการพิจารณา ผู้วิจัยทำการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นที่ต้องการทราบ จากนั้นนำผลของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมารวมกันคำนวณหาความตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งคำนวณจากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัดกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น ดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องเรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับคือ

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

หลังจากนั้นนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสมการ

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

R = ผลการตอบของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละระดับความสอดคล้อง

n = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

เกณฑ์ในการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามตัวแปรที่กำหนด

(1) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความตรงผ่านเกณฑ์ สามารถนำไปใช้ในการทดสอบก่อนการใช้งาน (Pre-test) ได้

(2) ข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 ไม่ผ่านเกณฑ์ ต้องปรับปรุงแก้ไข (สุวิมล ตีรกานันท์, 2548)

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดรายละเอียดดังแสดงในภาคผนวก จ

3) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ในการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อทำการถ่วงน้ำหนักในเบื้องต้น โดยจะใช้วิธีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ความเที่ยง (Reliability) เป็นการวัดตัวชี้วัด หรือข้อคำถามของตัวแปรแต่ละตัวว่ามีความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) มากน้อยแค่ไหน ในที่นี้ผู้วิจัยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ในการประเมินความสอดคล้องภายใน ความเที่ยงจะเป็นที่ยอมรับได้ถ้าตัวชี้วัดเหล่านี้มีความสอดคล้องภายในตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin, & Anderson 2010) ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป Everitt and Skronal (2010) ตัวชี้วัดใด หรือข้อคำถามใดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานและถูกตัดออกในการตรวจสอบความเที่ยงผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยง ทั้งข้อมูลทดลองใช้ (n = 30)

การตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูลทดลองใช้ ($n = 30$) จากผลการวิเคราะห์ ความเชื่อมั่นของข้อมูลพบว่า ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่า Corrected Item-Total Correlation เท่ากับ 0.908 ผู้วิจัยจึงไม่ได้ตัดข้อคำถามใดๆ ออกจากตัวแปร (ดูตาราง 3.3)



ตารางที่ 3.3 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลทดลองใช้ (pre-test) (n=30)

	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	อำนาจจำแนก รายข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของ ครอนบาค
ปัจจัยด้านบริหารจัดการ	5	MNM1	.918	.955
		MNM2	.810	
		MNM3	.905	
		MNM4	.853	
		MNM5	.910	
ปัจจัยด้านโครงสร้าง	5	STT1	.722	.899
		STT2	.771	
		STT3	.816	
		STT4	.716	
		STT5	.741	
ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์	5	HRM1	.905	.965
		HRM2	.907	
		HRM3	.899	
		HRM4	.970	
		HRM5	.827	
ปัจจัยด้านการตลาด	5	MKT1	.666	.943
		MKT2	.859	
		MKT3	.914	
		MKT4	.959	
		MKT5	.869	
ปัจจัยด้านการเงิน	5	FIN1	.748	.939
		FIN2	.919	
		FIN3	.908	
		FIN4	.793	
		FIN5	.861	

ตารางที่ 3.3 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลทดลอง
ใช้ (pre-test) (n=30) (ต่อ)

	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	อำนาจจำแนก รายข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของ ครอนบาค
ปัจจัยด้านกลยุทธ์	5	STG1	.855	.942
		STG2	.915	
		STG3	.803	
		STG4	.851	
		STG5	.821	
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	5	ECO1	.738	.919
		ECO2	.658	
		ECO3	.791	
		ECO4	.890	
		ECO5	.902	
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	5	IT1	.875	.910
		IT2	.605	
		IT3	.688	
		IT4	.804	
		IT5	.895	
ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย	5	POL1	.905	.965
		POL2	.907	
		POL3	.899	
		POL4	.970	
		POL5	.827	
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	5	SOC1	.830	.908
		SOC2	.824	
		SOC3	.793	
		SOC4	.805	
		SOC5	.626	

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูลทดลองใช้ ($n = 30$) จากผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของข้อมูลพบว่า ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่า Corrected Item-Total Correlation เท่ากับ 0.908 ผู้วิจัยจึงไม่ได้ตัดข้อคำถามใดๆ ออกจากตัวแปร

4) การตรวจสอบจริยธรรมของการวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงให้คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยของมหาวิทยาลัยรังสิต ได้ตรวจสอบและอนุมัติก่อนจะนำแบบสอบถามนี้ไปใช้

5) การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ

5.1) จัดทำหนังสือขออนุญาตแจกแบบสอบถามกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5.2) ทำการจัดตารางเวลาดำเนินการเพื่อแจกแบบสอบถาม เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5.3) ทำการแจกแบบสอบถามและทำการสรุปข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

6) การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

เป็นการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยเพื่อนำไปลงรหัส จากนั้นจึงเอาข้อมูลที่ได้ทำการลงรหัสไว้แล้วไปดำเนินการประมวลผลข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

3.4.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี การทบทวนวรรณกรรม เอกสารที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดที่สำคัญต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัย

1) การออกแบบและทดสอบเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ

กำหนดประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความเห็นด้วยหรือเพื่อยืนยันความถูกต้องของตัวแปรจากการสังเคราะห์ จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารทางวิชาการต่างๆ จากนั้นจึงนำแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ที่ออกแบบแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิให้พิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา และคำนึงถึงเรื่องภาษาที่ต้องมีความถูกต้องไม่ผิดเพี้ยนในเครื่องมือที่ใช้สัมภาษณ์ ตลอดจนการแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ และผ่านกระบวนการตรวจสอบจริยธรรมเชิงคุณภาพก่อนนำไปสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไป

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 2.1) จัดทำหนังสือขออนุญาตสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (SMEs) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ
- 2.2) จัดทำแบบสัมภาษณ์โดยต้องคำนึงถึงความถูกต้องเป็นหลักสำคัญ
- 2.3) ทำการจัดตารางเวลานัดเข้าสัมภาษณ์ ให้มีความเหมาะสมเพื่อจะช่วยให้การเก็บข้อมูลภาคสนามเสร็จได้ทันตามเวลาที่กำหนด
- 2.4) ทำการนัดหมายตามกำหนดการ วันเวลา เพื่อยืนยันการเข้าสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคเหนือ
- 2.5) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ประกอบการ (SMEs) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ ท่านละประมาณ 15-30 นาที และก่อนการสัมภาษณ์ทุกครั้งผู้วิจัยจะขออนุญาตฉบับที่กและใช้อุปกรณ์ในการบันทึกเสียงเพื่อช่วยในการเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและสมบูรณ์ตรงตามข้อคำถามที่ต้องการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (In-Depth Interview)
- 2.6) ทำการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

3) การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และหน่วยงานภาครัฐ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยการแยกแยะแจกแจงเนื้อหา จำแนกข้อมูลเป็นหมวดหมู่ต่างๆ ประกอบด้วย (1) สภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) (2) ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม (SMEs) และ (3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แล้วนำข้อมูลประเด็นสำคัญที่ได้มาเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการวิเคราะห์เชิงบรรยายถึงลักษณะข้อมูลตัวเลขที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้อธิบายผลเบื้องต้นและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในการบันทึก โดยใช้วิธีการทางสถิติอย่างง่าย ได้แก่ ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น

2) ใช้สถิติโครงสร้างระบบประสาท (Neural Network) เป็นสถิติรูปแบบที่ใช้ในการพยากรณ์ หรือคาดคะเนของตัวแปรว่าจะไปในลักษณะใด โดยหลักการการทำงานจะเป็นแบบจำลองระบบประสาททางคณิตศาสตร์ที่ใช้ในการประมวลผลของข้อมูลที่ต้องการศึกษาเชิงสถิติทั้งแบบหนึ่งตัวแปรและแบบหลายตัวแปร ซึ่งมีพื้นฐานมาจากระบบประสาทของมนุษย์ที่ประกอบด้วยเซลล์สมองหลายๆ ส่วนทำงานร่วมกัน (Cheng, 1997)

ซึ่งสถิติโครงสร้างระบบประสาทรนี้จะช่วยในการวิเคราะห์หาค่าความสำคัญของตัวแปรว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับไหน ผ่านระบบการประมวลผลที่เป็นลักษณะของการแบ่งเป็นชุดข้อมูลเพื่อใช้พยากรณ์หรือคาดคะเนตัวแปร โดยงานวิจัยนี้ใช้วิธีโครงสร้างระบบประสาทแบบ Multi Layer Perceptron (MLP) ที่เป็นโครงสร้างของงานระบบประสาทอย่างง่าย จึงเป็นโครงสร้างที่ไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนและ MLP นี้จะมีข้อมูลส่วนป้อนเข้า (Input) ก็ตัวก็ได้ แต่จะมีชั้นซ่อนหรือที่เรียกว่า Hidden layer 1 ชั้นซ่อนและจะมีเพียง 1 Output เท่านั้น ซึ่งวิธีการประมวลผลข้อมูลจะประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างการเรียนรู้ (Training) กลุ่มตัวอย่างการทดลอง (Testing) และกลุ่มข้อมูลที่เก็บไว้เพื่อทดสอบกลุ่มตัวอย่าง (Holdout) (พวง มีสัจ, 2551) ค่าเฉลี่ยของความสำคัญก็จะแสดงผลออกมาในรูปแบบโครงข่ายแบบแสดงความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของตัวแปร โดยความเข้มของเส้นที่เชื่อมโยงกัน ก็จะบอกถึงความสำคัญของตัวแปรว่ามีความสำคัญมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้แล้วสถิติโครงสร้างระบบประสาท (Neural Network) ยังสามารถจัดอันดับแบบเรียงระดับความสำคัญ

ของตัวแปรได้ครบทุกตัวแปรที่เราต้องการศึกษาได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ (จตุภัทร เมฆพ่ายพ์ และ กิดการ สายธนู, 2554)

ในปัจจุบันได้มีการประยุกต์ใช้สถิติโครงสร้างระบบประสาท (Neural Network) แบบ Multi Layer Perceptron อย่างหลากหลายสาขา เพราะจากที่กล่าวไปแล้วว่าเป็นการวิเคราะห์สถิติอย่างง่ายไปจนถึงระดับของการพยากรณ์ในระดับที่ยุงยากและสลับซับซ้อน เช่น การนำมาประยุกต์ใช้ในงานของการประมาณค่าฟังก์ชัน หรือการประมาณค่าความสัมพันธ์ที่มี Input และ Output แต่เราไม่ทราบว่าจะระหว่าง Input และ Output มีความสัมพันธ์กันอย่างไรบ้าง ดังนั้น สถิติโครงสร้างระบบประสาทแบบ (Neural Network) แบบ Multi Layer Perceptron จะช่วยให้สามารถหาค่าและประมวลผลความสัมพันธ์ออกมาได้ (จตุภัทร เมฆพ่ายพ์ และ กิดการ สายธนู, 2554) ซึ่งประโยชน์ของการใช้สถิติรูปแบบนี้จะทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการทำงานน้อยลง หรืออาจกล่าวได้ว่า ถ้าหากมีการประมวลผลของระบบ โครงสร้างประสาทหลายๆ โครงสร้างประสาทเข้าด้วยกันแล้ว ถ้าเกิดความผิดพลาดที่ระบบโครงสร้างไหน ก็จะไม่กระทบกับโครงสร้างอื่นๆ นอกจากนี้ การยังมีความสามารถในการช่วยหาเหตุผล เพื่อให้ช่วยสามารถจัดลำดับการเชื่อมโยงข้อเท็จจริงไปจนสามารถสรุปเหตุและผลได้อย่างเป็นระบบ หรือข้อดีของการใช้สถิตินี้จะช่วยในการปรับเปลี่ยนกรณีที่มีเหตุการณ์ใหม่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อ โครงสร้างระบบประสาทจะสามารถปรับเปลี่ยนหรือทำการปรับปรุงข้อมูลของความรู้ให้ทันสมัยต่อเหตุการณ์นั้น สุดท้ายจะเป็นเรื่องของความสามารถในการพยากรณ์ที่สามารถทำนายค่าออกมาได้อย่างแม่นยำมากกว่าการใช้สถิติค่าเฉลี่ยแบบธรรมดาที่มีอยู่ในปัจจุบัน (พยุ่ง มีสัจ, 2551)

ดังนั้นค่าจากการจัดอันดับที่ได้จากการทดสอบด้วยสถิติโครงสร้างระบบประสาท (Neural Network) แบบ Multi Layer Perceptron จึงเป็นค่าที่เหมาะสมกับงานวิจัยที่ต้องการทราบอันดับความสำคัญของตัวแปรว่าอยู่ในอันดับไหน ที่เท่าไร เพราะค่าที่ได้จากการจัดอันดับนั้นจะไม่มีค่าของตัวแปรซ้ำกันเลย โดยแสดงออกมาในรูปแบบเรียงลำดับ ตั้งแต่มีความสำคัญมากที่สุดไปจนถึงมีความสำคัญน้อยที่สุด จึงทำให้สามารถเรียงลำดับความสำคัญก่อนหลังได้อย่างชัดเจน ที่สำคัญการใช้สถิติโครงสร้างระบบประสาท (Neural Network) นี้ยังสามารถทำการเปรียบเทียบค่าที่ต้องการทราบได้ด้วยและจะต้องเป็นเรื่องที่ใช้ตัวแปรเดียวกันในการทดสอบค่าทางสถิติ เช่น งานวิจัยนี้ที่ต้องการทราบว่าสมรรถนะของผู้จัดการเป็นอย่างไรบ้าง โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างสมรรถนะหลัก สมรรถนะทั่วไปและสมรรถนะผู้จัดการของประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวก็จะทำให้ได้ค่าของทั้งสองประเทศออกมา จากนั้นจึงทำการอธิบายค่าที่ได้ออกมาจากการใช้สถิตินี้ เช่นเดียวกับแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะของผู้จัดการบริษัท

ธุรกิจนำเที่ยวของทั้งสองประเทศที่สามารถจัดอันดับความสำคัญก่อนหลังในการพัฒนาสมรรถนะให้กับผู้จัดการได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม (พยุ่ง มีสัจ, 2551)

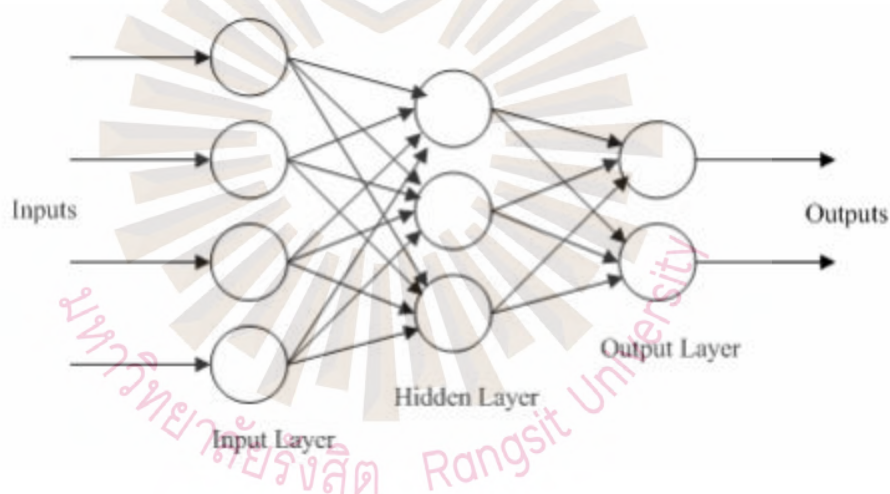
การวิเคราะห์ด้วยโครงข่ายประสาทเทียม (Artificial Neural Networks, ANN) เป็นตัวแบบทางคณิตศาสตร์ที่จำลองการทำงานของสมองมนุษย์ในการเรียนรู้และจดจำด้วยการทำงานแบบเชื่อมต่อ โดยการนำข้อมูลต่างๆ มาประมวลผลวิเคราะห์ ตีความ และผลลัพธ์ที่ได้เรียกว่า ความรู้ (Knowledge) อันเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ในการนำ ANN มาใช้ในการพยากรณ์ นิยมใช้โครงสร้างโครงข่ายประสาทเทียมแบบหลายชั้น (Multilayer Perceptron, MLP) ซึ่งเป็นโครงสร้างแบบป้อนไปข้างหน้า ประกอบด้วยชั้น (Layer) ต่างๆ 3 ชั้น ได้แก่ ข้อมูลเข้า (Input Layer) ชั้นซ่อน (Hidden Layer) และชั้นข้อมูลออก (Output Layer) โดยที่ชั้นซ่อนอาจมีมากกว่าหนึ่งชั้น ซึ่งแต่ละชั้นจะประกอบด้วยโหนดหรือเซลล์ประสาทหนึ่งเซลล์หรือมากกว่า และข้อมูลจะถูกส่งไปยังข้อมูลออกโดยไม่มีย้อนกลับ โดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบมีการสอนชนิดแพร่กลับ (Back Propagation) สำหรับปรับค่าน้ำหนักที่เชื่อมต่อระหว่างโหนดให้เหมาะสม โดยพิจารณาจากผลต่างระหว่างผลลัพธ์ที่ได้กับผลลัพธ์ที่ต้องการ (นันทชัย กานตานันทะ, 2555)

นักวิจัยหันมาใช้เทคนิคโครงข่ายประสาทเทียม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการพยากรณ์ของการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ที่วิเคราะห์ได้แต่สมการเส้นตรง และที่สำคัญวิธีการข้างต้นไม่สามารถเรียนรู้ข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบอนุกรมเวลาได้จึงไม่สามารถใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะโครงข่ายประสาทเทียมไม่สนใจว่าข้อมูลมีการแจกแจงอย่างไร ข้อมูลมีปัจจัยและสิ่งรบกวนภายนอกมากน้อยหรือไม่ (เกียรติศักดิ์ จันทร์แก้ว และสุพจน์ นิตยสุวัฒน์ 2553) ซึ่งเทคนิคนี้มีจุดเด่น คือ ใช้กับงานที่มีความซับซ้อนหรือไม่มีรูปแบบความสัมพันธ์ที่แน่ชัดสามารถพยากรณ์ได้แม่นยำ มีความสามารถในการเรียนรู้ และใช้กับการพยากรณ์ความสัมพันธ์ทั้ง ที่เป็นแบบเชิงเส้นและแบบไม่เชิงเส้น (นันทชัย กานตานันทะ, 2555) จึงเป็นเครื่องมือที่ใช้กับข้อมูลหลายแบบสำหรับการพยากรณ์ เพราะมีความสะดวกและยืดหยุ่นในการใช้งาน การทำนายของโครงข่ายประสาทเทียมมีประโยชน์มากสำหรับงานที่อยู่ภายใต้กระบวนการที่มีความซับซ้อน เช่น การพยากรณ์ความต้องการของผู้บริโภค การปรับปรุงการผลิตและการจัดส่งค่าใช้จ่าย การตรวจสอบความเสี่ยงของสินเชื่อ (IBM, 2012)

โครงข่ายประสาทเทียมเพอร์เซพตรอนแบบหลายชั้น หรือ โครงข่ายแบบป้อนไปข้างหน้า โดยมีการเรียนรู้แบบย้อนกลับ ได้ถูกพัฒนาขึ้นในช่วงต้นปี ค.ศ. 1970 โดยจากหลายๆ แหล่งและเป็นการการพัฒนาการทำงานร่วมกันอย่างอิสระ โดยปัจจุบันสถาปัตยกรรมแบบแพร่ย้อนกลับนี้เป็นการ

ที่นิยมและมีประสิทธิภาพสูง และง่ายสำหรับการเป็นต้นแบบสำหรับโครงข่ายประสาทเทียม ที่มีความซับซ้อนมากขึ้นที่เป็นแบบหลายเลเยอร์ โดยเทคนิคการแพร่ย้อนของสถาปัตยกรรมแบบนี้ ได้ถูกใช้ในหลายแอปพลิเคชันด้วยกัน และยังมีผลต่อชนิดของโครงข่ายขนาดใหญ่ในด้านของรูปร่างและวิธีการฝึกที่แตกต่างกันไป เพราะมีจุดแข็งที่สำคัญของเทคนิค คือวิธีการทำงานแบบไม่เชิงเส้น (Non-linear) ที่มีความเหมาะสมต่อการแก้ปัญหาที่มีความไม่ชัดเจน

โครงข่ายประสาทเทียมเพอร์เซพตรอนแบบหลายชั้นนั้น มีลักษณะต้นแบบ คือ จะมีจำนวนหนึ่งชั้นอินพุต (Input Layer) หนึ่งชั้นเอาต์พุต (Output Layer) และอย่างน้อยหนึ่งชั้นซ่อน (Hidden Layer) ซึ่งลักษณะของโครงข่ายประสาทเทียมนั้น ไม่มีข้อจำกัดทางทฤษฎีต่อจำนวนของชั้นซ่อน แต่ตามแบบต้นฉบับจะมีเพียงหนึ่งชั้นหรือสองชั้นเท่านั้น โดยบางการทำงานที่แก้ปัญหาที่ซับซ้อนจะต้องมีอย่างน้อยที่สุดสี่ชั้น และแต่ละชั้นเชื่อมต่อกับชั้นที่ตามมา ดังแสดงในรูปประกอบที่ 3.2



รูปที่ 3.2 สถาปัตยกรรมของโครงข่ายประสาทเทียม

3) การใช้การวิเคราะห์ Logistic Regression ซึ่งเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุแบบหนึ่ง ใช้ทำนายค่าความน่าจะเป็น นับได้ว่าเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์มากในการวิเคราะห์ตัวแปรตบสอง หรือตัวแปรตาม ที่มีค่าของข้อมูลเพียง 2 ค่า ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีค่าของตัวแปรตามไม่ต่อเนื่อง Logistic regression จะทำการประมาณค่า Odds แปลงค่า Odds ให้เป็น Logit แล้วจึงประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแบบโดยใช้ Maximum Likelihood ค่าสัมประสิทธิ์เหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในการคำนวณหาความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่สนใจ ด้วยการคำนวณหาผลต่างหรือการเปลี่ยนแปลงระหว่าง Log odds ของตัวแปรตามเมื่อตัวแปรอิสระแต่ละตัวเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย

วิธีการวิเคราะห์การใช้ Logistic Regression นี้ไม่มีข้อกำหนดตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนที่ต้องมีการแจกแจงแบบปกติ ซึ่งไม่มีข้อกำหนดของความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม อย่างไรก็ตามมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรอิสระที่เป็น Continuous กับค่า Logit ซึ่งนอกจากนี้ Logistic Regression สามารถใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้ทุกระดับการวัดอีกด้วยนับว่าเป็นจุดแข็งของเทคนิคทางสถิตินี้

เทคนิคทางสถิตินี้ได้ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง และได้ถูกนำมาพัฒนาไปเพื่อใช้ในการศึกษาทางด้านแพทยอย่างกว้างขวางมากที่สุด โดยประกอบกับการที่มีโปรแกรมสำเร็จรูปมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้น Logistic Regression จึงมีประโยชน์มากในการทำงานวิจัยทั่วไป โดยการประมาณค่าความน่าจะเป็นที่จะเกิดเหตุการณ์ ซึ่งในกรณีที่ตัวแปรอิสระเพียงตัวเดียวจะสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{Prob. (Event)} = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 x)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 x)}} \quad (3-1)$$

หรือ

$$\text{Prob. (Event)} = \frac{1}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 x)}} \quad (3-2)$$

โดยที่ β_0 และ β_1 หมายถึง ค่าพารามิเตอร์ เมื่อทำการประมาณค่าจะได้
 $\hat{\beta}_0$ และ $\hat{\beta}_1$ หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้จากข้อมูล
 X หมายถึง ตัวแปรอิสระ
 E หมายถึง ค่า natural logarithm

ในกรณีที่ตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวแปร สมการสามารถเขียนได้ดังนี้

$$\text{Prob(Event)} = \frac{e^z}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 x)}} \quad (3-3)$$

$$\text{Prob(Event)} = \frac{1}{1 + e^{-z}} = \pi \quad (3-4)$$

เมื่อ Z เป็น Linear Combination จะแสดงได้ดังนี้

$$Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p \quad (3-5)$$

$\beta_i ; i = 1, 2, \dots, p$ หมายถึง ค่าพารามิเตอร์ เมื่อทำการประมาณค่าจะได้
 $\hat{\beta}_0, \hat{\beta}_1, \hat{\beta}_2, \dots, \hat{\beta}_p$ หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้จากข้อมูล
 X_1, X_2, \dots, X_p หมายถึง ตัวแปรอิสระซึ่งมีทั้งหมด p ตัว

เมื่อได้ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ ก็จะสามารถจะคำนวณหาความน่าจะเป็นของการไม่เกิดเหตุการณ์นั้นได้คือ

$$\text{Prob. (No Event)} = 1 - P(\text{Event}) = 1 - \left(\frac{1}{1 + e^{-z}} \right) = 1 - \pi \quad (3-6)$$

จากตัวแบบที่ประมาณได้ในสมการ (4) และ (6) เราสามารถที่จะแปลงให้เป็นอัตราส่วนของความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์นั้น และความน่าจะเป็นของการไม่เกิดเหตุการณ์นั้น หรือเรียกอีกอย่างว่า Odds ดังนี้

$$\text{Odds} = \frac{\pi}{1 - \pi} = e^z = e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p)} = e^{\beta_0} e^{\beta_1 X_1} \dots e^{\beta_p X_p} \quad (3-7)$$

ค่า e^{β_i} เรียกว่าปัจจัย (Factor) ซึ่งค่านี้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของ Odds กล่าวคือ ทุกครั้งที่ X_i เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ Odds ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น e^{β_i} เท่า จากอัตราส่วนเดิม แต่ในการตีความต้องคำนึงถึงเครื่องหมายด้วย ซึ่งในกรณีที่มีค่ามากกว่า 0 หรือมีเครื่องหมายบวก ก็จะทำให้ Odds เพิ่มขึ้น แต่ถ้ามีค่าน้อยกว่า 0 หรือมีเครื่องหมายลบ จะทำให้ Odds ลดลงเช่นกัน และถ้า β_i มีค่าเท่ากับ 0 ก็จะทำให้ ค่า $e^{\beta_i} = 1$ หมายความว่าไม่ทำให้ Odds เปลี่ยนแปลง

สมการ Logistic Regression ที่แสดงความสัมพันธ์ในรูปแบบ Multiple Linear Regression เรียกว่า Logistic Model เช่นกัน แต่แสดงอยู่ในรูปของ $\ln(\text{Odds})$ หรือเรียกว่า Logit Transformation ดังนี้

$$\ln\left(\frac{\pi}{1 - \pi}\right) = \ln(e^z) = Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p \quad (3-8)$$

ตัวแบบใหม่ที่แสดงในสมการที่ (8) จะเป็นสมการที่ง่ายต่อการใช้ในการวิเคราะห์ OLS ในการวิเคราะห์ข้อมูล อย่างไรก็ตามจำเป็นจะต้องแปลงผลที่ได้กลับ พร้อมกับนำทฤษฎีทวินามเข้ามาร่วมเพื่อการสรุปผลและอธิบายความในรูปแบบค่าความน่าจะเป็น (π) ในการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา เรื่อง รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือ โดยผลการวิจัยนำเสนอแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

- 4.1 สภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึก
- 4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย
- 4.3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือเกี่ยวกับความสำเร็จของกิจการ
- 4.4 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย
- 4.5 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย จากการสนทนากลุ่ม

4.1 สภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 8 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ (SMEs) จำนวน 6 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน ได้แก่ ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

4.1.1 สภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ทั้ง 9 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา แม่ฮ่องสอน และอุตรดิตถ์ มีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวนมากกว่า 295,260 ราย โดยมีจังหวัดเชียงใหม่มีผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือ จังหวัดเชียงราย ขณะที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีผู้ประกอบการน้อยที่สุด รองลงมาคือ จังหวัดอุตรดิตถ์ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบกิจการของเจ้าของคนเดียว มีรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด (หจก.) และบริษัทบ้างแต่จำนวนไม่มาก โดยเกินกว่าครึ่งเป็นธุรกิจประเภทการผลิตและธุรกิจบริการมีระยะเวลาการดำเนินงาน ไม่เกิน 5 ปีมากที่สุด รองลงมา คือ ไม่เกิน 10 ปี ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่เกิน 15 ปี ขึ้นไปมีค่อนข้างน้อย

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งปัจจัยในส่วนของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะด้านอายุและระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการมีประสบการณ์และความรอบคอบในการตัดสินใจสำคัญซึ่งส่งผลต่อการขับเคลื่อนกิจการ โดยสามารถแจกแจงแสดงในตาราง 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ปัจจัยประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	3	37.50
2. อายุ	6	75.00
3. ระดับการศึกษา	5	62.50
4. ลักษณะของธุรกิจ	4	50.00
5. ประเภทธุรกิจ	4	50.00
6. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	3	37.50
7. สถานที่ตั้ง (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ)	4	50.00

n=8, ตอบซ้ำกันได้หลายข้อ

จากตารางที่ 4.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่ เห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ อันดับแรก ได้แก่ อายุ คิดเป็นร้อยละ 75 อันดับสอง ได้แก่ ระดับการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 62.50 อันดับสามเท่ากัน 3 ด้าน ได้แก่ ลักษณะของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ และสถานที่ตั้ง คิดเป็นร้อยละ 50 และอันดับสุดท้ายเท่ากัน 2 ด้าน ได้แก่ เพศ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.50

4.1.2 ความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่สามารถประสบความสำเร็จบรรลุถึงเป้าหมายหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในด้านต่างๆ โดยพิจารณาได้จากด้านปริมาณสินค้าหรือบริการต่างๆ เป็นที่รู้จักของประชาชนมากขึ้น ธุรกิจเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค เกิดความต้องการสินค้าหรือการใช้บริการ การมีผลกำไร มีสินทรัพย์ต่างๆ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ อาคาร ที่ดิน เงินสด โดยสามารถแจกแจงแสดงในตาราง 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความคิดเห็นต่อประเด็นความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ความสำเร็จของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1. กำไรสุทธิของกิจการที่เพิ่มขึ้น	6	75.00
2. ปริมาณและความต้องการของสินค้า/บริการของกิจการ	7	87.50
3. สินค้า/บริการเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค	8	100.00
4. สินทรัพย์ของกิจการเพิ่มมากขึ้น	6	75.00
5. ธุรกิจเป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภค	7	87.50

n = 8, ตอบซ้ำกันได้หลายข้อ

จากตารางที่ 4.2 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่ เห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ อันดับแรก ได้แก่ สินค้า/บริการเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับสองเท่ากับ 2 ด้าน ได้แก่ ปริมาณและความต้องการของสินค้า/บริการของกิจการ และธุรกิจเป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 87.50 และอันดับสุดท้ายเท่ากับ 2 ด้าน ได้แก่ กำไรสุทธิของกิจการที่เพิ่มขึ้น และสินทรัพย์ของกิจการเพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 75

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ เช่น ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวิสัยทัศน์ การวางแผน การกำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน ช่วยให้สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านบุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์ เพราะทักษะความรู้ความสามารถ และการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน การดำเนินงานของกิจการ ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการคิดค้น การพัฒนาการผลิตและการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค ปัจจัยด้านการเงินที่ทำให้การลงทุนและการพัฒนาในด้านต่างๆ เป็นไปอย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอน

ส่วนปัจจัยด้านกลยุทธ์นั้น จะช่วยให้สามารถวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ในด้านต่างๆ ทั้งการพัฒนาสินค้าหรือบริการ การสร้างภาพลักษณ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นๆ และได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่เป็นพื้นฐานในการช่วยให้วิเคราะห์ทิศทางหรือแนวโน้มของสินค้าหรือบริการที่จะผลิตออกสู่ตลาดผู้บริโภคได้ รวมถึงการวางแผนและ

ดำเนินงานในเรื่องภาษี ดอกเบี้ย และค่าใช้จ่ายต่างๆ ซึ่งเกี่ยวกับทุนของกิจการ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี จะช่วยให้สามารถลดต้นทุนการผลิตหรือบริการ ทั้งในวัตถุดิบ การใช้พลังงาน ช่วยในการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมายช่วยให้ทราบถึงนโยบาย กฎหมาย ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับกิจการ รวมถึงสามารถวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่ส่งผลต่อการดำเนินงานกิจการ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมจะช่วยให้สามารถวางแผนและพัฒนาสินค้าและบริการที่เหมาะสม และปรับตัวตามกระแสสังคมได้ทันทั่วทั้งที่ โดยสามารถแจกแจงแสดงในตาราง 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จของกิจการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (วิสัยทัศน์ การวางแผน การกำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน)	7	87.50
2. ปัจจัยด้านโครงสร้าง (กระจายอำนาจ ระบุบทบาท มอบอำนาจ)	6	75.00
3. ปัจจัยด้านบุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์ (ทักษะความสามารถ การปฏิบัติงาน)	6	75.00
4. ปัจจัยด้านการตลาด (การคิดค้นพัฒนาการผลิตและกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค)	6	75.00
5. ปัจจัยด้านการเงิน (แหล่งทุน เงินทุนหมุนเวียน)	8	100.00
6. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ (วางแผน พัฒนากลยุทธ์ พัฒนาสินค้าหรือบริการ การสร้างภาพลักษณ์)	6	75.00
7. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (สถานการณ์ ภาษี ดอกเบี้ย และค่าใช้จ่าย)	6	75.00
8. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (ลดต้นทุนการผลิตหรือบริการ การประชาสัมพันธ์)	6	75.00
9. ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (นโยบาย กฎหมาย ข้อบังคับ สถานการณ์)	7	87.50
10. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (กระแสสังคม ค่านิยม การเปลี่ยนแปลง)	7	87.50

n=8, ตอบซ้ำกันได้หลายข้อ

จากตารางที่ 4.3 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่ เห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน (แหล่งทุน เงินทุนหมุนเวียน) คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับสองเท่ากัน 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (วิสัยทัศน์ การวางแผน การกำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (นโยบาย กฎหมาย ข้อบังคับ สถานการณ์) และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (กระแสสังคม ค่านิยม การเปลี่ยนแปลง) คิดเป็นร้อยละ 87.50 และอันดับสุดท้ายเท่ากัน 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านโครงสร้าง (กระจายอำนาจ ระบุบทบาท มอบอำนาจ) ปัจจัยด้านบุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์ (ทักษะความสามารถ การปฏิบัติงาน) ปัจจัยด้านการตลาด (การคิดค้นพัฒนาการผลิตและกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ (วางแผน พัฒนากลยุทธ์ พัฒนาสินค้าหรือบริการ การสร้างภาพลักษณ์) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (สถานการณ์ ภาษี ดอกเบี้ย และค่าใช้จ่าย) และปัจจัยด้านเทคโนโลยี (ลดทุนการผลิตหรือบริการ การประชาสัมพันธ์) คิดเป็นร้อยละ 75

ผลการศึกษาสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยนำข้อมูลประเด็นสำคัญที่ได้มาเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและจริยธรรม ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล ซึ่งแสดงผลในตอนี่ 2

4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกับผู้ประกอบการ (SMEs) โดยทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด ได้รับการตอบกลับมา 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และได้คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้ในการประมวลผลทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ตามสถิติพรรณนา ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ Logistic Regression สถิติโครงสร้างระบบ การวิเคราะห์โครงข่ายประสาทเทียม (Artificial Neural Network)

ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้จัดลำดับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานหรือข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือ
- 2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือ
- 3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำหรับสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทนี้มีความหมายดังต่อไปนี้

\bar{x}	หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
<i>S.D.</i>	หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
<i>n</i>	หมายถึง จำนวนของตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์
<i>R</i>	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หาคู่
<i>R Square</i>	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
χ^2	หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Chi-square
Adjusted <i>R Square</i>	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว
<i>B</i>	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
<i>Beta</i>	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
<i>Std.Error</i>	หมายถึง ความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาด
<i>Std.Error of the Estimate</i>	หมายถึง ความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดประมาณ

4.2.1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.4 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	169	42.00
หญิง	231	58.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 58 และเป็นเพศชายจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42

ตารางที่ 4.5 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	53	13.25
30 – 39 ปี	116	29.00
40 – 49 ปี	129	32.25
50 – 59 ปี	79	19.75
60 ปีขึ้นไป	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมา คือ ช่วงอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ลำดับต่อมา คือ ช่วงอายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 ช่วงต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	35	8.75
มัธยมศึกษาตอนต้น	31	7.75
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	68	17.0
อนุปริญญา/ ปวส.หรือเทียบเท่า	83	20.75
ปริญญาตรี	166	41.50
สูงกว่าปริญญาตรี	17	4.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมา คือ อนุปริญญา/ ปวส.หรือเทียบเท่า จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ลำดับต่อมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของกิจการ

ลักษณะของธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กิจการของคนเดียว	350	87.50
ห้างหุ้นส่วน	17	4.25
บริษัทจำกัด	18	4.50
วิสาหกิจชุมชน	7	1.75
สหกรณ์	5	1.25
อื่นๆ โปรตระบุ	3	0.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบของกิจการแบบกิจการของคนเดียว จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมา คือ บริษัทจำกัด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ลำดับต่อมา คือ ห้างหุ้นส่วน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 วิสาหกิจชุมชน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 สหกรณ์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธุรกิจอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทผลิต	159	39.75
ธุรกิจพาณิชย์กรรมหรือธุรกิจแบบซื้อมาขายไป	87	21.75
ธุรกิจบริการ	140	35.00
อื่นๆ โปรรระบุ	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทผลิต จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจบริการ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ลำดับต่อมา คือ ประกอบธุรกิจพาณิชย์กรรมหรือธุรกิจแบบซื้อมาขายไป จำนวน 87 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.75 และประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุของกิจการ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	16	4.00
1-5 ปี	168	42.00
6-10 ปี	139	34.75
11-15 ปี	49	12.25
15 ปี ขึ้นไป	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุของกิจการอยู่ระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมา คือ ช่วงอายุของกิจการระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ลำดับต่อมา คือ ช่วงอายุของกิจการระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ช่วงอายุของกิจการ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และ ช่วงอายุของกิจการต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้ง (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชียงราย	71	17.75
เชียงใหม่	113	28.25
น่าน	38	9.50
พะเยา	28	7.00
แพร่	54	13.50
แม่ฮ่องสอน	9	2.25
ลำปาง	41	10.25
ลำพูน	29	7.25
อุตรดิตถ์	17	4.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามประกอบธุรกิจอยู่ในจังหวัด 9 จังหวัด อันดับแรก คือ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมา คือจังหวัดเชียงราย จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 อันดับ 3 จังหวัดแพร่ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 อันดับ 4 จังหวัดลำปาง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 อันดับ 5 จังหวัดน่าน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 อันดับ 6 จังหวัดลำพูน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 อันดับ 7 จังหวัดพะเยา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 อันดับ 8 จังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 และอันดับสุดท้ายคือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของกิจการ

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของกิจการ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ตามเกณฑ์คะแนน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, น.19) ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00	มีความสำคัญมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20	มีความสำคัญมาก
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40	มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60	มีความสำคัญน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80	มีความสำคัญน้อยที่สุด

4.2.2 ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของกิจการ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ กิจการด้านบริหารจัดการ

