

ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อำเภอ
หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

(Business Environmental Factors Affecting Success of Small and Medium
Enterprises (SMEs): Empirical Evidences from Hatyai, Songkhla)

ธัญชา บินดุลีม
Tanutcha Bindulem

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Master of Business Administration Thesis in Business Administration
Hatyai University

2556

ชื่อวิทยานิพนธ์: ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ
วิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ชื่อนักศึกษา: ธนัชชา บินคุเหล็ก

รหัสประจำตัวนักศึกษา: 4819150012

สาขาวิชา: บริหารธุรกิจ

คณะกรรมการที่ปรึกษา: ดร. ชุติมา หวังเบญญ์หมัด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมมาตร จุติกพงศ์

ปีการศึกษา: 2556

คำสำคัญ: ปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ความสำเร็จของวิสาหกิจ
ขนาด กลางและขนาดย่อ

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจแบ่งออกเป็น ปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยี ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ ด้านการมีชื่อเสียง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่จดทะเบียน กับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา ประจำปี 2550 จำนวน 1,030 กิจการ โดยทำการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 280 กิจการ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษารูปได้ดังนี้ (1) ระบบการตลาด, ระบบลูกค้า, ระบบเทคโนโลยี, ระบบการเงิน, และระบบบุคลากร สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงได้ ร้อยละ 48.60 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับความมั่นคง ยกเว้น ระบบบุคลากร ที่ส่งผลในทิศทางลบกับความมั่นคง (2) ระบบการบริหารการจัดการ, ระบบลูกค้า, ระบบการตลาด สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือร้อยละ 36.70 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับการยอมรับนับถือ (3) ระบบการตลาด, ระบบลูกค้า, ระบบบุคลากร, ระบบการบริหาร และการจัดการ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง

ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง ได้ ร้อยละ 42.60 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับการมีชื่อเสียง ยกเว้น ระบบบุคลากร ที่ส่งผลในทิศทางลบกับการมีชื่อเสียง

คำสำคัญ : ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ, ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม

Abstract

The objectives of the study was to determine the internal factors such as human resource management, financial management, marketing management, and business management & administration, and the external factors included such as customer, competition, economics, political and laws, and technology that influencing the SMEs success by divided into three dimensions such as the stability of business, the business acceptance and the reputation of business. The data was collected by questionnaires from small – medium sized business in Muang Hadyai, Songkhla Province that registered in 2007 with Department of Business Development in Songkhla. There were totally 1,030 enterprises, a simple random sampling technique was used in the study and the sample size was 280 enterprises. Analytical statistics used was stepwise multiple regression analysis. The results were as follows: (1) marketing management, customer, technology, financial management, human resource management could predict SMEs success in stability of business at a significance level of .001 with $R^2 = 48.60\%$. All factors were positively related to the stability of business only human resource management that was negatively related to the stability of business (2) business management and administration, customer, marketing management could predict SMEs success in business acceptance at a significance level of .001 with $R^2 = 36.70\%$ and all factors were positively related to the stability of business (3) marketing management, customer, human resource management, business management & administration could predict SMEs success in reputation of business at a significance level of .001 with $R^2 = 42.60\%$. All factors were positively related to the reputation of business only human resource management that was negatively related to the reputation of business.

Keyword : Business Environmental Factors, SMEs Success

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่ง ดร. ชุติมา หวังเบญจหมัด ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมมาตร จุลิกพงส์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ อีกทั้งยังชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือสำหรับการแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ดร. ปกรณ์ ลิมโยธิน ที่ให้ความกรุณาเป็นประธานกรรมการ การสอบวิทยานิพนธ์ และขอขอบพระคุณ ดร. สุภาวดี สุทธิรักษ์ ที่ให้ความกรุณาเป็นคณะกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ ดร. จักรวุฒิ ชอบเชียร อาจารย์ธนากร พฤกษ์รัตนภา และ อาจารย์ปาริชาติ เบ็ญฤทธิ์ ที่ให้ความกรุณาในการเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย และกรุณาให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีขนาดใหญ่อำนาจวิทย์ที่ให้ทุนสนับสนุนการศึกษาด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณ ครู อาจารย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีขนาดใหญ่อำนาจวิทย์ทุกท่านที่ให้การช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดมา

ขอขอบพระคุณ มารดา และญาติพี่น้องๆ ที่คอยช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกัตถุญกตเวทีแก่บิดา มารดา ครูอาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องในความสำเร็จครั้งนี้

ธัชชา บินคูเหล็ก

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(3)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ปัญหาและความเป็นมาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมติฐานของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ความหมายของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	7
บทบาทและความสำคัญของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีต่อเศรษฐกิจไทย.....	10
ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	11
ประเภทและขนาดของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	16
รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	18
ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	21
แนวคิดความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	27
ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	31
หน่วยงานที่สนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
3. วิธีการวิจัย.....	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	51
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
4. ผลการวิจัย.....	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	60
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	61
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจ กลางและขนาดย่อม.....	63
ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	70
ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	72
ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	73
5. การสรุป การอภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	81
สรุปผลการวิจัย.....	82
การอภิปรายผลการวิจัย.....	83
บรรณานุกรม.....	104
ภาคผนวก.....	108
ก หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ.....	109
ข การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	113
ค. แบบสอบถาม.....	116
ประวัติผู้วิจัย.....	124

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงเกณฑ์ขนาดของทรัพย์สินถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	17
2	แสดงเกณฑ์การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	17
3	วัตถุประสงค์การวิจัย ลักษณะข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
4	จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเพศ.....	60
5	จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้านอายุ.....	60
6	จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างด้านการศึกษา.....	61
7	จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้านประสบการณ์ในการทำงาน....	61
8	จำนวนและค่าร้อยละด้านลักษณะการจัดตั้งธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	61
9	จำนวนและค่าร้อยละด้านจำนวนพนักงานธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	62
10	จำนวนและค่าร้อยละด้านแหล่งเงินทุนธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	62
11	จำนวนและค่าร้อยละด้านแหล่งเงินทุนธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้เงินส่วนตัว.....	62
12	จำนวนและค่าร้อยละด้านแหล่งเงินทุนธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยกู้เงินจากสถาบันการเงิน.....	63
13	จำนวนและค่าร้อยละด้านแหล่งเงินทุนธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยกู้เงินจากสถาบันการเงินนอกระบบ.....	63
14	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อมภายในที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	64
15	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อมภายในที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบบุคลากร....	64
16	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อมภายในที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการเงิน.....	65
17	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อมภายในที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการตลาด...	65
18	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อมภายในที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการบริหารจัดการ.....	66
19	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

20	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อม ภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบลูกค้า.....	67
21	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อม ภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบ การแข่งขัน.....	67
22	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อม ภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบเศรษฐกิจ.....	68
23	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อม ภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบ การเมืองและกฎหมาย.....	69
24	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแวดล้อม ภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบ เทคโนโลยี.....	69
25	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	70
26	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงของกิจการ.....	70
27	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือ.....	71
28	ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และการแปลผลเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง.....	71
29	แสดงความเมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	72
30	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงของกิจการ.....	73
31	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือ.....	74
32	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง.....	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

33 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....76

บทที่ 1

บทนำ

ปัญหาและความเป็นมาของปัญหา

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตการณ์ทางการเมืองและการชะลอตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศส่งผลทำให้เกิดการหดตัวของการบริโภค การลงทุนของภาคเอกชนไม่ขยายตัว ประกอบกับตลาดส่งออกสำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจมีผลทำให้คำสั่งซื้อลดลง กำลังการผลิตจึงลดลงตามไปด้วย แต่ธุรกิจที่ยังสามารถยั่งยืนและเป็นรากฐานที่สำคัญให้กับเศรษฐกิจในประเทศ คือ วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นรากฐานให้กับเศรษฐกิจของประเทศร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมดในประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานร้อยละ 77 การสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 39 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29 ของมูลค่าการส่งออก (รายงานสถานการณ์วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552: 2)

รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีนโยบายในการส่งเสริมและผลักดันให้วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมพัฒนาวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555-2559) ยุทธศาสตร์ที่ 1 สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมให้วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพของวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เชื่อมโยงเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “พัฒนาศักยภาพ วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยให้เติบโตอย่างสมดุลยั่งยืน เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย” (ทิศทางเศรษฐกิจไทย ฉบับที่ 3 2555-2559)

ปัจจุบันวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยมาก ซึ่งมีจำนวนวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศถึง 2.65 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 99.8 ของวิชาสาหกิจทั้งหมด มีการจ้างงานจำนวน 11 ล้านราย หรือร้อยละ 83.9 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มีมูลค่าการส่งออก 2.07 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29.9 ของมูลค่าการส่งออกทั้งประเทศ และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า 3.86 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.6 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สถิติข้างต้นจะเห็นได้ว่าวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทต่อภาคธุรกิจไทยเป็นอย่างดี (รายงานสถานการณ์วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554-2555) แต่จากการสำรวจติดตามกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของหน่วยงานภาครัฐ โดย บริษัท SMEs Development and Consultant พบว่า ธุรกิจวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใน 100 ราย จะมีเพียงไม่ถึง 5%

ที่ประสบความสำเร็จ ส่วนที่เหลือล้มเลิกจะกิจการในที่สุด โดยมีอายุในการดำเนินงานไม่เกิน 1-2 ปี ที่ประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเด่นเฉพาะตัวที่เป็นปัจจัยให้ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นแกนหลักให้กับระบบธุรกิจและเศรษฐกิจไทย สามารถยืนหยัดอยู่ได้ในสภาวะปัจจุบันที่เศรษฐกิจถดถอยชะลอตัว ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงต้องมีวิธีการปรับตัวด้านการบริหารการจัดการ การตลาด เพื่อรักษากิจการให้อยู่รอด (ประชาชาติธุรกิจ ออนไลน์, 10 พ.ย. 2556)

ดังนั้นจึงเป็นมูลเหตุให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาว่า ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ประสบความสำเร็จมีลักษณะอย่างไรและมีปัจจัยแวดล้อมใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเลือกศึกษาในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ เพราะว่าประชากรในเขตพื้นที่หาดใหญ่ประกอบอาชีพ ค้าขาย ธุรกิจบริการและ การผลิต และหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ, การคมนาคมการท่องเที่ยว และการจ้างงานและเพื่อได้ทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และนำมาปรับปรุงการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยี ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ ด้านการมีชื่อเสียง
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
4. เพื่อศึกษาอำนาจพยากรณ์ของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. เพื่อต้องการทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของการดำเนินงานธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐาน

1. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ

ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ด้านความมั่นคง

2. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือ

3. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมด้านการมีชื่อเสียง

ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้ทราบถึงปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. ได้ทราบถึงความสำเร็จ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ และด้านการมีชื่อเสียง ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3. ได้ทราบผลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4. ได้ทราบผลอำนาจพยากรณ์ของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำไปใช้ในการวางแผนในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น

5. ทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

6. หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ประสบความสำเร็จ

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย เรื่อง ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถามกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังมีรายละเอียดต่อไปนี้ คือ

1. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบไปด้วย

1.1 ปัจจัยภายใน

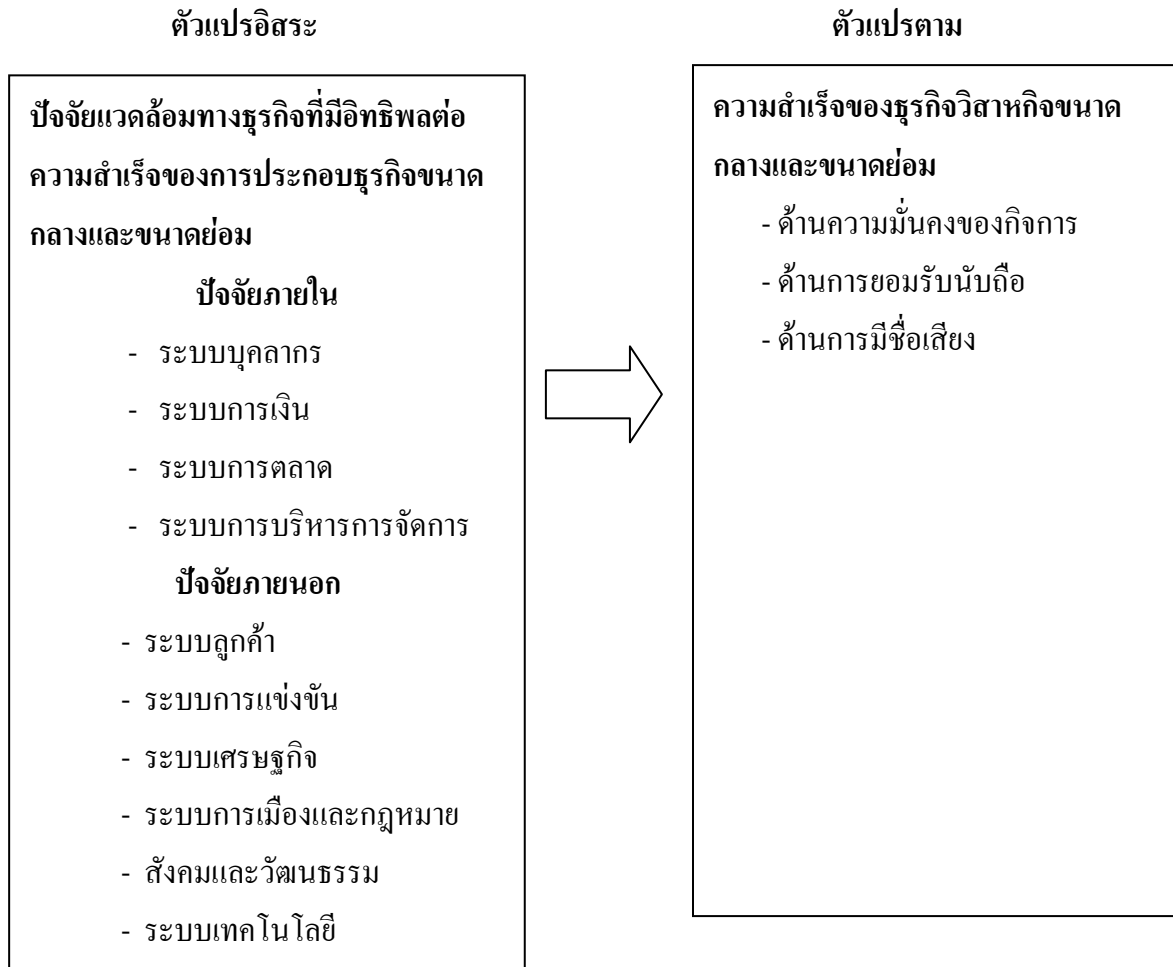
- 1.1.1 ระบบบุคลากร
- 1.1.2 ระบบการเงิน
- 1.1.3 ระบบการตลาด
- 1.1.4 ระบบการบริหารการจัดการ
- 1.2 ปัจจัยภายนอก
 - 1.2.1 ระบบลูกค้า
 - 1.2.2 ระบบการแข่งขัน
 - 1.2.3 ระบบเศรษฐกิจ
 - 1.2.4 ระบบการเมืองและกฎหมาย
 - 1.2.5 สังคมและวัฒนธรรม
 - 1.2.6 ระบบเทคโนโลยี
- 2. ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 - 2.1 ด้านความมั่นคงของกิจการ
 - 2.2 ด้านการยอมรับนับถือ
 - 2.3 ด้านการมีชื่อเสียง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ทำการศึกษาครั้งนี้คือ ธุรกิจที่จดทะเบียน ในรูปธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยอาศัยข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา (ประจำปี 2550) จำนวน 1,030 กิจการ

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยอาศัยข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามานเ (สุวริย์ สิริโกลาภิรมย์, 2546. p.445) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีความคลาดเคลื่อน 0.05 ในการคำนวณหาขนาดของตัวอย่าง ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง 280 กิจการ

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภทคือ สภาพแวดล้อมภายในได้แก่ บุคลากร การเงิน การบริหารจัดการ การตลาด และสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ลูกค้า การแข่งขัน เศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย และเทคโนโลยี

2. SMEs ย่อมาจากภาษาอังกฤษ Small and Medium Enterprises แปลเป็นภาษาไทยว่า “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” หมายถึง ผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ภาคการผลิต ภาคการค้าและบริการ) จังหวัดสงขลา ที่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล (บริษัท ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล และห้างหุ้นส่วนจำกัด) และได้รายงานงบการเงินกับสำนักงานทะเบียนการค้าจังหวัดสงขลา

3. ความสำเร็จ หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานจนบรรลุเป้าหมายและผลเป็นที่พึงพอใจ ซึ่งงานวิจัยนี้ประเมินความสำเร็จได้จาก ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ ด้านการมีชื่อเสียง

4. การยอมรับนับถือ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการยอมรับนับถือจากลูกค้า จากเพื่อนร่วมธุรกิจ และการยอมรับนับถือจากสังคม

5. ความมั่นคง หมายถึง การที่ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความมั่นคงทางด้านกำไร ทางด้านบุคลากรและมั่นคงทางสภาพแวดล้อมในการทำงาน

6. บุคลากร หมายถึง ผู้ที่จะต้องเกี่ยวข้องกับระบบงาน หรือหมายถึง คนทุกคนที่เกี่ยวข้องกับระบบนั้นเอง อาจจะประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับต่างๆ ซึ่งจะมีทั้งผู้บริหาร ระดับสูง ระดับกลาง และระดับปฏิบัติงาน

7. การเงิน หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับหน้าที่ของเงิน และเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการประกอบทาง

8. การตลาด หมายถึง กระบวนการที่จะทำให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคและทำให้ลูกค้าเกิด เช่น การวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้า ความพอใจตัวสินค้า โดยใช้ ส่วนผสมทางการตลาด

9. การบริหารการจัดการ หมายถึง การบริหารการจัดการเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและการประสานงานกันเพื่อให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย การวางแผน การสั่งการ การติดตามผลการปฏิบัติงาน

10. ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือผู้ให้บริการในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

11. การแข่งขัน หมายถึง ธุรกิจที่ประกอบการประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเดียวกัน และมีการแข่งขันในการขายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกิจการ

12. สภาพเศรษฐกิจ หมายถึง สภาพเศรษฐกิจที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

13. การเมือง หมายถึง สถานการณ์ทางการเมืองที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

14. เทคโนโลยี หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์พัฒนาขึ้น เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์, เครื่องมือ, เครื่องจักร, วัสดุ หรือ แม้กระทั่งที่ไม่ได้เป็นสิ่งของที่จับต้องได้ เช่น กระบวนการต่าง ๆ

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ค้นคว้าและศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เอกสาร ตำรา ซึ่งจะนำเสนอตามหัวข้อและลำดับต่อไปนี้

1. ความหมายของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. บทบาทของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. ความสำคัญของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีต่อเศรษฐกิจไทย
4. ประเภทและขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
6. ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
7. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
8. การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คำรังสรรค์ ชัยสนธิ และสุณี เลิศแสวงกิจ (2541: 2) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของดำเนินการ โดยผู้ประกอบการไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด และไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น

วีรุธ มาฆะศิริรานนท์ (2543: 14) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยยังไม่มีหน่วยงานหรือสถาบันใดกำหนดได้อย่างชัดเจน แต่ที่คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ได้แก่

1. มีการบริหารงานอย่างอิสระ โดยปกติแล้วตัวผู้จัดการมักจะมีส่วนร่วมในการ เป็นเจ้าของธุรกิจนั้นอยู่ด้วย
2. เจ้าของธุรกิจและเงินทุนมักจะมาจากเจ้าของเพียงคนเดียวหรืออาจจะเป็นคนกลุ่ม เล็กๆ ที่มาร่วมลงขันกัน
3. พื้นที่ปฏิบัติการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นจะอยู่ในบริเวณท้องถิ่นต่างๆ ทั้งเจ้าของและคนทำงาน (ลูกจ้าง) ส่วนใหญ่ก็จะอาศัยอยู่ในชุมชนท้องถิ่นนั้น แต่ที่สำคัญการตลาดของผลิตภัณฑ์ กลับ

เปิดกว้างออกไปทั่วประเทศหรือทั่วโลก

4. การกำหนดแบ่งขนาดธุรกิจไว้อย่างชัดเจน ดายตัว จึงจะเรียกว่าธุรกิจขนาดกลาง หรือขนาดย่อม ซึ่งถ้าอยู่ในธุรกิจประเภทเดียวกันก็อาจจะพอเปรียบเทียบกันไป แต่กับธุรกิจนานาชาติประเทศแล้วขนาดย่อมของประเทศธุรกิจหนึ่งอาจจะกลายเป็นขนาดกลาง ในธุรกิจประเภทอื่นก็เป็นไปได้

วรณารถ แสงมณี (2544: 15) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจเล็กๆที่ก่อตั้งโดยบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน มีทรัพย์สินของกิจการค่อนข้างจำกัด และบริหารงานอย่างอิสระด้วยตัวเจ้าของเอง ซึ่งอาจมีลูกจ้างพนักงานจำนวนหนึ่งมาช่วยดำเนินงานบ้างเล็กน้อย

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2545: 1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่มีลักษณะดังนี้

1. มีการบริหารงานอย่างอิสระและผู้บริหารมักเป็นเจ้าของกิจการ
2. เงินลงทุนที่นำมาทำธุรกิจเป็นเงินส่วนตัวหรือได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มคนเล็กๆ
3. ขอบเขตการดำเนินการกระทำในพื้นที่ภายในท้องถิ่นเป็นส่วนมาก พนักงานและเจ้าของอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน แต่ตลาดสินค้าไม่จำเป็นต้องอยู่ในท้องถิ่นนั้นก็ได้
4. ธุรกิจขนาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทั้งทางด้านจำนวนพนักงานเงินลงทุนทรัพย์สินและยอดขาย

วินิจ วีรยางกูร (2545: 2) ได้ให้ความหมายธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระ มีเอกชนเป็นเจ้าของดำเนินการโดยเจ้าของเองไม่เป็นเจ้าของธุรกิจใด และไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลอื่นหรือธุรกิจอื่น

วิฑูรย์ สิมะโชคติ (2545: 11-12) ได้อธิบายว่า (SMEs) (Small and Medium Sized Enterprises) คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งมีความหมายรวมถึง กิจการอุตสาหกรรม การผลิต กิจการค้าส่งและค้าปลีก และกิจการบริการ

เกศินี วิฑูรชาติ (2546: 4) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4 หัวข้อ

1. การบริหารงานอย่างอิสระ เจ้าของเป็นผู้บริหารเอง
2. บุคคลคนเดียวหรือกลุ่มเล็กๆ กลุ่มหนึ่งจัดหาเงินทุนและเป็นเจ้าของธุรกิจ
3. ขอบเขตการดำเนินงานอยู่ในท้องถิ่นเป็นส่วนมากพนักงานและเจ้าของอยู่ในชุมชนเดียวกันสินค้าและบริการไม่จำเป็นต้องอยู่ในที่นั้นก็ได้
4. ธุรกิจขนาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทั้งทางด้านจำนวนพนักงานเงินลงทุนทรัพย์สินและยอดขาย

กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547: 1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกเหนือจากปัจจัยด้านจำนวนพนักงานและจำนวนเงินลงทุนแล้ว คณะกรรมการพัฒนาระดับเศรษฐกิจ (the Committee for Economic Development หรือ CED) แห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้การจำกัดความลักษณะของ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่า ธุรกิจขนาดย่อมหมายถึง มีลักษณะอย่างน้อยที่สุด 2 ประการ จาก 4 ลักษณะดังนี้

1. การบริหารงานอย่างอิสระ ส่วนใหญ่เจ้าของเป็นผู้บริหารเอง
2. เงินทุนในการดำเนินงานมีข้อจำกัด เพราะมาจากการลงทุนของผู้ประกอบการเอง หรือเกิดจากการระดมทุนจากกลุ่มเล็กๆ
3. ขอบเขตการดำเนินงานอยู่ในท้องถิ่นเป็นส่วนมากพนักงานและเจ้าของอยู่ในชุมชนเดียวกัน สินค้าและบริการไม่จำเป็นต้องอยู่ในที่นั้นก็ได้
4. ธุรกิจขนาดเล็กจะมีผลกระทบต่อธุรกิจอุตสาหกรรมส่วนใหญ่น้อยมาก

บุญสืบ โภธิศรี (2548: 2) ได้อธิบายว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก(SME) ที่กิจการการผลิตสินค้าและบริการที่เกิดจากทักษะอันหลากหลาย มีกระบวนการผลิตที่ยืดหยุ่น สอดคล้องกับวิถีของคนในชุมชนและความต้องการของตลาด โดยใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ในประเทศและไม่พึ่งพาโรงงานและกิจการขนาดใหญ่ สามารถสร้างรายได้โดยใช้ทุนประกอบการไม่มากนัก หรือเพียงพอกับขีดความสามารถของสถาบันการเงินในปัจจุบัน

และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2548: 50 อ้างใน บุญสืบ โภธิศรี) ได้นิยามความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ว่าใช้เกณฑ์การจ้างงาน (จำนวนคนงาน) เป็นเกณฑ์การพิจารณาเพราะว่า สามารถตรวจนับได้ง่ายกว่าการตีราคาทรัพย์สินถาวร ส่วนขนาดของธุรกิจที่จะจัดเป็น (SMEs) นั้น ไม่ชัดเจนมากนัก หรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ ดังนี้

1. อุตสาหกรรมขนาดย่อม ได้แก่ อุตสาหกรรมที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 20 ล้านบาท
2. อุตสาหกรรมขนาดกลาง ได้แก่ อุตสาหกรรมที่มีจำนวนการจ้างงานมากกว่า 50 คนขึ้นไป แต่ไม่เกิน 200 คน หรือมีสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 20 ล้านบาทขึ้นไป แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท
3. อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ได้แก่ อุตสาหกรรมที่มีจำนวนการจ้างงานมากกว่า 200 คน ขึ้นไปมีสินทรัพย์ถาวร ตั้งแต่ 100 ล้านบาทขึ้นไป

สรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจเล็กๆ ที่ก่อตั้งโดยบุคคลคนเดียว หรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน มีทรัพย์สินของกิจการค่อนข้างจำกัด เนื่องจากส่วนใหญ่ใช้ทุนตัวเอง และการบริหารงานเป็นอิสระด้วยตัวของเจ้าของ

บทบาทของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (รายงานสถานการณ์ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2552 และแนวโน้มปี 2553) เกี่ยวกับบทบาทของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีต่อเศรษฐกิจไทย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือที่เรียกกันสั้นๆ ว่า “เอสเอ็มอี” (SMEs) ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งของระบบเศรษฐกิจ โดยหากประเทศมีผู้ประกอบการ SMEs ที่มีความรู้ ความสามารถในการ

พัฒนาสินค้าบริการ/กระบวนการผลิต มีความเข้มแข็ง และมีความคิดในเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม ก็จะ
สามารถสร้างคน สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/บริการ สร้างทักษะฝีมือ สร้างเงินตราเข้า
ประเทศและท้ายที่สุดก็จะสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ ข้อมูลรายงาน
สถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2552 และแนวโน้มปี 2553 (รายงานเบื้องต้น) แสดง
จำนวน SMEs เมื่อสิ้นสุด ปี 2552 มีอยู่ทั้งสิ้นถึงประมาณ 2,896,106 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.8 ของวิสาหกิจ
ทั้งหมดในประเทศไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตให้
ระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดย ก่อให้เกิดการจ้างงานสูงถึง จำนวน 9,701,354 คน คิดเป็นร้อยละ
78.2 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ และสร้างมูลค่าการส่งออกจำนวน 1,589,199.87 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ
30 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด สำหรับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP)
ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในไตรมาสที่ 1/2553 มีมูลค่า 955,249.4 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อย
ละ 37.2 ของ GDP รวมทั้งประเทศมีอัตราการขยายตัว คิดเป็น ร้อยละ 11.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี
ก่อน โดยเป็นการขยายตัวของวิสาหกิจขนาดกลาง ร้อยละ 15.3 และวิสาหกิจขนาดย่อม ร้อยละ 8.9 กิจกรรม
การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยนั้นมีหน่วยงานหลากหลายทั้งภาครัฐและ
เอกชนที่มีบทบาทและให้การสนับสนุนการดำเนินภารกิจนี้ โดยมีหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
(ธพว.) หรือเรียกอีกชื่อว่า เอสเอ็มอีแบงก์ (SME Bank) ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
(ธสน.) และหน่วยงานภาคเอกชน เช่น สภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและหอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรม
แห่งประเทศไทย สมาคมรองเท้าไทย สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
สมาคมไทยบริการท่องเที่ยวไทย และสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย ทำหน้าที่ผลักดันและเสริมสร้างขีด
ความสามารถและความเข้มแข็งให้แก่ SMEs ในด้านต่างๆ ครอบคลุมไป เช่น ด้านการเงิน การตลาด การโรงแรม
และการท่องเที่ยว บุคลากร กฎระเบียบข้อบังคับ โลจิสติกส์จากปัญหาการดำเนินงานผลักดันผ่านโครงการ

ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีต่อเศรษฐกิจไทย

ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาครัฐได้เห็นถึงความสำคัญของการเร่ง
ส่งเสริมให้เกิดการผลิตในระดับพื้นฐานของประชาชน โดยได้เล็งเห็นถึงความสามารถทางการดำเนินงานการ
ผลิตและการบริการที่เริ่มต้นจากกิจการที่มีขนาดที่เหมาะสม ที่ประชาชนสามารถเริ่มต้นทำธุรกิจได้ ด้วยทุน
เริ่มต้นที่ไม่มากนัก และผู้ดำเนินการสามารถทำได้ตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป อันจะทำให้ประชาชนมีความสามารถใน
การดำเนินชีวิตในสังคม มีงานทำ มีรายได้เพื่อส่งผลดีกับการพัฒนาเศรษฐกิจ และระบบสังคม

สุวัจน์ ลิปตพัลลภ (อ่างในวิบูลย์ สิมะ โชคดี 2542 : คำนิยาม). กล่าวถึงความสำคัญของวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมว่า มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเป็น
กลุ่มกิจการที่มีจำนวนมากกว่าร้อยละ 90 ของจำนวนกิจการวิสาหกิจทั้งหมด และยังมีบทบาทเป็นแหล่งการ
จ้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต การค้า และการบริการขณะเดียวกันยังเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบและ

สินค้าชั้นกลางสนับสนุนกิจการขนาดใหญ่ เป็นแหล่งผลิตสินค้าเพื่อการนำเข้า การบริโภคภายในประเทศ การส่งออกนารายได้เข้าประเทศ เป็นแหล่งเริ่มของการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานและบุคลากรที่มีได้เข้าสู่ระบบโรงเรียน ตลอดจนเป็นจุดเริ่มต้นของการลงทุนประกอบการที่จะขยายตัวเติบโตเป็นกิจการใหญ่กว่าในอนาคต ขณะที่ วิฑูรย์ สิมะ โชคดี (2542 : 3) กล่าวถึงความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่าเป็นนโยบายที่กระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่หรือเจ้าเก่าหน้าใหม่หรือ ผู้ประกอบการอิสระ (Enterpreneurs) ให้ก่อร่างสร้างตัวและต่อสู้ยืนหยัดอยู่ในโลกธุรกิจอุตสาหกรรมต่อไปได้อย่างมั่นคง ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจในระดับพื้นฐานของประชาชนและเป็นการสร้างหน่วยงานธุรกิจที่เป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างระบบการทำงานโดยสอดคล้องกับ สมชาย หิรัญกิติ

และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542 :16) กล่าวว่า เป็นเสมือนส่วนหนึ่งของธุรกิจชุมชน จะเป็นส่วนช่วยด้านสวัสดิการทางด้านเศรษฐกิจของประชาชน เพราะมีการผลิตจำนวนมากถึงครึ่งหนึ่งของสินค้าและบริการทั้งหมด โดยเมื่อรวมประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจทั้งหมดแล้วธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะเหมือนธุรกิจขนาดใหญ่ เป็นการสร้างรายได้ให้ชุมชน และประเทศ เกิดการจ้างแรงงาน การสร้างระบบของการแข่งขันทางสินค้า ตลอดจนการสร้างนวัตกรรมใหม่ในด้านการผลิต โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การสร้างงานใหม่ (Providing New Job) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะเป็นธุรกิจที่สร้างงานใหม่ๆ ถือได้ว่าเป็นโอกาสของตลาดแรงงาน เป็นการประกันการว่างงานของแรงงานได้เป็นอย่างดี เพราะจะเกิดระบบการจ้างงานและการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมจะสร้างลักษณะแรงงานใหม่ ๆ 2 ลักษณะคือ (1) การลงทุนในธุรกิจใหม่ (2) เกิดจากการขยายตัวของธุรกิจเดิม

2) การสร้างนวัตกรรม (Introducing Innovation) ซึ่งงานประดิษฐ์ใหม่ ๆ มักเกิดจากห้องทดลองที่เรียกว่าเกิดจากห้องแถว

3) การกระตุ้นการแข่งขันทางเศรษฐกิจ (Stimulating Economic Competition) เพราะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการสร้างตัวเลือกทางสินค้าและบริการที่มากและหลากหลาย ย่อมมีการเกิดระบบของการแข่งขันกันในคุณภาพ ปริมาณ ราคาของสินค้าอันเป็นผลดีของผู้บริโภคและสามารถพัฒนาสู่ต่างประเทศได้

4) การสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ (Aiding Big Business) ในหลาย ๆ ลักษณะของการประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถทำได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะมีระบบการควบคุมการทำงานที่ทั่วถึง รวดเร็ว คล่องตัว เป็นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อการส่งต่ออุตสาหกรรมขนาดใหญ่

5) การผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ (Producing Goods and Service Efficiently) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะเป็นการช่วยเสริมธุรกิจให้กับธุรกิจขนาดใหญ่

คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี (2545 : 2) กล่าวถึงความสำคัญว่า มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเนื่องจากเป็นแหล่งรองรับการจ้างแรงงาน เป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบและชิ้นส่วนอุตสาหกรรมต่อเนื่อง รวมทั้งมีส่วนสำคัญในการผลิตเครื่องอุปโภคบริโภค ส่วนทางด้านของ ผุสดี รุมาคม (2540 : 14-15) กล่าวถึงความสำคัญไว้ว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศแตกต่างกันไป

ตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนาและสภาพแวดล้อมของประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่เป็นที่ยอมรับว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศ หลายประการ คือ

(1) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การนำทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมจะเข้าไปแทนที่อุตสาหกรรมในครัวเรือน มีการใช้เทคโนโลยี และการบริหารจัดการที่เหมาะสม ทำให้การบริหารงานการใช้วัตถุดิบเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

(2) การพัฒนาความสามารถในการประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการใหม่ที่มีความคิดริเริ่ม กล้าเสี่ยง และแสวงหาความก้าวหน้า เพื่อพิสูจน์ความสามารถของตนเอง เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มาก อันจะนำไปสู่การพัฒนาในธุรกิจขนาดใหญ่ได้

(3) การระดมทุน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นช่องทางหนึ่งของการระดมทุนทั้งที่เป็นเจ้าของญาติ เพื่อน ตลอดจนแหล่งเงินทุนต่างๆ ที่ผู้ประกอบการสามารถหาได้แล้วนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์

(4) การประหยัดเงินทุน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถให้ผลผลิตเร็วกว่าแปลงได้เร็วกว่า

(5) การจ้างงานเพิ่มขึ้น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นแหล่งรองรับแรงงานที่มีอยู่จำนวนมาก เป็นการแก้ไขปัญหาการว่างงาน