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ปัจจัยด้านบริหารจัดการ			
1.1 การมีวิสัยทัศน์ที่ดีและมองเห็นโอกาสของกิจการ	4.11	0.58	มาก
1.2 การวางแผนการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างชัดเจน	3.98	0.69	มาก
1.3 การกำหนดเป้าหมายของกิจการไว้อย่างชัดเจน	4.00	0.74	มาก
1.4 การรับฟังความคิดเห็นของผู้ได้บังคับบัญชา	3.88	0.70	มาก
1.5 การมีการปรับปรุงแก้ไขตามความต้องการของลูกค้า	3.99	0.71	มาก
รวมด้านบริหารจัดการ	3.99	0.48	มาก

ตารางที่ 4.11 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านบริหารจัดการในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่า อันดับแรก คือ การมีวิสัยทัศน์ที่ดีและมองเห็น โอกาสของกิจการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 อันดับสอง คือ การกำหนดเป้าหมายของกิจการไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.00 อันดับสาม คือ การมีการปรับปรุงแก้ไขตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 อันดับสี่ คือ การวางแผนการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างชัดเจน และอันดับสุดท้าย คือ การรับฟังความคิดเห็นของผู้ได้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.88

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านโครงสร้าง

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
2. ปัจจัยด้านโครงสร้าง			
2.1 กิจการมีการกระจายอำนาจให้แก่พนักงาน	3.80	0.66	มาก
2.2 กิจการมีการระบุบทบาทของแต่ละบุคคลอย่างชัดเจน ในการปฏิบัติงาน	3.95	0.71	มาก
2.3 เจ้าของกิจการมีความสามารถในการบริหารกิจการอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม	4.08	0.70	มาก
2.4 เจ้าของกิจการมีการมอบอำนาจการตัดสินใจให้แก่หัวหน้างานแต่ละแผนก	4.00	0.71	มาก
2.5 กิจการมีการแบ่งอำนาจไว้อย่างชัดเจน	3.92	0.68	มาก
รวมด้านโครงสร้าง	3.95	0.49	มาก

ตารางที่ 4.12 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านโครงสร้างในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่า อันดับแรก คือ เจ้าของกิจการมีความสามารถในการบริหารกิจการอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.08 อันดับสอง คือ เจ้าของกิจการมีการมอบอำนาจการตัดสินใจให้แก่หัวหน้างานแต่ละแผนก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.00 อันดับสาม คือ กิจการมีการระบุบทบาทของแต่ละบุคคลอย่างชัดเจน ในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 อันดับสี่ คือ กิจการมีการแบ่งอำนาจไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 และอันดับสุดท้ายคือ กิจการมีการกระจายอำนาจให้แก่พนักงาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.80

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ
กิจการด้านทรัพยากรมนุษย์

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
3. ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์			
3.1 พนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงาน	4.01	0.69	มาก
3.2 พนักงานปฏิบัติงานตามสิ่งที่ได้รับ มอบหมาย	4.02	0.71	มาก
3.3 พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าด้วยตนเอง	3.96	0.73	มาก
3.4 พนักงานมีความพึงพอใจและมีทัศนคติ ที่ดีต่อองค์กร	3.95	0.68	มาก
3.5 พนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบ และ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด	3.98	0.67	มาก
รวมด้านทรัพยากรมนุษย์	3.98	0.49	มาก

ตารางที่ 4.13 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่าอันดับแรก คือ พนักงานปฏิบัติงานตามสิ่งที่ได้รับมอบหมาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02 อันดับสอง คือ พนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.01 อันดับสาม คือ พนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบ และข้อบังคับอย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 อันดับสี่ คือ พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.96 และอันดับสุดท้าย คือ พนักงานมีความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของกิจการ
ด้านการตลาด

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
4. ปัจจัยด้านการตลาด			
4.1 มีการคิดค้น สินค้า/บริการ ที่ทันต่อ การเปลี่ยนแปลงของตลาด	3.88	0.70	มาก

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
4.2 การมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง	3.75	0.80	มาก
4.3 การจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.75	0.75	มาก
4.4 การโฆษณา สินค้า/บริการ ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป	3.93	0.70	มาก
4.5 การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.01	0.67	มาก
รวมด้านการตลาด	3.86	0.51	มาก

ตารางที่ 4.14 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านการตลาดในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.86 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่าอันดับแรก คือ การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.01 และอันดับสอง คือ การโฆษณา สินค้า/บริการ ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.93 และอันดับสาม คือ มีการคิดค้น สินค้า/บริการ ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.88 และอันดับสุดท้าย คือ การมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทางและการจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านการเงิน

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
5. ปัจจัยด้านการเงิน			
5.1 การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน	3.76	0.74	มาก
5.2 มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	3.77	0.75	มาก

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ
กิจการด้านการเงิน (ต่อ)

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
5.3 สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้	3.78	0.70	มาก
5.4 การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้	3.92	0.71	มาก
5.5 รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.71	0.69	มาก
รวมด้านการเงิน	3.79	0.51	มาก

ตารางที่ 4.15 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านการเงินในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่า อันดับแรก คือ การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 และอันดับสอง คือ สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 และอันดับสาม คือ มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.77 และอันดับสี่ คือ การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.77 และอันดับสุดท้าย คือ รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.71

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ
กิจการด้านกลยุทธ์

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
6. ปัจจัยด้านกลยุทธ์			
6.1 มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ	3.81	0.67	มาก
6.2 มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง	3.85	0.69	มาก
6.3 สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา	4.05	0.72	มาก
6.4 มีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์	3.94	0.69	มาก

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ
กิจการด้านกลยุทธ์ (ต่อ)

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
6.5 มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อ ปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่	3.78	0.71	มาก
รวมด้านกลยุทธ์	3.89	0.49	มาก

ตารางที่ 4.16 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านกลยุทธ์ในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่า อันดับแรก คือ การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.05 และอันดับสอง คือ มีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.94 และอันดับสาม คือ มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนืออยู่คู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 และอันดับสี่ คือ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 และอันดับสุดท้าย คือ มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ
กิจการด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
7. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ			
7.1 อัตราค่าจ้างพนักงานมีผลกระทบต่อกิจการ	3.56	0.75	มาก
7.2 อัตราดอกเบี้ยส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ	3.63	0.75	มาก
7.3 ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคและพลังงาน ส่งผลต่อกิจการ	3.68	.077	มาก
7.4 อัตราภาษีของธุรกิจ	3.59	0.76	มาก
7.5 เศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ	3.62	0.75	มาก
รวมด้านเศรษฐกิจ	3.61	0.64	มาก

ตารางที่ 4.17 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านเศรษฐกิจในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.61 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่า อันดับแรก คือ ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคและพลังงานส่งผลต่อกิจการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.05 และอันดับสอง คือ อัตราดอกเบี้ยส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.63 และอันดับสาม คือ เศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.62 และอันดับสี่ คือ อัตราภาษีของธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.59 และอันดับสุดท้าย คือ อัตราค่าจ้างพนักงานมีผลกระทบต่อกิจการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.56

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
8. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี			
8.1 การใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการผลิต/บริการ	3.81	0.71	มาก
8.2 การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์	3.82	0.73	มาก
8.3 การติดตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและพัฒนาสินค้า/บริการ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง	3.92	0.77	มาก
8.4 การใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลและเครือข่ายในการประกอบธุรกิจ	3.81	0.72	มาก
8.5 การใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนทางพลังงาน	3.92	0.77	มาก
รวมด้านเทคโนโลยี	3.86	0.63	มาก

ตารางที่ 4.18 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านเทคโนโลยีในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.86 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่า อันดับแรก คือ การติดตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและพัฒนาสินค้า/บริการ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนทางพลังงาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 และอันดับสอง คือ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82 และอันดับสุดท้าย คือ การใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการผลิต/บริการ และการใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลและเครือข่ายในการประกอบธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ
กิจการด้านการเมืองและกฎหมาย

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
9. ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย			
9.1 การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบาย การลงทุน	3.61	0.87	มาก
9.2 สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อ กิจการ	3.52	0.78	มาก
9.3 ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น	3.74	0.83	มาก
9.4 กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนด การขายสินค้าแก่ผู้บริโภค เป็นต้น	3.58	0.82	มาก
9.5 ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย	3.59	0.84	มาก
รวมด้านการเมืองและกฎหมาย	3.61	0.64	มาก

ตารางที่ 4.19 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านเทคโนโลยีในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.86 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่าอันดับแรก คือ ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.74 และอันดับสอง คือ การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.61 และอันดับสาม คือ ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.59 และอันดับสี่ คือ กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.58 และอันดับสุดท้าย คือ สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.52

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ
กิจการด้านสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
10. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม			
10.1 การปรับตัวของลูกค้าตามกระแส ค่านิยมสังคม	3.81	0.68	มาก

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ
กิจการด้านสังคมและวัฒนธรรม (ต่อ)

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
10.2 การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมสมัยใหม่	3.81	0.71	มาก
10.3 สังคมและวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น/ ประเทศ	3.89	0.80	มาก
10.4 ธุรกิจที่เหมาะสมกับสังคมและ วัฒนธรรมไทย	3.81	0.70	มาก
10.5 สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นส่งผล ต่อผู้บริโภค และธุรกิจ	3.89	0.77	มาก
รวมด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.84	0.62	มาก

ตารางที่ 4.20 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการด้านสังคมและวัฒนธรรมในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.84 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่า อันดับแรก คือสังคม วัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น/ประเทศ และสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นส่งผลต่อผู้บริโภค และธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.89 และอันดับสองการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่ ธุรกิจที่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย และการปรับตัวของลูกค้านำตามกระแสค่านิยมสังคม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81

4.3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย เขตพื้นที่ภาคเหนือเกี่ยวกับความสำเร็จของกิจการ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ
กิจการ

ความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. กำไรสุทธิของกิจการที่เพิ่มขึ้น	3.71	0.64	มาก
2. ปริมาณและความต้องการของสินค้า/บริการ ของกิจการ	3.80	0.65	มาก

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของ
กิจการ (ต่อ)

ความสำเร็จของกิจการ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
3. สินค้า/บริการเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค	3.91	0.71	มาก
4. สินทรัพย์ของกิจการเพิ่มมากขึ้น	3.67	0.72	มาก
5. ธุรกิจเป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภค	3.76	0.66	มาก
รวม	3.80	0.53	มาก

ตารางที่ 4.21 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยความสำเร็จของกิจการในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ซึ่งถ้าพิจารณารายข้อพบว่า อันดับแรก คือ สินค้า/บริการเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และอันดับสอง คือ ปริมาณและความต้องการของสินค้า/บริการ ของกิจการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.80 และอันดับสาม คือ ธุรกิจเป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.76 อันดับสี่ คือ กำไรสุทธิของกิจการที่เพิ่มขึ้นมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.71 และอันดับสุดท้าย คือ สินทรัพย์ของกิจการเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.67

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การประมวลผลการวิจัยด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบ โลจิสติก (Logistic Regression Analysis) โดยการวิธี Forward Stepwise (Wald) ซึ่งมีตัวแปรต้น ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบริหารจัดการ ปัจจัยด้านโครงสร้าง ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย และ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ตัวแปรตามได้แก่ ความสำเร็จของกิจการ

ตารางที่ 4.22 แสดงการให้รหัสกับข้อมูลจำแนกประเภท (Categorical Variables Coding) ของ ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

รูปแบบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม (SMEs)	ผลการพยากรณ์แบบจำลองด้าน ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs)		Parameter coding
	ไม่ประสบ ความสำเร็จ	ประสบ ความสำเร็จ	
	ไม่ประสบความสำเร็จ	0	
ประสบความสำเร็จ	0	363	100.00
ภาพรวม			90.75

จากตารางที่ 4.22 พบว่าตัวแบบสามารถทำนายว่าปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการส่งผล ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ได้ร้อยละ 100 ในขณะที่ไม่สามารถทำนายได้ว่า ปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการส่งผลความสำเร็จของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ แต่หากดูภาพรวมจะเห็นได้ว่าตัวแบบ ดังกล่าวสามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 90.75

ใช้ Model ในการศึกษาคือ $P(\text{Quality}) = 1 / 1 + e^{-W}$ Model 1

โดยที่ $W = \beta_0 + \beta_1\text{COC} + \beta_2\text{COA} + \beta_3\text{COP} + \beta_4\text{COD} + \beta_5\text{COB} + \beta_6\text{COM}$

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าสถิติ Nagelkerke R square

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
9	136.663 ^(b)	0.240	0.522

b. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than .001

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่า Nagelkerke R square เท่ากับ 0.522 แสดงให้เห็นว่า สมการถดถอยโลจิสติกสามารถอธิบายความผันแปรได้ ร้อยละ 52.20 หมายถึงโมเดลปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือร้อยละ 52.20 และค่า -2 Log likelihood มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ถือว่ายอมรับได้ และค่า Cox & Smell R square เท่ากับ 0.24 หมายความว่าสมการสามารถอธิบายความแปรผันของประเภทการตัดสินใจ ร้อยละ 24.0

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าสถิติไคสแควร์ เพื่อทดสอบปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ (Omnibus Tests of Model Coefficients)

		Chi-square	df	Sig.
Step 9	Step	4.13	1	.017*
	Block	109.96	7	.000*
	Model	109.96	7	.000*

*P-value \leq 0.05

จากตารางที่ 4.24 ได้ค่าสถิติไคสแควร์ เท่ากับ 109.96 ระดับนัยสำคัญ 0.05 P-Value = 0.00 ค่าน้อยกว่า \leq 0.05 ($P < \alpha$) นั่นคือปัจจัยต่างๆ มีอิทธิพลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

ตารางที่ 4.25 Classification Table ^(a)

Step 9	Observed	Predicted		Percentage Correct
		ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ไม่ประสบความสำเร็จ	ประสบความสำเร็จ	
	ไม่ประสบความสำเร็จ	20	17	54.10
	ประสบความสำเร็จ	3	360	99.20
	Overall Percentage			95.00

a The cut value is .500

จากตารางที่ 4.25 สามารถทำนายว่าถ้าธุรกิจในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือมีปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 95

ตารางที่ 4.26 Variables in the Equation

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp (B)
finance	1.50	0.78	3.74	1.00	0.05	4.48
strategic	1.57	0.72	4.70	1.00	0.03	4.80
politic	1.44	0.46	10.02	1.00	0.00	4.22
time	-2.27	0.76	8.82	1.00	0.00	0.10
น่าน	-1.70	0.67	6.50	1.00	0.01	0.18
พะเยา	-2.18	0.70	9.77	1.00	0.00	0.11
ลำปาง	-2.29	0.59	15.37	1.00	0.00	0.10
Constant	-12.27	2.98	16.94	1.00	0.00	0.00

h. Variable(s) entered on step 9: finance

จากตารางที่ 4.26 ผลการศึกษาจาก Model ที่ 9 ได้ค่าสถิติทดสอบ Wald ดังแสดงในตาราง เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า $\beta_1 \neq 0$, $\beta_2 \neq 0$, $\beta_3 \neq 0$, และ $\beta_5 \neq 0$

ดังนั้นผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ จาก Model 9 จะได้สมการแสดงความสัมพันธ์คือ

$$\hat{W} = -12.27 + 1.5 (\text{ด้านการเงิน}) + 1.57 (\text{ด้านกลยุทธ์}) + 1.44 (\text{ด้านการเมืองและกฎหมาย}) - 2.77 (\text{อายุของกิจการ}) - 1.70 (\text{จังหวัดน่าน}) - 2.18 (\text{จังหวัดพะเยา}) - 2.29 (\text{จังหวัดลำปาง})$$

และสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการด้านการเงิน ด้านกลยุทธ์ และด้านการเมืองและกฎหมายมีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ แต่ถ้ากิจการมีการดำเนินงานมาเป็นระยะเวลาพอสมควรก็อาจส่งผลทำให้กิจการไม่ส่งผลประสบความสำเร็จได้ อีกทั้งจังหวัดในกลุ่มภาคเหนือที่ไม่สมควรลงทุนคือ จังหวัดน่าน จังหวัดพะเยา และจังหวัดลำปาง

การศึกษาคือผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ โดยการวิเคราะห์ด้วยโครงข่ายประสาทเทียม (Artificial Neural Network)

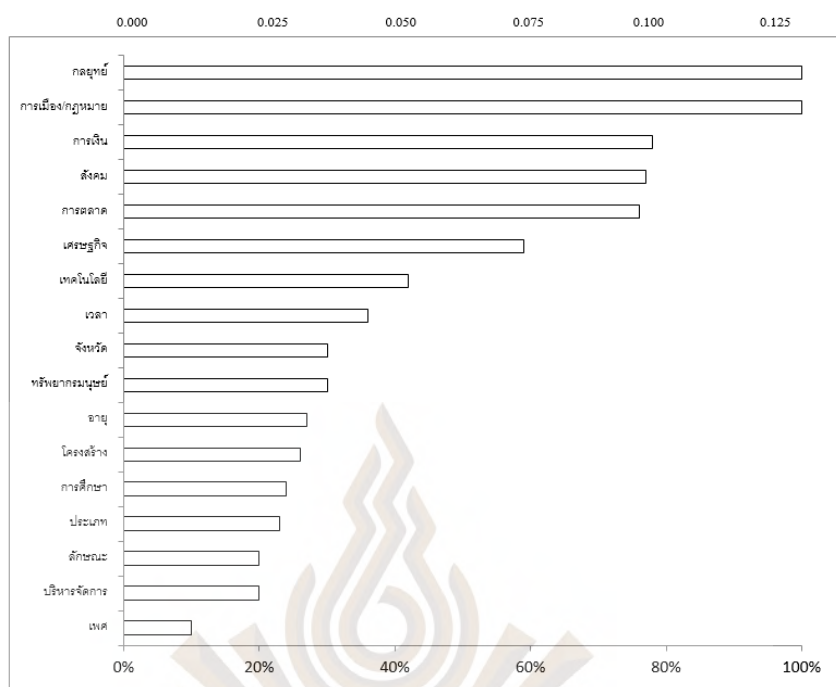
ตารางที่ 4.27 จำนวน ร้อยละ และค่าพยากรณ์ของกลุ่มตัวอย่างเพื่อปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

Sample	จำนวน	ร้อยละ	Percent Incorrect Predictions	Percent Correct Predictions
Training	271	68.30	4.80	84.40
Testing	126	31.70	4.00	79.10
Holdout	3			76.20
รวม	400			

จากตาราง 4.27 แสดงว่า ผลการวิเคราะห์ด้วยโครงข่ายประสาทเทียมโดยใช้ตัวอย่างในการเรียนรู้ จำนวน 271 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 68.3 ได้ค่าพยากรณ์ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 84.40 ค่าตัวอย่างการทดสอบ จำนวน 126 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 31.70 ได้ค่าพยากรณ์ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 79.10 และข้อมูลที่เก็บไว้เพื่อทดสอบโมเดล จำนวน 3 ตัวอย่าง ได้ค่าพยากรณ์ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 76.20

ตารางที่ 4.28 ปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

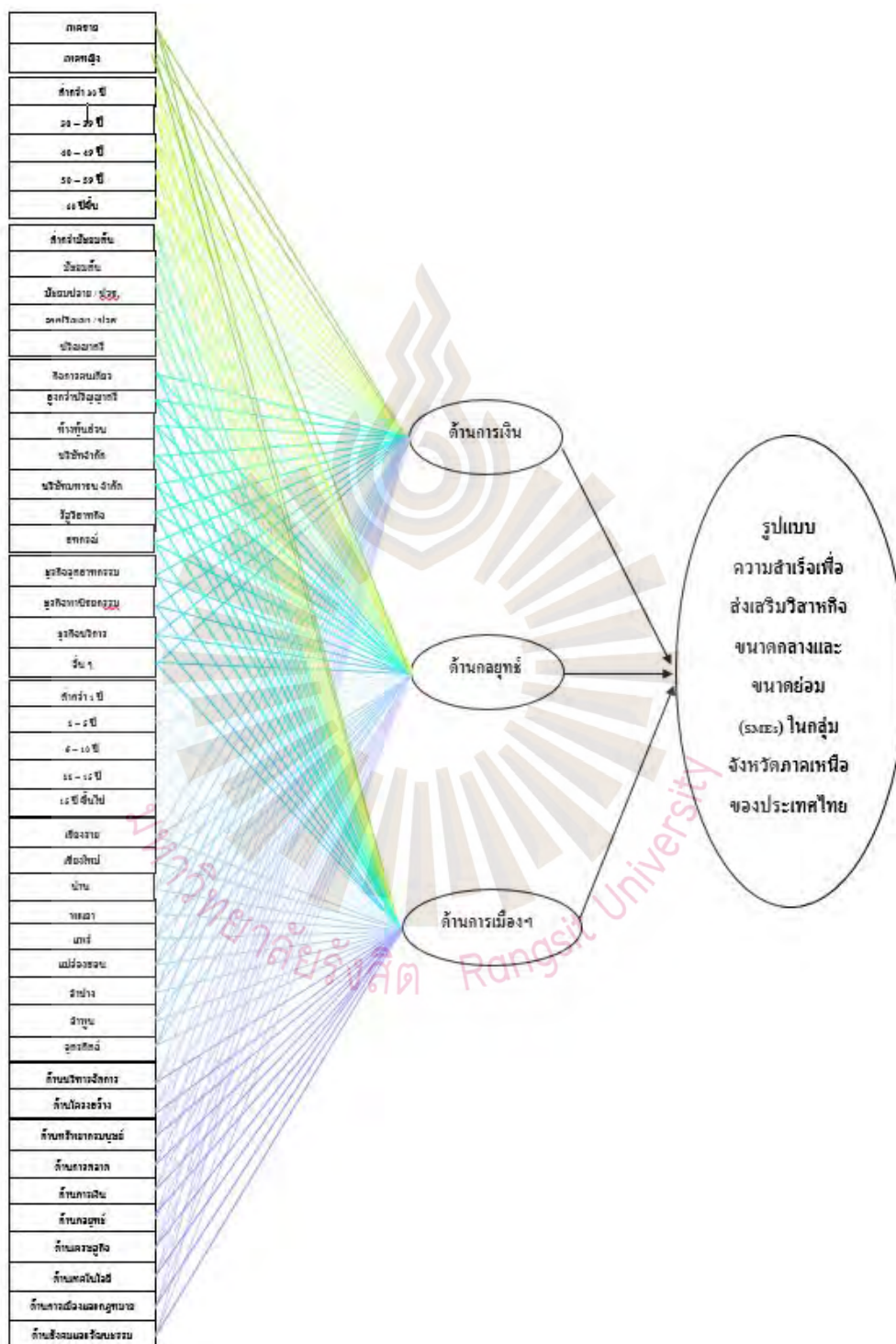
Input Layer 2 Factors 47 Units	Independent Variable		Hidden Layer 47 Units	Output Layer 1 Dependent Variables 2 Units
	Importance			
	Importance	Normalized Importance (%)		
เพศ	0.011	8.6	1	1
อายุ	0.038	29.0	Hidden Layer	Dependent
การศึกษา	0.032	24.5	47	Variables
รูปแบบของกิจการ	0.026	20.4	Units	
ประเภทธุรกิจ	0.029	22.1		2
อายุของกิจการ	0.046	35.3		Units
สถานที่ตั้ง	0.039	30.3		
ปัจจัยด้านบริหารจัดการ	0.026	19.8		
ปัจจัยด้านโครงสร้าง	0.036	27.9		
ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์	0.039	30.0		
ปัจจัยด้านการตลาด	0.096	74.5		
ปัจจัยด้านการเงิน	0.099	76.4		
ปัจจัยด้านกลยุทธ์	0.129	100		
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	0.077	59.5		
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	0.054	41.4		
ปัจจัยด้านการเมืองและ กฎหมาย	0.127	98.6		
ปัจจัยด้านสังคมและ วัฒนธรรม	0.098	75.8		



รูปที่ 4.1 ลำดับความสำคัญของตัวแปรปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

จากตารางที่ 4.28 รูปที่ 4.1 และรูปที่ 4.2 แสดงข้อมูลโครงสร้างโครงข่ายประสาทเทียมที่เหมาะสม คือ แบบชั้นเดียว มีชั้นรับข้อมูลป้อนเข้า มีปัจจัย 7 หน่วย โดยเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปร จากมากไปหาน้อย คือปัจจัยด้านกลยุทธ์ มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 98.60 อันดับสาม คือ ปัจจัยด้านการเงิน มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 76.40 อันดับสี่ คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 75.80 อันดับห้า คือ ปัจจัยด้านการตลาด มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 74.50 อันดับหก คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 59.50 อันดับเจ็ด คือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 41.40 อันดับแปด คือ อายุของกิจการ มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 35.30 อันดับเก้า คือ สถานที่ตั้ง มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 30.30 อันดับสิบ คือ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 30.00 อันดับสิบเอ็ด คือ อายุ มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 29.00 อันดับสิบสอง คือ ปัจจัยด้านโครงสร้าง มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 27.90 อันดับสิบสาม คือ การศึกษา มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 20.40 อันดับสิบสี่ คือ ประเภทธุรกิจ มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 22.10 อันดับสิบห้า คือ รูปแบบของกิจการ มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 20.40 อันดับที่สิบหก คือ ปัจจัยด้านบริหารจัดการ มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 19.80 และอันดับสุดท้าย คือ เพศ มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 8.60 และ

ชั้นส่งข้อมูลออก (Out Put Layer) 1 ตัวแปร 2 หน่วย คือ กิจกรรมประสบความสำเร็จและกิจกรรมไม่ประสบความสำเร็จ



รูปที่ 4.2 โครงสร้างโครงข่ายประสาทเทียมของตัวแปรปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการ ที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

4.4 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

เมื่อนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในตอนที่ 1 สภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลผู้ประกอบการ ในตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย มาวิเคราะห์วิเคราะห์ร่วมกัน สามารถสร้างรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดสำคัญดังนี้

ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านอายุของกิจการ และปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของกิจการ

โดยปัจจัยด้านการเงิน ประกอบด้วยปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการ เรียงตามลำดับคือ (1) การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้ (2) สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ (3) มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (4) การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน และ (5) รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ประกอบด้วยปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการ เรียงตามลำดับคือ (1) สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา (2) กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ (3) มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง (4) มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ และ (5) มีการวัดผลการดำเนินงานเป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันที

ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ประกอบด้วยปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการ เรียงตามลำดับคือ (1) ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น (2) การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน (3) ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย (4) กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค และ (5) สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ

ปัจจัยด้านอายุกิจการคือ ไม่เกิน 5 ปี และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง คือ ไม่ตั้งอยู่ในจังหวัดน่าน พะเยา และลำปาง

4.4.1 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย แสดงเป็นภาพ ดังนี้



รูปที่ 4.3 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

4.5 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย จากการสนทนากลุ่ม

รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่กลุ่มภาคเหนือตอนบน ซึ่งประกอบไปด้วย 9 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน และอุตรดิตถ์ เพื่อนำมาเสนอและจัดทำกรอภิปรายประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group Discussion) ร่วมกับผู้ประกอบการ (SMEs) จำนวน 18 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน รวมจำนวน 20 คน พร้อมรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และนำมาปรับปรุงรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 จำนวน 7 คน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 6 คน และผู้จัดการศูนย์ให้บริการ SME จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1 คน กลุ่มที่ 2 จำนวน 7 คน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง จำนวน 6 คน และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน และกลุ่มที่ 3 จำนวน 6 คน ประกอบด้วย จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน และจังหวัดอุตรดิตถ์ (ทวิศักดิ์ นพเกษร, 2551) Maykut and Morehouse (1994) สามารถแจกแจงความถี่ได้ดังตารางที่ 4.29, 4.30 และ 4.31

กลุ่มที่ 1 จำนวน 7 คน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 6 คน และผู้จัดการศูนย์ให้บริการ SME จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1 คน (n = 7) สามารถแจกแจงความถี่ได้ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางการเงิน ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จ	คำสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัจจัยทางการเงิน	1) สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้	7	100
	2) การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินลงทุนสำรองในการดำเนินงาน	6	86
	3) การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้	6	86
	4) มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	6	86
	5) รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	5	71
ปัจจัยทางด้านการตลาด	1) มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ	7	100
	2) กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์	6	86
	3) สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา	6	86
	4) มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนืออยู่คู่แข่ง	6	86
	5) มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ปัญหาได้ทันเวลาที่	6	86
ปัจจัยทางด้านการเมืองและกฎหมาย	1) การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน	7	100
	2) กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค	6	86
	3) สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ	6	86
	4) ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย	5	71
	5) ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น	5	71

จากตารางที่ 4.29 ปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ รายละเอียดทางด้านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ คิดเป็น

ร้อยละ 100 อันดับที่สอง มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 2 ด้าน คือ การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ และมีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว คิดเป็นร้อยละ 86 และอันดับสุดท้าย คือ รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 71

ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ รายละเอียดทางการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับที่สอง มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 3 ด้าน คือ กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนืออยู่คู่แข่ง และการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ปัญหาได้ทันเวลาที่ คิดเป็นร้อยละ 86

ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ รายละเอียดทางการช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับที่สอง มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 2 ด้าน คือ กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค และสถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ คิดเป็นร้อยละ 86 และอันดับสุดท้าย มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 2 ด้าน คือ ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย และผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 71

กลุ่มที่ 2 จำนวน 7 คน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง จำนวน 6 คน และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน ($n = 7$) สามารถแจกแจงความถี่ได้ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางการเงิน ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จ	คำสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัจจัยทางการเงิน	1) สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้	7	100
	2) การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน	6	86
	3) การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้	6	86
	4) มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	6	86
	5) รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	6	86
ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์	1) มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ	7	100
	2) กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์	7	100
	3) สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา	6	86
	4) มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนืออยู่คู่แข่ง	6	86
	5) มีการวัดผลการดำเนินงานเป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ปัญหาได้ทันทั่วถึง	5	71
ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย	1) การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน	7	100
	2) กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค	6	86
	3) สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ	5	71
	4) ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย	5	71
	5) ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น	5	71

จากตารางที่ 4.30 ปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ รายละเอียดทางด้านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ คิดเป็นร้อยละ 100

อันดับสุดท้าย มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 4 ด้าน คือ การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และรายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 86

ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 2 ด้าน คือ รายละเอียดทางด้านการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ และกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับที่สอง มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 2 ด้าน คือ สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา และมีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง คิดเป็นร้อยละ 86 และอันดับสุดท้าย คือ การวัดผล การดำเนินอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ คิดเป็นร้อยละ 71

ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ รายละเอียดทางด้านการช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับที่สอง คือ กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 86 และอันดับสุดท้าย มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 3 ด้าน คือ สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย และผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 71

กลุ่มที่ 3 จำนวน 6 คน ประกอบด้วย จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน และจังหวัดอุดรดิตถ์ (n = 6) สามารถแจกแจงความถี่ได้ดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางด้านการเงิน ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จ	คำสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัจจัยทางด้านการเงิน	1) สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้	6	100
	2) การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน	6	100
	3) การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้	5	83
	4) มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	5	83
	5) รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	5	83
ปัจจัยทางด้านการตลาด	1) มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ	6	100
	2) กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์	6	100
	3) สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา	6	100
	4) มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนืออยู่คู่แข่ง	5	83
	5) มีการวัดผลการดำเนินงานเป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่	5	83
ปัจจัยทางด้านการเมืองและกฎหมาย	1) การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน	6	100
	2) กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค	6	100
	3) สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ	5	83
	4) ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย	5	83
	5) ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น	4	67

จากตารางที่ 4.31 ปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 2 ด้าน คือ รายละเอียดทางด้านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ และการมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน คิดเป็น ร้อยละ 100 อันดับสุดท้าย มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 3 ด้าน คือ การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และรายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 86

ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 3 ด้าน คือ รายละเอียดทางการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ และสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับสุดท้าย มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 2 ด้าน คือ มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง และการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ปัญหาได้ทันท่วงที คิดเป็นร้อยละ 83

ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 2 ด้าน คือ รายละเอียดทางการช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน และกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับที่สอง มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 2 ด้าน คือ สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ และผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย คิดเป็นร้อยละ 83 และอันดับสุดท้าย คือ และผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 67

รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่กลุ่มภาคเหนือตอนบน ซึ่งประกอบไปด้วย 9 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน และอุตรดิตถ์ เพื่อนำมาเสนอและจัดทำกรอบอภิปรายประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group Discussion) ร่วมกับผู้ประกอบการ (SMEs) จำนวน 18 คน และผู้มีส่วน

เกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน รวมจำนวน 20 คน พร้อมรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และนำมาปรับปรุงรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 จำนวน 7 คน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 6 คน และผู้จัดการศูนย์ให้บริการ SME จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1 คน กลุ่มที่ 2 จำนวน 7 คน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง จำนวน 6 คน และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน และกลุ่มที่ 3 จำนวน 6 คน ประกอบด้วย จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน และจังหวัดอุตรดิตถ์ Maykut and Morehouse (1994) สามารถแจกแจงความถี่ได้ดังตารางที่ 4.29, 4.30 และ 4.31

จากการเก็บข้อมูลรอบแรก ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง (Structured Interview) ตามตัวแปรที่ต้องการศึกษา โดยตัวแปรด้านรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยทางการเงิน ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ และปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ (SMEs) จำนวน 18 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 จำนวน 7 คน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 6 คน และผู้จัดการศูนย์ให้บริการ SME จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1 คน กลุ่มที่ 2 จำนวน 7 คน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง จำนวน 6 คน และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน และกลุ่มที่ 3 จำนวน 6 คน ประกอบด้วย จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน และจังหวัดอุตรดิตถ์

ผู้วิจัยสามารถสรุปวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากจำนวนประชากร 3 กลุ่ม โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ (SMEs) จำนวน 18 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน สามารถแจกแจงออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยทางการเงิน ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย และผลจากการระดมความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมภาพรวม ดังตารางที่ 4.32, 4.33, 4.34 และ 4.35

ตารางที่ 4.32 ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ปัจจัยทางการเงิน	จำนวนคน	ร้อยละ
1) สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้	20	100
2) การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน	18	90
3) การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้	17	85
4) มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	17	85
5) รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	16	80

จากตารางที่ 4.32 แสดงว่าปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ รายละเอียดทางด้านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับที่สอง คือ การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 90 อันดับที่สาม มีรายละเอียดที่ส่งผลในอันดับนี้เท่ากัน 2 ด้านคือ คือ การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้ และมีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว คิดเป็นร้อยละ 85 และอันดับสุดท้าย คือ รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 80

ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์	จำนวนคน	ร้อยละ
1) สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่น ดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา	18	90
2) กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์	19	95
3) มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้อยู่เหนือคู่แข่ง	17	85

ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย (ต่อ)

ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์	จำนวนคน	ร้อยละ
4) มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ	20	100
5) มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่	16	80

จากตารางที่ 4.33 แสดงว่าปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ รายละเอียดทางด้าน มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับที่สอง คือ การมีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่น เพื่อใช้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ คิดเป็นร้อยละ 95 อันดับที่สาม คือ การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่น ดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 90 อันดับที่สุดท้าย คือ มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้อยู่เหนือคู่แข่ง คิดเป็นร้อยละ 85 และอันดับสุดท้าย คือ มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่คิดเป็นร้อยละ 80

ตารางที่ 4.34 ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย	จำนวนคน	ร้อยละ
1) ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น	14	70
2) การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน	20	100
3) ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย	15	75
4) กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค	18	90
5) สถานการณ์ด้านการเมือง ส่งผลกระทบต่อกิจการ	16	80

จากตารางที่ 4.34 แสดงว่าปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย ที่ส่งผลต่อรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ รายละเอียดทางการช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับที่สอง คือ กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 90 อันดับที่สาม คือ สถานการณ์ด้านการเมือง ส่งผลกระทบต่อกิจการ คิดเป็นร้อยละ 80 อันดับสี่ คือ ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย คิดเป็นร้อยละ 75 และอันดับสุดท้าย คือ ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 70

ตารางที่ 4.35 ผลจากการระดมความคิดเห็น ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยโดยภาพรวมกับรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ปัจจัย	รูปแบบ	การระดมระดมความคิดเห็น
การเงิน	1) การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้	1) สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้
	2) สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้	2) การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินลงทุนสำรองในการดำเนินงาน
	3) มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	3) การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้
	4) การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินลงทุนสำรองในการดำเนินงาน	4) มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
	5) รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	5) รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
กลยุทธ์	1) สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา	1) มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ
	2) กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์	2) กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์

ตารางที่ 4.35 ผลจากการระดมความคิดเห็น ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยโดยภาพรวมกับรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย (ต่อ)

ปัจจัย	รูปแบบ	การประชุมระดมความคิดเห็น
กลยุทธ์	3) มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนืออยู่คู่แข่ง	3) สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้า
	4) มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ	อยู่ตลอดเวลา
	5) มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันที	4) มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนืออยู่คู่แข่ง
การเมืองและกฎหมาย	1) ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น	5) มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันที
	2) การช่วยเหลือจากรัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน	1) การช่วยเหลือจากรัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน
	3) ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย	2) กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด
	4) กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค	การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค
	5) สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ	3) สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ
		4) ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย
		5) ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น

จากตารางที่ 4.35 ผลจากการระดมความคิดเห็น ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยโดยภาพรวมกับรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย อย่างไรก็ตามมีประเด็นที่เห็นแตกต่างไปคือ ลำดับความสำคัญประเด็นย่อยของปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย โดยผู้วิจัยจะนำเสนอในการอภิปรายผลบทที่ 5 ต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพและความสำเร็จ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และพัฒนารูปแบบความสำเร็จ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษามาจาก 2 ส่วนคือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดและทำการสัมภาษณ์เชิงลึก มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสร้างเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดกับประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้ ผู้วิจัยนำมาทำการวิเคราะห์ เพื่อหาค่าสถิติพื้นฐานที่จำเป็น และนำมาวิเคราะห์สถิติที่สูงขึ้น คือ Logistic Regression และนำมาเปรียบเทียบโดยการวิเคราะห์ด้วย โครงข่ายประสาทเทียม (Artificial Neural Networks, ANN) จึงสามารถได้ผลสรุปออกมาเป็นรูปแบบของความสำเร็จ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

สำหรับบทสรุปของการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยกำหนดการนำเสนอตาม การสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะซึ่งมี รายละเอียดตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 การอภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อการนำเสนอออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ (1) ศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรคหรือข้อจำกัดที่สำคัญ รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ (2) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ และ (3) พัฒนารูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มภาคเหนือของประเทศไทย ที่ประสบความสำเร็จ

5.1.1 ศึกษาสภาพ ปัญหา อุปสรรคหรือข้อจำกัดที่สำคัญ รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

งานวิจัยฉบับนี้ เป็นงานการวิจัยเชิงผสมวิธี (Mixed Method Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จำนวน 8 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคเหนือ ที่ประสบความสำเร็จ จำนวน 6 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน โดยเจาะจง ได้แก่ ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน รวมจำนวน 8 คน ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ จำนวน 400 ราย รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่กลุ่มภาคเหนือตอนบน ซึ่งประกอบไปด้วย 9 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน และอุตรดิตถ์ เพื่อนำมาเสนอ และจัดทำการอภิปรายประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group Discussion) ร่วมกับผู้ประกอบการ (SMEs) จำนวน 18 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน รวมจำนวน 20 คน พร้อมรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และนำมาปรับปรุงรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 จำนวน 7 คน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 6 คน และผู้จัดการศูนย์ให้บริการ SME จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1 คน กลุ่มที่ 2 จำนวน 7 คน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง จำนวน 6 คน และสำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดเชียงราย จำนวน 1 คน และกลุ่มที่ 3 จำนวน 6 คนประกอบด้วย จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน และ จังหวัดอุตรดิตถ์

ผลการศึกษาพบว่า วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบกิจการของเจ้าของคนเดียว เป็นธุรกิจประเภทการผลิตและบริการ มีระยะเวลาการดำเนินงานไม่เกิน 5 ปี โดยส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จบรรลุถึงเป้าหมายหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในด้านต่างๆ ทั้งในด้านสินค้าหรือบริการต่างๆ เป็นที่รู้จักของประชาชนมากขึ้น ทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าหรือการใช้บริการมากขึ้น ผลประกอบการมีกำไรมากขึ้น ขณะที่เมื่อดำเนินงานได้ช่วงเวลาดำเนินการก็มีสินทรัพย์ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ อาคาร ที่ดิน เงินสด เพิ่มมากขึ้น

5.1.2 ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของงานวิจัย ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความสำเร็จของวิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ
- 2) ปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการส่งผลต่อความสำเร็จของวิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

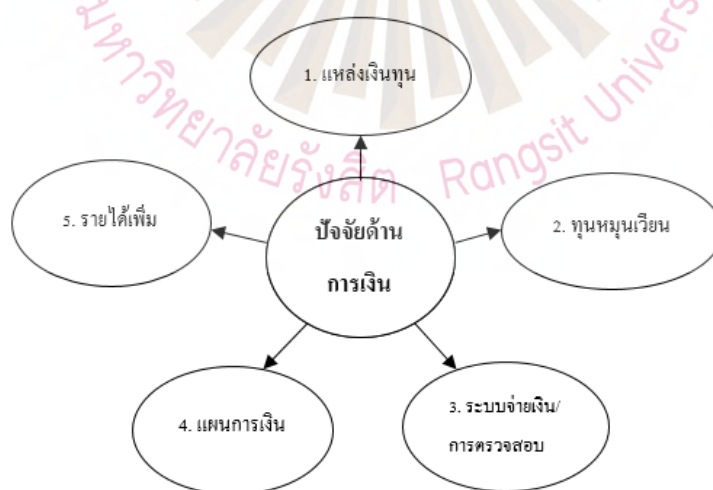
โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย เรียงตามลำดับดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านการเงิน
- 2) ปัจจัยด้านกลยุทธ์
- 3) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย
- 4) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม
- 5) ปัจจัยด้านการตลาด
- 6) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
- 7) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี
- 8) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
- 9) สถานที่ตั้ง (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ)

- 10) ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์
- 11) อายุ
- 12) ปัจจัยด้านโครงสร้าง
- 13) การศึกษา
- 14) ประเภทธุรกิจ
- 15) ลักษณะของธุรกิจ
- 16) ปัจจัยด้านบริหารจัดการ
- 17) เพศ

จากข้อมูลของการศึกษาด้านบน พบว่า ผลการระดมความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม โดยภาพ เห็นด้วย กับรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ที่สำคัญคือ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย โดยมีประเด็นที่น่าสนใจในแต่ละปัจจัย มีรายละเอียด ดังนี้

รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน



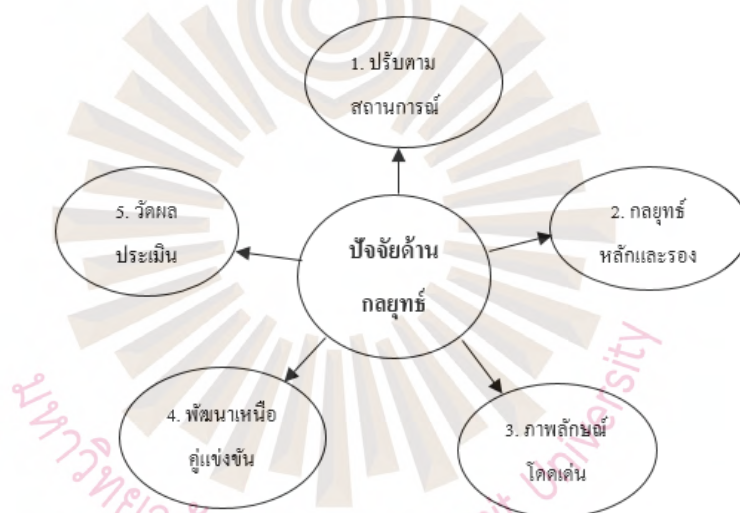
รูปที่ 5.1 ปัจจัยด้านการเงิน

จากรูปที่ 5.1 การสังเคราะห์สรุปได้ว่า ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเห็นด้วยกับปัจจัยด้านการเงินว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัด

ภาคเหนือของประเทศไทย โดยปัจจัยด้านการเงิน ประกอบไปด้วย (1) สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ (2) การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน (3) การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้ (4) มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และ (5) รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย เป็นปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยด้านกลยุทธ์

รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์

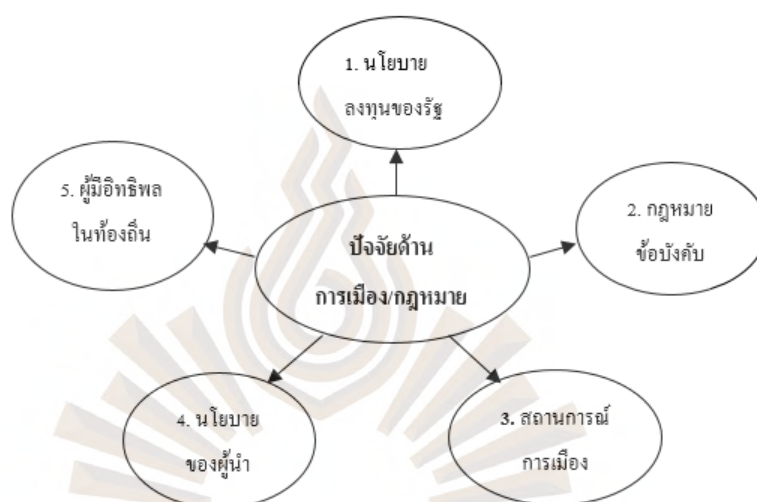


รูปที่ 5.2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์

จากรูปที่ 5.2 การสังเคราะห์สรุปได้ว่า ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเห็นด้วยกับปัจจัยด้านกลยุทธ์ว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยด้วย โดยปัจจัยด้านการเงิน คือ (1) มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ (2) กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ (3) สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา (4) มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง และ (5) มีการวัดผลการดำเนินงานเป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย เป็นลำดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย

รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย



รูปที่ 5.3 ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย

จากรูปที่ 5.3 การสังเคราะห์สรุปได้ว่า ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเห็นด้วยกับปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยด้วยเช่นกัน ซึ่งปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย จะมีประเด็นที่ส่งผลต่อความสำเร็จ คือ (1) การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน (2) กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค (3) สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ (4) ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย และ (5) ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น ตามลำดับ

5.1.3 พัฒนารูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มภาคเหนือของประเทศไทย ที่ประสบความสำเร็จ

การพัฒนารูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มภาคเหนือของประเทศไทย ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จที่สำคัญทั้งสามด้าน มาพัฒนาให้เป็นรูปแบบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ได้ดังภาพที่ 5.4

รายละเอียดของรูปแบบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย



รูปที่ 5.4 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

จากรูปที่ 5.4 การสังเคราะห์สรุปได้ว่า รูปแบบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย โดยผลจากการระดมความคิดเห็น ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม โดยภาพรวม เห็นด้วยกับรูปแบบความสำเร็จดังกล่าว แต่จะมีประเด็นที่เห็นแตกต่าง คือการให้ความสำคัญกับประเด็นย่อยของแต่ละปัจจัย ทั้งปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย เพียงเท่านั้น

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย สามารถอภิปรายผลที่ได้ผลจากการศึกษาตามหัวข้อดังนี้

- 1) สภาพปัญหา อุปสรรคหรือข้อจำกัดที่สำคัญ รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ
- 2) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ
- 3) พัฒนารูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มภาคเหนือที่ประสบความสำเร็จ

5.2.1 สภาพปัญหา อุปสรรคหรือข้อจำกัดที่สำคัญ รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย พบว่า ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา แม่ฮ่องสอน และอุดรดิตถ์ โดยมีจังหวัดเชียงใหม่มีผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือ จังหวัดเชียงราย ขณะที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีผู้ประกอบการน้อยที่สุด รองลงมาคือ จังหวัดอุดรดิตถ์ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบกิจการของเจ้าของคนเดียว มีรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด (หจก.)

และบริษัทบ้างแต่จำนวนไม่มาก โดยเกินกว่าครึ่งเป็นธุรกิจประเภทการผลิตและธุรกิจบริการมีระยะเวลาการดำเนินงาน ไม่เกิน 5 ปีมากที่สุด รองลงมา คือ ไม่เกิน 10 ปี ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่เกิน 15 ปี ขึ้นไปมีค่อนข้างน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นใหม่ 1-5 ปี มีภาครัฐ โดยสำนักงานพัฒนาชุมชน และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความช่วยเหลือทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ จึงทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ค่อนข้างประสบความสำเร็จ ส่วนผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จะประสบความสำเร็จน้อยกว่า เนื่องจากภาครัฐ โดยสำนักงานพัฒนาชุมชน และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสำคัญน้อยลง ฉะนั้นภาครัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการทั้งรายใหม่และรายเก่า เพื่อให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประสบความสำเร็จ

5.2.2 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

ผลการศึกษาวิจัยซึ่งพบว่า รูปแบบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย

1) ปัจจัยด้านการเงินสามารถอภิปรายผล ได้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ด้านการเงินสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองโอกาสของการประสบความสำเร็จที่สำคัญคือ การมีแหล่งเงินทุนที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่ทั้งนี้กิจการจะสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างชัดเจนคือ การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ สามารถตรวจสอบได้ และมีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งจะส่งผลให้กิจการมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของ ปภพพล เดิมศิริกิจ (2555) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ

AL-MAHROUQ (2010) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศจอร์แดน พบว่า 5 ปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เรียงตามลำดับคือ ด้านเทคนิค กระบวนการและเทคโนโลยี ด้านโครงสร้างของสถานประกอบการ ด้านการเงิน ด้านการตลาดและผลิตภัณฑ์ และด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ Wijewardena and Tibbits (1999) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยเพื่อกำหนดปัจจัยความสำเร็จในการผลิตของธุรกิจ SMEs พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและเล็ก (SMEs) มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศศรีลังกา แม้จะมีความไม่สงบในประเทศ แต่ SMEs ในการผลิตก็แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าที่โดดเด่นในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา บทความนี้พยายามที่จะวิเคราะห์ปัจจัยหลักที่มีส่วนทำให้ความคืบหน้าหรือความสำเร็จขององค์กรเหล่านี้ การวิเคราะห์นี้ขึ้นอยู่กับความรู้ของเจ้าของ หรือผู้จัดการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวอย่างของ บริษัท ผู้ผลิตในศรีลังกา ใช้เทคนิคทางสถิติของการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่าถึงปัจจัยที่สามารถระบุตัวตนได้ 6 ประการ ซึ่งมีผลกระทบในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของ บริษัท ตัวอย่าง ปัจจัยเหล่านี้เมื่อได้รับการจัดอันดับตามลำดับความสำคัญมีดังนี้ การปฐมนิเทศลูกค้า คุณภาพผลิตภัณฑ์ การจัดการที่มีประสิทธิภาพสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน การเข้าถึงแหล่งทุน และกลยุทธ์ทางการตลาด ประเด็นด้านการเงินยังสอดคล้องกับ Wijewardena and Zoysa (2005) ที่ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในศรีลังกา พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เรียงตามลำดับคือ การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน คุณภาพผลิตภัณฑ์ การตลาดที่มีประสิทธิภาพ สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม การเข้าถึงแหล่งทุน และกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Walker and Brown (2004) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เจ้าของธุรกิจขนาดเล็กในภาคตะวันตกของออสเตรเลียประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน พบว่า ปัจจัยด้านการเงินมีส่วนทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ รวมถึงด้านความสามารถและความพึงพอใจส่วนบุคคล ความภาคภูมิใจในงาน รวมถึงการใช้ชีวิตที่ไม่เคร่งครัด และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Smallbone and Welter (2001) ที่ได้ศึกษาบทบาทของรัฐบาลในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศกำลังพัฒนา พบว่า บทบาทของรัฐบาลส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(SMEs) โดยจากการศึกษาข้อมูลจากยูเครน เบลารุสและมอลโดวา พบว่า สถานประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจค่อนข้างจำกัดมักประสบปัญหาในการดำเนินงานทำให้รัฐบาลยังคงต้องสร้างกรอบเงื่อนไขในการพัฒนาภาคเอกชนให้มีความมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งอาจทำโดยการออกมาตรการหรือระเบียบต่างๆ ให้เป็นนโยบายในการสนับสนุน SMEs ในขณะเดียวกันประเทศที่การปฏิรูปตลาดอยู่ในขั้นสูง เช่น โปแลนด์ซึ่งรัฐบาลให้ความสำคัญเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีการนำกฎหมายและข้อบังคับ ที่สอดคล้องกับมาตรฐานของสหภาพยุโรปเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเข้าเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป ส่งเสริมให้ระบบธนาคารปรับตัวและตระหนักว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นตลาดที่มีศักยภาพด้วยเช่นกัน

2) ปัจจัยด้านกลยุทธ์สามารถอภิปรายผล ได้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ด้านกลยุทธ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นอันดับสอง รองจากปัจจัยด้านการเงิน โดยมีประเด็นหลักสำคัญคือ ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ ในแต่ละกลยุทธ์ต้องมีความยืดหยุ่นได้อย่างเหมาะสม ต้องสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการให้โดดเด่น ดึงดูดความสนใจของลูกค้า และอยู่คู่แข่งทันตลอดเวลา สอดคล้องกับการวิจัยของ Musa and Chinniah (2015) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs ของประเทศมาเลเซีย โดยการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาธุรกิจ SMEs ให้เป็น Green Prospects ซึ่งการวิจัยนี้ พบว่า กลยุทธ์ด้านการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการเงิน และการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก จะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ SMEs สามารถแข่งขันและเติบโต ได้ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก และสอดคล้องกับ (Chittithaworn et al., 2011) ที่ได้การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยที่สร้างแรงบันดาลใจและความสำเร็จของผู้ประกอบการสตรี: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและเล็ก ในภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทย การสำรวจวิจัยครั้งนี้เน้นเฉพาะธุรกิจเบเกอรี่ เนื่องจากเป็นหนึ่งในองค์กรการผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญของไทย นอกจากนี้การสำรวจยังขยายเพื่อครอบคลุมปัจจัยสร้างแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นวิสาหกิจ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างและแบบสัมภาษณ์ ในเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยจูงใจหลัก ได้แก่ ความหลงใหลในผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และธุรกิจและความต้องการในการปรับปรุงรายได้ นอกจากนี้

หลักปัจจัยความสำเร็จนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรคือมิติด้านการตลาด และมิติตัวละคนส่วนบุคคล มิติด้านการตลาดรวมถึงตลาดเป้าหมายหลายกลุ่มความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ในขณะที่มีข้อมูลส่วนบุคคลรวมถึงความกระตือรือร้นที่จะได้รับความรู้ความเข้าใจและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ความสามารถในการพัฒนาทักษะความฉลาดทางธุรกิจและความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป แนะนำแนวทางที่สำคัญสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาทักษะและธุรกิจของสตรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ (Knight, 2001) ที่ได้ศึกษาการเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ระดับนานาชาติ พบว่า รูปแบบที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวของผู้ประกอบการ ความสามารถเชิงกลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมสู่ และการครอบครองเทคโนโลยี ซึ่งมีผลต่อการดำเนินงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะด้านกลยุทธ์นั้นมีทั้งประเด็น เรื่องการให้ความสำคัญกับการวิจัยการพัฒนาและสินค้าที่เป็นนวัตกรรม การมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าคู่แข่ง การพัฒนากลยุทธ์เทคนิคทางการตลาดใหม่ และกลยุทธ์การใช้ทักษะการขายขั้นสูง รวมถึงการดำเนินงานปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการตลาด การจำหน่ายและการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอทุกๆ 5 ปี

3) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย สามารถอภิปรายผล ได้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือด้านการเมืองและกฎหมาย ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นอันดับสาม รองจากปัจจัยด้านการเงินและด้านกลยุทธ์ เพราะพื้นฐานของธุรกิจ SMEs ของประเทศไทย ถูกพัฒนาจากภูมิปัญญาของประชาชนหรือชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งทุกรัฐบาลของประเทศไทย ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้ โดยเฉพาะ เนื่องจากมองเห็น โอกาสในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนคนไทยในภาพรวมได้อย่างยั่งยืน โดยปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมายของภาครัฐ มีประเด็นหลักสำคัญ คือ ผู้ประกอบการได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ ซึ่งภาครัฐมีนโยบายการลงทุนที่สนับสนุนและผลักดันให้ธุรกิจ SMEs เติบโต ผ่านหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของประเทศ เช่น สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสำนักงานพัฒนาชุมชนของทุกจังหวัดในประเทศไทย อีกทั้งภาครัฐยังออกกฎระเบียบในการขยายเวลาการเปิด/ปิด ร้านค้า SMEs ให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ (Peck et al., 2018) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง กฎระเบียบ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ SMEs ของ ประเทศอังกฤษ ผลการวิจัย พบว่า กฎระเบียบจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ ที่มีธุรกิจขนาดเล็ก มากที่สุด ซึ่งเป็น

อุปสรรคในการพัฒนา ดังนั้น การศึกษาหรือการมีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเกิดความได้เปรียบในการเติบโตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จึงเกิดเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ สอดคล้องกับ การวิจัยของ (Chittenden & Ambler, 2015) ได้ทำวิจัยเรื่อง กฎระเบียบใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อ ด้านทุนและผลกำไรของธุรกิจ SMEs ของประเทศอังกฤษ ผลการวิจัย พบว่า กฎระเบียบของประเทศอังกฤษ ส่งผลต่อธุรกิจขนาดเล็กให้มีต้นทุนเพิ่มขึ้น และเสียเวลาในการดำเนินการ จึงส่งผลเสียต่อการแข่งขันของภาคธุรกิจ SMEs ของประเทศอังกฤษเอง และยัง สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ (Farsi & Toghræe, 2014) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้ SMEs มีโอกาสประสบความสำเร็จ โดยผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ SMEs มีโอกาสในการประสบความสำเร็จ ได้ คือ รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีศูนย์การอบรมและให้ความรู้ด้านการผลิต และรัฐบาลต้องมีกฎระเบียบที่เหมาะสมและสัมพันธ์กับภาคธุรกิจ SMEs คือ เป็นกฎระเบียบสำหรับธุรกิจ SMEs โดยเฉพาะด้าน การจัดหาแหล่งเงินทุน ระบบเงินกู้ และการให้กู้ยืม โดยมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อส่งเสริม SMEs ให้เติบโตได้

5.2.3 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มภาคเหนือที่ประสบความสำเร็จ

ผลการศึกษารายงานวิจัยซึ่งพบว่า รูปแบบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วยปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ถือเป็นปัจจัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้าน ทำให้ทราบสาเหตุในแต่ละประเด็นดังนี้

ปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบโดยตรงกับกระแสการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน ซึ่งมีความเกี่ยวโยงเชื่อมต่อกันและส่งผลกระทบลูกโซ่ถึงกัน คือ

ปัจจัยด้านการเงิน เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาสินค้าและการดำเนินงานต่างๆ ดังนั้น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อให้สามารถมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงานอย่างพอเพียงจึงเป็นเรื่องสำคัญ รวมถึงการบริหารการเงินให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้อง

มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีการใช้จ่ายเงินอย่างเป็นระบบเพื่อให้สามารถตรวจสอบได้ มีความโปร่งใส เหล่านี้ย่อมทำให้การใช้เงินทุนเกิดความเหมาะสมและสอดคล้องกับการดำเนินงาน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน เนื่องจากในตลาดผู้บริโภคมีสินค้าหรือบริการที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการให้โดดเด่นอยู่ตลอดเวลาจะช่วยให้สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ การมีกลยุทธ์ที่หลากหลายจะช่วยให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม การพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้าหรือบริการให้เหนือคู่แข่งย่อมทำให้ลูกค้าสนใจสินค้าได้ รวมถึงการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำจะช่วยให้สามารถปรับปรุงกลยุทธ์หรือแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาที่

ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมายมีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของกิจการเนื่องจากเกี่ยวข้องกับนโยบายหรือการลงทุนต่างๆ รวมถึงสถานการณ์ด้านการเมือง กฎหมาย ข้อบังคับที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับการดำเนินงานของกิจการ

ส่วนผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยด้านอายุของกิจการส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ทั้งนี้เมื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดำเนินงานมาได้ช่วงระยะเวลาหนึ่ง จะมีผู้ประกอบการอีกหลายรายเห็นถึงความสำเร็จในธุรกิจ จึงได้ดำเนินกิจการในลักษณะเดียวกันตามมา ทำให้มีผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการในตลาดมากขึ้น กลายเป็นคู่แข่งกัน และหากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รายเดิมไม่ได้มีการดำเนินงาน ปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนา โดยเฉพาะปัจจัยด้านราคา หรือปัจจัยกลยุทธ์ ก็ย่อมทำให้ผู้ประกอบการนั้นๆ ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของกิจการที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ลักษณะดังกล่าวเนื่องจากสถานที่ตั้งเหล่านั้นไม่เอื้อต่อการดำเนินงานหรือไม่เหมาะสมประเภทธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม (SMEs) นั้น เช่น จังหวัดน่าน อาจไม่เหมาะสมกับธุรกิจอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทผลิต แต่อาจเหมาะสมกับธุรกิจบริการ หรือจังหวัดลำปางอาจเหมาะสมกับธุรกิจอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทผลิต แต่ไม่เหมาะสมกับธุรกิจบริการ หรือจังหวัดพะเยา อาจไม่เหมาะสมกับธุรกิจพาณิชยกรรมหรือธุรกิจแบบซื้อมาขายไป แต่เหมาะสมกับธุรกิจอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทผลิตและธุรกิจบริการ เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ภาครัฐควรมีนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนที่ชัดเจน โดยควรมีการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ในด้านต่างๆ เช่น แหล่งทุน ดอกเบี้ย มาตรการ กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ ฯลฯ

1.1) กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชนโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ให้การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การหาช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ โดยจัดหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในการอบรมให้กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

1.2) สำนักนายกรัฐมนตรี โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ให้การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฝึกอบรมในการผลิตผลิตภัณฑ์ การหาช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ โดยจัดหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในการอบรมให้กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

2) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ควรมีการพัฒนาปรับปรุงปัจจัยด้านการเงินและด้านกลยุทธ์ให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพความต้องการของสังคมและผู้บริโภค เพื่อให้สามารถแข่งขันทั้งในระดับประเทศ และขยายฐานสู่นานาชาติได้

2.1) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดำเนินกิจการมากกว่า 5 ปี ภาครัฐควรส่งเสริมเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จัดหาแหล่งเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ จัดหาคู่ค้าระหว่างประเทศ เช่น จีน พม่า สิงคโปร์

2.2) วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดำเนินกิจการต่ำกว่า 5 ปี ภาครัฐควรจัดหาช่องทางในการจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ จัดหาแหล่งเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ และส่งเสริมด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น มาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) มาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

3) สถาบันทางการเงินต่างๆ ควรมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยการกำหนดนโยบาย และสนับสนุนในด้านต่างๆ ทางการเงินที่ชัดเจน และควรมีความยืดหยุ่น ผ่อนปรนเพื่อให้วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ขาดคุณสมบัติบางข้อสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้

3.1) สถาบันทางการเงินภาครัฐ ควรมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยมีเงื่อนไขในการขอกู้เงินที่สะดวก และมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ สามารถชำระเงินต้นในระยะยาวได้ เช่น ธนาคารพัฒนาวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) ธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ชกส.)

3.2) สถาบันทางการเงินภาคเอกชน ควรมีนโยบายให้สอดคล้องกับภาครัฐส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยมีเงื่อนไขในการขอกู้เงินที่สะดวกและมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ สามารถชำระเงินต้นในระยะยาวได้ เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารทหารไทย

4) การพัฒนาและส่งเสริมวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้ประสบความสำเร็จควรมีการดำเนินงานแบบบูรณาการทั้งในรูปแบบการปฏิบัติการร่วมระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและและเอกชนในทุกกระดับ (กระทรวง กรม กอง ฯลฯ) และการบูรณาการด้านเนื้อหาของสินค้าหรือบริการเพื่อให้มีความเข้าใจที่ถูกต้อง ตรงกัน และสามารถพัฒนาต่อยอดได้อย่างเหมาะสม มีการกำหนดยุทธศาสตร์และผู้รับผิดชอบดูแลที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบและนำไปสู่ความสำเร็จของวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งต่อไป

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปดังรายละเอียด ดังนี้

- 1) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคอื่นๆ ของประเทศไทย
- 2) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศอื่นๆ



บรรณานุกรม

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2548). *คู่มือการจดทะเบียนวิสาหกิจและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน*. กรมส่งเสริมการเกษตร. สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยีกรมส่งเสริมการเกษตร.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). *สำมะโนอุตสาหกรรม ข้อมูลพื้นฐาน ทั่วประเทศ*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามลดาจำกัด.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *หลักสถิติ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกียรติศักดิ์ จันทร์แก้ว, และสุพจน์ นิตย์สุวรรณ. (2553). การประยุกต์ใช้โครงข่ายประสาทเทียมแบบพหุนามหลายชั้น เพื่อการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกข้าวเจ้าในปี. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 3(2), 59-72.
- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. (2546). *ความหมายของประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการคัดเลือกผู้ประกอบการตามโครงการสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยในปี 2546*. ดึงค้นจาก district.cdd.go.th/nongruera/services/หนึ่งตำบล-หนึ่งผลิตภัณฑ์
- จตุภัทร เมฆพ่าย, และกิตติการ สายธนู. (2554). สมรรถนะของข่ายงานระบบประสาท Multi-Layer Perceptron และ Radial Basis Function สำหรับแผนภูมิควบคุมหลายตัวแปร. *วารสารวิทยาศาสตร์บูรพา*, 16(2), 97-106.
- จุฑามาส ชโลธร. (2554). *การเพิ่มประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ในอำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่บ้านคลองมือไทร* (Unpublished Master's Thesis). มหาวิทยาลัยบูรพา, จังหวัดชลบุรี.
- จุมพล พูลภัทรชีวิน. (2544). *เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนิดา รักษ์เมืองพล. (2544). *การวิจัยแบบเทคนิคเคลฟาย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย. (2557). การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs กรณีผลกระทบต่อธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงใหม่จากการเพิ่มขึ้นของ นักท่องเที่ยวชาวจีน. สืบค้นจาก http://www.ba.cmu.ac.th/wp-content/uploads/pdf/media/MBA_Seminar_Oct-Nov_2014.pdf
- ชุติมา หวังเบญญ์หมัด, และธนิชชา บินคูเหล็ม. (2557). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 1(1), 109-123.
- ชวลีพร มาสเนตร, อนิวัช แก้วจันทง, และอรจันทร์ ศิริโชติ. (2555). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองจังหวัดนราธิวาส. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 4(3), 94-107.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, และพิทยา ว่องกุล. (2545). *วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอคิสันเพรส จำกัด.
- ทวีศักดิ์ นพเกษตร. (2551). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เล่ม 1*. นครราชสีมา: บริษัท โชคเจริญมาร์เก็ตติ้ง จำกัด (CJM).
- ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2553). *การพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย* (Unpublished Master's Thesis). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, จังหวัดสงขลา.
- ธนาคารโลก. (2558). *ข่าวประชาสัมพันธ์*. สืบค้นจาก <http://www.worldbank.org/th/news/press-release/2015/01/13/global-economic-prospects-improve-2015-divergent-trends-pose-downside-risks>.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุโขโชค. (2542). *ภาวะเป็นฟางเส้นสุดท้ายต่อระบบเศรษฐกิจไทย*. *วารสารจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 12(45), 51-74
- นันทชัย กานตานันทะ. (2555). การพยากรณ์ด้วยวิธีการพยากรณ์เชิงสาเหตุ. *มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสารคณะวิศวกรรมศาสตร์*, 4(1), 35-48.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปกพพล เต็มธีรกิจ. (2555). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์* (Unpublished Master's Thesis). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพมหานคร.
- มณีรัตน์ สุพร. (2554). *กรอบแนวคิดของแมคคินซี McKinsey 7-S Framework*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/461173>.
- พยุง มีสัง. (2551). *เอกสารประกอบการสอน เรื่องระบบพีซีและโครงข่ายประสาทเทียม*. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- พัชรินทร์พร ภู่อภิลิทธิ, และวัชรารัตน์ ชัยวรรณ. (2558). *การสร้างดัชนีชี้วัดและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจร้านอาหารทั่วไปในเขตพื้นที่เทเวศร์ กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*.
- ศิริญา ตังณุมิตร. (2558). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์* (Unpublished Master's Thesis). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร
- สมบัติ ทิมทรัพย์, และจิตรบดา หมายมั่น. (2559). *INDUSTRY 4.0 อนาคตของอุตสาหกรรมไทย*. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย, ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 10(1), 14-28
- สุวิทย์ อินเจียน. (2559). *กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ* (Unpublished Master's Thesis). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- สุชีรา อะทะวงษา. (2560). *การจัดการธุรกิจแฟรนไชส์*. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- สุวมิต ติรกานันท์. (2548). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวทางสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง. (2560). *ข่าวกระทรวงการคลัง*. สืบค้นจาก https://www.mof.go.th/home/Press_release/News2017/122.pdf
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการผลิตของ SMEs ไตรมาส 3/2560 ประจำภูมิภาค ภาคเหนือ*. สืบค้นจาก www.ba.cmu.ac.th/bwc/wp-content/uploads/2018/03/sms/-Q4_59.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 4*. สืบค้นจาก http://www.ubu.ac.th/web/files_up/03f2017052114185579.pdf
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *สถิติจำนวนผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนสมาชิก*. สืบค้นจาก https://members.sme.go.th/osmep_register/register_portal.aspx,
- เสรี พงศ์พิศ. (2546). *แผนชีวิตเศรษฐกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาไทย.
- เสรี พงศ์พิศ. (2547). *วิสาหกิจชุมชนไม่ใช่ธุรกิจชุมชนในวิสาหกิจชุมชนกลไกเศรษฐกิจฐานราก*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอคิสันเพรส จำกัด.
- เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล. (2554). *ความพึงพอใจของนายจ้างที่มีต่อบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยราชพฤกษ์ ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี ปีการศึกษา 2554* (Unpublished Master's Thesis). วิทยาลัยราชพฤกษ์, จังหวัดนนทบุรี.
- อาทิตย์ วุฒิศะโร. (2543). *อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ*. *วารสารจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 12(46), 39-48.
- Abdelsamad, M. H., & Kindling, A. T. (1978). Why Small Businesses Fail. *SAM Advanced Management Journal*, 43(2), 24–32.
- AL-MAHROUQ, M. (2010). Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): The Case of Jordan. *Anadolu University Journal of Social Sciences Cilt*, 10(1), 1–16.
- Amit, R., MacCrimmon, K., Zietsman, C., & Oesch, J. (2000). Does money matter? Wealth attainment as the motive for initiating growth-oriented technology ventures. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 119-143.
- Ballantine, J. W., Cleveland, F. W., & Koeller, T. C. (1993). Profitability, Uncertainty, and Firm Size. *Small Business Economics*, 5(2), 87–100.
- Birley, S., & Niktari, N. (1995). *The Failure of Owner- Managed Businesses: The Diagnosis of Accountants and Bankers*. London: The Institute of Chartered Accountants in England and Wales.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Chen, J., & Williams, M. (1999). The determinants of business failure in the U.S. low technology and high-technology industries. *Applied Economics*, 31(12), 1551-1562.
- Cheng, C. S. (1997). A Neural Network Approach for the Analysis of Control Chart Patterns. *International Journal of Production Research*, 35, 667-697.
- Chittenden, F., and Ambler. T. (2015). *A question of perspective: Impact Assessment and the perceived costs and benefits of new regulations for SMEs*. Retrieved from <https://doi.org/10.1068/c12211b>
- Chittithaworn, C., Islam, M. A., Keawchana, T., & Yusuf, D. H. M. (2011). Factors affecting business success of small and medium enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian Social Science*, 7(5), 180.
- Chowdhury, Mohammed, S., Alam, Zahurul, ARIF, & Ifitekhar, M. (2013). Success factors of entrepreneurs of small and medium sized enterprises. *Evidence from Bangladesh. Business and Economic Research*, 3(2), 38.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship: theory and practice. journals sagepub*, 23(4), 19-19.
- Churchill, B. C. (1982). Survival Patterns of the Postwar Business Population. *Survey of Current Business*, 32, 12-19.
- Cochran, A. B. (1981). Small Business Mortality Rates: A Small Business Failure and External Risk Factors 389 Review of The Literature. *Journal of Small Business Management*, 19(4), 50-59.
- Coulter, A., & Magee, H. (2003). *The European patient of the future*. UK: McGraw-Hill Education.
- Daniel, R. (1961). *Harvard Business Review*. Retrieved from www.dip.go.th/Portals/0/AEC/ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Davidsson, P. (1989). Entrepreneurship and after? A study of growth willingness in small firms. *Journal of Business Venturing*, 4(3), 211-226.
- Dobbs, M., & Hamilton, R. T. (2006). Small business growth: recent evidence and new directions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 13(5), 296-322.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organization support. *Journal of Applied Psychology*, 71, 500-507.
- Everett, J., & Watson, J. (1998). Small business failures and external risk factors. *Small Business Economics*, 11(4), 371-90.
- Everitt, B. S., & Skrondal, A. (2010). *The Cambridge dictionary of statistics (4th ed.)*. New York: Cambridge University Press. Retrieved from www.rsu.ac.th/bae/articles/abstract_20180328105818.pdf
- Farsi, J. Y., and Toghraee, M. T. (2014). *Identification the main challenges of small and medium sized enterprises in exploiting of innovative opportunities (Case study: Iran SMEs)*. Retrieved from <https://doi.org/10.1186/2251-7316-2-4>.
- Foley, P., & Green, H. (1989). *Small Business Success*. London England: Paul Chapman Publishing.
- Foster, G. (1986). *Financial Statement Analysis*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Fredland, E. J., & Morris, C. E. (1976). A Cross Section Analysis of Small Business Failure. *American Journal of Small Business*, 1(7), 7-18.
- Frese, M., Kruijff, D., & Mechelen (2000). Psychological success factor of entrepreneurship in Africa: A selective literature review. In Frese M. (Ed.), *Success and failure of microbusiness owners in Africa: A psychological approach*. Westport, CT. Quorum Books, Greenwood, 1-30
- Gaskill, LuAnn, Van Auken, H., & Manning, R. (1993). A factor analytic study of the perceived causes of small business failure. *Journal of Small Business Management*, 31(4), 334-341.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Gibb, A., & Davies, L. (1990). In pursuit of frameworks for the development of growth models of the small business. *International Small Business Journal*, 9(1), 15-31.
- Gibrat, R. (1931). *Les Inégalités Économiques*. Paris: Librairie du Recueil Sirey.
- Green, S., & Pryde, P. (1989). *Black entrepreneurship in America*. New Brunswick, NJ: Transaction.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate dataanalysis* (6^{ed}). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Hall, G., & Young, B. (1991). Factors Associated with Insolvency Amongst Small Firms. *International Small Business Journal*, 9(2), 54-63.
- Hanks, S. H., Watson, C. J., Jansen, E., & Chandler, G. N. (1993). Tightening the Life-cycle Construct: A Taxonomic Study of Growth Stage Configurations in High-technology Organizations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(2), 5-29.
- Hay, M., & Kamshad, K. (1994). *Small firm growth: intentions, implementation and impediments*. Business Strategy Review, 5(3), 49-68.
- IBM. (2012). *Forecasting with causal prediction*. Retrieved from http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/article_detail.php?ArticleID=113926
- Ibrahim, A., & Goodwin, J. (1986). Perceived causes of success in small business. *American Journal of Small Business*, 11(2), 41-50.
- Kader, R. A. (2000). *Mikroekonomi: Teori Harga*, Prentice Hall, Pearson Education Malaysia Sdn Bhd.
- Kader, R. A., Mohamad, A. B., Azid Hj., & Ibrahim. C. (2009). Success Factors for Small Rural Entrepreneurs under the One-District-One-Industry. Programme in Malaysia, University of Malaya. *Contemporary Management Research*, 5(2), 147-162.
- Kallerberg, A. L., & Leicht, K. T. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success. *Academy of Management Journal*, 34(1), 136-161.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kazanjian, R. (1988). Relation of dominant problems to stages of growth in technology-based new ventures. *The Academy of Management Journal*, 31(2), 257-279.
- Keasey, K., & Watson, R. (1991). The State of the Art of Small Firm Failure Prediction: Achievements and Prognosis. *International Small Business Journal*, 9(4), 11-29.
- Kirpalani, V. H., & Macintosh, N. B. (1980). International marketing effectiveness of technology-oriented small firms. *Journal of International Business Studies*, 11, 81-90.
- Knight., G. A. (2001). Entrepreneurship and strategy in the international SME. *Journal of International Management*, 7, 155-171.
- Land, N. R. (1975). Too Much Emphasis on Management Assistance. *Journal of Small Business Management*, 13(3), 1-5.
- Lin, C. Y. Y. (1998). Success factors of small-and medium-sized enterprises in Taiwan: An analysis of cases. *Journal of small business management*, 36(4), 43.
- Longenecker, R. N. (1994). *The christology of early Jewish Christianity*. Regent College Publishing.
- Mambula, C. J. (2004). *Relating external support, business growth and creating strategies for survival: A comparative case study analyses of manufacturing firms and entrepreneurs*. *Small Business Economics*, 22, 83-109.
- Marom, S., & Lussier, R. N. (2014). A business success versus failure prediction model for small businesses in Israel. *Business and Economic Research*, 4(2), 63-81.
- Masuo, D., Fong, G., Yanagida, J., & Cabal C. (2001). Factors associated with business and family success: A comparison of single manager and dual manager family business households. *Journal of Family and Economic Issues*, 22(1), 55-73.
- Maykut, P., & Morehouse, R. (1994). *Beginning Qualitative Research: A Philosophic and Practical Guide*. London: The Falmer Press.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Miller, R. E., & Friesen, P. (1984). A longitudinal study of the corporate life cycle. *Management Science*, 30, 1161-1183.
- Morrison, A. J., & Inkpen, A.C. (1991). An analysis of significant contributions to the international business literature. *Journal of International Business Studies*, 22, 143-152.
- Musa, H., & Chinniah, M. (2015). *Malaysian SMEs Development Future and Challenges on Going Green*. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.457>.
- Paige, R. C., & Littrell, M. A. (2002). Craft retailers' criteria for success and associated business strategies. *Journal of Small Business Management*, 40(4), 314-331.
- Peck, F., Mulvey G., & Jackson. K. (2018). *Regulation and growth-oriented small businesses in North-West England*. Retrieved from <https://doi.org/10.1068/c12211b>
- Perren, L. (2000). Factors in the growth of micro-enterprises: Exploring the implications. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 7(1), 58-68.
- Perry, S. C. (2001). The relationship between written business plans and the failure of small business in the U.S. *Journal of Small Business Management*, 39(3), 201-209.
- Peterson, R. A., (1978). *Strategic Marketing Problems*. New York, NY: Crown Publishing Co.
- Philip, M. (2011). *Factors affecting business success of small and medium enterprises (SMEs)*. *Amity Global Business Review*, 6(1), 118-136.
- Rogoff, E. G., Lee, M. S., & Suh, D. C. (2004). Who done it? Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success. *Journal of Small Business Management*, 42(4), 364-376.
- Sahlman, W.A. (1990). Structure of venture capital organizations. *Journal of Financial Economics*, 27, 483-490.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Sapienza, H.J. (1991). Comets and duds: Characteristics distinguishing high and low performing high potential ventures. *Frontiers of Entrepreneurial Research. The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6, 124–138.
- Sarder, J. H., Ghosh, D., & Rosa, P. (1997). The importance of support services to small enterprises in Bangladesh. *Journal of Small Business Management*, 35(2), 26-36.
- Shailer, G. (1989). Research Note: The Predictability of Small Enterprise Failures: Evidence and Issues. *International Small Business Journal*, 7(4), 54–58.
- Sharma, P., & Chrisman, J. (1999). Defining the Family Business by Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(4), 19-37.
- Singh, J. P., & Pandey. S., (2008). Impact of Working Capital Management in the Profitability of Hindalco Industries Limited The ICFAI University. *Journal of Financial Economics*, 6(4), 62-72.
- Smallbone, D., & Welter, F. (2001). The Role of Government in SME Development in Transition Economies. *The International Small Business Journal (ISBJ)*, 19(4), 63-77.
- Srinivasan, R., Lilien, G. L., & Rangaswamy. A., (2002). Technological Opportunism and Radical Technology Adoption: An Application to E-Business. *Journal of Marketing*, 66(3), 47-60.
- Stewart, D. W., Shamdasani. P. N. (2007). *Focus Group*. London: Sage.
- Taormina, J., & Lao, S. K. M. (2007). Measuring Chinese entrepreneurial motivation: Personality and environmental influences. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 13(4), 200-221.
- Timmons, J. A. (1994). *New Venture Creation, 4th Edition*. Chicago: Irwin.
- Titus, S., & Robins, B. (2005). *IIB Business Support Americas White Paper Series*. The Institute for Independent Business.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Ulmer, M. J., & Nielsen, A. (1947). Business Turn-Over and Causes of Failure. *Survey of Current Business*, 27(4), 10–16.
- Walker, E., & Brown, A. (2004). What Success Factors are Important to Small Business Owners. *International Small Business Journal*, 22(6), 577–594.
- Watson, K., Hogarth-Scott, S., & Wilson, N. (1988). Small business start-ups: Success factors and support implication. *Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 4(3), 217-238.
- Webster's. (2000). *New World Dictionary of America Language*.
- Wickham, P.A. (2001). *Strategic entrepreneurship: A decision-making approach to new venture creation and management*. Harlow, England: Financial Times Prentice Hall.
- Wijewardena, H., & Tibbits, G. E. (1999). Factors contributing to the growth of small manufacturing firms: Data from Australia. *Journal of Small Business Management*, 37(2), 88-95.
- Wijewardena, H., & De Zoysa, A. (2005). A Factor Analytic Study of the Determinants of Success in Manufacturing SMEs. *35th EISB Conference-Sustaining the Entrepreneurial Spirit Over Time*, Barcelona, Spain.
- Williams, M. (1993). Measuring Business Starts, Success and Survival: Some Database Considerations. *Journal of Business Venturing*, 8, 295–299.
- Yusuf, A. (1995). Critical success factors for small business: Perceptions of South Pacific Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 33(2), 68-73.



ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	หน่วยงานที่สังกัด
1.	รองศาสตราจารย์ ดร.จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2.	รองศาสตราจารย์พลสิทธิ์ สิทธิขมภู	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3.	อาจารย์ ดร.จักรปรุพห์ วิชาอัครวิทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
4.	นางสาวอลิสสา ณ นคร	สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดเชียงราย
5.	นายชัยวัฒน์ วาจาสัตย์	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย





ภาคผนวก ข

จดหมายแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิการตรวจ IOC

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University



มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University
 10400 Rangsit Rd. Pathum Thani 12132 Thailand
 T: (66) 2997 2222 F: (66) 2997 1000
 E: info@rsu.ac.th

ที่บธด. 4191/152

หลักสูตรบริหารธุรกิจคุณวุฒิบัณฑิต
 คณะบริหารธุรกิจ

15 มกราคม 2561

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.จิรภา สักดิ์กิตติมาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

เนื่องด้วย นาย สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล รหัสนักศึกษา 5507761 นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจ
 คุณวุฒิบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต กำลังทำคุณวุฒิบัณฑิตเรื่อง “รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจ
 ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย” แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเป็น
 เครื่องมือที่สำคัญมากในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการทำคุณวุฒิบัณฑิตในครั้งนี้

หลักสูตรฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เพื่อให้
 การทำคุณวุฒิบัณฑิตครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างถูกต้อง

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่าน



หลักสูตรบริหารธุรกิจคุณวุฒิบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยรังสิต

(ดร.สุมาลี สว่าง)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจคุณวุฒิบัณฑิต

เจ้าหน้าที่ประสานงานหลักสูตร: คุณฉัตรฉัตรชัย ปัญญาอาวุธ, คุณชนินทร เลิศศรีตประภากร
 โทรศัพท์ติดต่อ: 0-2997-2222 ต่อ 1004



วิทยาลัยรังสิต Rangsit University
 151 หมู่ 5 ตำบลรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130
 โทรศัพท์ 0-2997-2222 โทรสาร 0-2997-2223
 อีเมล: info@rajabhat-rs.ac.th

ที่บรค. 4191/153

หลักสูตรบริหารธุรกิจคหบดีบัณฑิต
 คณะบริหารธุรกิจ

15 มกราคม 2561

เรียน รองศาสตราจารย์พลสิทธิ์ สิทธิธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

เนื่องด้วย นาย สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล รหัสนักศึกษา 5507761 นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจ
 คหบดีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจ
 ขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย” แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเป็น
 เครื่องมือที่สำคัญมากในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

หลักสูตรฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เพื่อให้
 การทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างถูกต้อง

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่าน



หลักสูตรบริหารธุรกิจคหบดีบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยรังสิต

(ดร.สุมาลี สว่าง)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจคหบดีบัณฑิต

เจ้าหน้าที่ประสานงานหลักสูตร: คุณจิณณ์ณัชช ปัญญาอาวุฑ, คุณชนนินทร เลิศรัตประภากร
 โทรศัพท์ติดต่อ: 0-2997-2222 ต่อ 1004



มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University (00) 999-2300-30
 และสายด่วนฟรี 1669 Rangsit Ass. Call Center (ฟรี) 055-5555 9410
 เมษายน 2561 ถนนพหลโยธิน (2009, 7160000) รังสิต-นครนายก 13000

ที่บรค. 4191/154

หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต
 คณะบริหารธุรกิจ

15 มกราคม 2561

เรียน อาจารย์ ดร.จักรปรุพท์ วิชาอัครวิทย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

เนื่องด้วย นาย สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล รหัสนักศึกษา 5507761 นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจ
 ดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจ
 ขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย” แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเป็น
 เครื่องมือที่สำคัญมากในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

หลักสูตรฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เพื่อให้
 การทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างถูกต้อง

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่าน



คณบดีคณาธิการบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยรังสิต

(ดร.สุมาลี สว่าง)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

เจ้าหน้าที่ประสานงานหลักสูตร: คุณฉัตรฉัตรชัย ปัญญาอาวุธ, คุณชนินทร์ เลิศศรีดีประการ
 โทรศัพท์ติดต่อ: 0-2997-2222 ต่อ 1004



มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University
1904 2001 2000-00
Bangkok, Thailand
Tel: (0) 2671 0170
Fax: (0) 2671 0170

ที่บชด. 4191/155

หลักสูตรบริหารธุรกิจคหุภัณฑ์
คณะบริหารธุรกิจ

15 มกราคม 2561

เรียน นางสาวอลิษา ณ นคร สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดเชียงราย

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

เนื่องด้วย นาย สุรินทร์ ทิพย์สิกุล รหัสนักศึกษา 5507761 นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจคหุภัณฑ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย” แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญมากในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

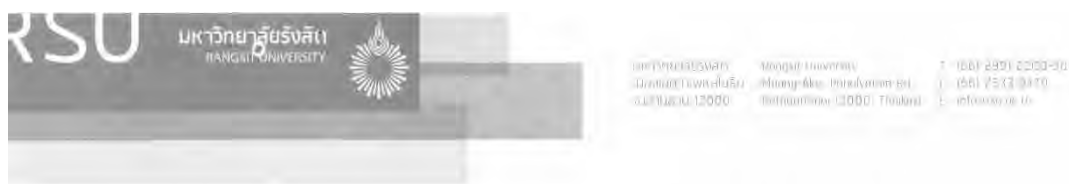
หลักสูตรฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างถูกต้อง

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่าน


หลักสูตรบริหารธุรกิจคหุภัณฑ์
มหาวิทยาลัยรังสิต

(ดร.สุมาลี สว่าง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจคหุภัณฑ์

เจ้าหน้าที่ประสานงานหลักสูตร: คุณฉิมฉวีณัช ปัญญาอาวุธ, คุณชนินทร์ เลิศศรีประภากร
โทรศัพท์ติดต่อ: 0-2997-2222 ต่อ 1004



ที่บรคด. 4191/156

หลักสูตรบริหารธุรกิจคหุฎบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ

15 มกราคม 2561

เรียน นายชัยวัฒน์ วาจาสิทธิ์ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย

เรื่อง ขอลความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

เนื่องด้วย นาย สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล รหัสนักศึกษา 5507761 นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจคหุฎบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี กำลังทำคหุฎบัณฑิตเรื่อง “รูปแบบความสำร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย” แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญมากในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการทำคหุฎบัณฑิตในครั้งนี้

หลักสูตรฯ จึงใคร่ขอลความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เพื่อให้การทำคหุฎบัณฑิตครั้งนี้สำร็จลุล่วงได้อย่างถูกต้อง

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่าน



หลักสูตรบริหารธุรกิจคหุฎบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

(ดร.สุมาลี สว่าง)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจคหุฎบัณฑิต

เจ้าหน้าที่ประสานงานหลักสูตร: คุณจินฉฉฉฉฉฉ ปัญญาอาวฐ, คุณชนินทร์ เลิศศรีประภากร
โทรศัพท์ติดต่อ: 0-2997-2222 ต่อ 1004



ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานหรือข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมคำ/ข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 30 ปี

30 – 39 ปี

50 – 59 ปี

40 – 49 ปี

60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. ลักษณะของธุรกิจ

กิจการของคนเดียว

ห้างหุ้นส่วน

บริษัทจำกัด

วิสาหกิจชุมชน

สหกรณ์

อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ประเภทของธุรกิจ

- ธุรกิจอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทผลิต ระบุผลิตภัณฑ์.....
- ธุรกิจพาณิชย์กรรม หรือธุรกิจแบบซื้อมาขายไป ระบุผลิตภัณฑ์.....
- ธุรกิจบริการ ระบุผลิตภัณฑ์.....
- อื่นๆ โปรดระบุ

6. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

- ต่ำกว่า 1 ปี
- 1 – 5 ปี
- 6 – 10 ปี
- 11 – 15 ปี
- 15 ปี ขึ้นไป

7. สถานที่ตั้ง (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ)

- เชียงราย
- เชียงใหม่
- พะเยา
- แพร่
- น่าน
- แม่ฮ่องสอน
- ลำปาง
- ลำพูน
- อุตรดิตถ์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของกิจการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างท้ายข้อความเพียงหนึ่งช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่เกี่ยวกับปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการ ตามความเป็นจริงมากที่สุด

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านบริหารจัดการ					
1. การมีวิสัยทัศน์ที่ดีและมองเห็น โอกาสของกิจการ					
2. การวางแผนการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างชัดเจน					
3. การกำหนดเป้าหมายของกิจการไว้อย่างชัดเจน					
4. การรับฟังความคิดเห็นของผู้ได้บังคับบัญชา					
5. การมีการปรับปรุงแก้ไขตามความต้องการของลูกค้า					
ปัจจัยด้านโครงสร้าง					
1. กิจการมีการกระจายอำนาจให้แก่พนักงาน					
2. กิจการมีการระบุนโยบายของแต่ละบุคคลอย่างชัดเจนในการปฏิบัติงาน					
3. เจ้าของกิจการมีความสามารถในการบริหารกิจการอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม					
4. เจ้าของกิจการมีการมอบอำนาจการตัดสินใจให้แก่หัวหน้างานแต่ละแผนก					
5. กิจการมีการแบ่งอำนาจไว้อย่างชัดเจน					
ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์					
1. พนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงาน					
2. พนักงานปฏิบัติงานตามสิ่งที่ได้รับมอบหมาย					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
3. พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วยตนเอง					
4. พนักงานมีความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร					
5. พนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบ และข้อบังคับอย่างเคร่งครัด					
ปัจจัยด้านการตลาด					
1. มีการคิดค้น สินค้า / บริการ ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด					
2. การมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง					
3. การจัด โปรโมชันให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
4. การโฆษณา สินค้า / บริการ ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป					
5. การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
ปัจจัยด้านการเงิน					
1. การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน					
2. มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว					
3. สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้					
4. การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้					
5. รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
ปัจจัยด้านกลยุทธ์					
1. มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ					
2. มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า / บริการให้เหนือคู่แข่ง					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
3. สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า / บริการให้โดดเด่น ดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา					
4. มีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่น เพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์					
5. มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุง กลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่					
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ					
1. อัตราค่าจ้างพนักงานมีผลกระทบต่อกิจการ					
2. อัตราดอกเบี้ยส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ					
3. ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคและพลังงานส่งผลต่อ กิจการ					
4. อัตราภาษีของธุรกิจ					
5. เศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ					
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี					
1. การใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการผลิต / บริการ					
2. การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์					
3. การติดตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและพัฒนา สินค้า / บริการ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง					
4. การใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลและ เครือข่ายในการประกอบธุรกิจ					
5. การใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนทางพลังงาน					
ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย					
1. การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบาย การลงทุน					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
2. สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ					
3. ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น					
4. กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลา เปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค เป็นต้น					
5. ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย					
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม					
1. การปรับตัวของลูกค้าตามกระแสค่านิยมสังคม					
2. การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่					
3. สังคมและวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น/ประเทศ					
4. ธุรกิจที่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย					
5. สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นส่งผลต่อผู้บริโภคและธุรกิจ					

ตอนที่ 3 ลักษณะความสำเร็จของกิจการในด้านต่างๆ

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1. กำไรสุทธิของกิจการที่เพิ่มขึ้น					
2. ปริมาณและความต้องการของสินค้า / บริการของกิจการ					
3. สินค้า / บริการเป็นที่รู้จักของ ผู้บริโภค					
4. สินทรัพย์ของกิจการเพิ่มมากขึ้น					
5. ธุรกิจเป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภค					

ตอนที่ 4 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม เพื่อการปรับปรุงหรือเป็นแนวทางในการดำเนิน
ธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

*** ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม ***



การตรวจสอบเครื่องมือ (IOC)

รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องคะแนนที่ท่านผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า ข้อคำถามที่ถามตรงตามวัตถุประสงค์ โดยผู้เชี่ยวชาญสามารถให้คะแนนข้อคำถามแต่ละข้อโดยยึดหลักดังนี้

+1 หมายความว่า คำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายความว่า ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องวัตถุประสงค์

-1 หมายความว่า ข้อคำถามไม่สอดคล้องวัตถุประสงค์

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
1.	เพศ				
2.	อายุ				
3.	ระดับการศึกษา				
4.	ลักษณะธุรกิจ				
5.	ประเภทธุรกิจ				
6.	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ				
7.	สถานที่ตั้ง (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ)				
ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของกิจการ					
1.	การมีวิสัยทัศน์ที่ดีและมองเห็นโอกาสของกิจการ				

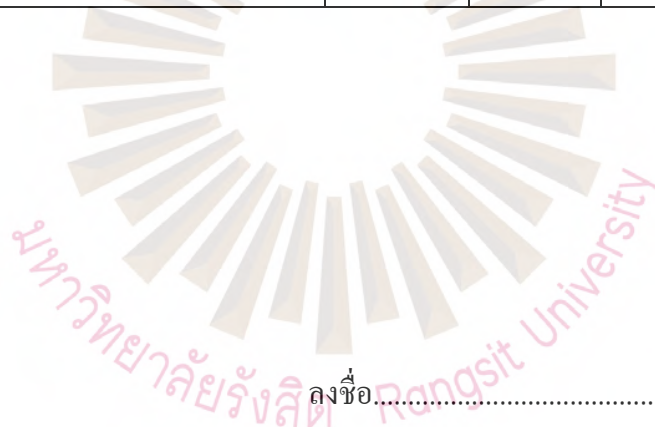
ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
2.	การวางแผนการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างชัดเจน				
3.	การกำหนดเป้าหมายของกิจการไว้ อย่างชัดเจน				
4.	การรับฟังความคิดเห็นของ ผู้ได้บังคับบัญชา				
5.	การมีการปรับปรุงแก้ไขตาม ความต้องการของลูกค้า				
6.	กิจการมีการกระจายอำนาจให้แก่ พนักงาน				
7.	กิจการมีการระบุบทบาทของ แต่ละบุคคลอย่างชัดเจน ในการปฏิบัติงาน				
8.	เจ้าของกิจการมีความสามารถ ในการบริหารกิจการอย่างมี ประสิทธิภาพและเหมาะสม				
9.	เจ้าของกิจการมีการมอบอำนาจ การตัดสินใจให้แก่หัวหน้างาน แต่ละแผนก				
10.	กิจการมีการแบ่งอำนาจไว้อย่าง ชัดเจน				
11.	พนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงาน				
12.	พนักงานปฏิบัติงานตามสิ่งที่ได้รับ มอบหมาย				
13.	พนักงานมีทักษะในการแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าด้วยตนเอง				

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
14.	พนักงานมีความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร				
15.	พนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับอย่างเคร่งครัด				
16.	มีการคิดค้น สินค้า / บริการ ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด				
17.	การมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง				
18.	การจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ				
19.	การโฆษณา สินค้า / บริการ ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป				
20.	การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ				
21.	การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินลงทุนสำรองในการดำเนินงาน				
22.	มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว				
23.	สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้				
24.	การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้				
25.	รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง				
26.	มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ				

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
27.	มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า / บริการให้เหนือคู่แข่ง				
28.	สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า / บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา				
29.	มีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์				
30.	มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันที่				
31.	อัตราค่าจ้างพนักงานมีผลกระทบต่อกิจการ				
32.	อัตราดอกเบี้ยส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ				
33.	ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคและพลังงานส่งผลต่อกิจการ				
34.	อัตราภาษีของธุรกิจ				
35.	เศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ				
36.	การใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการผลิต / บริการ				
37.	การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์				
38.	การติดตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและพัฒนาสินค้า / บริการ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง				

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
39.	การใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลและเครือข่ายในการประกอบธุรกิจ				
40.	การใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนทางพลังงาน				
41.	การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน				
42.	สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ				
43.	ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น				
44.	กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค เป็นต้น				
45.	ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย				
46.	การปรับตัวของลูกค้าตามกระแสค่านิยมสังคม				
47.	การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่				
48.	สังคมและวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น/ประเทศ				
49.	ธุรกิจที่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย				
50.	สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นส่งผลต่อผู้บริโภค และธุรกิจ				

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม	ไม่แน่ใจ	ไม่เหมาะสม	
		+1	0	-1	
ตอนที่ 3 ลักษณะความสำเร็จของกิจการในด้านต่างๆ					
1.	กำไรสุทธิของกิจการที่เพิ่มขึ้น				
2.	ปริมาณและความต้องการของสินค้า / บริการของกิจการ				
3.	สินค้า / บริการเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค				
4.	สินทรัพย์ของกิจการเพิ่มมากขึ้น				
5.	ธุรกิจเป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภค				



ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

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



ภาคผนวก จ

สรุปการประเมินความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

สรุปการประเมินความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

คำถาม	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ					รวม	IOC	ความ เที่ยงตรง
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5			
ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ								
1. เพศ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. อายุ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
3. ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. ลักษณะธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. ประเภทธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
6. ระยะเวลาในการดำเนิน ธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
7. สถานที่ตั้ง (กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือ)	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยด้านบริหารจัดการ								
1. การมีวิสัยทัศน์ที่ดีและ มองเห็น โอกาสของกิจการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. การวางแผนการดำเนินงาน ในทุกกระบวนการอย่างชัดเจน	+1	+1	0	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
3. การกำหนดเป้าหมายของ กิจการไว้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. การรับฟังความคิดเห็นของ ผู้ได้บังคับบัญชา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. การมีการปรับปรุงแก้ไขตาม ความต้องการของลูกค้า	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยด้านโครงสร้าง								
1. กิจการมีการกระจายอำนาจ ให้แก่พนักงาน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้

2. กิจการมีการระบุบทบาทของ แต่ละบุคคลอย่างชัดเจน ใน การปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
3. เจ้าของกิจการมี ความสามารถในการบริหาร กิจการอย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. เจ้าของกิจการมีการมอบ อำนาจการตัดสินใจให้แก่ หัวหน้างานแต่ละแผนก	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. กิจการมีการแบ่งอำนาจไว้ อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	0	+1	4	0.80	ใช้ได้
ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์								
1. พนักงานมีทักษะใน การปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. พนักงานปฏิบัติงานตามสิ่ง ที่ได้รับมอบหมาย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
3. พนักงานมีทักษะในการ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วย ตนเอง	+1	0	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
4. พนักงานมีความพึงพอใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. พนักงานปฏิบัติตาม กฎระเบียบ และ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยด้านการตลาด								
1. มีการคิดค้น สินค้า / บริการ ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ของตลาด	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. การมีช่องทางการจัดจำหน่าย หลายช่องทาง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้

3. การจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. การโฆษณา สินค้า / บริการ ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
5. การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยด้านการเงิน								
1. การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินลงทุนสำรองในการดำเนินงาน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
3. สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	ใช้ได้
5. รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยด้านกลยุทธ์								
1. มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า / บริการให้เหนือคู่แข่ง	+1	+1	0	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
3. สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า / บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. มีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้

5. มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ แก้ไขปัญหาคือได้ทันทั้งที่	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ								
1. อัตราค่าจ้างพนักงานมีผลกระทบต่อกิจการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. อัตราดอกเบี้ยส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
3. ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค และพลังงานส่งผลกระทบต่อกิจการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. อัตราภาษีของธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. เศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี								
1. การใช้อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่ทันสมัยในการผลิต / บริการ	+1	+1	+1	0	+1	4	0.80	ใช้ได้
2. การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย ในการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
3. การติดตามการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีและพัฒนาสินค้า / บริการ ให้ทันการเปลี่ยนแปลง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. การใช้อินเทอร์เน็ตในการ เข้าถึงข้อมูลและเครือข่ายใน การประกอบธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. การใช้เทคโนโลยีเพื่อลด ต้นทุนทางพลังงาน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย								
1. การช่วยเหลือจากภาครัฐ ในเรื่องนโยบายการลงทุน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. การช่วยเหลือจากภาครัฐ ในเรื่องนโยบายทางภาษี และ การสนับสนุนด้านต่างๆ	+1	+1	0	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้

3. สถานการณ์ด้านการเมือง ส่งผลกระทบต่อกิจการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลา เปิด/ปิด การกำหนดการขาย สินค้าแก่ผู้บริโภค เป็นต้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. ผู้นำประเทศกับการออก นโยบาย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม								
1. การปรับตัวของลูกค้าตาม กระแสค่านิยมสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. การเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมทางสังคมและ วัฒนธรรมสมัยใหม่	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
3. ค่านิยมของผู้บริโภคที่มีต่อ ตราสินค้าไทย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. ธุรกิจที่เหมาะสมกับสังคม และวัฒนธรรมไทย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. สังคมและวัฒนธรรมใน ท้องถิ่นส่งผลต่อผู้บริโภค และธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ลักษณะความสำเร็จของกิจการในด้านต่างๆ								
1. กำไรสุทธิของกิจการที่เพิ่มขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. ปริมาณและความต้องการ ของสินค้า / บริการของกิจการ	+1	+1	0	+1	+1	4	0.80	ใช้ได้
3. สินค้า / บริการเป็นที่รู้จัก ของผู้บริโภค	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. สินทรัพย์ของกิจการเพิ่ม มากขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. ธุรกิจเป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภค	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้



ภาคผนวก ฉ

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
สำหรับผู้ประกอบการ (SMEs) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ

เรื่อง สภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้สัมภาษณ์
 - 1.1 อายุ
 - 1.2 เพศ
 - 1.3 ระดับการศึกษา
 - 1.4 เริ่มก่อตั้งกิจการตั้งแต่เมื่อไร และเป็นจำนวนกี่ปี
2. สภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย
 - 2.1 รูปแบบกิจการ (กิจการของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์)
 - 2.2 ประกอบธุรกิจประเภทใด สินค้าคืออะไร (ธุรกิจอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทผลิต ธุรกิจพาณิชย์กรรมหรือธุรกิจแบบซื้อมาขายไป ธุรกิจบริการ)
 - 2.3 ระยะเวลาการดำเนินงาน
 - 2.4 สถานที่ตั้ง
3. ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย
 - 3.1 ด้านกำไร
 - 3.2 ปริมาณและความต้องการสินค้า
 - 3.3 การมีชื่อเสียง สินค้าและบริการเป็นที่รู้จัก
 - 3.4 การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ของกิจการ
 - 3.5 ธุรกิจเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค
4. สภาพและความสำเร็จด้านอื่น (การบริหารจัดการ โครงสร้าง ทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การเงิน กลยุทธ์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม)

5. ข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย



The image features a large, faint watermark of the Rangsit University logo in the center. The logo consists of a stylized flame or sunburst at the top, with a circular base made of radiating lines. The text 'มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University' is written in a circular path around the base of the logo.

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์สนทนากลุ่ม (Focus Group)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

แบบสัมภาษณ์สนทนากลุ่ม (Focus Group)
สำหรับผู้ประกอบการ (SMEs) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ
เรื่อง รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย
 - 1.1 ชื่อองค์กร/ชื่อธุรกิจ
 - 1.2 อายุ
 - 1.3 เพศ
 - 1.4 ระดับการศึกษา
 - 1.5 รูปแบบธุรกิจ (กิจการของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์)
 - 1.6 ประกอบธุรกิจประเภทใด สินค้าคืออะไร (ธุรกิจอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทการผลิต ธุรกิจพาณิชย์กรรม หรือธุรกิจแบบซื้อมาขายไป ธุรกิจบริการ)
 - 1.7 เริ่มก่อตั้งกิจการตั้งแต่เมื่อไร และเป็นจำนวนกี่ปี
2. ท่านคิดว่าปัจจัยด้านการเงินส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการอย่างไรบ้าง
 - 2.1 การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้
 - 2.2 สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้
 - 2.3 มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
 - 2.4 การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองใน
 - 2.5 รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
3. ท่านคิดว่าปัจจัยด้านการกลยุทธ์ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการอย่างไรบ้าง
 - 3.1 มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ
 - 3.2 กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์
 - 3.3 สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา
 - 3.4 มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง
 - 3.5 มีการวัดผลการดำเนินงานเป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ปัญหาได้ทันที่ที่สนใจ

4. ท่านคิดว่าปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมายส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการอย่างไรบ้าง
 - 4.1 การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน
 - 4.2 กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค
 - 4.3 สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ
 - 4.4 ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย
 - 4.5 ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น
5. ท่านคิดว่าลักษณะความสำเร็จของกิจการในด้านต่างๆ มีอะไรบ้าง





พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. -2543

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2543

เป็นปีที่ 55 ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรให้มีกฎหมายว่าด้วยส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 31 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้ โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภาดังต่อไปนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า "พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543"

มาตรา 2* พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

*[รก.2543/9ก/1/17 กุมภาพันธ์ 2543]

มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

"วิสาหกิจ" หมายความว่า กิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก หรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

"กองทุน" หมายความว่า กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

"องค์การเอกชน" หมายความว่า องค์การของเอกชนที่จัดตั้งขึ้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์หรือตามกฎหมายเฉพาะที่มีสมาชิกจำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกทั้งหมดเป็นวิสาหกิจขนาดกลางหรือวิสาหกิจขนาดย่อมที่ดำเนินการในทางการอุตสาหกรรม การบริการ หรือการค้า และให้หมายความรวมถึงองค์การเอกชนอื่นที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษาคด้วย

"สำนักงาน" หมายความว่า สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

"คณะกรรมการ" หมายความว่า คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

"คณะกรรมการบริหาร" หมายความว่า คณะกรรมการบริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

"ผู้อำนวยการ" หมายความว่า ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

"รัฐมนตรี" หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 4 วิสาหกิจขนาดกลางหรือวิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ วิสาหกิจที่มีจำนวนการจ้างงานมูลค่าสินทรัพย์ถาวร หรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วตามจำนวนที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 5 ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้และให้มีอำนาจออกกฎกระทรวงและประกาศเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงและประกาศนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

หมวด 1

คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรา 6 ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นรองประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ผู้แทนสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และผู้ทรงคุณวุฒิไม่เกินสิบสองคนซึ่งแต่งตั้งโดยคณะรัฐมนตรีเป็นกรรมการ และผู้อำนวยการเป็นกรรมการและเลขานุการ

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามวรรคหนึ่งต้องเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์เกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยในจำนวนนี้ให้แต่งตั้งจากผู้แทนองค์การเอกชนอย่างน้อยหกคน

ผู้แทนองค์การเอกชนตามวรรคสอง ต้องเป็นผู้ประกอบวิชาชีพขนาดกลางหรือ
วิชาชีพขนาดย่อมในภูมิภาคอย่างน้อยสามคน

มาตรา 7 กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามดังต่อไปนี้

- (1) มีสัญชาติไทย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (4) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับ

ความคิดที่ได้กระทำโดยประมาท หรือความผิดลหุโทษ

มาตรา 8 กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิมีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละสองปี

ในกรณีที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระหรือในกรณีที่ได้มีการ
แต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ ให้ผู้ได้รับ
แต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนหรือเป็นกรรมการเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของ
กรรมการซึ่งได้รับแต่งตั้งไว้แล้ว

เมื่อครบกำหนดตามวาระในวาระหนึ่ง หากยังมีได้มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ขึ้นใหม่ ให้กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ในตำแหน่งเพื่อดำเนินงาน
ต่อไปจนกว่ากรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้รับแต่งตั้งใหม่เข้ารับหน้าที่

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้แต่จะดำรง
ตำแหน่งติดต่อกันเกินสองวาระไม่ได้

มาตรา 9 นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามมาตรา 8 กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้น
จากตำแหน่งเมื่อ

- (1) ตาย
- (2) ลาออก
- (3) คณะรัฐมนตรีให้ออก
- (4) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 7

มาตรา 10 การประชุมคณะกรรมการ ต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของ
จำนวนกรรมการทั้งหมด จึงเป็นองค์ประชุม

ให้ประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุม ในกรณีที่ประธานกรรมการไม่มา
ประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้รองประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุม ถ้าประธาน
กรรมการหรือรองประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ให้กรรมการซึ่งมา
ประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนนถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา 11 คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) กำหนดนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเสนอขอความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี

(2) กำหนดลักษณะของกิจการอื่นตามมาตรา 3 เสนอต่อรัฐมนตรีเพื่อดำเนินการประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(3) กำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา 4 เสนอต่อรัฐมนตรีในการออกกฎกระทรวง

(4) เสนอรายงานเกี่ยวกับสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศต่อคณะรัฐมนตรี และจัดให้มีการเผยแพร่รายงานดังกล่าวต่อสาธารณะชนอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

(5) พิจารณาให้ความเห็นชอบแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา 37

(6) ให้คำแนะนำแก่ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา 37 มาตรา 38 และมาตรา 39

(7) เสนอแนะมาตรการด้านการเงิน การคลัง การภาษีอากร หรือด้านอื่นเพื่อส่งเสริมการปฏิบัติตามนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง

(8) เสนอให้มีกฎหมาย หรือให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมหรือปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง

(9) กำหนดมาตรการเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและประสานงานระหว่างส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์การเอกชนทั้งในและต่างประเทศ และองค์กรระหว่างประเทศในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(10) กำกับการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหาร

(11) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

มาตรา 12 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ คณะกรรมการมีอำนาจเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำหรือแจ้งข้อเท็จจริง หรือให้ส่งเอกสารเพื่อประกอบการพิจารณาได้

มาตรา 13 คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้

ให้นำมาตรา 10 และมาตรา 12 มาใช้บังคับแก่การปฏิบัติหน้าที่ของคณะอนุกรรมการตามวรรคหนึ่งโดยอนุโลม

มาตรา 14 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้สำนักงาน ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชน เป็นผู้ปฏิบัติการ หรือเตรียมข้อเสนอมายังคณะกรรมการเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไปได้

มาตรา 15 ให้ประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ กรรมการ ประธานอนุกรรมการ และอนุกรรมการ ได้รับเบี้ยประชุมและประโยชน์ตอบแทนอื่นตามที่รัฐมนตรีกำหนด

หมวด 2

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรา 16 ให้จัดตั้งสำนักงานขึ้นเรียกว่า "สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม" และให้เป็นนิติบุคคล มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

(1) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกำหนดประเภทและขนาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม

(2) กำหนดประเภทและขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สมควรได้รับการส่งเสริมรวมทั้งเสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(3) ประสานและจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับส่วนราชการหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้อง

(4) ศึกษาและจัดทำรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ

(5) เสนอแนะต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับการปรับปรุงพระราชบัญญัตินี้ รวมทั้งการดำเนินการให้มีกฎหมายใหม่ การแก้ไขเพิ่มเติมหรือการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(6) บริหารกองทุนตามนโยบายและมติของคณะกรรมการและคณะกรรมการบริหาร

(7) ดำเนินงานธุรการของคณะกรรมการ คณะกรรมการบริหาร และคณะอนุกรรมการซึ่งคณะกรรมการหรือคณะกรรมการบริหารแต่งตั้ง

(8) ปฏิบัติงานอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานหรือตามที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการบริหารมอบหมาย

ให้สำนักงานเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณหรือกฎหมายอื่น

กิจการของสำนักงานไม่อยู่ภายใต้บังคับแห่งกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน กฎหมายว่าด้วยแรงงานสัมพันธ์ กฎหมายว่าด้วยการประกันสังคม และกฎหมายว่าด้วยเงินทดแทน

มาตรา 17 สำนักงานมีอำนาจหน้าที่กระทำการต่างๆ ภายในขอบแห่งวัตถุประสงค์ตามที่ระบุไว้ในมาตรา 16 และอำนาจหน้าที่เช่นว่านี้ให้รวมถึง

(1) จัดให้ได้มา ถือกรรมสิทธิ์ มีสิทธิครอบครองหรือมีทรัพย์สินต่างๆ เช่น ให้เช่า เช่าซื้อ ให้เช่าซื้อ โอนหรือรับโอนสิทธิการเช่าหรือสิทธิการเช่าซื้อ ขายหรือจำหน่าย โดยวิธีอื่นใดซึ่งสังหาริมทรัพย์หรือสังหาริมทรัพย์ ตลอดจนรับทรัพย์สินที่มีผู้อุทิศให้

(2) กู้ยืมเงิน หรือให้กู้ยืมเงิน โดยมีหลักประกันด้วยบุคคลหรือทรัพย์สินหรือลงทุนทั้งนี้เพื่อการวิจัย พัฒนา และส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นโดยรวมเท่านั้น

(3) ให้ความอุดหนุนหรือช่วยเหลือเพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(4) เข้าร่วมกิจการกับบุคคลอื่น หรือถือหุ้นในบริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัดเพื่อประโยชน์แก่การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(5) ร่วมมือกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนทั้งในและต่างประเทศเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(6) รับค่าตอบแทนและค่าบริการในการให้บริการภายในขอบเขตแห่งวัตถุประสงค์ของสำนักงานรวมทั้งทำความตกลงกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับค่าตอบแทนและค่าบริการนั้น

(7) กระทำการอย่างอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับหรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสำนักงาน

การกู้ยืมเงิน การให้กู้ยืมเงิน การลงทุน การให้ความอุดหนุน การให้ความช่วยเหลือจากเงินกองทุนหรือการเข้าร่วมกิจการหรือถือหุ้นตาม (2) (3) หรือ (4) ถ้าเป็นจำนวนเงินเกินวงเงินที่คณะกรรมการบริหารกำหนดตามมาตรา 20 (12) ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการก่อน

มาตรา 18 ให้มีคณะกรรมการบริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วยปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นประธานกรรมการ ผู้อำนวยการสำนักงานงบประมาณ ผู้แทนกระทรวงการคลัง ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และผู้ทรงคุณวุฒิอีกเจ็ดคนซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้ง เป็นกรรมการ และผู้อำนวยการเป็นกรรมการและเลขานุการ

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามวรรคหนึ่งต้องเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์เกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมีได้เป็นข้าราชการซึ่งมีตำแหน่งหรือเงินเดือนประจำจำนวนอย่างน้อยห้าคน

มาตรา 19 ให้นำความในมาตรา 7 มาตรา 8 และมาตรา 9 มาใช้บังคับแก่การดำรงตำแหน่งของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการบริหาร โดยอนุโลม เว้นแต่การพ้นจากตำแหน่งตามมาตรา 9 (3) ให้เป็นอำนาจของคณะกรรมการ

มาตรา 20 คณะกรรมการบริหารมีอำนาจหน้าที่วางนโยบายบริหารงาน ควบคุมกำกับดูแล กิจการโดยทั่วไป และรับผิดชอบซึ่งกิจการของสำนักงาน อำนาจหน้าที่เช่นว่านี้ให้รวมถึง

(1) พิจารณาอนุมัติการดำเนินการของสำนักงานตามมาตรา 16 (1) (2) (3) (4) และ (5) เพื่อเสนอให้