(6) การกระจายการพัฒนาออกไปสู่ภูมิภาค ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถกระจายไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ หรือแม้แต่ในเขตชนบท เพราะใช้คนงานไม่มาก ทุนน้อยมีความคล่องตัวสูง

(7) การพัฒนาทางการเมืองและสังคม ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมช่วยกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจออกไปสู่กลุ่มชนต่างๆ แทนที่จะให้ความมั่นคงอยู่ในคนกลุ่มน้อย อันจะทำให้พื้นฐานทางฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้น

อดิศักดิ์ ศรีสม (2543 : 5) ได้ให้ทรรศนะไว้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นวิสาหกิจที่มีความเหมาะสม มีความคล่องตัวในการปรับสภาพให้เข้ากับสถานการณ์ ทั่วไปของประเทศอีกทั้งยังเป็นวิสาหกิจที่ใช้เงินทุนในจำนวนที่ต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่และยังช่วยรองรับแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเมื่อหมดฤดูกาลเพาะปลูก รวมถึงเป็นแหล่งที่สามารถรองรับแรงงานที่เข้ามาใหม่ เป็นการป้องกันการอพยพแรงงานเข้ามาหางานทำในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งช่วยกระจายการกระจุกตัวของโรงงานกิจการวิสาหกิจในกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปสู่ภูมิภาค ก่อให้เกิดการพัฒนาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาคและของประเทศอย่างยั่งยืนตลอดไป ซึ่งทางคณีย์ เทียนพุด (2544 :33) กล่าวถึงความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่า เป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญ คือ

1) เป็นแหล่งจ้างงาน จากตัวเลขของจำนวนโรงงานที่แจ้งกับกรมแรงงานร้อยละ 98 เป็นตัวเลขของโรงงานขนาดกลางและขนาดย่อม

2) เป็นส่วนสำคัญของระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากธุรกิจ SMEs ครอบคลุมทุกอุตสาหกรรม ทั้งภาคการผลิต การค้าส่ง การค้าปลีก และภาคของการบริการ รวมทั้งเป็นแหล่งสำคัญของการสร้างผู้ประกอบการใหม่

3) สนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เพราะเหตุที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือภาคการผลิตที่จะผลิตสินค้าชั้นกลาง (Intermediate Goods) ป้อนโรงงาน เสมือนผู้รับช่วงการผลิตชิ้นส่วนป้อนโรงงาน

4) เพิ่มมูลค่าให้วัตถุดิบในประเทศ เพราะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรในประเทศเป็นหลัก จึงทำให้มีการเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบในประเทศ

5) ได้รับผลกระทบจากวิกฤติน้อย เพราะ สามารถปรับตัวในเรื่องของการผลิตได้ดีว่า ใช้เงินทุนน้อยกว่า

6) สร้างรายได้ให้ประเทศ เนื่องจากสินค้าหลายๆประเภทสามารถส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้

ชาญชัย อาจินสมาจาร (2541: 16) ได้กล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถือเป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจของประเทศ มีบทบาทที่สำคัญในการทำประโยชน์แก่ผลผลิตของประเทศ ตลอดจนการก่อให้เกิดการจ้างงานแก่ประชาชน

สมชาย หิรัญกิตติ (2542: 11-12) ได้กล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ว่าเป็นเสมือนส่วนหนึ่งของธุรกิจชุมชน จะเป็นส่วนช่วยด้านสวัสดิการทางเศรษฐกิจของประชาชน เพราะมีการผลิตสินค้า มีจำนวนมากถึง 50 เปอร์เซ็นต์ ของสินค้าและบริการทั้งหมด ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของธุรกิจขนาดย่อมจะเหมือนธุรกิจขนาดใหญ่ คือ สร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศ ตลอดจนผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสร้างงานใหม่ (providing new job) เป็นธุรกิจขนาดย่อมจะเป็นธุรกิจที่สร้างงานใหม่ ๆ จึงถือได้ว่าเป็นโอกาสสำหรับตลาดแรงงานมีการเพิ่มงานอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจขนาดย่อมสามารถสร้างงานได้ในลักษณะ 2 ลักษณะ คือ การลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ การขยายธุรกิจเดิม

2. การสร้างนวัตกรรม (Introducing innovation) งานประดิษฐ์ใหม่ๆ มักเกิดจากห้องทดลองในธุรกิจขนาดย่อม

3. การกระตุ้นการแข่งขันทางเศรษฐกิจ (stimulating economic competition) ธุรกิจขนาดย่อมทำให้เกิดแข่งขันทางด้านราคา และสร้างตัวเลือกที่หลากหลายให้ผู้บริโภค

4. ช่วยเหลือธุรกิจขนาดใหญ่ให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (aiding big business) หน้าที่บางประการธุรกิจขนาดย่อมสามารถทำได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ทั้งในด้านการจัดจำหน่าย การขาย ป้อนการผลิตและด้านการบริการ

5. การผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ (producing good and service efficiently) ธุรกิจขนาดย่อมช่วยเสริมจุดด้อยของธุรกิจขนาดใหญ่

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2545: 4-5) ได้กล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดขนาดย่อมว่า แม้จะมีขนาดเล็กแต่ก็มีจำนวนมากและกระจัดกระจายไปทั่วประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศดังต่อไปนี้

1. การสร้างงานใหม่ ธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ง่าย จึงมีส่วนสนับสนุนผู้ที่ต้องการเริ่มธุรกิจของตัวเอง โดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจคนที่ต้องว่างงานมักจะหันมาเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อมได้ง่าย และธุรกิจขนาดย่อมเองในไม่ช้าก็อาจเติบโตเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือธุรกิจขนาดใหญ่ต่อไปได้

2. การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ นักประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มักเริ่มต้นการผลิตและการขยายด้วยธุรกิจขนาดย่อมก่อนที่จะขยายกิจการออกไปเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการยอมรับตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ผลิตโดยธุรกิจขนาดย่อม ได้แก่ ยาแก้โรคเบาหวาน ยาเพนนิซิลิน หลอดสุญญากาศ การอัดรูป เครื่องบินเจ็ต เฮลิคอปเตอร์ ฟิล์มถ่ายรูปสี และปากกาลูกลื่น เป็นต้น

3. การเพิ่มการแข่งขัน การที่มีธุรกิจขนาดย่อมเข้ามาในตลาด ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ธุรกิจขนาดย่อมจึงมีส่วนเพิ่มระดับการแข่งขันในทางเศรษฐกิจ

4. การสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยธุรกิจขนาดย่อมจะมีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ในด้านต่างๆ

5. การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในกิจการที่ต้องการความประณีตและใช้ฝีมือธุรกิจขนาดย่อมจะทำได้ดีกว่าและถือเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาความสามารถในการประกอบการด้วย

6. การกระจายการพัฒนาประเทศธุรกิจขนาดย่อมมักจะมีการจัดตั้งกระจัดกระจายกันไปตามชุมชนต่างๆ จึงมีบทบาทในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของท้องถิ่น ทั้งยังนำไปสู่การผลิตสินค้าพื้นบ้านหรือสินค้าประเภทหัตถกรรมของชุมชนได้ด้วย

7. เพิ่มการระดมทุน ธุรกิจขนาดย่อมเป็นการรวบรวมเงินทุนทั้งที่เป็นผู้ประกอบการและญาติมิตรมาก่อนให้เกิดประโยชน์ในทางธุรกิจ จึงเป็นจุดเริ่มในการระดมทุนและเพิ่มความสามารถในการผลิตของประเทศด้วย

กัตญญู ธีรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 5) ได้กล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจขนาดย่อมเพิ่มการจ้างแรงงานในระบบเศรษฐกิจ โดยช่วยสร้างงานใหม่ให้พนักงานตามกลยุทธ์การเข้าสู่ธุรกิจแบบเลือกตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มซึ่งจะต้องใช้ความชำนาญและทักษะผสมผสานกันในลักษณะที่แตกต่างจากการทำงานให้ธุรกิจขนาดใหญ่

2. เป็นแหล่งที่มาของประดิษฐ์กรรมใหม่ของตลาดจำนวนมากถึงแม้ว่าธุรกิจขนาดย่อมไม่มีการใช้เทคโนโลยีระดับสูงหรือห้องปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาราคาแพงแต่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและความร่วมมือของพนักงานก็อาจสร้างงานที่เป็นนวัตกรรมได้นวัตกรรมใหม่หลายอันบังเกิดขึ้นจากธุรกิจขนาดย่อม เช่น รถสามล้อเครื่องหรือเรือหางยาว เป็นต้น

3. ส่งเสริมการแข่งขันเสรี กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิต ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์มากที่สุด เพราะการที่ระบบเศรษฐกิจประกอบด้วยธุรกิจขนาดใหญ่เพียงไม่กี่รายจะนำไปสู่การผูกขาดทางการค้า ซึ่งไม่เป็นผลดีแก่ผู้บริโภคและสังคมส่วนรวมนอกจากนั้นธุรกิจขนาดย่อมยังสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่หลากหลาย ทั้งด้านคุณภาพและราคาทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและความต้องการที่แตกต่างกันของคนทุกกลุ่มได้รับการตอบสนองโดยทั่วถึง

4. ธุรกิจขนาดย่อมมักมีความสัมพันธ์ในเชิงสนับสนุนการดำเนินการของธุรกิจขนาดใหญ่ด้านกระจายสินค้า การป้อนวัตถุดิบและการบริการ โดยอยู่ในวงจรของธุรกิจขนาดใหญ่ ลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน เช่น ร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า (dealer) เป็นตัวแทนจำหน่ายช่วยบริษัทใหญ่ที่ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าขยายตลาดสู่แต่ละพื้นที่

5. ช่วยพัฒนาศักยภาพในด้านสติปัญญาและความมานะพยายามของบุคคลทั้งตัวผู้ประกอบการและพนักงานที่จะต่อสู้ให้ได้มาซึ่งความสำเร็จของธุรกิจ เพราะการประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีเงินทุนน้อยบุคลากรที่ทำงานก็มีจำนวนจำกัด อิทธิพลในตลาดก็มีน้อย การประสบความสำเร็จในธุรกิจขนาดย่อมจึงไม่ใช่เรื่องบังเอิญแต่เกิดขึ้นจากความสามารถที่แท้จริงของทรัพยากรบุคคลของประเทศชาติเป็นสำคัญ

6. ช่วยกระจายรายได้และความรู้ความชำนาญให้แก่ประชาชนกลุ่มใหญ่ของประเทศไปถึงชุมชนและท้องถิ่นต่างๆ อย่างทั่วถึง ซึ่งเท่ากับช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแก่ประเทศชาติด้วย

กล่าวโดยสรุปแล้ววิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถือเป็นตัวจักรที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ ที่สร้างการหมุนเวียนในระบบการค้า การผลิต การแข่งขัน สร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในระบบตลาดการค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยการเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก ใช้ทุน และแรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์น้อย อันจะทำให้เกิดระบบการที่คนไทยซึ่งถือได้ว่าเป็นเพียงแต่ผู้บริโภคคือซื้อสินค้าและบริการ กลับกลายมาเป็นผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภคที่เป็นคนไทยให้หันกลับมานิยมสินค้าและบริการของคนไทยลดปัญหาเงินหมุนเวียนออกนอกประเทศ และการสร้างค่านิยมของสินค้าและบริการให้กับชาวต่างประเทศให้เป็นที่รู้จัก อันเป็นการสร้างระบบการค้าระหว่างประเทศ ทำให้มีการแข่งขันได้สามารถขายสินค้าและบริการภายใต้ตราสินค้าไทย อันเป็นการสร้างชื่อเสียงของประเทศและแสวงหาเงินตราเข้าประเทศได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ประเภทและขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้มีการร่วมประชุมกันเพื่อกำหนดความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้มีการกำหนดความหมายที่เป็นมาตรฐานเดียวกันโดยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสิน บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม ได้พิจารณากำหนดชื่อว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในชื่อภาษาอังกฤษ คือ Small and Medium Enterprises คำย่อ SMEs ให้