คณะกรรมการพิจารณา

(2) เสนอแนะและให้ความเห็นต่อคณะกรรมการและรัฐมนตรีในเรื่องที่เกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(3) อนุมัติแผนการดำเนินงาน แผนการเงินและงบประมาณที่สำนักงานจะดำเนินการในแต่ละปี

(4) กำหนดนโยบายและควบคุมดูแลการบริหารกองทุนของสำนักงาน

(5) พิจารณาจัดสรรเงินกองทุนเพื่อใช้ในกิจการที่กำหนดไว้ในมาตรา 34

(6) ออกข้อบังคับเกี่ยวกับการบัญชี และการเงินของสำนักงาน

(7) ออกข้อบังคับว่าด้วยการจัดแบ่งส่วนงาน การบริหารงาน และการปฏิบัติงานของสำนักงาน

(8) กำหนดจำนวน ตำแหน่ง ระยะเวลาจ้าง อัตราเงินเดือน ค่าจ้าง และเงินอื่นของพนักงานและลูกจ้าง

(9) ออกข้อบังคับว่าด้วยการบรรจุ การแต่งตั้ง การกำหนดตำแหน่ง การกำหนดอัตราเงินเดือนหรือค่าจ้าง การเลื่อนเงินเดือนหรือค่าจ้าง การออกจากงาน วินัย การลงโทษ และการอุทธรณ์การลงโทษทางวินัย การร้องทุกข์ของพนักงานและลูกจ้าง รวมทั้งการบริหารงานบุคคลโดยทั่วไป

(10) ออกข้อบังคับว่าด้วยการคัดเลือกผู้อำนวยการ การปฏิบัติงานของผู้อำนวยการและการมอบให้ผู้อื่นรักษาการแทนหรือปฏิบัติกรแทนผู้อำนวยการ

(11) ออกข้อบังคับว่าด้วยสวัสดิการหรือการสงเคราะห์อื่นแก่พนักงานและลูกจ้าง

(12) วางระเบียบกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการกู้ยืมเงิน และการให้กู้ยืมเงิน รวมทั้งการลงทุน การให้ความอุดหนุน หรือการให้ความช่วยเหลือจากเงินกองทุน หรือการเข้าร่วมกิจการ หรือถือหุ้น

(13) วางระเบียบเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่และวิธีการบริหารหรือจัดการกองทุนของผู้จัดการกองทุนตามมาตรา 36

(14) วางระเบียบการรับและเบิกจ่ายเงินของกองทุน

(15) จัดทำรายงานการรับและการจ่ายเงินของกองทุนเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการการจัดสรรเงินกองทุนตาม (5) และการกำหนดหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงระเบียบตาม (12) (13) และ (14) เมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการแล้ว จึงให้ใช้บังคับได้

มาตรา 21 คณะกรรมการบริหารมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่คณะกรรมการบริหารมอบหมายได้

ให้นำมาตรา 10 มาใช้บังคับแก่การประชุมของคณะกรรมการบริหารและคณะอนุกรรมการที่คณะกรรมการบริหารแต่งตั้งโดยอนุโลม

มาตรา 22 ให้ประธานกรรมการ กรรมการ ประธานอนุกรรมการ และอนุกรรมการในคณะกรรมการบริหาร ได้รับเชิญประชุมและประโยชน์ตอบแทนอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 23 ให้คณะกรรมการบริหารเป็นผู้แต่งตั้งผู้อำนวยการ รวมทั้งกำหนดเงินเดือนและประโยชน์ตอบแทนของผู้อำนวยการ ทั้งนี้ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและให้เป็นไปตามสัญญาจ้างที่คณะกรรมการบริหารกำหนด

มาตรา 24 ผู้อำนวยการต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามดังต่อไปนี้

(1) เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์เกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(2) เป็นผู้สามารถปฏิบัติงานให้แก่สำนักงานได้เต็มเวลา

(3) ไม่เป็นข้าราชการซึ่งมีตำแหน่งหรือเงินเดือนประจำ ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง พนักงานส่วนท้องถิ่น สมาชิกสภาท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่น พนักงาน หรือลูกจ้างประจำของสำนักงาน

(4) มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 7

มาตรา 25 ผู้อำนวยการมีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละสี่ปีผู้อำนวยการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันเกินสองวาระไม่ได้

มาตรา 26 นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามมาตรา 25 ผู้อำนวยการพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- (1) ตาย
- (2) ลาออก
- (3) คณะกรรมการบริหารให้ออกโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ
- (4) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 24

มาตรา 27 ผู้อำนวยการมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) บริหารกิจการของสำนักงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ของสำนักงานและตามนโยบาย ข้อบังคับ ระเบียบ และมติของคณะกรรมการบริหาร และบังคับบัญชาพนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน

(2) รับผิดชอบในการจัดการและดำเนินงานของสำนักงานตามที่คณะกรรมการบริหารมอบหมาย

(3) วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของสำนักงาน โดยไม่ขัดหรือแย้งกับข้อบังคับที่คณะกรรมการบริหารกำหนด

มาตรา 28 ในกิจการที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ให้ผู้อำนวยการเป็นผู้แทนของสำนักงาน และเพื่อการนี้ผู้อำนวยการจะมอบอำนาจให้บุคคลใดปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนก็ได้ ทั้งนี้ ตามข้อบังคับที่คณะกรรมการบริหารกำหนด

มาตรา 29 ให้สำนักงานวางและถือไว้ซึ่งระบบบัญชีที่เหมาะสมแก่กิจการแยกตามประเภทงานส่วนที่สำคัญ มีสมุดบัญชีแสดงรายการรับและจ่ายเงิน สินทรัพย์ และหนี้สินที่แสดงกิจการที่เป็นอยู่ตามความจริง และถูกต้องตามประเภทงาน พร้อมด้วยข้อความและหลักฐานอันเป็นที่มาของรายการนั้นๆ และให้มีการตรวจสอบบัญชีภายในเป็นประจำ

มาตรา 30 ให้สำนักงานจัดทำงบดุล บัญชีทำการ บัญชีแสดงรายรับ และบัญชีแสดงรายจ่าย ส่งผู้สอบบัญชี และให้ผู้สอบบัญชีตรวจสอบให้แล้วเสร็จภายในหนึ่งร้อยสี่สิบวันนับแต่วันสิ้นปีบัญชีทุกปี และให้ถือวันที่ 31 ธันวาคม เป็นวันสิ้นปีบัญชี

ให้ผู้สอบบัญชีที่คณะกรรมการบริหารเห็นชอบเป็นผู้สอบบัญชีของสำนักงานทุกรอบปี แล้วทำรายงานผลการสอบบัญชีเสนอต่อคณะกรรมการบริหารเพื่อเสนอคณะกรรมการ

ให้สำนักงานตรวจเงินแผ่นดินตรวจสอบรับรองรายงานผลการตรวจสอบบัญชีตามวรรคสอง

มาตรา 31 ภายในหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันสิ้นปีบัญชีทุกปี ให้สำนักงานทำรายงานประจำปีเสนอ

ต่อคณะกรรมการบริหารเพื่อเสนอคณะกรรมการ โดยแสดงบุคคลบัญชีทำการ บัญชีแสดงรายรับ และบัญชีแสดงรายจ่ายที่ผู้สอบบัญชีรับรองว่าถูกต้อง พร้อมทั้งรายงานของผู้สอบบัญชีรวมทั้ง แสดงผลงานของสำนักงานในปีที่ล่วงมาด้วย

หมวด 3

กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรา 32 ให้จัดตั้งกองทุนขึ้นกองทุนหนึ่งในสำนักงานเรียกว่า "กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม" ประกอบด้วย

- (1) เงินทุนประเดิมที่รัฐบาลจัดสรรให้
- (2) เงินอุดหนุนที่รัฐบาลจัดสรรให้จากงบประมาณรายจ่ายประจำปี
- (3) เงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้มอบให้เพื่อสมทบกองทุน
- (4) ดอกผลหรือรายได้ของกองทุน
- (5) เงินอื่นที่ได้รับมาเพื่อดำเนินการกองทุน

เงินทุนประเดิมตาม (1) และเงินอุดหนุนตาม (2) นั้น รัฐบาลพึงจัดสรรให้แก่สำนักงานโดยตรงเป็นจำนวนที่เพียงพอสำหรับค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของสำนักงาน

มาตรา 33 รายได้ของกองทุนและของสำนักงานให้นำส่งเข้ากองทุนเพื่อใช้ในกิจการตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้ โดยไม่ต้องส่งกระทรวงการคลังตามกฎหมายว่าด้วยเงินคงคลัง และกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณ

มาตรา 34 เงินกองทุนให้ใช้จ่ายเพื่อกิจการดังต่อไปนี้

(1) ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กู้ยืมสำหรับดำเนินการก่อตั้ง ปรับปรุง และพัฒนากิจการของวิสาหกิจ หรือกลุ่มวิสาหกิจนั้นให้มีประสิทธิภาพและขีดความสามารถเพิ่มขึ้น

(2) ให้ความช่วยเหลือส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชน เพื่อนำไปใช้ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(3) เป็นเงินช่วยเหลืออุดหนุนการดำเนินการใด ร่วมกิจการ ร่วมทุน หรือลงทุนใดที่เกี่ยวกับการก่อตั้ง การขยายกิจการ การวิจัย พัฒนาและการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นโดยรวม ทั้งนี้ ตามที่คณะกรรมการบริหารกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

(4) เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของสำนักงานและการบริหารกองทุน

มาตรา 35 ในการพิจารณาจัดสรรเงินกองทุนตามมาตรา 20 (5) ให้คณะกรรมการบริหารพิจารณาให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา 37

ในกรณีเป็นการจัดสรรเงินกองทุนเพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลาง วิสาหกิจขนาดย่อมหรือกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกู้ยืมตามมาตรา 34 (1) ให้คณะกรรมการบริหารพิจารณากำหนดระยะเวลาชำระคืนเงินที่กู้ยืมจากกองทุน อัตราดอกเบี้ย และหลักประกันตามความจำเป็นและเหมาะสมด้วย

ในกรณีเป็นการให้ความช่วยเหลือส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือองค์การเอกชนตามมาตรา 34 (2) ให้คณะกรรมการบริหารพิจารณาความจำเป็นตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจนั้น โดยในส่วนของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจให้คำนึงถึงงบประมาณแผ่นดินหรือเงินอุดหนุนที่ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจนั้นได้รับการจัดสรรไว้แล้วด้วย

มาตรา 36 คณะกรรมการบริหารอาจมอบหมายให้สถาบันการเงินที่มีนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เห็นสมควรเป็นผู้จัดการกองทุนในเงินกองทุนส่วนที่จัดสรรตามมาตรา 34 และมาตรา 42 ทั้งนี้ ตามระเบียบที่คณะกรรมการบริหารกำหนดโดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการตามมาตรา 20 (13)

ระเบียบตามวรรคหนึ่งต้องสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา 37 และมาตรา 38

หมวด 4

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรา 37 ให้สำนักงานจัดทำแผนปฏิบัติการเรียกว่า "แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม" เพื่อปฏิบัติตามนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา 11 (1) เสนอต่อคณะกรรมการบริหาร เพื่อเสนอให้คณะกรรมการให้ความเห็นชอบ

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามวรรคหนึ่ง เมื่อคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว ให้รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 38 แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา 37 ให้สำนักงานจัดทำโดยการประสานงานกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงผลการวิจัยและพัฒนาตลอดจนสภาพความจำเป็นและเงื่อนไขด้านเศรษฐกิจและสังคมของปัญหาดังกล่าวที่ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจนั้นต้องดำเนินการตามอำนาจหน้าที่โดยอาจจัดทำเป็นแผนระยะสั้น ระยะกลาง หรือระยะยาว ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ตามความเหมาะสม และควรจะต้องประกอบด้วยแผนงาน โครงการ กิจกรรม หรือมาตรการในเรื่องดังต่อไปนี้

(1) การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในชุมชน ในภูมิภาค และในท้องถิ่นชนบทโดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม

(2) การสนับสนุนและช่วยเหลือด้านการเงินเพื่อปรับปรุงและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีประสิทธิภาพและขีดความสามารถเพิ่มขึ้น

(3) การพัฒนาหรือจัดตั้งตลาดทุนหรือตลาดเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(4) การพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการและบุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านการบริหาร การจัดการ การตลาด การผลิต และการพัฒนา

(5) การพัฒนาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านการจัดการการผลิต การบริหารงานบุคคล การเงิน การตลาด ตลอดจนการจัดการเชิงประยุกต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

(6) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในด้านคุณภาพและมาตรฐาน รวมถึงการส่งเสริมภาคเอกชน การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์

(7) การส่งเสริมหรือการสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งระดับในประเทศ และต่างประเทศ

(8) การส่งเสริม วิจัย และพัฒนา รวมทั้งการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนการผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

(9) การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิสาหกิจ ตลอดจนการส่งเสริมพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

(10) การส่งเสริมเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับวิสาหกิจขนาดใหญ่

(11) การส่งเสริมการรวมกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน หรือเพื่อดำเนินธุรกิจร่วมกัน

(12) การส่งเสริมและพัฒนาองค์การเอกชนที่มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(13) การจัดตั้งอำนาจความสะดวกในการลงทุนและการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(14) การให้สิทธิและประโยชน์เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือเพื่อจัดความเสียเปรียบหรือความจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(15) การส่งเสริมสนับสนุนทางวิชาการด้านอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมและด้านสุขอนามัย

(16) การปรับปรุงแก้ไขกฎ ระเบียบ ขั้นตอน วิธีการ และวิธีปฏิบัติที่เป็นอุปสรรคและเพิ่มต้นทุนต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(17) การส่งเสริมสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และทรัพย์สินทางปัญญาอื่น

(18) เรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขึ้นใหม่ ตลอดจนการช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถดำเนินการต่อไป หรือรวมทั้งสามารถขยายกิจการ และแข่งขันกับกิจการอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

ในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สำนักงานประสานกับองค์การเอกชนด้วย

มาตรา 39 ให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่มีหน้าที่ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง ตามแบบรายงานที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 40 เพื่อให้การดำเนินการตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา 37 บรรลุเป้าหมายและเพื่อประโยชน์ในการประเมินผลการดำเนินการตามแผนและการกำหนดแผนปฏิบัติการดังกล่าว ให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่หน้าที่ตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจัดทำและรับรองสถิติข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมออกเผยแพร่

รายละเอียดของสถิติข้อมูลตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามแบบที่คณะกรรมการกำหนด

สถิติข้อมูลที่จะทำการเผยแพร่ตามวรรคหนึ่ง ต้องเป็นสถิติข้อมูลที่แสดงภาพรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแต่ละสาขา เว้นแต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีส่วนได้เสียในเรื่องนั้นจะยินยอมให้เผยแพร่สถิติข้อมูลในรายละเอียดอื่นได้ด้วย

ให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจส่งสถิติข้อมูลที่ทำขึ้นตามวรรคหนึ่งให้สำนักงานเพื่อเก็บรวบรวมไว้เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการจัดทำรายงานสถานการณ์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

มาตรา 41 เพื่อประโยชน์ในการจัดทำสถิติข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจตามมาตรา 40 ให้รัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกกฎกระทรวงกำหนดประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือองค์การเอกชนที่ต้องรายงานสถิติข้อมูลต่อส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจตามมาตรา 40

หมวด 5

การส่งเสริมและการสนับสนุนของรัฐ

มาตรา 42 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือองค์การเอกชน ที่ประสงค์จะขอรับความช่วยเหลือ ส่งเสริม หรือสนับสนุนจากกองทุนตามมาตรา 34 ให้ยื่นคำขอต่อสำนักงาน หรือสถาบันการเงินที่คณะกรรมการบริหาร โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมอบหมายให้เป็นผู้จัดการกองทุน หรือส่วนราชการหน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่คณะกรรมการบริหาร โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมอบหมาย แล้วแต่กรณี พร้อมด้วยรายละเอียดแสดงแผนงานและ โครงการที่จะดำเนินการ

การขอและการให้ความช่วยเหลือ การส่งเสริม หรือการสนับสนุน ตลอดจนคุณสมบัติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือองค์การเอกชน ที่มีสิทธิขอความช่วยเหลือ ส่งเสริม หรือสนับสนุนตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 43 ในการพิจารณาคำขอรับความช่วยเหลือ ส่งเสริม หรือสนับสนุนตามมาตรา 42 ให้สำนักงาน โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการบริหารพิจารณาจัดสรรให้สอดคล้องกับแผนงาน โครงการกิจกรรม หรือมาตรการตามมาตรา 38 โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้และความจำเป็นในทางเศรษฐกิจการเงิน การลงทุน และเงินทุนหมุนเวียนของวิสาหกิจ กลุ่มวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนผู้ยื่นคำขอ

มาตรา 44 เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความสามารถในการประกอบกิจการและแข่งขัน

กิจการอื่น ให้คณะกรรมการมีอำนาจกำหนดประเภทและขนาดของวิสาหกิจที่คณะกรรมการเห็นว่าสมควรได้รับสิทธิและประโยชน์ เพื่อเสนอแนะให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่มีอำนาจหน้าที่ในเรื่องสิทธิและประโยชน์ดังกล่าว พิจารณาดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจนั้น

ในการเสนอแนะตามวรรคหนึ่ง ให้ระบุรายละเอียดของสิทธิและประโยชน์ที่จะให้เพื่อเป็นการจูงใจในการประกอบกิจการ รวมตลอดถึงหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และระยะเวลาในการรับสิทธิและประโยชน์ของวิสาหกิจนั้นไว้ด้วย

หมวด 6

การเพิกถอนการส่งเสริมและการสนับสนุนของรัฐ

มาตรา 45 ในกรณีที่ปรากฏว่าผู้ประกอบวิสาหกิจ กลุ่มวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนใดกระทำการโดยไม่สุจริต เพื่อให้วิสาหกิจ กลุ่มวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนของตนมีสิทธิได้รับการช่วยเหลือส่งเสริม หรือสนับสนุนตามมาตรา 42 หรือได้รับสิทธิและประโยชน์ที่ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่มีอำนาจกำหนดตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตามมาตรา 44 ให้คณะกรรมการมีอำนาจสั่งเพิกถอน การช่วยเหลือ ส่งเสริมหรือสนับสนุน รวมถึงให้สิทธิและประโยชน์ที่วิสาหกิจ กลุ่มวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนได้รับตามบทบัญญัติดังกล่าวได้ไม่เกินห้าปีนับแต่วันที่คณะกรรมการพิจารณาสั่งเพิกถอนการช่วยเหลือส่งเสริม หรือสนับสนุน และให้สิทธิและประโยชน์ดังกล่าว

มาตรา 46 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือองค์การเอกชนใด มิได้รายงานสถิติข้อมูลตามมาตรา 41 อาจถูกตัดสิทธิการได้รับการช่วยเหลือส่งเสริม สนับสนุน และสิทธิและประโยชน์ ตามมาตรา 42 และมาตรา 44

ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควรตัดการช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุน และสิทธิและประโยชน์ตามวรรคหนึ่ง ให้สำนักงานแจ้งรายชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือองค์การเอกชนนั้น ให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจที่มีหน้าที่ตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือที่มีอำนาจหน้าที่ในเรื่องสิทธิและประโยชน์ตามมาตรา 44 พิจารณาดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจนั้น

มาตรา 47 ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่ได้รับข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตามมาตรา 11 (5) (6) (7) และ (8) และมาตรา 44 หรือต้องดำเนินการตามที่

คณะกรรมการกำหนดตามมาตรา 39 มาตรา 40 และมาตรา 46 วรรคสอง ต้องพิจารณาดำเนินการให้ เป็นไปตามข้อเสนอแนะ หรือข้อกำหนดของคณะกรรมการ ในกรณีที่เห็นว่าไม่อาจดำเนินการตาม ข้อเสนอแนะ หรือข้อกำหนดของคณะกรรมการได้ ให้รายงานประธานกรรมการหรือผู้ซึ่งประธาน กรรมการมอบหมายพิจารณา พร้อมรายละเอียดแสดงเหตุผลภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับข้อ เสนอหรือข้อกำหนดเช่นนั้น หรือ ได้รับแจ้งคำสั่งของคณะกรรมการ

ในกรณีที่ประธานกรรมการหรือผู้ซึ่งประธานกรรมการมอบหมายเห็นควรดำเนินการ กับรายงานตามวรรคหนึ่งประการใดให้นำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาต่อไป

หมวด 7

บทกำหนดโทษ

มาตรา 48 ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตามมาตรา 12 ต้องระวางโทษปรับ ไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

บทเฉพาะกาล

มาตรา 49 ในวาระเริ่มแรก ให้อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่ง กรรมการ และเลขานุการในคณะกรรมการและคณะกรรมการบริหาร และให้กรมส่งเสริม อุตสาหกรรมดำเนินงานในหน้าที่ของสำนักงานไปก่อนจนกว่าจะได้มีการจัดตั้งสำนักงานและมีการ แต่งตั้งผู้อำนวยการ ทั้งนี้ ภายในหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

ชวน หลีกภัย

นายกรัฐมนตรี

ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรมกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2545

ลักษณะ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 และตามประมวลรัษฎากร สรุปได้ดังนี้

1. กำหนดลักษณะธุรกิจ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543

ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรม 1. ลักษณะ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 ได้กำหนดลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

ลักษณะวิสาหกิจ	จำนวนการจ้างงาน (คน)		จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	26-50	ไม่เกิน 50	51-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	16-30	ไม่เกิน 30	31-60
กิจการให้บริการ	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200

* * ในกรณีที่จำนวนการจ้างงานของกิจการใดเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางหรือมีจำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลาง แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม ให้ถือจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์การพิจารณา

2. ลักษณะ SMEs ที่กรมสรรพากรอาศัยอำนาจตามประมวลรัษฎากรออกกฎหมาย เพื่อสนับสนุนส่งเสริมให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี โดยมีหลักเกณฑ์ลักษณะใด ลักษณะหนึ่ง ดังนี้

ลำดับที่	ลักษณะ
1.	เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี ไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการในรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 30 ล้านบาท
2.	เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลมีสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 200 ล้านบาทและจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน
3.	เป็นกิจการขายสินค้าหรือให้บริการที่อยู่ในบังคับภาษีมูลค่าเพิ่มที่มีรายรับไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปีหรือต่อรอบระยะเวลาบัญชีได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม

* การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจะกำหนดหลักเกณฑ์ธุรกิจ SMEs ลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ในการให้สิทธิประโยชน์นั้นๆ เช่น บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี ไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและให้บริการไม่เกิน 30 ล้านบาทต่อรอบระยะเวลาบัญชี จะได้สิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ 300,000 บาทแรก หรือบริษัทฯ ที่มีแรงงานไม่เกิน 200 คน จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีหักค่าเสียหรือ และค่าเสื่อมราคา ในอัตราเร่ง เป็นต้น

** รายได้จากการขายสินค้าและให้บริการไม่เกิน 30 ล้านบาทต่อรอบระยะเวลาบัญชี มีผลบังคับใช้ในรอบระยะเวลาบัญชี ปี 2555

รูปแบบธุรกิจ SMEs

การประกอบธุรกิจอาจจะกระทำตั้งแต่คนเดียวขึ้นไป หรือหากมีหุ้นส่วนร่วมกันหลายคน มักจัดตั้งในรูปแบบของนิติบุคคล โดยมีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ปรากฏดังตารางสรุป

ลำดับที่	รูปแบบ	ลักษณะ
1.	บุคคลธรรมดา	บุคคลทั่วไปที่มีชีวิตอยู่ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (มาตรา 15)
2.	คณะบุคคลที่มีใช้ นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)
3.	ห้างหุ้นส่วนสามัญ ที่มีใช้นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)
4.	ห้างหุ้นส่วนสามัญ ที่จดทะเบียนนิติ บุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกันโดยหุ้นส่วนทุกคนไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียน เป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
5.	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกันหุ้นส่วนมีทั้งที่จำกัดความรับผิดและไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
6.	บริษัทจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นรับผิดในหนี้ต่างๆ ไม่เกินจำนวนเงินที่ผู้ถือหุ้นแต่ละคนลงทุนและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
7.	วิสาหกิจชุมชน	กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่นที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวประกอบกิจการดังกล่าวเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยมีการยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนชุมชน 2548 กับกรมส่งเสริมการเกษตร



ภาคผนวก ฅ

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก

การถอดเทปแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	หน่วยงานที่สังกัด / ชื่อสถานประกอบการ
1.	ดร.อนุรัตน์ อินทร	ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงราย
2.	นางสาวอลิสา ณ นคร	สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดเชียงราย
3.	นางเจริญศรี แก้วประเสริฐ	บริษัท นันทวัน (ท่องเที่ยว) จำกัด
4.	นางสาววิภา สุวรรณโชติ	บริษัท มารศรี โปรดักส์ จำกัด
5.	นายเกษมสันต์ เตียวกุล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด มองดูดี
6.	นางสาวรุ่งรดา ชาญไชยะกุล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด รุ่งรดาออสเมติกส์
7.	นายศุภฤทธิ อริยะ	The Dark
8.	นางนิธิ สุธรรมลักษณ์	ผ้าปักมือบ้านสันกอง

ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงราย

ดร.อนุรัตน์ อินทร

คำถาม/คำตอบ

ผู้วิจัย

สภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ดร.อนุรัตน์ อินทร

“ผมคิดว่าธุรกิจ SMEs เริ่มมาจากสินค้า Local แล้วพัฒนาเข้าสู่ระบบ SMEs ในภาคเหนือ หากนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์บางรายมาปรับปรุงนิดหน่อย ให้ดูดีก็จะสามารถขายได้ เพิ่มราคา เพิ่มคุณภาพ เพิ่มมูลค่าได้ ธุรกิจ SMEs ของภาคเหนือมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการผลิตสินค้าหรือบริการอย่างมีคุณภาพ วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของลูกค้าและความต้องการของตลาดในจังหวัด และมีการขนส่งที่ดี แต่ผู้ประกอบการบางรายยังขาดความรู้ความสามารถด้านการตลาด ปัจจุบันเรารับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทำให้ได้รับรายได้จากส่วนนี้เพิ่มขึ้นสินค้ามีความต้องการมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความเป็นพื้นเมืองดั้งเดิม แต่ก็มีอุปสรรคให้เข้ากับยุคสมัยด้วย สินค้าพวกนี้จะเป็นที่ต้องการเพิ่มขึ้น และระบบเทคโนโลยีก็มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการประกอบการ จึงทำให้มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เพราะ เมื่อธุรกิจ SMEs อยู่รอดและเติบโตได้ ภาคอุตสาหกรรมการผลิต ก็จะอยู่รอดได้เช่นกัน”

ผู้วิจัย

สภาพและความสำเร็จด้านอื่นๆ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

ดร.อนุรัตน์ อินทร

“ผมคิดว่าถ้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐ ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ก็จะส่งผล

ดีต่อผู้ประกอบการ และจะส่งผลดีต่อธุรกิจ เศรษฐกิจในประเทศด้วย ทำให้เราสามารถมีเงินทุนหมุนเวียนอยู่ตลอดเวลา สามารถนำมาใช้จ่ายในด้านต่างๆ ได้ เช่น ใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ หรือใช้จ่ายในการจ้างพนักงาน เพราะผู้ประกอบการต้องมีพนักงานที่เพียงพอต่อความต้องการ ได้คุณภาพในการทำงาน มีการกระจายอำนาจให้แก่พนักงานอย่างทั่วถึง สามารถดูแลควบคุมพนักงานได้อย่างเหมาะสม และธุรกิจยังต้องทำการตรวจสอบบัญชี เพื่อตรวจสอบรายรับรายจ่ายในแต่ละวันเพื่อดูว่ากิจการเป็นอย่างไรบ้างในแต่ละวัน มีเงินมากน้อยเพียงใด ทำให้สามารถตรวจสอบที่ไปที่มาของยอดเงินได้ มีการวางแผนด้านการเงินอยู่ตลอดเวลาทั้งวางแผน ในระยะสั้นและในระยะยาว เพื่อไม่ทำให้ธุรกิจขาดทุนหรือเกิดปัญหา สามารถดำเนินการไปได้อย่างรวดเร็ว มีรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยิ่งมีรายได้ก็จะทำให้ธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้า มีโอกาสประสบความสำเร็จได้สูงขึ้น

ผมคิดว่าผู้ประกอบการควรมีการคิดค้น สินค้า/บริการ ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด มีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการผลิตให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีวิธีปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ สามารถปรับตัวเข้ากับลูกค้าตามกระแสสังคมเพื่อที่จะทำให้ธุรกิจมีการพัฒนา สร้างคุณภาพของสินค้าได้ตามความต้องการของตลาดในจังหวัด และถ้าหากผู้ประกอบการสามารถสร้างสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการได้ ก็จะสามารถเพิ่มยอดขายให้แก่ทางร้านได้ กลยุทธ์หลักของทางร้านควรจะเน้นในเรื่องการเพิ่มยอดขายและกำไรเป็นหลัก และมีกลยุทธ์รองไว้เพื่อรองรับปัญหาที่จะเกิดขึ้น สามารถปรับเปลี่ยนได้ไปตามสถานการณ์ได้อยู่ตลอดเวลา และทางผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs ควรมีการเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า มีสินค้า/การบริการให้อยู่เหนือคู่แข่ง มีการวัดผลการดำเนินงานอย่างเป็นประจำเพื่อที่จะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาเกิดปัญหา”

สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดเชียงราย

นางสาวอลิสสา ฅ นคร

คำถาม/คำตอบ

ผู้วิจัย

สภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

คุณอลิสสา ฅ นคร

“ดิฉันคิดว่า ธุรกิจ SMEs ในปัจจุบันของภาคเหนือมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง รัฐให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนผู้ประกอบการที่มีความฝันที่จะประสบความสำเร็จ ในธุรกิจ SMEs ให้มีพื้นที่ในตลาดพัฒนาสินค้าร่วมกันตั้งแต่เริ่มต้นจนออกขายสู่ตลาด อีกทั้งรัฐยังสนับสนุนในเรื่องการให้คำปรึกษาสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่ประสบปัญหาหรืออยากได้คำแนะนำเพิ่มขึ้น เพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับธุรกิจของตนเอง ในยุคสมัยนี้เทคโนโลยีมีความพัฒนา ก้าวไกลยิ่งขึ้น มีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นหลากหลาย ช่องทาง เปิดโอกาสให้สินค้าผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดได้ทั่วถึง ทำให้มี ผู้บริโภคเพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น ความต้องการของสินค้าเพิ่มขึ้น ทำให้ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจในปัจจุบัน”

ผู้วิจัย

สภาพและความสำเร็จด้านอื่นๆ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

คุณอลิสสา ฅ นคร

“ดิฉันคิดว่า การช่วยเหลือจากภาครัฐมีการสนับสนุนมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการลงทุนการช่วยเหลือเงินทุนหมุนเวียน จะทำให้ธุรกิจ SMEs ขยายตัวมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจในประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายมีความสนใจในการลงทุน และกล้าที่จะลงทุนในธุรกิจที่ตนเองชอบ เพราะในปัจจุบันสถานการณ์ การเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ SMEs ทั้งนี้ธุรกิจได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการเมืองแน่นอน เพราะสภาวะ

เศรษฐกิจของประเทศไม่แน่นอนอาจจะแยกลงหรือดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ถ้าหากภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ผู้ประกอบการก็จะมีความคล่องทางการเงิน มีความเจริญก้าวหน้าได้มากยิ่งขึ้น และถ้ามีเงินทุนสำรองไว้เพียงพอ ก็จะเป็นผลดีกับกิจการทำให้การเงินในกิจการไม่ติดขัด สามารถประกอบกิจการได้อย่างไม่มีปัญหาในด้านการเงิน หากกิจการมีการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ หรือมีการทำบัญชีตลอด ก็จะสามารถรู้รายรับรายจ่ายได้อย่างถูกต้องเป็นระเบียบ ไม่มีปัญหาทางด้านการเงิน ซึ่งทำให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ

ผู้ประกอบการควรมีวิสัยทัศน์ที่ดีและมองเห็น โอกาสของกิจการ กำหนดเป้าหมายของกิจการไว้อย่างชัดเจน สามารถคิดค้นสินค้า/บริการ ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ตลอดเวลา ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคมได้ รู้จักนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เข้ากับธุรกิจที่ตัวเองทำ นำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยเหลือในการบริหารจัดการงาน สร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพสามารถถ่ายทอดความรู้ทักษะให้กับพนักงานในธุรกิจได้ ควบคุมพนักงานให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบ และข้อบังคับอย่างเคร่งครัด ให้พนักงานปฏิบัติงานตามสิ่งที่ได้รับมอบหมายอย่างถูกต้อง มีการระบุบทบาทของพนักงานแต่ละคนได้อย่างชัดเจน มีกลยุทธ์ของกิจการที่มีการพัฒนาสร้างคุณภาพของสินค้าไปตามความต้องการของลูกค้าในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า มีกลยุทธ์ไว้รองรับไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์หลักหรือรองมีการเพิ่มยอดขายและกำไรให้แก่กิจการ มีสินค้า/บริการที่มีมาตรฐานและมีการพัฒนาที่มากยิ่งขึ้น เพราะจะทำให้เกิดการปรับปรุงกลยุทธ์ในการขายที่ดียิ่งขึ้น จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อกิจการ”

บริษัท นันทวัน (ทองคำ) จำกัด**นางเจริญศรี แก้วประเสริฐ****คำถาม/คำตอบ****ผู้วิจัย**

รูปแบบกิจการของท่านเป็นรูปแบบไหน แล้วประกอบธุรกิจประเภทใด สินค้าของท่านคืออะไร

คุณเจริญศรี แก้วประเสริฐ

“ร้านของเราเป็นธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม ทำธุรกิจเกี่ยวกับขายของฝาก เป็นรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียวมีการประกอบธุรกิจประเภท รับมาขายไป มีการจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ในเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยังใช้เงินทุนที่ไม่สูงมากนัก จึงทำให้มีการบริหารจัดการที่ไม่ยุ่งยาก”

ผู้วิจัย

กิจการของท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือไม่ และมีเทคนิคอย่างไรบ้างในการเข้าถึง

คุณเจริญศรี แก้วประเสริฐ

“รายได้ของกิจการเราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ การที่ธุรกิจสามารถเข้าถึงได้นั้นสามารถทำได้หลายแบบ เช่น การยื่นคำขอจากภาครัฐและภาคเอกชน กิจการของเรามีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้ การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงานก็จะสามารถทำให้กิจการเราคงตัวมากขึ้น ถ้าเราสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ก็จะง่ายต่อการเติบโตทางธุรกิจและยังส่งผลดีต่อเศรษฐกิจอีกด้วย”

กลยุทธ์ของร้านเรามีการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ต่างๆ เช่น การจำหน่ายหรือรับสินค้าที่มีคุณภาพให้อยู่เหนือคู่แข่ง เรายังมีการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้โดดเด่นและดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ทางเรามีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นไว้เพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ และมีการวัดผลการดำเนินงานอย่างเป็นประจำเพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาได้ทันที่ที่ร้านเรามีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเหลือในการประชาสัมพันธ์ เช่น มีการโฆษณาลงในเฟสบุ๊ค สร้างเว็บไซต์ในการโปรโมทสินค้า มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพัฒนาสินค้า ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง และการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนของทางร้าน ธุรกิจของเรามีความเหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทยเป็นของฝากประจำท้องถิ่น มีชื่อเสียงอย่างมากในจังหวัด บางครั้งเรายังมีการปรับสินค้าให้เข้ากับสภาพแวดล้อมสังคมสมัยใหม่ ทางร้านเราได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน ผลกระทบทางด้านกฎหมายที่มีต่อกิจการของเรา สถานการณ์การทางการเมือง กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลา เปิดปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค และผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ อัตราค่าจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค อัตราภาษี และเศรษฐกิจของภาครวมส่งผลกระทบต่อกิจการของเรา”

ผู้วิจัย

ขอคิดเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของท่านเป็นอย่างไร

คุณเจริญศรี แก้วประเสริฐ

“ทางร้านเราอยากให้รัฐส่งเสริมในเรื่อง การเปิดโอกาสให้ธุรกิจของเราสามารถขายได้อย่างอิสระมากยิ่งขึ้น มีการลดหย่อนภาษีในการทำการ เพื่อที่จะได้ส่งผลดีต่อคนที่ผู้ประกอบการอยากทำกิจการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น”

บริษัท มารศรี โปรดักส์ จำกัด

นางสาววิภา สุวรรณโชติ

คำถาม/คำตอบ

ผู้วิจัย

รูปแบบกิจการของท่านเป็นรูปแบบไหน แล้วประกอบธุรกิจประเภทใด สินค้าของท่านคืออะไร

คุณวิภา สุวรรณโชติ

“มีรูปแบบกิจการของร้านเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว จำหน่ายขายของฝากของที่ระลึกต่างๆ จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำพริกมีมากมายหลายอย่าง เช่น น้ำพริกปลาห้าสิบสมุนไพร น้ำพริกตาแดง น้ำพริกกะปิกั้ง น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกหนุ่มน้ำปู น้ำพริกหนุ่มแมงดา น้ำพริกหนุ่มปลาร้า น้ำพริกเผ่าต้มยำ น้ำปลาทูหวาน น้ำพริกสวรรค์กึ่งและน้ำพริกเผ่ากึ่งไทยแท้ ผลิตภัณฑ์หลักของร้านเรา คือ น้ำพริกหนุ่ม ผลิตภัณฑ์รอง คือ น้ำพริกต่างๆ มีผลิตภัณฑ์หลากหลายรายการให้เลือก เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ทางร้านอีกทางหนึ่ง และร้านเรามีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง”

ผู้วิจัย

กิจการของท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือไม่ และมีเทคนิคอย่างไรบ้างในการเข้าถึง

คุณวิภา สุวรรณโชติ

“กิจการของเราสามารถเข้าถึงแหล่งลงทุนได้ มีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินลงทุนสำรองในการดำเนินงาน เพราะเรามีการวางแผนทางการเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาวทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เรายังมีการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบสามารถการตรวจสอบรายรับรายจ่ายของทางเราได้ และรายได้ของกิจการเรามีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง”

ผู้วิจัย

ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ของท่าน

คุณวิภา สุวรรณโชติ

“เดิมกิจการของเรามีชื่อเสียงอยู่แล้วในเรื่องของการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ เรามีการผลิตน้ำพริกที่มากมายเพื่อที่จะเป็นทางเลือกที่หลากหลายให้กับลูกค้าที่มาอุดหนุน มีรสชาติที่หลากหลายรสชาติที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า นอกจากน้ำพริกแล้วเรายังมีสินค้าอื่นๆ ให้เลือกอีกมากมาย จึงทำให้ความต้องการของสินค้ามีมาก ลูกค้าบางรายซื้อไปทานเองหรือซื้อไปเป็นของฝากทางเรามีความคิดว่ากำไรที่ได้มาจากการจำหน่ายสินค้าจะนำมาเปิดโรงงานขนาดเล็กๆ ขึ้น เพื่อขยายกิจการและเป็นอีกหนึ่งทางที่สามารถเพิ่มรายได้ให้กับทางกิจการเรา”

ผู้วิจัย

สภาพและความสำเร็จด้านอื่นของกิจการของท่านเป็นอย่างไร

คุณวิภา สุวรรณโชติ

“ธุรกิจเรามีการกระจายอำนาจให้แก่พนักงาน มีการระดมบทบาทของแต่ละบุคคลอย่างชัดเจนในการปฏิบัติงาน พนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานตามสิ่งที่ได้รับมอบหมายอย่างถูกต้อง มีการมอบอำนาจการตัดสินใจให้แก่หัวหน้างานแต่ละแผนก เรามีการบริหารงานอย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ มีการวางแผนการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างชัดเจน มองเห็นโอกาสของกิจการ การที่กิจการของเราเปิดโรงงานน้ำพริกนี้ขึ้น ใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตบางกระบวนการ นอกจากเป็นการช่วยในเรื่องการจ้างงานของคนในท้องถิ่นแล้ว ยังเป็นการสนับสนุนวัตถุดิบอันเป็นพืชผลของเกษตรกรอีกด้วยเป็นการสร้างงานการกระจายรายได้ ให้เศรษฐกิจได้เคลื่อนตัว ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน ทำให้กิจการดำเนินการได้อย่างคล่องตัวมากยิ่งขึ้น”

ผู้วิจัย

ข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

คุณวิภา สุวรรณโชติ

“กิจการของเราได้รับการรับรองมาตรฐาน ออย. ได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาว ได้รับรองให้เป็น OTOP สินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ทางโรงงานยังได้รับ GMP ด้านสถานที่การผลิต”



ห้างหุ้นส่วนจำกัด มองดูดี นายเกษมสันต์ เตียวกุล

คำถาม/คำตอบ

- ผู้วิจัย** รูปแบบกิจการของท่านเป็นรูปแบบไหน แล้วประกอบธุรกิจประเภทใด สินค้าของท่านคืออะไร
- คุณเกษมสันต์ เตียวกุล** “ธุรกิจของเรามีรูปแบบเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ รับจัดงานอสังหาริมทรัพย์ เรามีการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีพูดคุยกับลูกค้าในเรื่องการจัดงานว่าลูกค้าต้องการให้งานออกมาในรูปแบบไหน เพื่อให้ตรงตามความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า มีการจัดเตรียมงานที่มีคุณภาพ อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบงานมีมาตรฐาน ใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยเพื่อให้ลูกค้าประทับใจกับการใช้บริการของทางร้านแล้วกลับมาใช้บริการกับเราอีก”
- ผู้วิจัย** กิจการของท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือไม่ และมีเทคนิคอย่างไรบ้างในการเข้าถึง
- คุณเกษมสันต์ เตียวกุล** “กิจการของเราสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้หลากหลายช่องทางมีทั้งแหล่งเงินทุนจากภาครัฐและเอกชน เนื่องจากเรามีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้ จึงทำให้บริษัทเราเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ถ้าเราสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายก็จะนำไปสู่การเติบโตทางธุรกิจ และเรายังสามารถนำเงินจากแหล่งเงินทุนมาใช้ในการหมุนเวียนบริหารจัดการให้ธุรกิจดำเนินการได้ดียิ่งขึ้น”

ผู้วิจัย

ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของท่านเป็นอย่างไร

คุณเกษมสันต์ เตียวกุล

“บริษัทเรามีชื่อเสียงด้านการจัดงานนอกสถานที่ มีลูกค้าเข้ามาติดต่อให้เราจัดงานอย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการของทางเรามีประสิทธิภาพและเหมาะสม มีการสร้างคุณภาพงานให้อยู่เหนือคู่แข่ง มีการจัดซื้ออุปกรณ์เพื่อรองรับลูกค้าที่ต้องการจัดงานให้มากขึ้น เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มกำไรให้กับทางบริษัทเรา”

ผู้วิจัย

สภาพและความสำเร็จด้านอื่นของกิจการของท่านเป็นอย่างไร

คุณเกษมสันต์ เตียวกุล

“การบริหารจัดการของทางเรามีประสิทธิภาพและเหมาะสม มีการสร้างคุณภาพงานให้อยู่เหนือคู่แข่ง ดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา มีการวางแผนการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างชัดเจน มีการปรับปรุงแก้ไขตามความต้องการของลูกค้า กระจายอำนาจให้แก่พนักงานระดับทบทายของแต่ละบุคคลอย่างชัดเจนในการปฏิบัติงานให้มีความสามารถในการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม พนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงาน ตามสิ่งที่ได้รับมอบหมาย รู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วยตนเอง ปฏิบัติตามกฎระเบียบ และข้อบังคับอย่างเคร่งครัด เรามีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ มีการวัดผลการดำเนินงานเป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทัน มีการสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศเราในปัจจุบันนี้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก การที่ภาครัฐเข้ามาช่วยในเรื่องนโยบายการลงทุน จะทำให้กิจการสามารถอยู่ได้ในระยะยาว การทำงานของทางร้านเรามีประสิทธิภาพที่ดีทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจกับทางการเรา และมีการจ้างงานครั้งต่อๆ ไป และยังคงผลดีต่อเศรษฐกิจในประเทศ”

ผู้วิจัย

ข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

คุณเกษมสันต์ เตียวกุล

“มีการจัดในรูปแบบใหม่ๆ ที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้ามากกว่าเดิม”



ห้างหุ้นส่วนจำกัด รุ่งนาคอสมติคส์
นางสาวรุ่งรดา ธัญชยไชยะกุล

คำถาม/คำตอบ

- ผู้วิจัย รูปแบบกิจการของท่านเป็นรูปแบบไหน แล้วประกอบธุรกิจประเภทใด สินค้าของท่านคืออะไร
- คุณรุ่งรดา ธัญชยไชยะกุล “ทางเราประกอบกิจการประเภทการผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ เป็นกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบธุรกิจประเทศผลิตสินค้าขึ้นเอง มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สินค้าเรามีคุณภาพมีกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบส่งผลให้สินค้าของเราเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย”
- ผู้วิจัย กิจการของท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือไม่ และมีเทคนิคอย่างไรบ้างในการเข้าถึง
- คุณรุ่งรดา ธัญชยไชยะกุล “กิจการของเราสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ อาจจะได้มาจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน หรือจากธนาคาร การมีเงินทุนจะทำให้เรามีเงินทุนหมุนเวียนภายในกิจการจะช่วยลดความเสี่ยงในหลายๆ ด้าน ทำให้ธุรกิจเกิดสภาพคล่องตัว และมีการใช้จ่ายอย่างมีระบบมากยิ่งขึ้น การวางแผนของธุรกิจนั้นจะสามารถเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับทางร้านไม่ว่าจะในระยะสั้นหรือระยะยาว”
- ผู้วิจัย ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของท่านเป็นอย่างไรบ้าง
- คุณรุ่งรดา ธัญชยไชยะกุล “เราประสบความสำเร็จในกิจการ เนื่องจากสินค้าและผลิตภัณฑ์ของเรามีคุณภาพสร้างชื่อเสียงเป็นที่รู้จักให้กับทางแบรนด์เรา ลูกค้าจึงไว้วางใจในสินค้าของเรา ทำให้กิจการเราเพิ่ม

ปริมาณการผลิตมากยิ่งขึ้นมีชื่อเสียงและสินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้าง มีการเพิ่มขึ้นของยอดขาย รายได้ ให้กับทางกิจการของเรา เรานำ คำว่าที่ได้รับมาปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลิตภัณฑ์ของเรา มีการพัฒนาให้สินค้ามีคุณภาพมาตรฐานยิ่งขึ้นมากกว่าเดิม สร้าง ความแตกต่างจาก คู่แข่งขัน สร้างความทันสมัยตรงตามความ ต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ หรือ ในเรื่องของราคา การผลิต ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า”

ผู้วิจัย

สภาพและความสำเร็จด้านอื่นของกิจการของท่านเป็นอย่างไร

คุณรุ่งรดา รัชชชยไชยะกุล

“เรามีการมองเห็นโอกาสของกิจการ ทำให้มีการวางแผนการ ดำเนินงานในทุกกระบวนการ และการกำหนดเป้าหมายของกิจการ ของร้านไว้อย่างชัดเจน ทางร้านเรามีการปรับปรุงสินค้าตามความ ต้องการของลูกค้า มีการกระจายอำนาจให้แก่พนักงาน เรามีการ บริหารกิจการอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม พนักงานของเรามี ทักษะในการปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานตามสิ่งที่ได้รับ มอบหมาย มีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าด้วยตนเอง ด้าน การตลาดของร้านเรา มีการคิดค้นสินค้าที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ของตลาด มีการโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จัก ทำให้มีช่องทางการจัด จำหน่ายหลายช่องทาง เช่น โพรโมทสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ จำหน่ายสินค้าออนไลน์ และมีการจัดโปรโมชันให้กับลูกค้าที่มา อุดหนุนเราอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าของ เรา กลยุทธ์ของร้านเรามีการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ต่างๆ เช่น การพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้าและบริการให้อยู่เหนือคู่แข่ง เรายังมีการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้โดดเด่น และดึงดูดความ สนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา มีการวัดผลการดำเนินงานอย่างเป็น ประจำเพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาได้ตามสถานการณ์ต่างๆ เรามีการ ใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในผลิตสินค้า มีการใช้เทคโนโลยี เข้ามาช่วยเหลือในเรื่องกระบวนการการผลิต มีการติดตามการ เปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในการพัฒนาสินค้า เราใช้เทคโนโลยี

เพื่อลดต้นทุนของทางร้าน ธุรกิจของเรามีความเหมาะสมกับลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย บางครั้งเรายังมีการปรับสินค้าให้เข้ากับ สภาพแวดล้อมสังคมสมัยใหม่ ทางร้านเราได้รับการช่วยเหลือจาก ภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน ผลกระทบทางด้านกฎหมายที่มี ต่อกิจการของเรา สถานการณ์การทางการเมือง กฎหมายข้อบังคับที่ เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค และ ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ”

ผู้วิจัย

ขอคิดเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพและความสำเร็จเพื่อ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือของประเทศไทย

คุณรุ่งรดา ธัญชยไชยะกุล

“มีการสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า ให้มีความแปลกใหม่ มี การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า แล้วนำมาพัฒนาให้ตรงกับ ความ ต้องการของลูกค้า”

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

The Dark

นายสุภฤกษ์ อริยะ

คำถาม/คำตอบ

ผู้วิจัย

รูปแบบกิจการของท่านเป็นรูปแบบไหน แล้วประกอบธุรกิจประเภทใด สินค้าของท่านคืออะไร

คุณสุภฤกษ์ อริยะ

“เป็นธุรกิจประเภทบริการ มีทั้งอาหารเครื่องดื่มและเบเกอรี่ร้านมีสภาพบรรยากาศที่ผ่อนคลาย โดยมีการออกแบบที่ผสมกลมกลืนกับกลุ่มลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการพัฒนาการต่อเนื่อง มีการคัดเลือกสินค้าหรือให้บริการอย่างมีคุณภาพ”

ผู้วิจัย

กิจการของท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือไม่ และมีเทคนิคอย่างไรบ้างในการเข้าถึง

คุณสุภฤกษ์ อริยะ

“ธุรกิจของเราสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เพราะเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจ และดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ ในการบริการ การจ้างงาน แหล่งเงินที่เข้าถึงได้ เช่น เงินทุนของเจ้าของกิจการเอง หรือต้องมีความจำเป็นเข้าถึงสถาบันการเงิน เช่น ไปกู้เงินจากธนาคาร การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ ผู้ประกอบการจะต้องมีระบบบัญชีที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ จัดทำแผนธุรกิจ ที่ทำให้ธนาคารสามารถวิเคราะห์ได้ เพื่อสร้างความโปร่งใสให้กับข้อมูลหรือการเงิน การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนในการดำเนินงาน รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถ้าหากธุรกิจเรามีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี ยอดขายสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นก็จะทำให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างรวดเร็ว”

ผู้วิจัย

ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของท่าน

คุณศุภฤทธิ อริยะะ

“ร้านของเราเข้ากับ Lifestyle ของคนรุ่นใหม่ เพราะคนรุ่นใหม่ นิยม ไปนั่งตามร้านขนม เพื่อพักผ่อน นั่งคุย สนทนากับเพื่อน เพื่อผ่อนคลาย สินค้าเราจะมีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในทุกๆ วัน การทำธุรกิจนี้เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับกิจการ เราได้ เรามีการวางแผนการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างชัดเจน ในแต่ละกระบวนการให้บริการกับลูกค้า จึงทำให้ลูกค้าพึงพอใจในร้านเราแล้วมีการบอกต่อกันไปเรื่อยๆ ทำให้ร้านเราเป็นที่รู้จักมากขึ้น และ ที่สำคัญคือทำเลที่ตั้งที่ก็ส่งผลให้ยอดขายของร้านเราเพิ่มขึ้น มีกำไรเพิ่มมากขึ้น ส่งผลดีกับกิจการของทางร้านเรา”

ผู้วิจัย

สภาพและความสำเร็จด้านอื่นของกิจการของท่านเป็นอย่างไร

คุณศุภฤทธิ อริยะะ

“ร้านของเรามีการวางแผนการดำเนินงานที่ดี กำหนดเป้าหมายของกิจการไว้อย่างชัดเจน และมองเห็น โอกาสของกิจการ มีการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อที่จะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขตามความต้องการของลูกค้า มีการระบอบทบาทของพนักงานอย่างชัดเจนในการปฏิบัติงานคัดเลือกพนักงานที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วยตนเองได้ มีการจัดโปรโมชันให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการ มีการพัฒนาให้พนักงานมีคุณภาพในเรื่องการให้บริการกับลูกค้าให้เหนือกว่ากิจการคู่แข่ง การเมืองและกฎหมาย การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน การที่ธุรกิจได้รับการช่วยเหลือและสนับสนุนจากภาครัฐ ผู้ประกอบการก็สามารถนำทุนมาปรับปรุงและเสริมสภาพคล่องตัวในการดำเนินงานและต่อยอดธุรกิจได้ สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ ทั้งนี้

ธุรกิจได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมืองแน่นอน เพราะภาวะเศรษฐกิจของประเทศไม่แน่นอนอาจชะลอตัวลงหรือดีขึ้นซึ่งส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจ ผู้นำประเทศออกนโยบายเพื่อสนับสนุนธุรกิจให้มีการพัฒนาและมีความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ ทำให้เศรษฐกิจในประเทศดีอีกด้วย”

ผู้วิจัย

ข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

คุณสุภฤทธิ อริยะ

“การเริ่มจากการมีไอเดียดีๆ คิดนอกกรอบ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ความทันสมัยในสินค้าหรือบริการในปัจจุบันก็จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้”

ผ้าปักมือบ้านสันทอง

นางนิธิ สุธรรมลักษณ์

คำถาม/คำตอบ

ผู้วิจัย รูปแบบกิจการของท่านเป็นรูปแบบไหน แล้วประกอบธุรกิจประเภทใด สินค้าของท่านคืออะไร

คุณนิธิ สุธรรมลักษณ์ “มีรูปแบบกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ประกอบธุรกิจประเภทผลิต มีสินค้าให้เลือกหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า กระเป๋า และอื่นๆ มีการผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพ มีคัสตอมเมอร์ที่ไม่เป็นอันตรายต่อลูกค้า เป็นสินค้าขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ใช้เงินทุนไม่สูงมากนัก มีการผลิตในจำนวนที่มากให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า”

ผู้วิจัย กิจการของท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือไม่ และมีเทคนิคอย่างไรบ้างในการเข้าถึง

คุณนิธิ สุธรรมลักษณ์ “มีการเข้าถึงเงินทุนได้ เราได้มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทำให้มีเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการ ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย และส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทำให้มีกำไร และรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น”

ผู้วิจัย ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

คุณนิธิ สุธรรมลักษณ์ “ลูกค้ามีความต้องการในสินค้าของเราเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสินค้าของเราเป็นสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทั้งความเป็นล้านนา ภาคเหนือและมีความทันสมัย ดูแลรักษาง่าย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถใช้ได้ทุกเพศทุกวัย ใส่ได้ทุกเทศกาล เนื้อผ้าเป็นผ้าปักลาย

พื้นเมืองประยุกต์ สร้างชื่อเสียงให้กับอำเภอแม่จันมานาน เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็น ถึงความงามทางวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนพื้นเมือง แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่น เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ที่นักท่องเที่ยว มาเที่ยวในจังหวัดนี้ต่างก็จะเสียดูไม่ได้คิดมือกลับไปทุกครั้ง ทางกิจการของเรามีการขยายช่องทาง การจัดจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้น สามารถรองรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเยี่ยมชมสินค้าทางร้านเราได้ ไม่ว่าจะในเว็บไซต์ หรือ หน้าร้าน ทำให้สามารถเพิ่มยอดขาย และมีรายได้เข้าร้านมากกว่าเดิม”

ผู้วิจัย

สภาพและความสำเร็จด้านอื่นของกิจการของท่านเป็นอย่างไร

คุณนิธิ สุธรรมลักษณ์

“กิจการของเรามีเป้าหมายและการดำเนินงานอย่างชัดเจนทำให้เราสามารถมองเห็น โอกาสของกิจการและมีการออกแบบแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้เข้ากับยุคสมัย ทางร้านมีการมีการคิดค้นสินค้าที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดมีการโฆษณาสินค้า จัดโปรโมชันให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและมีช่องทางในการจัดหน่ายที่สะดวกหลากหลายช่องทาง ขายสินค้าผ่านทางหน้าร้านหรือขายผ่านอินเทอร์เน็ต กลยุทธ์ของร้านเรามีการปรับเปลี่ยนพัฒนาและสร้างคุณภาพของสินค้าอยู่เหนือคู่แข่ง สร้างภาพลักษณ์ให้มีความโดดเด่นและดึงดูดลูกค้าอยู่ตลอดเวลา กิจการของเราใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิตและบริการ เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์หรือการพัฒนาสินค้าให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลในการประกอบธุรกิจ ร้านเรามีการดูแลพนักงาน กระจายอำนาจให้แก่พนักงาน ระบุบทบาทของพนักงานแต่ละบุคคลอย่างชัดเจน ในการปฏิบัติงานเพื่อให้งานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้พนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น สามารถปฏิบัติงานตามสิ่งที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้อง และมีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ด้วยตนเองส่งผลต่อความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อกิจการเพื่อทำให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบได้อย่างถูกต้อง สินค้าของเรามีความ

เหมาะสมต่อสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ธุรกิจเหมาะสมกับสังคม วัฒนธรรมไทย ทำให้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทาง สังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่ มีการช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่อง นโยบายการลงทุน มีการออกนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจ และผลิตภัณฑ์ ผลกระทบทางด้านกฎหมายและเศรษฐกิจที่มีต่อกิจการของเรา สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ มีกฎหมายข้อบังคับ เพิ่มมากขึ้นเช่นการกำหนดระยะเวลา เปิด/ปิด การกำหนดการขาย สินค้าแก่ผู้บริโภค เศรษฐกิจภาพรวมของประเทศทำให้อัตราจ้างงานมี ผลกระทบต่อกิจการ อัตราดอกเบี้ยส่งผลกระทบต่อค่าเงินธุรกิจค่าใช้จ่าย ด้านสาธารณูปโภคและอัตราภาษีของธุรกิจ ก็ส่งผลกระทบต่อกิจการ ของเรา”

ผู้วิจัย

ข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ของประเทศไทย

คุณนิธิ สุธรรมลักษณ์

“รัฐควรส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นให้มีความนิยมเทียบเท่ากับสินค้า แปรนด์เนมจากต่างประเทศ ควรจัดทุนส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นให้ไปสู่อ ตลาดโลก”



ภาคผนวก ญ

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างการสนทนากลุ่ม
การถอดเทปสนทนากลุ่ม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างการสนทนากลุ่ม

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	หน่วยงานที่สังกัด / ชื่อสถานประกอบการ	จังหวัด
1.	นายสนธิ เดชมี	สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม (SMEs) จังหวัดเชียงใหม่	เชียงใหม่
2.	นายชัยวัฒน์ วาจาสัตย์	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย	เชียงราย
3.	นายศุภชัย ทะนะกุล	Fiber Lotus	เชียงราย
4.	นายพงษ์ประพันธ์ บัณฑิตศศิกุล	Smile Coffee	เชียงราย
5.	คุณกิตติ อีรนพไพบูลย์	ร้านกิตติภัณฑ์	เชียงใหม่
6.	นายณชดล เกาไสยานนท์	ร้านโซคคอมทรัพย์	เชียงใหม่
7.	นายภูมิเกียรติ คูริยกุล	หจก. กุวงหลี	น่าน
8.	นายภูมิกฤษ คูริยกุล	คอยถึน่าน รีสอร์ท	น่าน
9.	นางสาวไพรวรรณ วงศ์ใหญ่	กะละแมโบราณ	พะเยา
10.	นางสาวอชิรา ปัญญาฟู	กล้วยหอมทองยัดเยียด	พะเยา
11.	นายเอกชัย อภิตติกร	ร้านวนิดาหวานไทย	แพร่
12.	นางจิราพร วงศ์เหล่า	ร้านประดิษฐ์หม้อฮ่อม	แพร่
13.	นายบัณฑิต นิลอุดมศักดิ์	กาดคำปลาซ่า	แม่ฮ่องสอน
14.	นายจีรัง คำนวนตา	โรงแรมพานอรามา	แม่ฮ่องสอน
15.	นายปิยวัฒน์ สีนคำอ้าย	สถานตรวจสภาพรถ (ตรอ.)	ลำปาง
16.	นางสาวก้องใจ ศรีไชยานุพันธ์	ศูนย์ชัชการช่าง	ลำปาง
17.	นายพิเชษฐ บุญทอง	Shop at Home by Chet	ลำพูน
18.	นางอุพิน ญานะพันธ์	ลำพูนเฮือนฝ้าย	ลำพูน
19.	นางสาวปรีณัตย์ เจโตวิมุตพงศ์	ร้านกบดอกไม้สด – แห่ง	อุตรดิตถ์
20.	นางประนอม ใจใหญ่	สวนใจใหญ่	อุตรดิตถ์

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มที่ 1 ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัด
ลำพูน จังหวัดแม่ฮ่องสอน และผู้จัดการศูนย์ให้บริการ SMEs จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มที่ 1

คำถาม/คำตอบ (ปัจจัยทางการเงิน)

ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการคิดว่าปัจจัยทางการเงินมีความสำคัญต่อความสำเร็จของ
กิจการหรือไม่ และมีองค์ประกอบด้านใดบ้าง

ร้านกิตติภัณฑ์
(เชียงใหม่)

“ผมคิดว่า มีความสำคัญครับ เพราะแหล่งเงินทุนสำคัญกับธุรกิจเป็นอย่างมาก หากธุรกิจนั้นไม่มีเงินทุนที่จะประกอบธุรกิจ ธุรกิจนั้นก็เลยไม่สามารถ
ดำเนินการต่อไป เช่นหากเราจะเปิดธุรกิจแล้วไม่มีเงินทุนสำหรับใช้ลงทุนใน
ธุรกิจ ธุรกิจของเราก็ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงานจะทำให้ธุรกิจ
คล่องขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีเงินที่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจนั้นดำเนินต่อไปได้
อย่างสะดวกและไม่ติดขัดปัญหาทางการเงิน

และถ้าธุรกิจมีการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้หรือ
ระบบบัญชี จะส่งผลให้ธุรกิจนั้นมีรายละเอียดต่างๆ ในการใช้จ่าย ซึ่งสามารถทำ
ให้ธุรกิจนั้นรู้ว่าต้องทำอะไรต่อไปหรือต้องแก้ไขตรงจุดไหนในเรื่องของการ
การเงินต่อไป

ควรจะมีการวางแผนระยะสั้นและระยะยาว เป็นสิ่งสำคัญเพื่อที่เราจะได้
กำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายว่าเราจะทำอะไรหรือต้องการอะไรในธุรกิจที่
เราทำ หากเราไม่มีการวางแผนธุรกิจนั้นก็เลยไม่มีจุดประสงค์ว่าจะทำไปเพื่ออะไร
หากมีการวางแผนที่ดีแล้วอาจจะทำให้ธุรกิจนั้นมีการเจริญเติบโตและพัฒนาขึ้น

ถ้าหากรายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องก็จะส่งผลดีต่อธุรกิจ
เนื่องจากการที่รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นจะสามารถบอกถึงความสำเร็จของธุรกิจ
ได้”

ร้าน โชคคอมทรีพีย์
(เชียงใหม่)

“ผมเห็นด้วยเป็นอย่างมากครับ เพราะว่าเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำมาใช้ในการผลิต จ้างงานและการดำเนินงานต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจเราจึงจำเป็นต้องเข้าถึงสถาบันการเงิน เช่น ธุรกิจได้กู้เงินจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจได้รับการสนับสนุนทางการเงิน มีเงินทุนสำรองจากแหล่งอื่นๆ ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน เช่น ญาติพี่น้อง คู่ค้า

ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องมีระบบบัญชีที่ถูกต้อง มีวินัยทางการเงินที่น่าเชื่อถือ จัดทำแผนธุรกิจที่จะทำให้ธนาคารสามารถเข้ามาวิเคราะห์ได้ เพื่อสร้างความโปร่งใสให้กับข้อมูลหรือการเงิน

ผู้ประกอบการธุรกิจควรมีทางเลือกเพื่อสนับสนุนกระบวนการในการตัดสินใจล่วงหน้าเกี่ยวกับการเงิน ปริมาณและเวลาของเงินทุน แหล่งของเงินทุน การจัดสรรเงินทุนและผู้รับผิดชอบประกอบการจัดการความเสี่ยงต่างๆ ด้านการเงิน

ทั้งนี้เพราะธุรกิจมีการเจริญเติบโตอย่างมั่นคง ทำให้ธุรกิจมีรายได้เข้ามาอย่างต่อเนื่อง”

Shop at Home by Chet
(ลำพูน)

“ผมคิดว่าสำคัญครับ หากธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากภาครัฐหรือภาคเอกชนได้มีโอกาสนำเงินไปลงทุนต่อยอดกิจการมีเงินลงทุนจะทำให้ธุรกิจเติบโตและขยายตัวมากยิ่งขึ้น

จะทำให้ธุรกิจมีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ ทำให้กิจการมีความคล่องตัวไม่เกิดผลกระทบกับกิจการ ธุรกิจไม่หยุดชะงัก เมื่อธุรกิจมีปัญหสามารถใช้เงินทุนหมุนเวียน หรือเงินสำรองของกิจการได้

เมื่อธุรกิจทำการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ หรือทำบัญชี รายรับ-รายจ่ายจะทำให้กิจการง่ายต่อการตรวจสอบ ว่ากิจการมีรายได้หรือค่าใช้จ่ายมากกว่ากัน ทำให้เจ้าของกิจการสามารถวางแผนการใช้จ่ายเงินในอนาคตได้ และเมื่อเจ้าของกิจการต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ก็จะทำให้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น

และถ้ากิจการมีการวางแผนการเงินระยะสั้นจะทำให้เจ้าของกิจการรู้ว่า จะนำเงินไปซื้ออะไร ซื้อวัตถุดิบเท่าไร เงินเพียงพอต่อการหมุนเวียนในธุรกิจมากน้อยเพียงใด การวางแผนการเงินระยะยาวจะทำให้เจ้าของกิจการวางแผนว่า

ในอนาคตเมื่อกิจการเติบโตจะขยายกิจการต้องมีเงินทุนสำหรับการขยายกิจการ หรือเปิดสาขาใหม่ประมาณเท่าไรหรือถึงจะเพียงพอ

“ถ้าหากกิจการมีผลกำไรมากยิ่งขึ้น เจ้าของกิจการต้องวางแผนขยายกิจการ หรือเปิดสาขาใหม่เพื่อให้สินค้าเพียงพอต่อผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น”

ลำพูนเอือนฝ้าย
(ลำพูน)

“ดิฉันคิดว่า การทำให้ผู้ประกอบการมีช่องทางในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ หลากหลาย ปัจจุบันข้อจำกัดในการเข้าถึงเงินทุนของภาคธุรกิจ (SMEs) และภาค คริวเรือนเป็นส่วนหนึ่งของปัญหาด้านการเงินที่สำคัญ ซึ่งเป็นผลจากความไม่ พร้อมในการกู้ยืมรวมถึง คริวเรือนที่มีรายได้ไม่สม่ำเสมอหรือมีรายได้น้อยไม่ สามารถเพิ่มกำไรลงทุน ซึ่งข้อจำกัดนี้จะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจของ ประเทศในระดับที่ต่ำกว่าศักยภาพที่แท้จริง แต่ถ้าผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง แหล่งเงินทุนก็จะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและอาจเปลี่ยนจาก ธุรกิจขนาดเล็กเป็นขนาดใหญ่ได้”

การมีเงินทุนสำรององค์การธุรกิจจะนำมาใช้ในการซื้อวัตถุดิบ ซื้อสินค้า จ่ายค่าแรงงาน จ่ายค่าเบี้ยประกันภัยจ่ายค่าขนส่ง จ่ายค่าโฆษณา จ่ายค่า สาธารณูปโภค ทำให้มีการหมุนเงินในระบบทำให้มีการเคลื่อนไหวของเงิน ตลอดเวลา เวลาเขียนบัญชีทำให้มีความน่าเชื่อถือในการกู้ยืมเงินจากแหล่งกู้ยืม ทำให้เราสามารถรับรู้ว่ามีเงินที่เราลงทุนไปนั้นถูกต้องตามที่ระบุไว้ หรือไม่ ทำให้มีความโปร่งใสในองค์กร ทำให้มีความน่าเชื่อถือในการกู้ยืมเงิน จากแหล่งเงินทุน

และการวางแผนระยะยาวทำให้ธุรกิจมีแนวทางในการตั้งเป้าหมายใน อนาคตทำให้มีแรงจูงใจในการทำงานในธุรกิจ แต่ถ้าเราวางแผนเฉพาะระยะยาว เพียงอย่างเดียวแล้ว เราอาจจะเกิดอาการท้อขึ้นมาได้ เนื่องจากว่าระยะเวลาที่นาน เกินไป และไม่บรรลุเป้าหมายสักที ดังนั้น การตั้งเป้าหมายระยะสั้น เป็นเหมือน การให้รางวัลชิ้นเล็กๆ แก่ตัวเราเพื่อให้เรามีกำลังใจที่จะทำตามแผนต่อไป ตัวอย่างเป้าหมายระยะสั้น ก็อย่างเช่น การไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ทั้งใน และต่างประเทศ การเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือเครื่องใหม่ แม้กระทั่งการเปลี่ยน เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้านใหม่ เป็นต้น เมื่อเราทำทุกข้อที่กล่าวมาข้างต้นก็จะทำให้ ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือและสามารถทำให้สำเร็จเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว ได้”

โรงแรมพานอรมา
(แม่ฮ่องสอน)

สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เห็นด้วย การเข้าถึงแหล่งเงินทุนนั้น ทำให้เราสะดวกและรวดเร็ว ไม่ต้องรอเงินเก็บตัวเอง สามารถกู้ยืมได้ และเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของเราอีกด้วย

ธุรกิจของเรานั้นควรจะมีเงินทุนหมุนเวียน เพราะทำให้เราไม่ต้องกังวลเรื่องค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่างๆ ถ้าเรามีเงินทุนแล้วนั้นเราก็จะไม่มี ความจำเป็นไปกู้ยืมเงินจากแหล่งอื่นๆ

ผมเห็นด้วยครับ เพราะอาจทำให้ตรวจสอบที่มาที่ไปของประวัติการใช้เงิน และสามารถตรวจสอบได้ง่ายขึ้นและรวดเร็ว

ผมเห็นด้วยครับ เพราะการวางแผน ทำให้เรามีการจัดการบริหารกิจการของเราได้ทั้งระยะสั้น และ ระยะยาว ทำให้กิจการของเรามีโอกาสที่จะล้มเหลวน้อย ถ้าเรามีการวางแผนเป็นอย่างดี

ผมเห็นด้วยครับ เพราะรายได้ที่เราได้รับต่อเนื่องย่อมส่งผลดีต่อตัวเรา และ กิจการของเรา สามารถขยายสาขาได้มากขึ้น

ภาคคำพลาซ่า
(แม่ฮ่องสอน)

“ผมคิดว่าครับ การจัดสรรเงินกองทุนพัฒนา SME ตามแนวพระราชรัฐ เพื่อที่จะทำให้ประเทศไทย ของเรานั้นมีการพัฒนาเศรษฐกิจให้ขับเคลื่อนไปได้ ทำให้กลุ่ม SME นั้นมีการเข้าหาแหล่งเงินลงทุนในการสร้างอาชีพ สร้างหลักแหล่งเพื่อที่จะพัฒนาตนเองในการมีแรงขับเคลื่อนในการนำไปสู่การค้าขายระหว่างประเทศมากขึ้น

เมื่อเรามีการก่อตั้งธุรกิจแล้วนั้นเราจะต้องมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินลงทุนสำรองในการดำเนินงาน เพราะเงินทุนหมุนเวียน นั้นเป็นสิ่งจำเป็นในการในการชำระค่าสินค้า/วัตถุดิบหรือชำระหนี้สินเจ้าหนี้การค้า และจ่ายค่าใช้จ่ายดำเนินงานต่างๆ เมื่อเรามีเงินทุนในส่วนของเราแล้วนั้นก็จะไม่มีความจำเป็นในการกู้ยืมเงินจากแหล่งอื่นๆ เช่น เจ้าหนี้นอกระบบ สถาบันการเงิน ธนาคาร เป็นต้น

เพราะการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบนั้นก็เป็นการทำบัญชี เมื่อเราใช้จ่ายอย่างเป็นระบบแล้วเราจะสามารถรับรู้ประวัติในการใช้จ่ายได้เมื่อเรามีปัญหา ก็สามารถรับรู้ย้อนหลังได้ แล้วจะมีประโยชน์อีกหลายๆอย่างเช่น เป็นเครื่องมือการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินสามารถตรวจสอบในการทำธุรกิจเราได้และจะทำให้เรากู้ยืมได้ง่ายขึ้น สามารถไปเสียภาษีอากรในการทำธุรกิจได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

การที่เราเริ่มต้นธุรกิจแล้วนั้นจะต้องมีการวางแผนธุรกิจเพราะที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่เราสามารถตั้งไว้ให้ลุล่วง เมื่อเราไม่มีแผนธุรกิจของเราเราก็จะไม่มีวัตถุประสงค์และวิธีการที่ชัดเจน ทั้งระยะที่เรากำหนดไว้สั้น และที่เรากำหนดไว้ในความสำเร็จระยะยาว

รายได้กิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอยู่ที่ในการวางแผนอย่างเป็นระบบหรือไม่การใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพหรือแหล่งการค้าขายที่ทำเล และสินค้าที่เป็นน่าสนใจ”



กลุ่มที่ 1

ผู้วิจัย

คำถาม / คำตอบ (ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์)

ผู้ประกอบการคิดว่าปัจจัยทางด้านกลยุทธ์มีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการหรือไม่ และมีองค์ประกอบด้านใดบ้าง

ร้านกิตติภัณฑ์
(เชียงใหม่)

“ผมคิดว่า การเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก หากเราทำธุรกิจอะไรก็ต้องดูพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าผู้บริโภคต้องการแบบไหน หากเราไม่เปลี่ยนตามความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจก็จะหยุดอยู่ตรงนั้น ไม่มีการพัฒนาและไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เช่น ธุรกิจขายเสื้อผ้าลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการเสื้อผ้าที่ใส่สบายไม่อึดอัด แต่ถ้าเรายังนำสินค้าเสื้อผ้าที่หนาและเวลาใส่แล้วเกิดความอึดอัดลูกค้าก็จะไม่ซื้อสินค้า ทำให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินต่อไปได้

การที่มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามสถานการณ์ต่างๆ จะทำให้ธุรกิจนั้นดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น ไม่ติดขัด เนื่องจากได้ปรับเปลี่ยนตามความสนใจของลูกค้า เพราะลูกค้าคือสิ่งสำคัญที่จะกำหนดยอดขายและการพัฒนาของธุรกิจได้

หากเราทำให้ลูกค้าหรือคนที่รู้จักสินค้าของเรานั้น นำไปพูดต่อในทางที่ดีของภาพลักษณ์ของสินค้า อาจจะสามาถดึงดูดใจคนอื่น ๆ นั้นอยากบริโภคสินค้าของเราเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

การพัฒนาสินค้าหรือสร้างคุณภาพสินค้าที่ดีและเหนือคู่แข่งอยู่ตลอดเวลาจะทำให้สินค้าของเรานั้น เป็นที่ไว้วางใจของผู้บริโภคสินค้าอยู่ตลอด และผู้บริโภคจะไม่ไปบริโภคสินค้าอื่นๆ ถ้าหากสินค้าของเรามีการพัฒนาคุณภาพตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา

หากธุรกิจนั้นสามารถที่จะแก้ไขและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ทันตามความต้องการความสนใจของลูกค้า และแก้ไขปัญหาการดำเนินงานได้อย่างตรงจุดเนื่องจากเรามีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำ”

ร้านโชคมอทรัพย์
(เชียงใหม่)

“ผมคิดว่าสำคัญครับ ทั้งนี้เพราะการดำเนินธุรกิจควรมีการปรับเปลี่ยน กลยุทธ์ทางการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลอดเวลา เช่น เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่หลากหลาย สามารถกระจายสินค้าเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

ทั้งนี้ธุรกิจได้กำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทั้งด้านการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายด้านเงินทุนและทรัพยากรเพื่อรองรับกับสถานการณ์ต่างได้อย่างใกล้ชิดและไม่มีความผิดพลาดในการทำงาน

การสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้าให้โดดเด่นมีความแตกต่าง เป็นการสร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อต่อสินค้าและบริการ

การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการที่แปลกใหม่เพื่อเพิ่มช่องทางเลือกให้กับกลุ่มลูกค้าหรือมีการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ

และควรมีการคิดสรรผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเนื้อหาแปลกใหม่ที่ได้รับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ สินค้าอาจมีมาตรฐานด้านเนื้อหาเท่าเทียมกันแต่วัสดุอาจจะแตกต่างกันตามคุณภาพของราคาจึงจำเป็นต้องมีการวัดผลการดำเนินอยู่เป็นประจำ”

Shop at Home by Chet
(ลำพูน)

“ผมคิดว่า การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของกิจการหรือการตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์จะทำให้กิจการมีความแปลกใหม่ น่าสนใจมากยิ่งขึ้น และสินค้าจะดูโดดเด่นกว่าคู่แข่ง แต่ถ้ามกิจการเปลี่ยนรูปแบบบ่อยเกินไปจะทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนได้

การที่ธุรกิจมีกลยุทธ์หลักและกลยุทธ์รองที่สามารถยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของกิจการขึ้นอยู่กับสถานการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

การสร้างจุดเด่นให้กับร้านทำให้ร้านดูโดดเด่นแปลกตาน่าสนใจ มากกว่าคู่แข่ง หรือการแนะนำสินค้าว่าคืออะไร เช่น

การแนะนำถ้วยเตี๋ยของร้าน ว่ามีรสชาติอร่อย คุณภาพดี ราคาเป็น
กันเอง

การพัฒนาธุรกิจให้มีสินค้าหรือบริการที่แปลกใหม่ กว่าคู่แข่ง
แข่งขัน ใช้สินค้าที่มีคุณภาพดี หรือมีการบริการลูกค้าอย่างเต็มใจ
ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความจริงใจและกลับมาซื้อสินค้าอีก