หมายถึง การดำเนินการประกอบธุรกิจที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบไปด้วยกิจการการผลิต กิจการการค้าและกิจการบริการ โดยกำหนดคุณลักษณะของวิสาหกิจจากเกณฑ์มูลค่าขั้นสูงของทรัพย์สินถาวร ที่กิจการนั้นมีอยู่ ดังตาราง 1 ซึ่งครอบคลุมธุรกิจหลักใน 3 กลุ่ม โดยมีรายละเอียด คือ

(1) กลุ่มธุรกิจการผลิต (Production Section) ด้านการเกษตรกรรม การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร (Agricultural Processing) อุตสาหกรรมการผลิตสินค้า (Manufacturing) โดยการเปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปด้วยกระบวนการผลิต เพื่อสินค้าอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ทั้งที่ใช้เครื่องจักรในการแปรรูป หรือการใช้แรงงานและฝีมือในการแปรรูป

(2) กลุ่มธุรกิจการค้า (Trading Section)

ก. การค้าส่ง (Wholesaling) หมายถึง ธุรกิจที่คนกลางดำเนินการ โดยขายสินค้าต่อให้คนกลาง และผู้ใช้ในอุตสาหกรรม และพาณิชย์กรรมเป็นจำนวนมากๆ แต่ไม่ขายให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือเป็นการจำหน่ายสินค้า ทั้งที่เป็นสินค้าอุปโภค บริโภค และสินค้าอุตสาหกรรมจำนวนครั้งละมากๆ

ข. การค้าปลีก (Retail) หมายถึง ธุรกิจที่ขายสินค้าจำนวนเล็กน้อยแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง และเป็นคนกลางระหว่างผู้ค้าส่งและผู้บริโภคคนสุดท้าย

(3) กลุ่มธุรกิจบริการ (Services Section) เป็นกิจกรรมที่จำหน่ายสินค้าในรูปแบบการสนับสนุน ผู้ดำเนินการ การผลิต การค้า และการอำนวยความสะดวก เช่น การโรงแรม การท่องเที่ยว การซ่อมบำรุง การขนส่ง บริการด้านการเสริมสวย ความบันเทิง เป็นต้น ซึ่งผลจากการร่วมประชุมเพื่อกำหนดค่านิยามของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังกล่าว รัฐบาลได้ออกประกาศเป็น พระราชบัญญัติวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ.2543 เพื่อให้ถือเป็นมาตรฐานเดียวกันจนได้ข้อสรุปนิยามของ SMEs โดยใช้ หลักเกณฑ์มูลค่าของทรัพย์สินถาวรดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงเกณฑ์ขนาดของทรัพย์สินถาวรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ 2556

ประเภทกิจการ	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
- การผลิต	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 200
- ค้าส่ง	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 100
- ค้าปลีก	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 60
- การบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 200

ตารางที่ 2 แสดงเกณฑ์ขนาดการจ้างงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภทกิจการ	จำนวนการจ้างงาน	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
- การผลิต	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 200
- การบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 200
- การค้า		
- ค้าส่ง	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50
- ค้าปลีก	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30

ที่มา สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2556

นฤตม์ เทอดเสถียรศักดิ์ (2543: 28) ได้แบ่งประเภทของ “ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประกอบด้วย 3 กลุ่มหลักคือ การผลิต (ครอบคลุมถึงการเกษตร อุตสาหกรรม และเหมืองแร่) การค้า (ครอบคลุมถึงการค้าส่งและการค้าปลีก) และกิจการบริการ

รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(ทิวา พงศ์ธนไพบุลย์ 2546: 14) ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ได้จัดลักษณะการจัดตั้งธุรกิจตามกฎหมายแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. กิจการเจ้าของคนเดียว
2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
3. บริษัทจำกัด

จึงขออธิบายลักษณะต่างๆของการจัดตั้งธุรกิจต่อไปนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว (Sole Proprietorship) เป็นกิจการที่มีเจ้าของคนเดียว มีผู้ลงทุนเพียงคนเดียว และดำเนินการเพียงคนเดียว มีการตัดสินใจเพียงคนเดียว เช่น ร้านขายของชำ ร้านเสริมสวย ร้านขายผลไม้

ข้อดีของกิจการเจ้าของคนเดียว

 1. ง่ายและต้นทุนต่ำ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ใช้เงินลงทุนไม่มากนักจึงง่ายและสะดวกในการจัดการตัดสินใจไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน
 2. กำไรของกิจการ ผลกำไรจากการดำเนินงานได้เพียงคนเดียว อาจจะมีผลกำไรต่ำเพราะลงทุนน้อย กำไรจะดึงดูดใจให้ผู้ประกอบการมีความพยายามในการทำงาน
 3. มีอิสระและคล่องตัวในการดำเนินงาน มีการตัดสินใจด้วยตัวเอง และมีการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายสามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตัวเอง
 4. ผลประโยชน์ด้านภาษี การเสียภาษีของกิจการเจ้าของคนเดียวจะเสียในรูปของภาษีรายได้ส่วนบุคคลมากกว่าภาษีธุรกิจ อาจเสียภาษีไม่มากนัก
 5. เก็บรักษาความลับได้ดี กิจการสามารถเก็บความลับได้ดีเพราะว่าไม่ต้องแสดงงบการเงินให้บุคคลภายนอก ดังนั้นคู่แข่งจึงไม่สามารถรู้ความลับและข้อมูลต่างๆได้

ข้อเสียกิจการเจ้าของคนเดียว

1. รับผิดชอบหนี้สินไม่จำกัด เพราะว่าถ้ามีหนี้สินก็ต้องรับผิดชอบคนเดียว เพราะว่าถ้าล้มละลาย อาจโดนยึดทรัพย์สินได้

2. ขาดความต่อเนื่อง หากเจ้าของล้มป่วยหรือเสียชีวิตกิจการอาจจะหยุดชะงักหรือล้มละลายได้

3. เงินทุนมีจำกัด เนื่องจากกิจการเงินทุนน้อย เพราะว่าเป็นกิจการขนาดเล็กในการหาเงินหาได้ยากเพราะขาดความน่าเชื่อถือจากแหล่งเงินทุน

4. ความรู้ความสามารถมีจำกัด เพราะว่าทำงานในหน้าที่อย่างจำกัด

2. ห้างหุ้นส่วน (Partnership) เป็นการลงทุนร่วมกันระหว่างบุคคล 2 คนขึ้นไป เพื่อมุ่งหวังกำไรด้วยกัน ห้างหุ้นส่วน 2 ประเภท คือ

1. ห้างหุ้นส่วนสามัญ (General Partnership)

2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership)

1. ห้างหุ้นส่วนสามัญ (General Partnership) จะจดทะเบียนก็ได้ไม่จดทะเบียนก็ได้ ถ้าจดทะเบียน เรียกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล สามารถดำเนินการธุรกิจใดๆ ภายใต้เงินทุนที่ได้จดทะเบียนไว้ ทรัพย์สินใดๆ ที่เกิดขึ้นมาจากห้างหุ้นส่วนจะเป็นทรัพย์สินของห้าง เจ้าหนี้มีสิทธิฟ้องร้องเอาจากทรัพย์สินของห้างหุ้นส่วนก่อน หากไม่พอชดใช้ต้องร้องให้เลิกกิจการและมีการชำระบัญชีแบ่งทุนทรัพย์กันตามกฎหมาย ถ้ามาจดทะเบียน จะให้ผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคนต้องรับผิดชอบร่วมกันในหนี้สินทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินงาน โดยไม่แยกระหว่างทรัพย์สินส่วนตัวของห้างหุ้นส่วน เจ้าหนี้มีสิทธิฟ้องร้องเอาจากทรัพย์สินของห้างหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่ง

2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership) มีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ

1. ห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นห้างประเภทหนึ่ง ดังนั้นสัญญาที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปตกลงกัน เพื่อทำกิจกรรมร่วมกันด้วยวัตถุประสงค์ ที่จะพึงได้แก่ กิจกรรมที่ทำนั้น

2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด จะต้องเป็นผู้เป็นหุ้นส่วน 2 จำพวก คือ หนึ่ง หุ้นส่วนจำกัดความรับผิด ซึ่งต้องจำกัดความรับผิดเพียงไม่เกินจำนวนที่ตนลงหุ้นส่วน กับ สอง หุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิด ซึ่งจะต้องรับผิดชอบร่วมกันในหนี้ของห้างหุ้นส่วนโดยไม่จำกัดจำนวน

3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด จะต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเท่านั้น

ข้อดีของห้างหุ้นส่วน

1. ก่อตั้งง่ายและต้นทุนต่ำ ใหญ่กว่ากิจการเจ้าของคนเดียวและหาเงินทุนได้ง่ายกว่า และมีการลงทุนเพียง 2 คนต้นทุนจึงต่ำ

2. กำไรของกิจการจะแบ่งกันตามสัดส่วนของการลงหุ้นจะทำให้มีกำลังใจในการทำงาน เพราะว่าจะต้องรับผิดชอบร่วมกัน

3. เป็นการรวบรวมผู้มีความสามารถ ห้างหุ้นส่วนจะมีผู้รับผิดชอบที่มีความสามารถใกล้เคียงกันมาช่วยกันบริหารดังนั้นการบริหารงานไม่ค่อยผิดพลาด

4. การเสียภาษี จะมีการเสียภาษีแบบรายได้ของห้างหุ้นส่วนการเสียภาษีอาจน้อยกว่าการกิจการบริษัท

ข้อเสียของห้างหุ้นส่วน

1. หนี้สินไม่จำกัดจำนวน ห้างหุ้นส่วนที่ไม่จดทะเบียนถ้ามีหนี้สินต้องรับผิดชอบร่วมกันของกิจการที่เกิดขึ้น

2. ขาดความต่อเนื่อง ถ้าหากหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งเสียชีวิต หรือถอนตัวห้างต้องเลิกกิจการ

3. ปัญหาความขัดแย้ง การบริหารงานอาจจะเกิดความขัดแย้ง ในเรื่องของเงินทุน ความคิด ทำให้เกิดการระแวงต่อกันและไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน

4. เป็นการลงทุนจม เมื่อมีการลงทุนแล้ว การถอนตัวนั้นทำได้ยากเพราะถ้าหุ้นส่วนถอนตัวกิจการต้องล้มเลิกไป อีกฝ่ายหนึ่งก็คงไม่ยอมให้ถอนตัว

3. บริษัทจำกัด (Limited Company) เป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร โดยมี 3 แนวทางหลัก คือ

1. เป็นนิติบุคคลที่มีสภาพแตกต่างหากจากผู้ถือหุ้น

2. ทุนของบริษัท จะแบ่งออกเป็นเรือนหุ้นหน่วยเล็กๆที่มีค่าเท่ากัน

3. ความรับผิดชอบของผู้ถือหุ้น มีจำกัดไม่เกินจำนวนค่าหุ้นที่ตนเองถือ

ลักษณะที่สำคัญของบริษัท

1. ต้องมีคู่สัญญาหรือผู้ถือหุ้น ไม่ต่ำกว่า 7 คน

2. การแบ่งทุนเป็นหุ้น และแต่ละหุ้นมีมูลค่าเท่ากัน โดยมูลค่าหุ้นในแต่ละหุ้นไม่ต่ำกว่า 5 บาท

3. ผู้ถือหุ้นมีความรับผิดชอบจำกัดเพียงค่าหุ้นที่ยังส่งไม่ครบ

4. จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล

5. คุณสมบัติของผู้ถือไม่เป็นสาระสำคัญ

การจัดการงานของบริษัทจำกัด เนื่องจากบริษัท จำกัด เป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย และต้องมีการกำหนดให้มีผู้แทนนิติบุคคลในกระทำได้ และแสดงความประสงค์แทนนิติบุคคลที่จะเรียกว่า กรรมการ ทำหน้าที่เป็นผู้แทนนิติบุคคลนั้น ความผูกพันระหว่างกรรมการ และ บริษัท และบุคคลภายนอกจะเป็นการดำเนินการตามกฎหมาย ที่ว่าด้วยตัวแทนและกรรมการจะต้องดำเนินการจะต้องดำเนินงานไปภายใต้ของเขตของวัตถุประสงค์และข้อบังคับของบริษัท