การวัดผลการดำเนินงานจะทำให้กิจการรู้ถึงปัญหาและ
สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกวิธีและทราบว่ากลยุทธ์ที่ใช้อยู่
ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไรให้เหมาะกับกิจการมากที่สุด”

ลำพูนเอือนฝ้าย
(ลำพูน)

“ฉันคิดว่า การที่ธุรกิจมีการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการ
ของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ และทำให้สินค้าของเราไม่ ล้า
หลังจนเกินไป

ทำให้ภาพลักษณ์/บริการให้โดดเด่นดึงดูดจะทำให้เป็นที่น่า
จดจำของผู้บริโภคเป็นการสร้างจุดแข็งให้แก่ธุรกิจเราเพื่อสามารถ
แข่งขันกับคู่แข่งได้ในอนาคต

ทำให้เราได้รู้จุดที่ต้องแก้ไขปรับปรุงในธุรกิจอย่างตรงจุด
ได้รวดเร็วและแม่นยำที่สุดเพื่อไม่ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจใน
การใช้บริการเนื่องจากข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น

พัฒนาออกแบบเสื้อผ้าให้มีรายละเอียดที่โดดเด่นต่างจาก
ร้านคนอื่น และยังคงเอกลักษณ์เฉพาะร้านไว้ นำผ้าที่มีคุณภาพที่มี
มาตรฐานมาใช้ในการผลิต มีรูปแบบเสื้อผ้าให้เลือกหลากหลาย
สไตล์

ทางร้านมีการตรวจสอบคุณภาพผ้าอย่างเป็นประจำ
ทุกเดือน สีที่นำมาใช้ก็เป็นธรรมชาติไม่เป็นอันตรายต่อผิวหนัง
สีที่นำมาใช้ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม และยังสามารถดูแล
รักษาได้ง่าย”

โรงแรมพานอรมา
(แม่ฮ่องสอน)

“ผมคิดว่า การทำธุรกิจมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ เพื่อสร้างความสนใจให้ลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เพราะความชอบของแต่ละคนไม่เหมือนกัน เราจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนสินค้าหรือบริการให้แตกต่างและแปลกใหม่ เพื่อให้ลูกค้าสนใจ เช่น การปรับเปลี่ยนราคาตามเทศกาลต่างๆ การจัดกิจกรรมให้กับลูกค้า การมีโปรโมชั่นต่าง ๆ

และการที่ธุรกิจกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อไว้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์สนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา จะทำให้กิจการของเรานั้นมั่นคงยาวนาน และ มีการสำรองไว้เพื่อรองรับสถานการณ์ต่อในอนาคต

ธุรกิจควรสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เพราะภาพลักษณ์ของสินค้านั้น เป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ ดังนั้นเราจึงต้องมีการโฆษณาหรือการทำให้ลูกค้ามีความสนใจที่จะใช้บริการหรือสินค้าของเรา อยู่ตลอดเวลา

ควรมีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนืออยู่คู่แข่งสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สินค้าของเราไม่ห้ำหั่น และ สามารถสู้กับคู่แข่งได้

และสุดท้ายควรมีการวัดผลการดำเนินงานเป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันที่ และธุรกิจควรให้ความสำคัญในการรับฟังคำติชมของลูกค้า เพื่อแก้ไขหรือปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้ดีขึ้น”

กาดคำพลาซ่า
(แม่ฮ่องสอน)

“ผมคิดว่า การที่ธุรกิจมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจตลอดจะสามารถทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้

เมื่อเรามีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนแล้ว ควรมียุทธศาสตร์ที่สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ ภายนอกที่เราไม่สามารถ กำหนดได้ การที่เรามีกลยุทธ์รองรับนั้นก็เหมือนกับการที่เรามีกลยุทธ์ที่สามารถแก้ไขปัญหาในอนาคตได้ จะทำให้เราไม่เสียโอกาสในการสร้างรายได้และความสนใจของลูกค้าที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าจะทำให้เรามีความน่าเชื่อถือ ในการทำให้ผู้บริโภคนั้นอยากลองสินค้าของเราและทำให้สินค้านั้นมีมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้นจะทำให้สินค้านั้นจะดูหรูหราและเป็นแบรนด์เนมที่มีราคามากยิ่งขึ้นอีกทั้ง การบริการที่สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้นั้นทำได้โดยการ โฆษณา หรือการทำให้ลูกค้ามีความสนใจที่จะใช้บริการหรือสินค้าของเรา อยู่ตลอดเวลาเพื่อจะทำให้ลูกค้าสนใจในสินค้าและเพื่อให้ลูกค้าขึ้นอยู่กับเราไปได้นานที่สุด

เมื่อเรามีสินค้าแล้วเราควรพัฒนาให้สินค้านั้นมีมูลค่า ยิ่งขึ้นไปจะทำให้ลูกค้ามีความสนใจในการเลือกใช้สินค้าของเราเพราะสินค้านั้นมีคุณภาพ การบริการเหนือคู่แข่งเพื่อให้ลูกค้าของเราไม่เบี่ยงเบนไปใช้สินค้าของคู่แข่งได้จะทำให้เรานั้นเสียรายได้และลูกค้าไป

เมื่อเราทำธุรกิจนั้นจำเป็นต้องมีการนำผลการดำเนินงานเป็น ประจำเพื่อที่จะเอาผลการดำเนินงานนั้นไปปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไข ปัญหาที่มีข้อบกพร่องในการทำงาน เพื่อที่จะทำให้การทำงานนั้นมีการไหลลื่นและมีความถูกต้องมากที่สุดเพื่อที่จะได้ไม่มีปัญหาส่งผลกระทบต่อลูกค้าได้”

กลุ่มที่ 1

คำถาม / คำตอบ (ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย)

ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการคิดว่าปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการหรือไม่ และมีองค์ประกอบด้านใดบ้าง

ร้านกิตติภัณฑ์
(เชียงใหม่)

“ผมคิดว่า ถ้าภาครัฐช่วยเหลือธุรกิจในเรื่องการลงทุนจะเป็นเรื่องที่ดีมาก เนื่องจากการลงทุนทุกธุรกิจ ต้องใช้เงินลงทุนจะมากหรือน้อยก็แล้วแต่ธุรกิจ เพราะเงินลงทุนเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ

หากรัฐบาลสร้างกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น ก็อาจทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบตามไป จะส่งผลให้ยอดขายของธุรกิจนั้นลดลงและขาดรายได้ในการพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตขึ้นต่อไป

ผมคิดว่า สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลกระทบต่อธุรกิจมากพอสมควร เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองจะส่งผลต่อเศรษฐกิจด้วย ถ้าสถานการณ์ทางการเมืองดี มีความมั่นคง เศรษฐกิจของประเทศก็จะดีขึ้นด้วย

ในส่วนของผู้นำประเทศและการออกนโยบายนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจบางธุรกิจอย่างมาก เช่น หากมีนโยบายสนับสนุนการส่งออกหรือลดภาษีการส่งออกหรือนำเข้า ก็จะทำให้ธุรกิจนั้น เกิดการเจริญเติบโตและมียอดขายเพิ่มขึ้น”

ร้านโชคคอมทรีพีย์
(เชียงใหม่)

“ผมคิดว่า การช่วยเหลือจากภาครัฐในนโยบายการลงทุนหากธุรกิจได้รับการสนับสนุนและความช่วยเหลือทางการเงินจากภาครัฐ ผู้ประกอบจะได้นำมาปรับปรุงการดำเนินงานและเสริมสภาพคล่องในการต่อยอดธุรกิจ

ทั้งนี้กฎหมายข้อบังคับเพิ่มขึ้นยังทำให้ธุรกิจมีความกระตือรือร้น ได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีเพราะสินค้าเป็นสินค้าที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

หากมีสถานการณ์ด้านการเมืองเกิดขึ้นธุรกิจได้รับผลกระทบแน่นอน เพราะภาวะเศรษฐกิจของประเทศก็จะชะลอตัวลงตามไปด้วยซึ่งจะส่งโดยตรงต่อธุรกิจ

ทั้งนี้ผู้มีอิทธิพลมีส่วนส่งผลต่อธุรกิจอย่างมาก เช่น ขัดแย้งความคิดเห็นไม่ลงตัวทำให้เสียประโยชน์”

Shop at Home by
Chet
(ลำพูน)

“ผมคิดว่า การช่วยเหลือจากรัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน จะทำให้กิจการมีเงินหมุนเวียนและเงินลงทุนในกิจการมากขึ้น ธุรกิจSMEs จะขยายตัวมากขึ้น หากกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น จะทำให้กิจการลดความเสี่ยงในการถูกโจรกรรม จี้ชิงทรัพย์ การลดการซื้อเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์และบุหรี่จากเด็กที่อายุต่ำกว่า 18 ปี

สถานการณ์ด้านการเมืองมีผลกระทบต่อกิจการ เมื่อการเมืองไม่มั่นคง การลงทุนในธุรกิจก็จะมีความเสี่ยงสูง การลงทุนก็จะลดลง ทำให้เศรษฐกิจไม่มั่นคง

การออกนโยบายของผู้นำประเทศในทางด้านธุรกิจ SMEs มีการช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านต่างๆและพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น เช่น การช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนใน ธนาคารต่างๆ การทำตลาดประชารัฐ ให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น

ส่วนผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น อาจก่อให้เกิดการเอาเปรียบแก่ธุรกิจเล็กๆ ทำให้มีการเก็บค่าที่หรือภาษีสูงเกินไป หรืออาจถูกรุกค้ำหรือข่มขู่จากผู้มีอิทธิพลท้องถิ่นหากประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน”

ลำพูนเอือนฝ้าย
(ลำพูน)

“ดิฉันเห็นว่า การช่วยเหลือจากรัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน ก็มี การสนับสนุนมากมาย เช่น สินเชื่อประชารัฐ ของธนาคารออมสิน และ โครงการค้ำประกันสินเชื่อเพื่อรายย่อย โดย บสย. ทั้ง 2 นโยบายนี้เกี่ยวกับแหล่งเงินทุนทั้งสิ้น เพื่อให้ธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมมีแรงขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

การที่ภาครัฐ สร้างกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจขาดรายได้ หรือช่วงโอกาสที่ดีในการขายสินค้า เช่น มีการตั้งกฎงดขายสุราเวลา 11.00-14.00 กับ 17.00-24.00 น. ถึงงดขายไปคนก็แอบซื้ออยู่ดีเลยไม่เห็นด้วยที่จะมีข้อกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น

และสถานการณ์ทางการเมืองในบ้านเราปัจจุบันนี้ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมากเนื่องจาก การชะลอตัวของเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องใช้จ่ายอย่างประหยัด ทำให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจ

ผู้นำประเทศควรออกนโยบายที่ส่งเสริมธุรกิจให้เจริญเติบโต หรือช่วยเหลือทางด้านการส่งออก ช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้ธุรกิจเหล่านี้สามารถอยู่รอดได้ และเป็นการกระตุ้นการเศรษฐกิจให้กับประเทศไปในตัวด้วย”

โรงแรมพานอรามา
(แม่ฮ่องสอน)

“ผมคิดว่า การช่วยเหลือในเรื่องนโยบายการลงทุนจากทางภาครัฐ เป็นจะทำให้ธุรกิจมีการลงทุนหรือมีเงินหมุนเวียนมากขึ้น และทำให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างราบรื่น

หากภาครัฐเพิ่มกฎหมายข้อบังคับมากขึ้น ก็จะสามารถช่วยลดปัญหาที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายหรือก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจได้ เช่น การจำหน่ายแอลกอฮอล์ในเวลากลางคืน รวมไปถึงความปลอดภัยต่อสังคมและประชาชนด้วย

สถานการณ์ทางการเมืองมีผลกระทบเป็นอย่างมากในการประกอบธุรกิจ เพราะหากประเทศเรายังไม่มีความมั่นคงทางการเมือง ก็จะทำให้ต่างชาติเกิดความไม่มั่นใจและไม่กล้าเข้ามาลงทุน จะทำให้ไม่มีเงินทุนหมุนเวียนในประเทศมากเท่าที่ควร

ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย ควรออกนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ และนโยบายเหล่านั้นควรก่อให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย ไม่ใช่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้นควรให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และสนับสนุนกิจการของผู้ประกอบการ

ส่วนผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นไม่ค่อยมีผลกระทบกับธุรกิจ เพราะธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการดูแลและช่วยเหลือจากภาครัฐ และธุรกิจในพื้นที่ท้องถิ่นหรือต่างจังหวัดส่วนใหญ่ก็เป็นแค่ธุรกิจเล็กๆ จึงไม่ค่อยเป็นที่สนใจของผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น”

กาดคำพลาซ่า
(แม่ฮ่องสอน)

“หากมีการช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน ช่วยทำให้ประเทศไทยนั้นสามารถมีแรงขับเคลื่อนในการทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น การช่วยเหลือจากภาครัฐในการลงทุนนั้นทำให้ผู้ประกอบการนั้นมีความสนใจในการลงทุน ธุรกิจที่นโยบายรัฐบาลนั้นได้เสนอม่าจะทำให้ผู้ประกอบการนั้นมีมากขึ้นและกล้าลงทุนในความเสี่ยงที่น้อยลง

การที่มีกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้นนั้นจะช่วยทำให้ธุรกิจนั้นมีระเบียบแบบแผนและทำให้ธุรกิจนั้นมีความรอบคอบในการเปิดธุรกิจใหม่ยิ่งขึ้นจะทำให้ธุรกิจนั้นมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ทำให้นักลงทุนต่างประเทศนั้นอาจจะมาสนใจในการเปิดธุรกิจใหม่ในประเทศไทย เพราะกฎหมายที่เข้มแข็ง

สถานการณ์ด้านการเมืองนั้นเป็นสถานการณ์ภายนอกที่เราไม่สามารถกำหนดได้จะเป็นสถานการณ์ที่มีการส่งผลกระทบต่อกิจการไม่โดยตรงก็ทางอ้อม

ทิศทางใดทิศทางหนึ่งทั้งดีและไม่ดีจะทำให้กิจการนั้นส่งผลกระทบด้วยเช่นกัน เช่นสถานการณ์ด้านการเมืองที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นสถานการณ์ที่ทำให้เศรษฐกิจในบ้านเมืองของเรานั้นเคลื่อนตัวช้าหรือติดลบในด้านกำไรของประเทศจะทำให้กิจการนั้นอาจขายไม่ได้ขายไม่ดีแบบแต่ก่อนขายได้น้อยลงเพราะด้านการเมืองจะทำให้ลูกค้านั้นโดนผลกระทบและลูกค้าจะไม่ซื้อสินค้าของเรา หรือซื้อน้อยลง

ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่นนั้นจะเป็นปัจจัยที่เป็นภายนอกขึ้นอยู่กับอิทธิพลที่ดีหรือแย่ของผู้นำจะมีผลกระทบต่อกิจการเพียงเล็กน้อยถึงปานกลางด้านการลงทุนนั้นจะอยู่ที่ผู้ลงทุนนั้นมีความสนใจที่จะลงทุนในพื้นที่ที่มีผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นหรือไม่”

ผู้จัดการศูนย์บริการ
SMEs เชียงใหม่

“ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนเรื่องแหล่งเงินทุนอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นของรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมไปถึงธนาคารของภาครัฐ เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) ส่วนธนาคารภาคเอกชน ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารทหารไทย”

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่าปัจจัยด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. ปัจจัยทางการเงิน
2. ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์
3. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย

ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่ารายละเอียดด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้
2. การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน
3. การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้
4. มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้น และระยะยาว
5. รายได้ของกิจการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยทางการกลยุทธที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่ารายละเอียดด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธไปตามสถานการณ์ต่างๆ
2. มีกลยุทธหลักที่ชัดเจน และกลยุทธรองที่ยืดหยุ่น เพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์
3. สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่น สร้างความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา
4. มีการพัฒนา หรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง
5. มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธแก้ไข ปัญหาได้ทันท่วงที

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่ารายละเอียดด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน
2. กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค
3. สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ
4. ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย
5. ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับปัจจัยทางการเงินที่มีความสำคัญสูงสุด พิจารณาเป็นรายด้าน อันดับที่ 1 ได้แก่ สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 7 ท่าน รองลงมา ได้แก่ การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน และการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้ มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ผู้ประกอบการเห็นด้วย 6 ท่าน และอันดับสุดท้าย ได้แก่ รายได้ของกิจการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการเห็นด้วย 5 ท่าน

ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ที่มีความสำคัญรองลงมา พิจารณาเป็นรายด้าน อันดับที่ 1 ได้แก่ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 7 ท่าน ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 7 ท่าน รองลงมา ได้แก่ มีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง และมีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันท่วงที ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 6 ท่าน

ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับปัจจัยทางด้านการเมืองและกฎหมายที่มีความสำคัญอันดับสาม พิจารณาเป็นรายด้าน อันดับที่ 1 การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน ได้แก่ ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 7 ท่าน รองลงมา ได้แก่ กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค และสถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 6 ท่าน และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 5 ท่าน

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัด
ลำปางจังหวัดพะเยา และหัวหน้าสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย

กลุ่มที่ 2	คำถาม/คำตอบ (ปัจจัยทางการเงิน)
ผู้วิจัย	ผู้ประกอบการคิดว่าปัจจัยทางด้านเงินมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการหรือไม่ และมีองค์ประกอบด้านใดบ้าง
Fiber Lotus (เชียงราย)	<p>“ผมว่า การที่ธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้นั้นเป็นเรื่องดี เพราะถ้ามีเงินทุนสนับสนุน ก็จะทำให้กิจการเกิดการขยาย และเจริญเติบโตจาก 1 สาขาเพิ่มเป็นหลายสาขาได้ในที่นี้แหล่งเงินทุนสนับสนุน อาจจะได้มาจากทางภาครัฐ หรือ จากการกู้ธนาคาร</p> <p>การมีเงินทุนหมุนเวียนในร้านค้านั้นเป็นสิ่งที่น่ายินดี เพราะเมื่อหากไม่มีเงินทุนหมุนเวียน อาจจะทำให้ทางร้านได้รับความเสี่ยงหลายๆ ด้าน ซึ่งอาจเกิดผลเสีย แต่ถ้าหากมีเงินทุนหมุนเวียนในร้านก็จะทำให้เกิดสภาพคล่องตัวในการทำธุรกิจนี้ได้</p> <p>การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบหรือเรียกง่ายๆ ว่า การทำบัญชีของร้านนั้นถ้าหากทางร้านทำบัญชีได้ ก็จะได้ดี เพราะว่าการทำบัญชีรายรับรายจ่ายของร้านถ้าหากร้านได้มีการทำบัญชีรายรับรายจ่ายและสามารถตรวจสอบที่มาที่ไปของยอดเงินได้ จะทำให้การกู้เงินสนับสนุนจากทางธนาคารง่ายยิ่งขึ้น</p> <p>การวางแผนก่อนจะทำธุรกิจนั้นเป็นเรื่องที่ดี ไม่ว่าจะป็นระยะสั้นหรือระยะยาว และหากทางร้านวางแผนและได้กำไรตามเป้าหมายในแผนที่วางไว้ ก็ถือว่าร้านได้ประสบความสำเร็จไปขั้นหนึ่งแล้ว</p> <p>รายได้เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ก็เป็นเรื่องที่ดีสำหรับกิจการของเรา เพราะยิ่งรายได้เพิ่มขึ้น กิจการก็ยิ่งเจริญเติบโตมากขึ้น โอกาสที่จะประสบความสำเร็จตามแผนที่ตั้งกล่าวไว้ ก็จะมีมากขึ้น และเมื่อรายได้เพิ่มการขยายกิจการก็จะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย”</p>

Smile Coffee
(เชียงราย)

“ผมมีข้อมูลด้านสินเชื่อโครงการแม่ค้าคนดี จาก SMEs Bank เป็นอีกแหล่งสินเชื่อเพื่อโอกาสของพ่อค้าแม่ค้าที่จะสามารถกู้ยืมเงินเพื่อมาใช้หมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจได้ง่ายขึ้น โดยทางธนาคารได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ที่ผู้ประกอบการค้าปลีก ค้าส่ง ซึ่งธุรกิจที่เราได้เลือกมานั้น ก็ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของรัฐบาลในกลยุทธ์แหล่งข้อมูลนี้ จึงทำให้เป็นผลดีต่อธุรกิจ

ถ้าเรามีเงินทุนสำรองหรือเงินเก็บอยู่แล้ว ก็จะสามารถทำให้กิจการเราดำเนินการไปในทางที่เจริญเติบโตขึ้น และยังทำการค้าส่งหรือปลีก เพื่อส่งออกไปในที่ต่างๆ ได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย เงินทุกหมุนเวียนจึงเป็นผลดีต่อธุรกิจของเรา

การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ เป็นข้อมูลที่มีประสิทธิภาพในการวางแผนหลายๆด้าน ทั้งการเงินการตลาดและการตัดสินใจขยายการลงทุนในอนาคต นอกจากนี้ยังใช้ในการวิเคราะห์จุดอ่อน-จุดแข็งของธุรกิจ ในการกำหนดวิธีการต่างๆ เพื่อให้กิจการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

หากธุรกิจมีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จะทำให้ธุรกิจสามารถวางแผนการเงินในอนาคตและปัจจุบันว่า ควรทำการค้าหรือการลงทุนในธุรกิจด้วยจำนวนเงินเท่าไร เพื่อป้องกันการเกิดการขาดทุนในธุรกิจ สามารถทำการแก้ไขปัญหาหรือการใช้เงินได้อย่างเป็นระบบระเบียบ

ถ้าธุรกิจมีรายได้ จะทำให้ธุรกิจมีการเจริญก้าวหน้าและเติบโตขึ้นอย่างแน่นอน เพราะเราคาดคะเนจากความเป็นไปได้ และเรายังมีการตรวจสอบหรือทำรายรับ-รายจ่าย จึงเป็นไปได้ว่าเราก็สามารถที่จะทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ”

สถานตรวจสภาพรถ
(ตรอ)
(ลำปาง)

“ผมคิดว่า ในการทำธุรกิจถ้าเราสามารถยื่นคำขอู้ภาครัฐและภาคเอกชนได้ เช่น ธนาคารออมสิน ธกส. กสิกรไทย TMB ไทยพาณิชย์ ทำให้ธุรกิจมีการขยายกิจการและต่อยอดธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในอีกด้านหนึ่ง

ถ้ากิจการมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองไว้ จะได้สต็อกสินค้าไว้ในช่วงเทศกาลต่างๆ จะทำให้สินค้าไม่ขาดมือ เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และลดค่าเสียโอกาสในทางนี้ได้

ในการทำบัญชีรายรับรายจ่ายทุกวันทำให้ทราบถึงรายจ่ายและรายได้ประจำวันของเราทำให้การแบ่งเงินไปใช้จ่ายในส่วนต่างๆ ได้อย่างมี

ประสิทธิภาพและเวลาไปจ่ายภาษีประจำปีสะดวกมากขึ้นสามารถตรวจสอบรายรับรายจ่ายย้อนหลังได้ง่าย หรือใช้เป็นเครดิตในการยื่นกู้เงิน

ในการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทำให้เราเห็นเป้าหมายได้ชัดเจนในการใช้เงิน เช่น อีกหนึ่งปีข้างหน้าจะเพิ่มและเปลี่ยนอุปกรณ์ในการดำเนินงานในกิจการ เราจะสามารถคาดจำนวนเงินได้ว่าต้องใช้เงินเท่าไร ทำให้เราจะได้เก็บเงินส่วนหนึ่งจากกำไรไว้อย่างถูกต้อง

และถ้ารายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจะเป็นผลดีต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก แสดงว่ากิจการของเราสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้”

ผู้ย่นต์ชัยการช่าง
(ลำปาง)

“ดิฉันคิดว่า การทำให้ผู้ประกอบการมีช่องทางในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้หลากหลาย ถ้าผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายก็จะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและอาจเปลี่ยนจากธุรกิจขนาดเล็กเป็นขนาดกลางได้

การมีเงินทุนสำรองสำหรับกิจการ ทุกกิจการควรมีเงินทุนสำรองไว้ เพราะสถานการณ์เศรษฐกิจบ้านเราไม่แน่นอน ปัจจุบันนี้ชะลอตัวมาก ค่าขายไม่คล่องตัวเหมือนเมื่อก่อน ประชาชนก็ใช้จ่ายประหยัดมากขึ้น ถ้ากิจการมีเงินสำรองไม่มากพอก็อาจทำให้กิจการชะงัก

กิจการควรทำบัญชีรายวันที่จะนำมาสรุปสิ้นเดือน เป็นการป้องกันและสามารถตรวจสอบรายรับ-รายจ่ายย้อนหลังได้

กิจการควรมีการวางแผนการเงินระยะสั้นและระยะยาวไว้เสมอ เพื่อให้กิจการมีเงินหมุนเวียนได้สะดวกยิ่งขึ้น

กรณีรายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก็ส่งผลต่อกิจการในเชิงบวก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดแรงงานในพื้นที่ การเสียภาษีให้กับภาครัฐ ในส่วนที่เกี่ยวข้อง”

กล้วยหอมทองยัดเยียด

(พะเยา)

“ดิฉันว่า การขอกู้หรือสับสนุนจาก “ธนาคารพาณิชย์” ที่ขณะนี้แต่ละธนาคารก็ต้องการระบายเงินฝากที่มีมากผ่านรูปแบบการปล่อยสินเชื่อต่างๆ โดยสินเชื่อที่มีบทบาทค่อนข้างมากก็คือ สินเชื่อ SMEs อย่างไรก็ตาม สินเชื่อที่ปล่อยนั้น คือ เงินฝากของลูกค้า ดังนั้นธนาคารที่ปล่อยกู้ก็อาจจะปล่อยกู้ให้กับลูกค้าหรือคนที่คุ้นเคยกัน ส่วนคนที่ไม่รู้จักมักคุ้นกันก็อาจจะทำให้ขั้นตอนการอนุมัตินั้นมีความยุ่งยากหรือธนาคารใช้เวลาในการพิจารณา แต่ในกรณีที่มีการปล่อยกู้ของธนาคารข้อดีก็คือ ต้นทุนดอกเบี้ย หรือ อัตราดอกเบี้ยที่เสียก็อาจจะน้อยกว่าการพึ่งพาจากแหล่งเงินทุนอื่นๆ แต่ข้อเสียอาจไม่ได้หุ่นส่วนทางธุรกิจที่ดีได้

การมีเงินทุนสำรองในธุรกิจ ถือว่าดีเพราะจะทำให้ธุรกิจดำเนินการไปได้โดยดี หากด้านเงินทุนขัดข้องในการบริหารหรือเกินภาวะฉุกเฉินด้านการเงิน เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเกิดการขาดทุนธุรกิจสามารถนำเงินทุนสำรองมาใช้ในส่วนงานที่จำเป็นเพื่อไม่ให้ธุรกิจได้ขัดข้องหรือขาดตอน

เมื่อธุรกิจได้ทำระบบรายรับรายจ่ายหรือทำบัญชีทางการเงิน จะสามารถตรวจสอบที่มาที่ไปของเงินลงทุนและผลกำไรได้หรือเอาขึ้นกู้ขอสินเชื่อจะง่ายขึ้นเพราะทางผู้ปล่อยสินเชื่อสามารถตรวจสอบสถานะทางการเงินของเราได้อย่างถูกต้องและมีหลักการ ด้านการเสียวินัยก็จะทำได้ง่ายขึ้นเนื่องจากมีข้อมูลสถานะทางการเงินอย่างสมบูรณ์

เป็นเป็นการดีหากการวางแผนการลงทุนระยะสั้นและระยะยาวทำให้ธุรกิจเพิ่มผลกำไรได้มากขึ้นแต่หากการลงทุนระยะยาวอาจต้องวางแผนให้รัดกุมการคำนวณสภาพแวดล้อมภายนอก การเงิน เศรษฐกิจ การเมือง หรืออื่นๆ หากวางแผนได้ดีก็จะได้ผลกำไรด้านธุรกิจมากขึ้นหากวางแผนผิดพลาดอาจส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อธุรกิจได้

และถ้ารายได้ของธุรกิจจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจะทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น และทำให้เป็นที่รู้จักของลูกค้ามากขึ้น”

กะละแมโบราณ

(พะเยา)

“ดิฉันคิดว่า การจะทำธุรกิจหากเข้าถึงแหล่งลงทุนภาครัฐและเอกชน ได้มีโอกาสจะนำเงินไปต่อยอดกิจการเพื่อให้ธุรกิจของเรามีการขยายมากยิ่งขึ้นและการบริหารกระแสเงินสดการประมาณต้นทุน ของค่าตกแต่งสถานที่ ค่าอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ ค่าตกแต่งหน้าร้านและภายในร้าน

การมีเงินทุนสำรอง การสำรองเงินสดที่จะนำมาใช้หมุนเวียน และให้กิจการดำเนินไปด้วยความราบรื่นจำนวนเงินทุนที่ต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจในเวลาที่ยืดหยุ่นหรือต้องการสามารถนำเงินสำรองไว้ใช้จ่ายออกไปได้ก่อนนั่นเอง

การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ทราบว่าเงินของเราใช้จ่ายออกไปในส่วนไหนบ้าง และสามารถสรุปค่าใช้จ่ายช่วงสิ้นเดือนได้

การที่ธุรกิจมีวางแผนการเงินระยะสั้นค่าใช้จ่ายว่าเราต้องใช้ส่วนไหนไปบ้างและมีต้นทุนที่จะซื้อจ่ายมากพอสมควรก็จะมีเก็บเงินและการวางแผนระยะยาวเป็นการทำธุรกิจที่เติบโตขยายในกิจการมากยิ่งขึ้นและนำไปใช้จ่ายในอนาคตได้

การทำธุรกิจก็ต้องการมีกำไรที่สูง มียอดขายเพิ่มขึ้น และการทำธุรกิจต้องการต่อยอดให้บรรลุผลที่วางไว้ในกิจการเพื่อจะนำกำไรที่ได้ในแต่ละเดือนนำไปสร้างรายต่อยอดทำการลงทุนในกิจการธุรกิจต่อไปได้”



กลุ่มที่ 2

คำถาม / คำตอบ (ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์)

ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการคิดว่าปัจจัยทางด้านกลยุทธ์มีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการหรือไม่ และมีองค์ประกอบด้านใดบ้าง

Fiber Lotus
(เชิงบรรยาย)

“ผมคิดว่า หากทางร้านปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การขายตามความสนใจของลูกค้าตลอดก็อาจจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้เป็นอย่างมาก

ที่ทางร้านจะมีกลยุทธ์ทั้งหลักและรอง เพื่อการเพิ่มยอดขาย ซึ่งกลยุทธ์หลักต้องใช้ตลอด แต่กลยุทธ์รองเราอาจจะปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

การสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า/บริการของเราให้โดดเด่นกว่าคู่แข่ง และเป็นเอกลักษณ์จะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้

กรณีที่กิจการจะมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้า/บริการ โดยอาจจะพัฒนาตัวสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐานมากยิ่งขึ้น หรืออาจจะมีการพัฒนาการบริการให้เป็นเอกลักษณ์ของกิจการ หรือมีการบริการหลังการขายที่ดี อาจทำให้ลูกค้าประทับใจกับทางร้านเราและกลับมาใช้บริการอีก

หากทางร้านมีการวัดผลตลอด เพราะจะทำให้เกิดการปรับปรุงกลยุทธ์ในการขายมากขึ้น และทำให้รู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อร้านเราเป็นอย่างมากแน่นอน”

Smile Coffee
(เชิงบรรยาย)

“ผมคิดว่า สินค้าบางชนิดที่สามารถขายได้ทั้งปลีก/ค้าส่ง ไม่จำเป็นต้องทำตามความสนใจของลูกค้า เพราะลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความพอใจให้แก่ตนเองอยู่แล้ว ส่วนธุรกิจที่เป็นการบริการ ก็อาจจะต้องปรับให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ไม่ใช่ทั้งหมด

ทุกธุรกิจต้องมีกลยุทธ์ที่ชัดเจนเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และควรมีกลยุทธ์รองไว้ด้วยเพื่อยืดหยุ่นตามสถานการณ์ต่างๆ หรือช่วงเทศกาล

ธุรกิจควรเพิ่มแพ็คเกจที่น่าสนใจให้กับลูกค้า อาจจะดึงดูดด้วย
กลยุทธ์ที่น่าสนใจเหมาะกับสถานการณ์นั้นๆ เพื่อดึงลูกค้าเป้าหมายที่
สนใจในแพ็คเกจนี้ มีความสนใจในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น

กิจการควรมีการพัฒนาสินค้าหรือบริการบ้าง เพื่อสร้าง
ความแปลกใหม่ให้กับลูกค้าเดิม และเป็นการดึงดูดความสนใจให้กับ
ลูกค้ารายใหม่ด้วย”

สถานตรวจสภาพรถ
(ตรอ.)
(ลำปาง)

“ผมคิดว่า ลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงความต้องการอยู่ตลอดเวลา
ทั้งเรื่องระยะเวลา และความสะดวกในการบริการ ถ้าเราสามารถ
ปรับตัวได้ตามการเปลี่ยนแปลงนี้ก็จะสามารถเพิ่มรายได้และลดความ
เสี่ยงในการขาดทุนของธุรกิจได้

ในการปรับเปลี่ยนการบริการให้รวดเร็วยิ่งขึ้น มีห้องรับรอง
ลูกค้า มี wifi มีการบริการน้ำดื่ม

ภาพลักษณ์และความซื่อสัตย์ของกิจการเป็นเรื่องสำคัญอย่าง
มากที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการ ทำให้ลูกค้าเชื่อถือและเป็นลูกค้าที่ดีกับ
เราในการใช้บริการครั้งต่อไป

เห็นด้วยครับ การพัฒนาด้านบริการต้องทำอย่างต่อเนื่อง
เพื่อให้เกิดความทันสมัยตรงตามความต้องการของลูกค้า และตรงตาม
ความต้องการของกรมการขนส่งทางบก

เห็นด้วย การตรวจสอบวัดผลการดำเนินงานของกรมการ
ขนส่งทางบกที่ให้ศูนย์ตรวจสภาพรถต้องมีกล้องวงจรปิดพร้อมด้วย
ระบบออนไลน์ในการตรวจสภาพรถ เพื่อให้เป็นไปในมาตรฐาน
ตามที่กรมการขนส่งทางบกกำหนดไว้”

ศูนย์ราชการช่าง
(ลำปาง)

“ดิฉันคิดว่า ลูกค้ามีความต้องการในกรณีนำรถมาจัดซ่อม
ต้องการความรวดเร็ว มีการประเมินค่าใช้จ่ายก่อนจัดซ่อม และมีรถ
ทดแทนระหว่างซ่อม

ในการปรับเปลี่ยนการบริการให้สะดวกยิ่งขึ้น มีห้องรับรอง
ลูกค้า มีการบริการน้ำดื่ม สามารถตรวจสอบขั้นตอนจัดซ่อมผ่าน
ระบบไอที

ภาพลักษณ์และความซื่อสัตย์ของกิจการเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากเนื่องจากรถยนต์ที่ลูกค้านำมาจัดซ่อมส่วนใหญ่มีราคาสูง ทำให้ลูกค้าต้องหาศูนย์บริการที่ไว้วางใจได้ ทำให้ลูกค้าเชื่อถือและเป็นลูกค้าที่ดีกับของกิจการและเป็นการบอกต่อไปในกลุ่ม

เห็นด้วยครับ การพัฒนาด้านบริการต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในด้านบริการไม่ว่าจะเป็นเรื่องความตรงเวลาในการจัดซ่อม สามารถติดตามขั้นตอนการซ่อมอยู่ในขั้นตอนใดผ่านระบบไอที จัดหาอะไหล่ให้รถยนต์เป็นของแท้ มีคุณภาพ ตามที่ลูกค้าต้องการ

เห็นด้วยกับการตรวจสอบวัดผลการดำเนินงานของลูกค้าและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยทางกิจการรับประกันงานซ่อมตัวถังและสี 6 เดือน และชิ้นส่วนอะไหล่ รับประกัน 3 เดือน”

กล้วยหอมทองยัดเย็ด
(พะเยา)

“การปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรสชาติ ขนาด ปริมาณ ซึ่งปัจจุบันกล้วยฉาบเป็นอาหารว่างที่มิคนรู้จักทั่วประเทศ ทางกิจการจึงต้องปรับเปลี่ยนผลผลิตให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

มีกลยุทธ์หลักคือ ทางกิจการไปผลิตกล้วยฉาบที่มีคุณภาพ ทั้งในด้านรสชาติ ความกรอบ ความหอม ความหวาน กลยุทธ์รอง การสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมภาคเหนือตอนบนมากยิ่งขึ้น

ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ทางกิจการได้ผลิตกล้วยฉาบในมีคุณภาพอยู่ตลอดเวลาและต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือในผลผลิตของกิจการ

การพัฒนาสินค้า ทางกิจการได้ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีหลากหลายขนาดตามความต้องการของลูกค้า และได้เพิ่มรสชาติของกล้วยฉาบ เช่น กล้วยฉาบรสช็อคโกแลต รสสตอเบอร์รี่ เป็นต้น

ทางธุรกิจได้มีการขอมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือของธุรกิจ”

กะละแมโบราณ

(พะเยา)

“การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรสชาติ ขนาด ปริมาณ ซึ่งปัจจุบันกะละแมโบราณ อำเภอเชียงคำ เป็นของฝากที่ขึ้นชื่อของจังหวัดพะเยา และเป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศ ทางกิจการจึงต้องปรับเปลี่ยนผลผลิตให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

มีกลยุทธ์หลักคือ ทางกะละแมโบราณได้ผลิตกะละแมที่มีคุณภาพ ในด้านรสชาติ ความหอม ความหวานมัน ความเหนียวนุ่ม กลยุทธ์รอง มีการจัดจำหน่ายทั่วทั้งจังหวัดพะเยา เชียงราย และจังหวัดใกล้เคียง

ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ได้ใช้ใบตองตากแห้งห่อกะละแมอีกทีหลังจากที่ห่อพลาสติกไปแล้ว เพื่อเพิ่มความหอมให้กับกะละแม และบรรจุภัณฑ์ของเราใช้เป็นกระดาษแทนถุงพลาสติก

การพัฒนาสินค้า ทางกิจการได้ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีหลากหลายขนาดตามความต้องการของลูกค้า หลายราคา เพื่อให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น

ทางธุรกิจได้มีการขอมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือของธุรกิจและตัวสินค้า”

กลุ่มที่ 2

ผู้วิจัย

คำถาม / คำตอบ (ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย)

ผู้ประกอบการคิดว่าปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการหรือไม่ และมีองค์ประกอบด้านใดบ้าง

Fiber Lotus
(เชิงบรรยาย)

“เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพราะ ยิ่งภาครัฐเข้ามาช่วยสนับสนุนในการลงทุนทำธุรกิจ ก็จะทำให้เงินในประเทศหมุนเวียนและเกิดการจ้างงานคนที่ว่างงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจในประเทศด้วย

การที่ภาครัฐมีการบังคับใช้กฎหมายเข้มข้นขึ้น ทำให้บริบทสังคมชนบทเปลี่ยนไปไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ห้ามเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ซู้บบุหรี่ หรือสถานบริการที่ห้ามเปิดใกล้สถานบันการศึกษา เป็นต้น

จากสถานการณ์ในปัจจุบันนี้เรียกได้ว่า เป็นยุคที่ไม่รุ่งเรืองเอาเสียเลย การจับจ่ายใช้สอยเป็นไปได้ยาก เพราะผู้คนหาเงินได้น้อยลง จึงมีผลกระทบต่อร้านเราเป็นอย่างมาก ดังนั้นถ้าหากภาครัฐมีการสนับสนุนเงินลงทุน จึงเรียกได้ว่า เป็นเรื่องดีทีเดียว ที่จะทำให้เศรษฐกิจในประเทศเริ่มเคลื่อนไหว

การออกนโยบายของผู้นำประเทศในทางด้านธุรกิจ SMEs มีการช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เช่น การให้ความรู้ในการออกแบบเสื้อผ้าและเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบเพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำลง โดยเฉพาะโครงการทำตลาดประชารัฐให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ผู้มีอิทธิพลมีส่วนส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างมาก เช่น ขัดแย้งความคิดเห็นไม่ลงตัวทำให้เกิดการแย่งชิงผลประโยชน์ เช่น เทศบาลเป็นนักการเมืองกลุ่มหนึ่ง และองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นนักการเมืองอีกกลุ่มหนึ่ง ทำให้เกิดการพัฒนาช้า และประชาชน ผู้ประกอบการ เสียประโยชน์”

Smile Coffee
(เชิงบรรยาย)

“ผมคิดว่า การช่วยเหลือจากรัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน จะทำให้กิจการมีเงินหมุนเวียนและเงินลงทุนในกิจการมากขึ้น ธุรกิจ SMEs จะขยายตัวมากเพิ่มขึ้น

หากกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น จะทำให้กิจการลดความเสี่ยงในการถูกโจรกรรม จ้างทรัพย์ การลดการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่จากเด็กที่อายุต่ำกว่า 18 ปี รัฐบาลควรมีมาตรการดูแลธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดเล็ก ประกอบธุรกิจลักษณะเดียวกัน เพื่อไม่ให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบ

สถานการณ์ด้านการเมืองมีผลกระทบต่อกิจการ เมื่อการเมืองไม่มั่นคง การลงทุนในธุรกิจก็จะมีความเสี่ยงสูง การลงทุนก็จะลดลง ทำให้เศรษฐกิจไม่มั่นคง

การออกนโยบายของผู้นำประเทศ มีการช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านต่างๆ และพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น ให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น

ส่วนผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่น อาจก่อให้เกิดการเอาเปรียบแก่ธุรกิจเล็กๆ ทำให้มีการเก็บค่าที่หรือภาษีสูงเกินไป หรืออาจถูกรุกล้ำหรือข่มขู่จากผู้มีอิทธิพลท้องถิ่นหากประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน”

สถานตรวจสภาพรถ
(ตรอ.)
(ลำปาง)

“การช่วยเหลือจากรัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน จะทำให้กิจการมีเงินหมุนเวียนและเงินลงทุนในกิจการมากขึ้น ให้ธุรกิจสามารถอยู่ได้ในระยะยาว

หากกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ประชาชนหันมาต่อภาษีประจำปีมากขึ้นส่งผลให้กิจการประเภทนี้มีรายได้เพิ่มขึ้น

สถานการณ์ด้านการเมืองบ้านเราไม่แน่นอนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ ทำให้เกิดรายได้ลดลง การลงทุนก็จะลดลง ทำให้เศรษฐกิจไม่มั่นคง

การออกนโยบายของของภาครัฐเกี่ยวกับเรื่องการลดหย่อนภาษี (ข้อปเพื่อชาติ) สามารถทำให้ลูกค้าหันมาใช้จ่ายมากขึ้น ส่งผลต่อธุรกิจกับทางบวก”

ศูนย์ค้ำชี้ยการช่าง
(ลำปาง)

“การช่วยเหลือจากรัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน ก็มีการสนับสนุนมากมาย เช่น สินเชื่อประชารัฐ ของธนาคารออมสิน และ โครงการค้ำประกันสินเชื่อเพื่อรายย่อย โดย บสย. ทั้ง 2 นโยบายนี้เกี่ยวกับแหล่งเงินทุนทั้งสิ้น เพื่อให้ธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมมีแรงขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

การที่ภาครัฐ สร้างกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจขาดรายได้หรือช่วงโอกาสที่ดีในการบริการ เช่น ทำให้ประชาชนนำรถยนต์มาจัดซ่อมน้อยลงส่งผลต่อรายได้ของธุรกิจ

และสถานการณ์ทางการเมืองในบ้านเราปัจจุบันนี้ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมากเนื่องจาก การชะลอตัวของเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องใช้จ่ายอย่างประหยัด ทำให้ลูกค้าชะลอในการจัดซ่อมรถยนต์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายทำให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจ

ผู้นำประเทศควรออกนโยบายที่ส่งเสริมธุรกิจให้เจริญเติบโต การออกนโยบายของของภาครัฐเกี่ยวกับเรื่องการลดหย่อนภาษี (ช้อปเพื่อชาติ) สามารถทำให้ลูกค้านำรถยนต์มาจัดซ่อมมากขึ้นเพื่อนำค่าใช้จ่ายดังกล่าวไปหักภาษีประจำปีต่อไป

ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น มีผลกระทบต่อกิจการเนื่องจากช่องว่างกฎหมายและการปฏิบัติ ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นสามารถเลือกปฏิบัติกับผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งได้”

กล้วยหอมทองชัยเขต
(พะเยา)

“การช่วยเหลือในเรื่องนโยบายการลงทุนจากทางภาครัฐ จะทำให้ธุรกิจมีการลงทุนหรือมีเงินหมุนเวียนมากขึ้น โดยเฉพาะโครงการรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และทำให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างราบรื่น

หากภาครัฐเพิ่มกฎหมายข้อบังคับมากขึ้น ก็จะสามารถช่วยลดปัญหาที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายหรือก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจได้ เช่น การจำหน่ายแอลกอฮอล์ในเวลากลางคืน รวมไปถึงความปลอดภัยต่อสังคมและประชาชนด้วย

ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย ควรออกนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ และนโยบายเหล่านั้นควรก่อให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายไม่ใช่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้นควรให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และสนับสนุนกิจการของผู้ประกอบการ

ส่วนผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นส่งผลกระทบต่อธุรกิจแต่ไม่มาก เพราะธุรกิจเป็นแค่ธุรกิจเล็กๆ และตัวสินค้าไม่ได้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของสังคม จึงไม่ค่อยเป็นที่สนใจของผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น”

กะละแมโบราณ
(พะเยา)

“หากมีการช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน ช่วยทำให้ผู้ประกอบการสามารถมีแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ดีขึ้น การช่วยเหลือจากภาครัฐในด้านต้นทุนวัตถุดิบ ทำให้ผู้ประกอบการนั้นมีความสนใจในการลงทุน และกล้าลงทุนในความเสี่ยงที่น้อยลง

การที่มีกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้นนั้นจะช่วยทำให้ธุรกิจนั้นมีระเบียบแบบแผนและทำให้ธุรกิจนั้นมีความรอบคอบในการเปิดธุรกิจใหม่อิ่งขึ้นจะทำให้ธุรกิจนั้นมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ทำให้นักลงทุนต่างประเทศนั้นอาจจะมาสนใจในการเปิดธุรกิจใหม่ในประเทศไทย เพราะกฎหมายที่เข้มแข็ง

สถานการณ์ด้านการเมืองที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นสถานการณ์ที่ทำให้เศรษฐกิจในบ้านเมืองของเรานั้นเคลื่อนตัวช้าหรือติดลบในด้านกำไรของประเทศ จะทำให้กิจการนั้นอาจขายไม่ได้ขายไม่ดีแบบแต่ก่อนขายได้น้อยลงเพราะด้านการเมืองจะทำให้ลูกค้านั้นโดนผลกระทบและลูกค้าจะไม่ซื้อสินค้าของเรา หรือซื้อน้อยลง

ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่นนั้นจะเป็นปัจจัยที่เป็นภายนอกขึ้นอยู่กับอิทธิพลที่ดีหรือแย่ของผู้นำจะมีผลกระทบต่อกิจการเพียงเล็กน้อยถึงปานกลางด้านการลงทุนนั้นจะอยู่ที่ผู้ลงทุนนั้นมีความสนใจที่จะลงทุนในพื้นที่ที่มีผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นหรือไม่”

สำนักงานพัฒนาชุมชน
จังหวัดเชียงราย

“ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนเรื่องแหล่งเงินทุนอยู่แล้ว โดยอยู่ในรูปแบบการอบรมแผนธุรกิจเพื่อเข้าไปถึงแหล่งเงินทุนกับธนาคารภาครัฐ เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนธนาคารภาคเอกชน ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารทหารไทย และปัจจุบันรัฐบาลมีโครงการประชารัฐเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการอีกด้านหนึ่ง”

ส่วนปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางศูนย์บริการ SMEs ได้มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน มีคุณภาพสูงขึ้นอยู่ตลอด ในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ

ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่าปัจจัยด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. ปัจจัยทางการเงิน
2. ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์
3. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่ารายละเอียดด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้
2. การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน
3. การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้

4. มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้น และระยะยาว
5. รายได้ของกิจการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยทางด้านการกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่ารายละเอียดด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ
2. มีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจน และกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่น เพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์
3. สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่น สร้างความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา
4. มีการพัฒนา หรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง
5. มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาได้ทันที

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยทางด้านการเมืองและกฎหมายที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่ารายละเอียดด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน
2. กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค
3. สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ
4. ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย
5. ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับปัจจัยทางด้านการเงินที่มีความสำคัญสูงสุด พิจารณาเป็นรายด้าน อันดับที่ 1 ได้แก่ สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 7 ท่าน รองลงมา ได้แก่ การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้ มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รายได้ของกิจการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการเห็นด้วย 6 ท่าน

ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ที่มีความสำคัญรองลงมา พิจารณาเป็นรายด้าน อันดับที่ 1 ได้แก่ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ กลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 7 ท่าน รองลงมา ได้แก่ สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา และมีการพัฒนา หรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 6 ท่าน และอันดับสุดท้าย ได้แก่ มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ ผู้ประกอบการ เห็นด้วย จำนวน 5 ท่าน

ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายที่มีความสำคัญอันดับสาม พิจารณาเป็นรายด้าน อันดับที่ 1 การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน ได้แก่ ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 7 ท่าน รองลงมา ได้แก่ กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 6 ท่าน และอันดับสุดท้าย ได้แก่ สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 5 ท่าน

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มที่ 3 ประกอบด้วย จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน
และจังหวัดอุตรดิตถ์

กลุ่มที่ 3

คำถาม/คำตอบ (ปัจจัยทางการเงิน)

ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการคิดว่าปัจจัยทางด้านเงินมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการหรือไม่ และมีองค์ประกอบด้านใดบ้าง

ร้านวนิดาหวานไทย
(แพร่)

“ผมว่า ถ้าธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย อาจจะได้มาจากทางภาครัฐหรือ จากการกู้ธนาคาร จะส่งผลที่ดีต่อผู้ประกอบการ และอาจรวมไปถึง การส่งผลเศรษฐกิจของประเทศด้วย

กิจการควรมีเงินทุนหมุนเวียนอยู่ตลอด เพราะต้องใช้ในการจ้างพนักงาน หรือซื้อวัตถุดิบในแต่ละครั้งเป็นเงินจำนวนมาก หากกิจการไม่มีเงินทุนหมุนเวียน อาจจะทำให้ทางร้านได้รับความเสี่ยงหลายๆ ด้าน ซึ่งอาจเกิดผลเสียในการทำธุรกิจนี้ได้

กิจการต้องทำบัญชีทุกวัน เพื่อตรวจสอบรายรับ รายจ่ายในแต่ละวัน และมาสรุปยอดรายรับ รายจ่ายในแต่ละเดือน เพื่อดูว่ากิจการมีสภาพคล่องในด้าน การเงินมากน้อยเพียงใด และสามารถตรวจสอบที่มาที่ไปของยอดเงินได้

ควรมีการวางแผนด้านการเงินอยู่ตลอดเวลาทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้ธุรกิจดำเนินการไปอย่างราบรื่น

รายได้เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ยิ่งรายได้เพิ่มขึ้น กิจการก็ยิ่งเจริญเติบโตมากขึ้น โอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็จะมีมากขึ้น และเมื่อรายได้เพิ่มการขยายกิจการ ก็จะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย”

ร้านประดิษฐ์หม้อฮ่อม
(แพร่)

"ดิฉันคิดว่าการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ง่าย และสะดวกรวดเร็ว จะทำให้ผู้ประกอบการมีความคล่องทางการเงิน สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น มีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้น

ถ้าเรามีเงินทุนสำรองไว้ในกิจการก็จะสามารถทำให้กิจการเรดำเนินการไปได้อย่างราบรื่น มีความคล่องตัวในกิจการ เงินทุนหมุนเวียนในกิจการยังมีมาก จะเป็นผลดีต่อธุรกิจของเรา

การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ จะทำให้ธุรกิจสามารถตรวจสอบการซื้อการขายย้อนหลังได้ จะทำให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพในการวางแผนหลายๆ ด้าน นอกจากนี้ยังทำให้กิจการรู้ว่าสถานะทางการเงินของกิจการเพิ่มขึ้นหรือลดลง เพื่อกิจการจะได้วางแผนการใช้จ่ายในธุรกิจล่วงหน้า

กิจการต้องมีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จะทำให้ธุรกิจสามารถวางแผนการเงินในอนาคตและปัจจุบัน เพื่อป้องกันความเสี่ยงการด้านเงินที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

หากกิจการมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นธุรกิจมีการเจริญก้าวหน้าและเติบโตขึ้นอย่างแน่นอน จะทำให้ผู้ประกอบการมีกำลังใจที่จะพัฒนากิจการให้ก้าวหน้าต่อไปในอนาคต"

หจก. กุกวงหลี
(น่าน)

"ผมได้ศึกษาข้อมูลในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และพบว่าปัจจุบันนี้ธนาคารส่วนใหญ่เริ่มปล่อยเงินกู้ให้กับผู้ประกอบการมากขึ้น เช่น โครงการสินเชื่อประชารัฐของธนาคารออมสิน โดยปล่อยวงเงินกู้สูงสุดประมาณ 50,000 บาทต่อคน และมีอัตราดอกเบี้ยที่ถูกเพียงแค่อัตราร้อยละ 1 ของวงเงินสินเชื่อเท่านั้น เป็นโครงการที่ดีมากครับ เพราะปัจจุบันนี้การลงทุนประกอบธุรกิจขนาดเล็กก็ใช้เงินทุนไม่บ่อยมาก ถือว่าเพียงพอต่อการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก

หากกิจการมีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ ก็จะเป็นผลดีกับตัวเราทำให้การเงินในกิจการไม่ติดขัด สามารถประกอบกิจการได้ไหลลื่น ไม่มีปัญหาด้านการเงิน และสามารถสำรองจ่ายหากเกิดเหตุฉุกเฉินที่ไม่คาดคิด ทำให้เราไม่ต้องเดือดร้อนในการว่าจะไปเงินที่ไหนมาแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

หากกิจการมีการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ หรือมีการทำบัญชีตลอด จะสามารถชี้แจงรายรับรายจ่ายได้อย่างถูกต้องและเป็นระเบียบ อีกทั้งยังทำให้ได้รู้

สถานะทางการเงินของกิจการในด้านเงินทุนและหนี้สินที่เกิดขึ้นในกิจการ รวมถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่างๆ ซึ่งทำให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ

และถ้ารายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจะเป็นผลดีต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก แสดงว่ากิจการของเราสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ สามารถอยู่รอดได้ อาจทำให้กิจการเกิดการขยาย หรือพัฒนากิจการไปในทางที่ดีขึ้น”

คอยถีน่าน ริสอร์ท
(น่าน)

“ปัจจุบันการที่ผู้ประกอบการจะเข้าหาแหล่งเงินทุนนั้นไม่ใช่เรื่องยาก เนื่องด้วยในปัจจุบันมีภาครัฐคอยสนับสนุนและส่งเสริมการทำธุรกิจ รวมถึงสถาบันการเงินภาครัฐต่างๆ ที่สามารถให้ออกสินเชื่อเงินกู้ เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีเงินทุนเพื่อการใช้ในการใช้จ่ายและซื้อวัตถุดิบการผลิตต่างๆ ในแต่ละวัน ก็จำเป็นต้องมีเงินทุนสำรองเพื่อมีเหตุจำเป็นต้องใช้ก็จะได้นำมาใช้ได้ทันที่

ธุรกิจย่อมมีการใช้จ่ายเพื่อสินค้าและบริการต่างๆ ผู้ประกอบการอาจจะไม่สามารถจำได้ทั้งหมดว่า ใช้จ่ายอะไรไปแล้วบ้าง จึงเห็นด้วยอย่างยิ่งที่ว่าการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบจะทำให้เห็นรายจ่าย รายรับ และกำไรที่เพิ่มขึ้นจากการแบ่งเงินเป็นส่วนๆ มีการจัดทำรายการบัญชีในแต่ละวันเพื่อให้เห็นยอดขายและรายการจ่ายเงินสดออกไป ทำให้ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบได้และทราบถึงผลประกอบการในแต่ละวัน กิจการควรมีการวางแผนการเงินระยะสั้นและระยะยาวไว้เสมอ เพื่อให้กิจการมีเงินหมุนเวียนได้สะดวกยิ่งขึ้น

ผู้ประกอบการย่อมมีเป้าหมายของตัวเองเพื่อให้ได้ยอดขายสินค้าที่ดีขึ้น มีผู้บริโภคติดตามมากขึ้น สินค้าสามารถสร้างภาพติดตาให้กับลูกค้า และกลายเป็นหนึ่งในตัวเลือกสำคัญที่จะเป็นของฝากและอาหารที่ขึ้นชื่อในจังหวัดเชียงราย แต่ก่อนที่สินค้าจะเป็นไปตามที่คาดหวังนั้น ผู้ประกอบการ ต้องมีการวางแผนระยะสั้นไว้ก่อนและเมื่อประสบความสำเร็จก็ต้องมีการวางแผนระยะยาวไว้อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการวางแผนแก้ไขอุปสรรคต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นด้วย

ถ้าหากธุรกิจมีการจัดการทั้งระบบการเงิน การบริหาร การควบคุม บุคคลากร และวัตถุดิบการผลิตให้มีคุณภาพและเป็นมาตรฐาน ก็ย่อมทำให้ผลประกอบการของธุรกิจออกมาเป็นที่น่าพอใจ”

ร้านกบดอกไม้สด-แห้ง
(อุตรดิตถ์)

“ดิฉันว่า การขอกู้หรือสนับสนุนจาก “ธนาคารพาณิชย์” ที่ขณะนี้แต่ละธนาคารก็ต้องการระบายเงินฝากที่มีมากผ่านรูปแบบการปล่อยสินเชื่อต่างๆ ในกรณีที่มีการปล่อยกู้ของธนาคารข้อดีก็คือ ดันทุนดอกเบี้ย หรืออัตราดอกเบี้ยที่เสียก็อาจจะน้อยกว่าการพึ่งพาจากแหล่งเงินทุนอื่นๆ

การมีเงินทุนสำรองในธุรกิจ ถือว่าดีเพราะจะทำให้ธุรกิจดำเนินการไปได้ โดยดี หากด้านเงินทุนขัดข้องในการบริหารหรือเกินภาวะฉุกเฉินด้านการเงิน เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเกิดการขาดทุนธุรกิจสามารถนำเงินสำรองมาใช้ในส่วนงานที่จำเป็นเพื่อไม่ให้ธุรกิจได้ขัดข้องหรือขาดตอน

เมื่อธุรกิจได้ทำระบบรายรับรายจ่ายหรือทำบัญชีทางการเงิน จะสามารถตรวจสอบที่มาที่ไปของเงินลงทุนและผลกำไรได้หรือเอาขึ้นกู้ขอสินเชื่อจะง่ายขึ้นเพราะทางผู้ปล่อยสินเชื่อสามารถตรวจสอบสถานะทางการเงินของเราได้อย่างถูกต้องและมีหลักการ ด้านการเสียภาษีก็จะทำได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีข้อมูลสถานะทางการเงินอย่างสมบูรณ์

การวางแผนการลงทุนระยะสั้นและระยะยาวทำให้ธุรกิจเพิ่มผลกำไรได้มากขึ้นแต่หากการลงทุนระยะยาวอาจต้องวางแผนให้รัดกุม การคำนวณสภาพแวดล้อมภายนอก การเงิน เศรษฐกิจ การเมือง หรืออื่นๆ หากวางแผนได้ดี ก็จะได้ผลกำไรด้านธุรกิจมากขึ้นหากวางแผนผิดพลาดอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้”

สวนใจใหญ่
(อุตรดิตถ์)

“ดิฉันคิดว่า การจะทำธุรกิจหากเข้าถึงแหล่งลงทุนภาครัฐและเอกชนได้มีโอกาสนำเงินไปต่อยอดกิจการเพื่อให้ธุรกิจของเรามีการขยายมากยิ่งขึ้นและการบริหารกระแสเงินสดการประมาณต้นทุน ของค่าตกแต่งสถานที่ ค่าอุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ค่าตกแต่งหน้าร้านและภายในร้าน

การมีเงินทุนสำรอง การสำรองเงินสดที่จะนำมาใช้หมุนเวียน และให้กิจการดำเนินไปด้วยความราบรื่นจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจในเวลาที่ต้องสนหรือต้องการสามารถนำเงินสำรองไว้ใช้จ่ายออกไปได้ก่อนนั่นเอง

การทำธุรกิจมีวางแผนการเงินระยะสั้นค่าใช้จ่ายว่าเราต้องใช้ส่วนไหนไปบ้างและมีต้นทุนที่จะซื้อจ่ายมากพอสมควรก็จะมีเก็บเงินและการวางแผนระยะยาวเป็นการทำธุรกิจที่เติบโตขยายในกิจการมากยิ่งขึ้นและนำไปใช้จ่ายในอนาคตได้

การทำธุรกิจก็ต้องการมีกำไรที่สูง มียอดขายเพิ่มขึ้น และการทำธุรกิจต้องการต่อยอดให้บรรลุผลที่วางไว้ในกิจการเพื่อจะนำกำไรที่ได้ในแต่ละเดือนนำไปสร้างรายต่อยอดทำการลงทุนในกิจการธุรกิจต่อไปได้”



<p>กลุ่มที่ 3</p> <p>ผู้วิจัย</p>	<p>คำถาม/คำตอบ (ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์)</p> <p>ผู้ประกอบการคิดว่าปัจจัยทางด้านกลยุทธ์มีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการหรือไม่ และมีองค์ประกอบด้านใดบ้าง</p>
<p>ร้านวนิดาหวานไทย</p> <p>(แพร่)</p>	<p>“ผมคิดว่า หากทางร้านปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การขายตามความสนใจของลูกค้าตลอดก็อาจจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้เป็นอย่างมาก</p> <p>ที่ทางร้านจะมีกลยุทธ์ทั้งหลักและรอง เพื่อการเพิ่มยอดขาย ซึ่งกลยุทธ์หลักต้องใช้ตลอด แต่กลยุทธ์รองเราอาจจะปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า</p> <p>การสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า/บริการของเราให้โดดเด่นกว่าคู่แข่ง และเป็นเอกลักษณ์จะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้</p> <p>กรณีที่กิจการจะมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้า/บริการ โดยอาจจะพัฒนาตัวสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐานมากยิ่งขึ้น หรืออาจจะมีการพัฒนาการบริการให้เป็นเอกลักษณ์ของกิจการ หรือมีการบริการหลังการขายที่ดี อาจทำให้ลูกค้าประทับใจกับทางร้านเรา และกลับมาใช้บริการอีก</p> <p>หากทางร้านมีการวัดผลตลอด เพราะจะทำให้เกิดการปรับปรุงกลยุทธ์ในการขายมากขึ้น และทำให้รู้ได้ว่าลูกค้าต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อร้านเราเป็นอย่างมากแน่นอน”</p>
<p>ร้านประดิษฐ์หม้อฮ่อม</p> <p>(แพร่)</p>	<p>“ออกแบบดีไซน์เสื้อผ้าให้เข้ากับยุคสมัย ให้ใส่ได้ทุกเพศทุกวัย ใส่ได้ทุกเทศกาล</p> <p>มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีมากยิ่งขึ้นเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ต้องการ และสามารถเพิ่ม ยอดขาย กำไร และมีโปรโมชั่นพิเศษดึงดูดความสนใจของลูกค้า</p> <p>มีสินค้าที่ตรงตามความนิยมของลูกค้าและยังคงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของเสื้อหม้อฮ่อมไว้ดั้งเดิมมีความผสมผสานกับความสมัยใหม่ไปด้วย มีการบริการจัดส่งสินค้าอำนวยความสะดวกให้กับ</p>

ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ สร้างภาพลักษณ์คุณภาพสินค้าเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

พัฒนาเสื้อหม้อฮ่อมให้มีรวดลายที่โดดเด่นต่างจากร้านค้าอื่น นำผ้าที่มีคุณภาพที่มีมาตรฐานมาใช้ในการผลิต มีรูปแบบเสื้อผ้าให้เลือกหลากหลายสไตล์

ทางร้านใช้คุณภาพเนื้อผ้าที่ดี สีที่นำมาใช้ก็เป็นธรรมชาติไม่เป็นอันตรายต่อผิวหนัง สีที่นำมาใช้ยังเป็นสีที่ไม่เป็นอันตรายต่อธรรมชาติ และยังสามารถดูแลรักษาได้ง่าย”

หจก. กูกวงหลี
(น่าน)

“ทางร้านเราคิดว่าวิธีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ มีการพัฒนาหรือสร้างคุณภาพสินค้าตามความต้องการของลูกค้าจะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มาสินค้าของทางร้านเราได้ และสามารถเพิ่มยอดขายให้แก่ทางร้านได้

ทางร้านเรามีกลยุทธ์หลัก คือ กลยุทธ์ที่ทำการทำขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขายและกำไร และมีกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการ มีการเลือกสินค้าเข้าร้านที่มีมาตรฐาน และมีการบริการลูกค้าหลังการขาย เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

มีสินค้าและบริการให้อยู่เหนือคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้ามีความสนใจในสินค้าของทางร้านเรามากกว่าร้านคู่แข่ง

มีการวัดผลการดำเนินงานอย่างเป็นประจำเพื่อที่จะได้ปรับปรุงแก้ไขปัญหาให้ทันท่วงทีและเอาใจใส่ดูแลลูกค้าอยู่ตลอดเวลา”

ดอยถิ่นน่าน รีสอร์ท
(น่าน)

“มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ ตามเทศกาลเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มาใช้บริการ หรือมีโปรโมชั่นเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับทาง รีสอร์ท

กลยุทธ์ของทางรีสอร์ทเราคือ การเพิ่มยอดขายหรือกำไรให้กับทางรีสอร์ท อย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะมีเงินทุนในการปรับปรุงรีสอร์ทให้ยิ่งขึ้น ส่วนกลยุทธ์รองของทางรีสอร์ทเป็นกลยุทธ์ที่เอาใจ

รองรับสถานการณ์เวลาเกิดปัญหา อาจจะมีการปรับเปลี่ยนได้ไปตามสถานการณ์เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

มีการสร้างภาพลักษณ์ของสถานที่และบริการให้โดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะของ รีสอร์ท เช่น การทำให้รีสอร์ทมีบรรยากาศอบอุ่น กลมกลืนกับธรรมชาติ มีบริการห้องพัก หลากหลายสไตล์เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ

มีการพัฒนาปรับปรุงสถานที่ สร้างบรรยากาศโดยรอบรีสอร์ทให้น่าเข้ามาใช้บริการ มีการให้บริการ หรือห้องพักที่โดดเด่นกว่ารีสอร์ทอื่น ๆ

มีการวัดผลประเมินงานด้านการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น ไม่ให้เกิดการผิดพลาดครั้งต่อไปยอมรับคำติชมของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนารีสอร์ทให้ดียิ่งขึ้น”

ร้านกบดอกไม้สด-แห้ง
(อุตรดิตถ์)

“ลูกค้ามีการปรับเปลี่ยนความต้องการอยู่ตลอดเวลา ความรวดเร็วและความสะดวกในการมาใช้บริการของทางร้าน ถ้าทางร้านเราสามารถทำตามความต้องการของลูกค้าเราก็จะสามารถเพิ่มรายได้อีกมากกว่าเดิม

มีดอกไม้หลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นดอกไม้สด ดอกไม้แห้งนานาชนิด มีรูปแบบการจัดดอกไม้หลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือก

มีความตรงต่อเวลา สะดวกรวดเร็ว มีการบริการที่ดีต่อลูกค้าที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

มีการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามีรูปแบบการจัดดอกไม้ให้เลือกหลากหลายรูปแบบหลากหลายราคา จัดสินค้าให้ตรงตามแบบที่ลูกค้าต้องการ รับจัดดอกไม้นอกสถานที่ตามโอกาสต่างๆพัฒนาฝีมือการจัดดอกไม้ให้มากยิ่งขึ้น

มีการติดตามผลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการของร้านเราแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนา รูปแบบการจัดสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า”

สวนใจใหญ่
(อุตรดิตถ์)

“มีการปลูกผลไม้ตามฤดูกาล เพื่อให้ได้ผลผลิต ขนาด ปริมาณ ตามความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์หลักของเรามีการผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพ ทั้งในด้านรสชาติ คัดเลือกความสดใหม่ของผลไม้ ออกสู่ท้องตลาด มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่ต้องการ มีการให้ความรู้พื้นฐานในเรื่องการเพาะปลูกผลไม้ การเกษตรให้กับผู้ที่สนใจในด้านนี้

สินค้าของทางสวนเรามีความสดใหม่ ไม่ใช่สารเคมีในการเพาะปลูก ยึดหลักแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารจัดการสวนของเรา

มีการขยายพันธุ์ให้ผลไม้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดี และปริมาณมากยิ่งขึ้น มีการเพาะพันธุ์พืช และแปรรูปผลไม้เพื่อเพิ่มยอดขาย และพัฒนาด้านบริการอย่างเนื่องเพื่อให้เกิดผลดีตรงตามความต้องการของลูกค้า

มีการพัฒนาวิธีการเก็บเกี่ยวพืชผลให้มีคุณภาพที่ดี เพื่อป้องกันการเกิดความเสียหายของผลไม้ระหว่างการเก็บเกี่ยวที่จะเกิดขึ้นให้น้อยลง”

กลุ่มที่ 3

คำถาม / คำตอบ (ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย)

ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการคิดว่าปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการหรือไม่ และมีองค์ประกอบด้านใดบ้าง

ร้านวนิดาหวานไทย
(แพร่)

“การช่วยเหลือจากภาครัฐมีการสนับสนุนมากมาย เช่น เรื่องการลงทุนจะทำให้กิจการมีเงินทุนหมุนเวียนและธุรกิจ SMEs จะขยายตัวมากยิ่งขึ้นซึ่งเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจในประเทศ

การที่กฎหมายมีข้อบังคับเพิ่มมากขึ้นจะช่วยให้ธุรกิจมีระเบียบแบบแผนเปิดโอกาสให้ธุรกิจมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นทำให้ธุรกิจประสิทธิภาพสูงขึ้น

สถานการณ์ด้านการส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทำให้เศรษฐกิจมีความเสี่ยงขาดรายได้ การชะลอตัวของเศรษฐกิจทำให้ประชาชนต้องใช้จ่ายอย่างประหยัดเศรษฐกิจไม่มั่นคง

การออกนโยบายในด้านธุรกิจ SMEs ทำให้เจ้าของธุรกิจเข้าถึงต้นทุนที่ต่ำลง

ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นอาจมีความขัดแย้งกันในด้านธุรกิจที่คล้ายกันทำให้ธุรกิจที่คล้ายกันเกิดการพัฒนาได้ช้า”

ร้านประดิษฐ์หม้อฮ่อม
(แพร่)

“ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนในการลงทุนธุรกิจจะทำให้ธุรกิจมีเงินทุน หรือเงินหมุนเวียนมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการนั้นมีความสนใจในการลงทุนและกล้าที่จะลงทุนในธุรกิจที่ตนเองชอบ

หากกฎหมายมีข้อบังคับที่เพิ่มขึ้นทำให้ผู้คนหันมาต่อภาษีมากยิ่งขึ้นส่งผลให้กิจการนี้มีรายได้เพิ่มขึ้น

สถานการณ์ทางการเมืองไม่แน่นอนส่งผลต่อสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศทำให้ประชาชนเกิดรายได้ลดลง ทำให้เศรษฐกิจไม่มั่นคง

การออกนโยบายนั้นควรทำให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายควรออกนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และสนับสนุนกิจการของผู้ประกอบการ ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นอาจจะเป็นคู่แข่งกันกันในธุรกิจ อาจจะมีปัญหาการในเรื่องการแย่งลูกค้า การแข่งขันกันทางการบริการ อาจจะทำให้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ”

หจก. คุกวงหลี
(น่าน)

“การที่ภาครัฐเข้ามาช่วยสนับสนุนในการทำธุรกิจจักยานยนต์จะทำให้กิจการมรเงินทุนหมุนเวียนและเงินทุนในกิจการมากขึ้นทำให้ธุรกิจสามารถอยู่ได้ในระยะยาวและเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจ

การที่กฎหมายมีข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการขบขี้จักยานยนต์โดยมีใบอนุญาตขบขี้รถให้ถูกต้องตามกฎหมาย

ในสถานการณ์ปัจจุบันเป็นยุคที่เศรษฐกิจไม่รุ่งเรืองการใช้จ่ายไปได้ยากทำให้การเงินมีปัญหา ผู้คนคิดและตัดสินใจใช้จ่ายเงินได้ยากขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อทางร้านเราทำให้เกิดรายได้ลดลง

การออกนโยบายของภาครัฐมีการช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เช่น การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบเพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำลงและพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้นให้ผู้ประกอบการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น”

คอยถีน่าน รีสอร์ท
(น่าน)

“การช่วยเหลือของภาครัฐให้ความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวพักผ่อนในประเทศ ทำให้ธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยว ทำให้ธุรกิจมีการขยายตัวมากยิ่งขึ้นและส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ

มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดยิ่งขึ้น มาตรฐานในการเปิดรีสอร์ท การให้บริการของพนักงาน ทำให้ธุรกิจนั้นมีความเป็นระเบียบมีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น

สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจส่งผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะมีเศรษฐกิจที่ไม่มั่นคง รายได้ของประชาชนลดลง จำนวนคนที่ตกงานก็มากขึ้นทำให้ประชาชนขาดรายได้ และทำให้มีการท่องเที่ยวพักผ่อนน้อยลง ส่งผลทำให้ธุรกิจเราขาดรายได้จากส่วนนี้ไป

การออกนโยบายของภาครัฐเกี่ยวกับเรื่องลดหย่อนของภาษี สามารถทำให้ลูกค้าหันมาใช้จ่ายมากขึ้น ส่งผลต่อธุรกิจในทางบวก

ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นหากประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันอาจจะถูกข่มขู่หรือรुकล้ามีผลกระทบต่อกิจการมาก”

ร้านกบดอกไม้สด-แห้ง
(อุตรดิตถ์)

“หากมีการช่วยเหลือของภาครัฐ จะทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้ที่ดีส่งผลให้เศรษฐกิจดีขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น

การบังคับใช้กฎหมายที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ประชาชนต้องมาต่อภาษีประจำปีมากขึ้นส่งผลให้กิจการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น

ผู้มีอิทธิพลภายในท้องถิ่นที่ประกอบธุรกิจเดียวกัน อาจจะมีปัญหาในเรื่องการแย่งลูกค้าการเอาเปรียบกันในธุรกิจทำให้มีการเก็บค่าที่หรือภาษีที่สูงเกินไป”

สวนใจใหญ่
(อุตรดิตถ์)

“การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุนจากภาครัฐ จะทำให้ธุรกิจมีการลงมีเงินหมุนเวียนมากยิ่งขึ้น ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นและมีความเสี่ยงน้อยลง

การที่กฎหมายออกข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้นจะทำให้ธุรกิจขาดทุน และการกำหนดขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจ เช่น ในเรื่องของการค้าขาย การจัดจำหน่าย รวมไปถึงการจัดส่งสินค้าด้วย

จากสถานการณ์ด้านการเมืองและเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อกิจการเพราะผู้คนหาเงินได้น้อยลง ทำให้เกิดรายได้ลดลง จึงส่งผลกระทบต่อร้านเราเป็นอย่างมาก

การออกนโยบายของภาครัฐมีการช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เช่น การให้เงินทุนช่วยเหลือ การช่วยเหลือในด้านต้นทุนที่ต่ำลง ทำให้มีการพัฒนาธุรกิจที่ดีขึ้น และทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น”

ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่าปัจจัยด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. ปัจจัยทางการเงิน
2. ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์
3. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่ารายละเอียดด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้
2. การมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน
3. การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้
4. มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้น และระยะยาว
5. รายได้ของกิจการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยทางการกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่ารายละเอียดด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ
2. มีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจน และกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่น เพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์
3. สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่น สร้างความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา
4. มีการพัฒนา หรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง
5. มีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาได้ทันที

ผู้ประกอบการคิดว่า ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ท่านคิดว่ารายละเอียดด้านใดมีความสำคัญสูงสุด (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)

1. การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน
2. กฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค
3. สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ
4. ผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย
5. ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับปัจจัยทางการเงินที่มีความสำคัญสูงสุด พิจารณาเป็นรายด้าน อันดับที่ 1 ได้แก่ สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ผู้ประกอบการเห็นด้วย และการมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงาน จำนวน 6 ท่าน รองลงมา ได้แก่ การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และรายได้ของกิจการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการเห็นด้วย 5 ท่าน

ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ที่มีความสำคัญรองลงมา พิจารณาเป็นรายด้าน อันดับที่ 1 ได้แก่ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ มีกลยุทธ์หลักที่ชัดเจนและกลยุทธ์รองที่ยืดหยุ่นเพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ และสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 6 ท่าน รองลงมา ได้แก่ มีการพัฒนา หรือสร้างคุณภาพสินค้า/บริการให้เหนือคู่แข่ง และมีการวัดผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์แก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 5 ท่าน

ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายที่มีความสำคัญอันดับสาม พิจารณาเป็นรายด้าน อันดับที่ 1 ได้แก่ การช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องนโยบายการลงทุน และกฎหมายข้อบังคับที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การกำหนดระยะเวลาเปิด/ปิด การกำหนดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 6 ท่าน รองลงมา ได้แก่ สถานการณ์ด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อกิจการ และผู้นำประเทศกับการออกนโยบาย ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 5 ท่าน และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น ผู้ประกอบการเห็นด้วย จำนวน 4 ท่าน

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล
วัน เดือน ปีเกิด	2 สิงหาคม 2508
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	สถาบันราชภัฏยะเซียงเทรา ปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, 2541 มหาวิทยาลัยราชภัฏเซียงราย ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, 2549
ที่อยู่ปัจจุบัน	12 หมู่ 10 ตำบลไม้ยา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเซียงราย 57290
สถานที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเซียงราย 80 หมู่ 9 ตำบลบ้านคู้ อำเภอเมือง จังหวัดเซียงราย 57100