ข้อดีของบริษัท จำกัด

1. สามารถหาเงินทุนได้มาก และขายายทุนได้ง่าย

2. ผู้ถือหุ้นรับผิดชอบเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบเท่านั้น ทำให้ลดภาระการเสี่ยงลงไป

3. การดำเนินงานของบริษัทมีความมั่นคงและต่อเนื่อง

4. การบริหารงานไม่ค่อยผิดพลาด

5. สามารถ โอนหรือขายหุ้นของตนให้แก่ผู้อื่นได้ง่าย

ข้อเสียของบริษัท จำกัด

1. การจัดตั้งมีความยุ่งยากมาก และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากกว่าธุรกิจแบบอื่น
2. การดำเนินงานอาจไม่คล่องตัวเท่าที่ควร เนื่องจากเป็นกิจการใหญ่ มีพนักงานมาก การควบคุมการดำเนินงานอาจล่าช้า
3. มีข้อจำกัดทางกฎหมายมาก บางครั้งอาจเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน
4. อาจมีข้อขัดแย้งระหว่างผู้บริหารงานและผู้ถือหุ้นเกี่ยวกับการดำเนินงาน

วินิจ วีรยางกูร (2545: 41) ได้แบ่งรูปแบบในการดำเนินธุรกิจได้ 3 แบบ คือ

1. แบบเจ้าของคนเดียว (Sole proprietorship) เป็นรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ ที่นิยมกันมากที่สุดในประเทศไทย การดำเนินธุรกิจประเภทนี้เจ้าของคนเดียวเป็นผู้ที่รับผลกำไร รับผิดชอบต่อหนี้สิน รับผิดชอบต่อความเสี่ยงที่จะเกิดแก่ธุรกิจแต่เพียงผู้เดียว

2. แบบห้างหุ้นส่วน (Partnerships) ผู้ประกอบการจะต้องลงทุนร่วมกับผู้อื่น ในการดำเนินงานเพื่อแสวงหากำไร สัญญาจัดตั้งห้างหุ้นส่วนมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการต้องมีสัญญาระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปตกลงเข้ากันกระทำกิจกรรมร่วมกันด้วยประสงค์จะแบ่งกำไรอันพึงได้แก่กิจกรรมนั้น

3. แบบบริษัทจำกัด (Porporation) ต้องมีการจดทะเบียนเสมอไป บริษัทจำกัดนั้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1095 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า บริษัทประเภทที่จัดตั้งขึ้นด้วยแบ่งทุนเป็นหุ้นมีมูลค่าต่างกัน ผู้ถือหุ้นต้องรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ส่งใช้ไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ถือ

ศิริอร ชันธหัตต์ (2547: 20-25) ได้แบ่งรูปแบบของกิจการได้ ดังนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว (Sole proprietorship) เป็นกิจการขนาดย่อม ที่ดำเนินงานโดยบุคคลคนเดียว เป็นผู้รับผิดชอบงานทั้งหมด โดยไม่ต้องจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัด

2. กิจการห้างหุ้นส่วน (Partnership) เป็นกิจการที่จำแนกได้ 2 ลักษณะห้างหุ้นส่วนสามัญ

ผู้ดำเนินการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงด้วยวาจาหรือลาย

ลักษณะอักษรในการลงทุนร่วมกันดำเนินกิจการ โดยมีวัตถุประสงค์จะแบ่งกำไร และขาดทุนที่เกิดจากกิจการนั้นๆ ทั้งนี้สามารถจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล จะเรียกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญเป็นบุคคลตามกฎหมาย มีสิทธิดำเนินการได้ตามกฎหมาย ห้างหุ้นส่วนจำกัด เกิดจากการจดทะเบียน ประกอบด้วย 2 หุ้นส่วน คือ

หุ้นส่วนจะเป็นคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ที่จำกัดความรับผิดชอบไม่เกินจำนวนเงินที่ตกลงกันมาลงทุนในห้างหุ้นส่วน นอกเหนือจากนี้ไม่ต้องรับผิดชอบ หุ้นส่วนประเภทนี้เรียกว่า หุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบ ซึ่งจะลงทุนด้วยแรงงานในการประกอบกิจการไม่ได้ หุ้นส่วนประเภทที่รับผิดชอบในหนี้สินของห้างหุ้นส่วน โดยไม่จำกัดจำนวนจะมีกี่คนก็ได้ซึ่งจะเรียกว่าหุ้นส่วนไม่จำกัดความจำกัด

สรุปได้ว่า รูปแบบของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง การจัดตั้งรูปแบบขององค์การขึ้นไม่ว่าจะเป็นองค์การที่ดำเนินงานโดยบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันบริหารกิจการซึ่งสามารถจัดตั้งได้หลายรูปแบบผู้ประกอบการจะต้องทำการจดทะเบียนจัดตั้ง และดำเนินการภายใต้การ

ควบคุมดูแล ซึ่งได้มีการออกกฎหมายควบคุมดูแลและคุ้มครองสิทธิต่างๆ องค์การธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของกฎหมาย เช่น การเสียภาษี การจัดทำบัญชี

ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากเอกสารรายงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนของ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ได้มีการศึกษารายละเอียดซึ่งวิเคราะห์ ได้ ดังนี้

จุดแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย มีข้อดีเช่นเดียวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศต่างๆ คือ มีความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ มีความสามารถในการปรับตัวสูง ภายใต้ภาวะทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีการลงทุนและการใช้เทคโนโลยีในการผลิตและการจัดการไม่สูงนัก แต่มีลักษณะบางประการที่โดดเด่น ได้แก่ ความรู้ความสามารถและทักษะในด้านการนำความสามารถทางด้านช่างฝีมือ และศิลปวัฒนธรรม มาเป็นปัจจัยในการผลิตสินค้าและบริการสรุปได้ดังนี้

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความคล่องตัวและสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว
2. สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้เฉพาะด้าน ใช้เงินทุนดำเนินการไม่สูงนัก ทำให้เข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย
3. สามารถผลิตสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพ ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และมีความคล่องตัวกว่ากิจการขนาดใหญ่
4. สภาพแวดล้อมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องมือในการส่งเสริมสนับสนุนที่ค่อนข้างพร้อม สภาพสังคมไทยที่มีความสงบสุข ปราศจากความขัดแย้งที่รุนแรง

จุดอ่อนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยที่ผ่านมามีข้อได้เปรียบทางด้านแรงงานและทรัพยากร มากกว่าความเข้มแข็งทางเทคโนโลยีและคุณภาพบุคลากร ในปัจจุบันธุรกิจหลายประเภทของไทยต้องเผชิญกับภาวะที่เรียกว่า แรงกดดันสองทาง (Nut-Crackers Effect) คือติดอยู่ตรงกลางระหว่างประเทศที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนราคาถูก เช่น จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย กับประเทศที่เป็นผู้นำในการสร้างความแตกต่างของมูลค่าเพิ่มสูง แรงงานมีทักษะมีผลิตภาพสูง มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดี เช่น อิตาลี ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน ปัญหาอุปสรรคในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญ มีดังนี้

1. ความสามารถเชิงเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ระดับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย จากการศึกษาของธนาคาร โลกร่วมกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ในปี 2543 พบว่า ระดับการใช้เทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย แบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ คือ

ระดับ 1 ผู้ใช้ในเบื้องต้น

ระดับ 2 ผู้ใช้ได้อย่างเต็มที่หรือเกือบเต็มประสิทธิภาพ

ระดับ 3 ที่รู้จักคัดแปลงเทคโนโลยี

ระดับ 4 ที่สามารถทำการวิจัยและพัฒนา (R&D) ได้

โดยมีจำนวนวิสาหกิจที่มีขีดความสามารถทางเทคโนโลยีลดหลั่นลงตามลำดับ ใน 4 กลุ่มดังกล่าว นั้น แสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยส่วนใหญ่ยังมีการใช้เทคโนโลยีในระดับต่ำ โดยมีการใช้เทคโนโลยีที่ล้ำสมัยถึง ร้อยละ 47 และยังไม่สามารถสร้างหรือพัฒนางานวิจัยขึ้นมาเองได้ ซึ่งโครงสร้างการใช้เทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปัจจุบันยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก จุดอ่อนที่ทำให้ไม่สามารถยกระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมของกิจการขึ้นมาได้ ได้แก่

1.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังมีการดำเนินธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องใช้ความรู้และเทคโนโลยีเป็นฐานในการแข่งขัน ทำให้ไม่มีความตระหนัก ความสนใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการประกอบการ

1.2 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ขาดความสามารถในการวินิจฉัย เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 มีข้อจำกัดด้านเงินทุน ความรู้ และเครื่องมืออุปกรณ์ในการออกแบบทดสอบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.4 ขาดแคลนบุคลากรทั้งปริมาณและคุณภาพ โดยเฉพาะในระดับช่างเทคนิค เพื่อรองรับการยกระดับ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.5 สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่น่าจะมีศักยภาพในการพัฒนาเพียงพอ มักจะขาดแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรม เนื่องจากยังเห็นว่าการพัฒนานวัตกรรมจะมีความเสี่ยงสูงและความจำกัดในหลายด้าน ทั้งตลาดรองรับสินค้าใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้น หรือเงินลงทุนในการพัฒนา เป็นต้น

1.6 ขาดความรู้เกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งในการพัฒนาและจดทะเบียน การนำทรัพย์สินทางปัญญาไปบริหารเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจและต่อยอดงานสิทธิบัตร รวมทั้งการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของตนที่ได้พัฒนาขึ้น

1.7 ขาดความสามารถในการเชื่อมโยงกับแหล่งความรู้ และเทคโนโลยีที่มีอยู่ภายนอกองค์กร เช่น การเชื่อมโยงกับกิจการ/ผู้ประกอบการอื่น การเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษาสถาบันวิจัย และหน่วยงานสนับสนุนภาครัฐระดับสาขาธุรกิจ กลุ่มที่น่าจะมีความตื่นตัวในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต-การจัดการ และ R&D คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีตลาดในต่างประเทศและต้องแข่งขันในเรื่องของคุณภาพมาตรฐานของสินค้า มากกว่าแข่งขันด้วยต้นทุนกับประเทศอื่นๆ เช่น กลุ่มไฟฟ้า-อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่ม

ชิ้นส่วนยานยนต์ กลุ่มอาหาร กลุ่มสินค้าแฟชั่น ซึ่งกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นผู้ซื้อและผู้ใช้เทคโนโลยี มากกว่ามีความสามารถในการดัดแปลงและการทำวิจัยทางเทคโนโลยีเอง ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มภาคบริการ เช่น ซอฟต์แวร์ บริการสุขภาพ บริการด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ยังไม่สามารถนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) มาใช้ในการจัดการธุรกิจ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการของตนได้มากนักระดับภาพรวม การใช้จ่ายทางด้าน R&D ของประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ เพียงร้อยละ 0.26 ของงบประมาณทั้งหมด ในขณะที่ประเทศที่พัฒนาแล้ว และมีผลงานทางด้านเทคโนโลยีสูง มีการใช้จ่ายในเรื่องนี้อยู่ระหว่างร้อยละ 2-5 และบทบาทผู้นำในการทำ R&D ยังเป็นภาครัฐมากกว่าภาคเอกชน รวมทั้งส่วนหนึ่งยังเป็นการทำเพื่อตอบสนองความต้องการเรียนรู้ของนักวิจัยเองมากกว่าการตอบสนองความต้องการภาคธุรกิจ นอกจากนี้การผลิตกำลังคนทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยียังมีสัดส่วนต่ำกว่าการผลิตบุคลากรทางด้านสังคมศาสตร์ค่อนข้างมาก (สัดส่วน 30:70) การขาดกำลังคนระดับอาชีวศึกษาที่เข้าไปทำงานในสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งกำลังแรงงานส่วนใหญ่ยังมีการศึกษาแค่ระดับประถมต้น (ร้อยละ 60) ทำให้บุคลากรในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดความรู้และความสามารถที่เพียงพอที่จะมีส่วนผลักดันกระบวนการยกระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยีและการพัฒนานวัตกรรมของวิสาหกิจไทยให้สูงขึ้น ซึ่งนำไปสู่สภาพความอ่อนแอในทางเทคโนโลยีของวิสาหกิจไทย

2. ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ทำการผลิตชิ้นส่วน ตามการเขียนแบบของลูกค้าได้ ทำสินค้าตัวอย่างได้ สามารถออกแบบได้จากภาพหรือแคตตาล็อก และสามารถเขียนแบบตามคุณลักษณะที่ลูกค้ากำหนดได้ตามลำดับ แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ในขั้นที่สูงขึ้น เช่น การทำสินค้าต้นแบบ (Prototype Part) มีวิสาหกิจจำนวนน้อยที่มีความสามารถทำได้ ในขณะเดียวกันการใช้บริการการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตจากภายนอกเพิ่มเติมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังมีน้อยและอยู่ในวงจำกัด วิสาหกิจจำนวนมากไม่ได้มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา (R&D) เป็นของตนเอง จึงทำให้ขาดความสามารถในการพัฒนางานวิจัยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานที่ดีขึ้น โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อลูกค้า เพียงร้อยละ 12 และมีการผลิตสินค้าที่คล้ายคลึงหรือไม่แตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นถึงร้อยละ 68

3. ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น แต่ยังมีสัดส่วนไม่มากนัก โดยกิจการขนาดเล็กที่มีการจ้างงานไม่เกิน 15 คน มีอัตราการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการทำธุรกิจเพียงร้อยละ 10 รวมทั้งการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ยังมีน้อย และไม่ได้ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทำธุรกิจ ส่วนใหญ่จะใช้โปรแกรมการควบคุมการจัดการทั่วไปเป็นหลัก เช่น โปรแกรมระบบบัญชีและการเงิน แต่ยังใช้โปรแกรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบจัดการด้านการผลิตและการขายผลิตภัณฑ์โดยตรงค่อนข้างน้อย

4. ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมการตลาด

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่จะใช้วิธีการทำตลาดเองหรือมีบริษัทในเครือทำตลาดให้ มีเพียงส่วนน้อยที่จ้างบริษัทที่ปรึกษาด้านการตลาดโดยตรง และส่วนใหญ่ยังขาดหน่วยงานการตลาดที่มีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาดเป็นอย่างดี ขาดการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจน และยังไม่มีการกำหนดแผนการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท รวมทั้งยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสำรวจความพอใจของลูกค้า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ทำการผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของผู้จ้างผลิตและมีความสามารถในการขายสินค้าสู่ผู้บริโภคปลายทางน้อย ส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งหรือตัวแทนการค้ามากกว่า

5. ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์

ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีข้อจำกัดอยู่มาก จนเป็นปัญหาพื้นฐานสำคัญที่ส่งผลกระทบในระยะยาวต่อวิสาหกิจทั้งระบบปัญหาที่เป็นอุปสรรคมากได้แก่ แรงงานไทยโดยเฉลี่ยมีการศึกษาดำ การขาดช่างเทคนิคที่มีความสามารถ ยังไม่มีการพัฒนาช่างเทคนิคที่ตรงกับความต้องการในการสร้างมูลค่าสินค้าและบริการ ปัญหาการขาดวิสัยทัศน์ของช่างเทคนิคที่จะทำหน้าที่ออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งปัญหาของการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ในเชิงคุณภาพให้เกิดขึ้นโดยต่อเนื่อง

6. ความไม่พร้อมต่อการเปิดเสรีของตลาดสินค้า ตลาดทุน และตลาดเงิน

เนื่องจากมีข้ออ่อนด้อยในหลาย ๆ เรื่อง ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประสบกับปัญหาสำคัญ คือ การแข่งขันกับต่างประเทศ อันเนื่องมาจากแนวโน้มการเปิดเสรีด้านการค้าการลงทุน ของนานาประเทศ รวมทั้งข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement : FTA) โดยภาคเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดได้แก่ ภาคการค้าปลีกที่ไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ หรือร้านสะดวกซื้อได้ เนื่องจากวิสาหกิจดังกล่าวมีข้อได้เปรียบในเรื่องเงินทุนและการบริหารจัดการที่ดีกว่า นอกจากนี้ภาคอุตสาหกรรมยังต้องประสบกับปัญหาการแข่งขันกับสินค้าจากประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า และการย้ายฐานการผลิตของนักลงทุนต่างชาติ ส่วนภาคบริการที่มีแนวโน้มต้องเผชิญกับการแข่งขันกับบริการของต่างประเทศมากขึ้นเช่นกัน

7. ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

7.1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเข้าถึงและใช้บริการทางการเงินของสถาบันการเงินในระบบได้ เนื่องจากปัญหาของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเอง คือ การขาดมาตรฐานด้านการจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยังไม่มีการจัดทำบัญชีธุรกิจที่ได้มาตรฐาน ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีโอกาสจำกัดในการขอรับสินเชื่อหรือ ได้รับสินเชื่อไม่เพียงพอ ส่วนปัญหาด้านสถาบันการเงินยังมองว่าการปล่อยกู้ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความเสี่ยงสูงจึงต้องการหลักทรัพย์ค้ำประกันการกู้ยืม รวมทั้งมีปัญหาด้านต้นทุนการกู้ยืมสูง มีค่าการวิเคราะห์เทียบต่อยอดสินเชื่อที่สูงกว่าของกิจการขนาดใหญ่ และต้นทุนอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมที่สูงกว่าเนื่องจากมีอัตราเสี่ยงสูงกว่า นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL)

7.2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถระดมทุนผ่านตลาดทุนซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่าและเป็นเงินทุนในระยะยาวได้ โดยแหล่งตลาดทุนที่สำคัญของไทย ได้แก่ กองทุนร่วมลงทุน ตลาด Mai ทั้งนี้เนื่องจากระบบการบริหารจัดการของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังขาดความพร้อมที่ระดมทุนเพิ่มหรือชักนำให้เกิดการร่วมทุนได้ ประกอบกับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีความประสงค์ที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจเองโดยทั้งหมด

8. ข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล ทั้งในเรื่องการจัดทำระบบบัญชีที่โปร่งใส การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม จึงเป็นผลทำให้มีความอ่อนค้อยและเสียเปรียบวิสาหกิจขนาดใหญ่ การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนไม่น้อยเป็นธุรกิจครอบครัว มีผลให้การตัดสินใจทั้งในระดับนโยบายธุรกิจและระดับปฏิบัติการดำเนินการโดยเจ้าของธุรกิจเพียงบุคคลเดียวหรือกลุ่มเดียว ขาดการใช้ข้อมูลที่เป็นระบบในการบริหารจัดการ ขาดระบบงานที่ชัดเจน รวมทั้งยังขาดแนวคิดในการสร้างจิตสำนึกและแนวทางการปฏิบัติของบุคลากรในองค์กรที่จะนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้บริโภคมาใช้

โอกาสของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1. กระบวนทัศน์ในการทำธุรกิจสมัยใหม่เอื้อต่อการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยแนวโน้มของการประกอบธุรกิจหลายรูปแบบ เช่น Global Outsourcing หรือ Strategic Partner หรือการที่ธุรกิจขนาดใหญ่จะกระจายงานที่ไม่ใช่กิจกรรมหลัก (Core Business) ออกไปให้กิจการอื่นทำมากขึ้น ล้วนเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในลักษณะของผู้รับช่วงการผลิต (Sub Contracting) ผู้ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ให้แก่กิจการขนาดใหญ่ (Suppliers) หรือแม้แต่การเป็นเครือข่ายกันทางธุรกิจ

2. การขยายตัวของตลาดส่งออกจากการทำข้อตกลง FTA ทั้งจากการค้าภายในกลุ่มข้อตกลง และกับกลุ่มเศรษฐกิจอื่นที่ให้ความสำคัญของตลาดไทยมากขึ้นในฐานะเป็นประเทศ ผู้ขับเคลื่อนที่สำคัญสู่ตลาดเอเชีย โดยเฉพาะกับประเทศจีนและอินเดียที่เป็นตลาดใหญ่ทั้งด้านการค้าบริการ และการลงทุน รวมทั้งความร่วมมือด้านการศึกษาและการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

3. โอกาสในการทำธุรกิจใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาไทยมากขึ้น อันมีผลจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของโลก การเปลี่ยนแปลงรสนิยมและรูปแบบของการบริโภค โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยที่โดยพื้นฐานผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาไทยและวัฒนธรรมรวมทั้งลักษณะความเป็นไทย (Thainess) ที่เน้นเรื่องของสุขภาพและความงามการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทางด้านจิตใจ ตลอดจนบริการทางด้านสันตนาการเป็นสำคัญ

4. ช่องทางในการระดมทุนของภาคธุรกิจมีมากขึ้นและต้นทุนที่ต่ำลง จากการเปิดเสรีทางการเงินและการรวมตัวทางการเงินที่ทำให้การเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นสนับสนุนให้เกิดการใช้แหล่งทุนร่วมกัน (Global Pool of Saving) ซึ่งนอกเหนือจากการช่วยสนับสนุนในด้านเงินทุนแล้ว ยังช่วยสนับสนุน

การยกระดับทางด้านวิชาการและทักษะของธุรกิจไทยด้วย ในขณะเดียวกัน จากแนวโน้มการบังคับใช้มาตรฐานใหม่ Basel II ซึ่งเป็นมาตรฐานในการกำกับสถาบันการเงินสำหรับประเทศไทยในปี 2551 ที่กำหนดให้นำน้ำหนักความเสี่ยงในการปล่อยกู้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้กู้รายย่อยลดลงจากเดิมและต่ำกว่าบริษัทขนาดใหญ่ จะมีส่วนช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้กู้รายย่อยเข้าถึงสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ง่ายขึ้นด้วยต้นทุนที่ต่ำลง

5. นโยบายรัฐให้ความสำคัญและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 99 ของวิสาหกิจทั้งหมด และยังมีบทบาทที่สำคัญต่อการจ้างงาน การสร้างรายได้ และการส่งออกของประเทศเพิ่มขึ้นตามลำดับ ทำให้รัฐบาลในฐานะผู้กำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และหน่วยงานปฏิบัติในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนากิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมากขึ้น **ภัยคุกคามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**

1. การเข้าสู่ระบบตลาดของกลุ่มประเทศเติบโตใหม่ (Emerging economies) ที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ทำให้เป็นแหล่งผลิตสินค้าราคาถูกป้อนตลาดทั่วโลก เป็นแหล่งดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) และยังเป็นแหล่งรับจ้างผลิตแห่งใหม่อีกด้วย

2. ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจลดลง เนื่องมาจากการมีข้อตกลงทางการค้าในทุกกระดับเพิ่มขึ้น ทำให้ระบบการค้าโลกมีความซับซ้อนมากขึ้น สาเหตุจากความแตกต่างกันของข้อตกลง และกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศ ทำให้ธุรกิจเอกชนต้องปรับตัวและต้องมีการเข้าถึงฐานข้อมูลที่ครบถ้วนเหมาะสม โดยการสนับสนุนของภาครัฐ ในขณะเดียวกัน จำนวนประเทศที่ได้รับประโยชน์จากการทำข้อตกลงต่างๆ มีจำนวนมากขึ้น มีการแข่งขันสูงขึ้น ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็ว ซึ่งภาคการผลิตของไทยส่วนใหญ่ยังไม่สามารถตามเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าได้ทัน ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น โดยเปรียบเทียบ โดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้านที่เข้าสู่ตลาดเสรี เช่น จีน อินเดีย และเวียดนาม เป็นต้น ที่มีค่าแรงงานถูกและยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ ทำให้ผู้ประกอบการของไทยจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้แข่งขันได้

3. เพิ่มภาระผู้ประกอบการในการให้ความสำคัญกับการผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมผลกระทบต่อที่เกิดขึ้นกับการดำรงชีวิตมนุษย์จากปัญหาสิ่งแวดล้อมและความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการต้องใส่ใจและตระหนักต่อการนำแนวคิดของการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเข้ามาร่วมด้วยอย่างจริงจัง ทำให้เกิดภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของ การปรับปรุงกระบวนการผลิต และในส่วนของ การวิจัยและพัฒนา

4. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลกและภายในประเทศ ทั้งความผันผวนของราคาน้ำมัน แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยและภาวะเงินเฟ้อ สถานการณ์ความอ่อนไหวหรือความผันผวนทางการเมือง และการเปิดเสรีด้านการค้าการลงทุนตามข้อตกลง FTA ล้วนส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม หากไม่มีการส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีความพร้อม และมีความสามารถในการจัดการกับ

การเปลี่ยนแปลงและความผันผวนด้านต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มาก

5. การบริหารจัดการของรัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ผ่านมาขาดการจัดการที่เป็นระบบ ขาดการประสานงาน ไม่มีการกำหนดแผนส่งเสริมเพื่อใช้เป็นกรอบทิศทางหลักที่เป็นเอกภาพ ขาดหน่วยงานแกนกลางที่เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับทั้งด้านการจัดทำแผนและการประสานหน่วยปฏิบัติ การดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีลักษณะต่างหน่วยต่างคิดต่างทำ ไม่มีทิศทางร่วมกัน และขาดงบประมาณและการบริหารแผนแบบบูรณาการ รวมทั้งขาดการติดตามและประเมินผลที่เชื่อมโยงทั้งระบบเข้าด้วยกัน

ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความหมายของความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เป้าหมายสูงสุดในการประกอบธุรกิจที่ผู้ประกอบการต้องการ คือความสำเร็จในการทำธุรกิจ ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณาว่าประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการนั้นมีอยู่หลายวิธี วิธีหนึ่งที่นิยมใช้กันมาก คือ การดูจากการเติบโตของธุรกิจหรือจากผลกำไรของธุรกิจ ความหมายของความสำเร็จในการประกอบกิจการมีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย อาทิเช่น

หทัยกาญจน์ จันทะเสน (2549: 41) ได้ให้ความหมายของความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย วางแผน การจัดการ ดำเนินการตามแผน อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

กมลกานต์ เทพชรานนท์ (2548: 55) ได้สรุปความหมายของความสำเร็จของการประกอบกิจการไว้ว่า ความสำเร็จในการประกอบกิจการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจหรือบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรได้กำหนดไว้

Frese (กมลกานต์ เทพชรานนท์, 2548: 55; อ้างอิงจาก Frese, 2000: ไม่ปรากฏเลขหน้า) กล่าวว่า ความสำเร็จทางธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการให้บรรลุเป้าหมาย หรือได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ

ปรมาภรณ์ เอกอมรพันธ์ (2550: 29) ได้ให้นิยามของความสำเร็จไว้ว่า ความสำเร็จ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุถึงเป้าหมายหรือได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ

สามารถสรุปความหมายได้ว่า ความสำเร็จในการประกอบกิจการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพอใจ หรือบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรได้กำหนดไว้

แนวคิดในการวัดความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มีบุคคลใดให้แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไว้ดังนี้

แนวคิดของ Peter F. Drucker (กมลกานต์ เทพชรานนท์, 2548: 56-58; อ้างอิงจาก Drucker, 2001: 29-31) ได้เสนอตัววัดความสำเร็จทางธุรกิจ ซึ่งระบุตัวแปรหรือผลงานสำคัญต่าง ๆ 9 ด้าน ดังนี้

1. สถานภาพทางตลาด (Market Position) วัดจากเป้าหมายและการบรรลุเป้าหมายด้านฐานะทางการตลาด ส่วนแบ่งการตลาด ทั้งตลาดปัจจุบันและตลาดใหม่ รวมทั้งสินค้าใหม่ และบริการที่มุ่งสร้างความภักดีจากลูกค้า

2. คุณภาพ (Quality) การรักษาและพัฒนาในระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท

3. นวัตกรรม (Innovation) มีสัมฤทธิ์ผลในการบรรลุถึงระดับของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ รวมทั้งกระบวนการใหม่ ๆ ซึ่งหมายถึง ทักษะและกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องมีเพื่อเพิ่มพูนสมรรถนะของบริษัทในเชิงแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ทะนุบำรุงรักษาพฤติกรรมอันประกอบไปด้วยจริยธรรม รวมทั้งแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ เช่นการมีส่วนร่วมในการรักษาสภาพแวดล้อมและคุณภาพชีวิตโดยรวม เป็นต้น

5. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) สรรหา พัฒนา และบำรุงรักษาทรัพยากรบุคคลทุกระดับให้มีคุณภาพสูง ทั้งด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติรวมทั้งพนักงานสัมพันธ์ และความสัมพันธ์กับสภาพแรงงาน

6. ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resources) จัดหา เก็บรักษา และจัดการทรัพยากรการเงินอย่างเหมาะสม

7. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) จัดหาสร้างและซ่อมแซมบำรุงรักษาทรัพยากรทางกายภาพ เช่น อาคารและสถานที่ โรงเรียน

8. ประสิทธิภาพด้านต้นทุน (Cost Efficiency) มีการใช้ทรัพยากรทุกประเภทอย่างมีประสิทธิภาพเป็นผลทำให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าหรือบริการด้วยต้นทุนต่ำ

9. การทำกำไร (Profitability) ระดับกำไรจะต้องเหมาะสมไม่ต่ำและสูงเกินไปรวมทั้งดัชนีตัวบ่งชี้อื่น ๆ ที่แสดงถึงฐานะทางการเงินที่ดี

แนวคิดของ Balanced Scorecard (หทัยกาญจน์ จันทะเสน. 2548: 45-48; อ้างอิงจาก Kaplan and Norton. 1992: ไม่ปรากฏเลขหน้า) ได้เสนอแนวคิด “Balanced Scorecard” ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เป็นกระบวนการควบคุมทางการบริหารจัดการแบบองค์รวม ซึ่งเป็นการสร้างความสมดุลของการประเมินผลความสำเร็จขององค์กร Balanced Scorecard เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างรอบด้านในองค์กร ได้แสดงแนวคิดพื้นฐานของ Balanced Scorecard ความหมายขององค์ประกอบ 4 มุมมอง ดังนี้คือ

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) การประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้วยตัวเงินยังเป็นประโยชน์ต่อการสรุปผลกระทบเชิงเศรษฐกิจของมาตรการต่าง ๆ ที่สามารถวัดได้ง่าย ตัววัดที่เป็นตัวเงินจึงเป็นตัวบ่งบอกว่า กลยุทธ์ขององค์กรและการนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปปฏิบัติได้จนก่อให้เกิดผลกำไร ดังนั้นโดยทั่วไปวัตถุประสงค์ด้านการเงินจึงสะท้อนความสามารถในการทำกำไรที่ผ่านมาขององค์กร ซึ่งสามารถวัดได้ในรูปของกำไรจากการประกอบการ ผลตอบแทนการลงทุนมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของ

ยอดขายและความสามารถในการก่อให้เกิดกระแสเงินสดตัวอย่าง ตัวชี้วัดของมุมมองด้านการเงิน เช่น ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ สินทรัพย์รวม กระแสเงินสดกำไรต่อทรัพย์สินรวม เป็นต้น

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง การที่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการ มองกิจการหรือองค์การอย่างไร ผู้บริหารจะต้องระบุส่วนของตลาดและลูกค้าที่องค์การเข้าไปให้บริการหรือทำการแข่งขัน โดยสามารถวัดผลการปฏิบัติงานขององค์การที่เข้าไปช่วงชิง ส่วนแบ่งการตลาดและลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้น ดังนั้นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานกลุ่มนี้จึงมักประกอบด้วยตัวชี้วัดทั่วไปหลากหลายแบบที่สะท้อนถึงผลสำเร็จที่เกิดจากกลยุทธ์ขององค์การที่มีการกำหนดเป็นแนวทางไว้ ตัวอย่างของตัวชี้วัดของกลุ่มนี้ เช่น การรักษาลูกค้า มาตรฐานลูกค้าเดิมการสรรหาลูกค้ารายใหม่ ๆ ส่วนแบ่งการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้า ความสามารถในการทำกำไรจากลูกค้า เป็นต้น

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) เป็นการพิจารณากระบวนการภายในที่เป็นกระบวนการหลักที่องค์การต้องให้ความสำคัญภายใต้มุมมองนี้ จะมุ่งเน้นกระบวนการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงินด้วยตัวชี้วัดมุมมองด้านกระบวนการภายใน เช่น กระบวนการด้านนวัตกรรม กระบวนการด้านการปฏิบัติงาน กระบวนการบริการหลังการขาย เวลาในแต่ละกระบวนการ อัตราของเสียในสายการผลิต อัตราการส่งมอบที่ตรงเวลา ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารต่อยอดขาย ค่าใช้จ่ายทางด้านเทคโนโลยี ค่าใช้จ่ายทางการบริหารทั้งหมด เป็นต้น

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต (Learning and Growth Perspective) เป็นการพิจารณาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต้องสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้เติบโต และปรับปรุงองค์การในอนาคตโครงสร้างการเรียนรู้และการเติบโตขององค์การมาจาก 3 แหล่งหลักดังนี้ บุคลากร ระบบสารสนเทศ และระเบียบวิธีปฏิบัติขององค์การ ตัวชี้วัดมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต เช่น ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด การลงทุนในการให้การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวนข้อเสนอแนะของพนักงาน อัตราการขาดงานเฉลี่ยของพนักงาน อัตราการลาออกของพนักงาน เป็นต้น

แนวคิดของ Fry et al. (มลกานต์ เทพธรานนท์, 2548: 62-65 อ้างอิงจาก Fry et al. 1998) ได้ระบุตัวชี้วัดธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. สภาพความเป็นไปทางการเงิน ตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุดของสภาพความเป็นไปทางการเงินคือกำไร ผู้จัดการของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อให้ธุรกิจมีกำไรตลอดไป และการที่จะให้ธุรกิจได้กำไร จะต้องพยายามลดรายจ่ายให้เหลือน้อยที่สุด ซึ่งลูกค้ายังได้รับสินค้าและบริการที่ดีที่มีคุณภาพอยู่เหมือนเดิม

ธุรกิจใดก็ตามเมื่อมีกำไรแล้ว อาจจะใช้กำไรเพื่อประโยชน์ส่วนตัว หรืออาจจะใช้เพื่อลงทุนต่อก็ได้ หรืออาจจะใช้บางส่วนเป็นเงินบริจาคเพื่อเป็นการกุศลก็ได้ กำไรเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของสังคมแบบทุนนิยม ความเพียรพยายามเพื่อให้ได้กำไรเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรมและประสิทธิภาพขึ้นมา

“กำไร” เป็นมาตรวัดความสำเร็จของธุรกิจที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางอย่างหนึ่งธุรกิจใดที่ไม่สามารถทำกำไรได้ในชั่วเวลาหนึ่ง ธุรกิจนั้นจะต้องล่มสลายจากไปในที่สุด

2. การสนองตอบความต้องการของลูกค้า ธุรกิจจะต้องมีลูกค้า ไม่ว่าธุรกิจนั้นจะเป็นธุรกิจที่ผลิตสินค้า หรือให้บริการก็ตาม การที่ธุรกิจจะได้กำไรมากน้อยเท่าใดนั้น ในท้ายที่สุดแล้วขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจนั้นสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด ลูกค้ามีมากมายหลายรูปแบบ ต่างความต้องการ ทั้งลูกค้าที่เป็นบุคคลทั่วไป หรือเป็นเจ้าของธุรกิจอื่น เป็นลูกค้าแบบซื้อครั้งเดียว หรือแบบซื้อเป็นประจำสม่ำเสมอ เป็นแบบซื้อจำนวนน้อย หรือซื้อจำนวนมาก ๆ ก็มีในปัจจุบัน ผู้เชี่ยวชาญเป็นจำนวนมากมีความรู้สึกที่ว่า “ลูกค้า” เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จและสภาพของธุรกิจแทนที่จะนึกถึงกำไรก่อน ผู้เชี่ยวชาญจะนึกถึงลูกค้าก่อนถ้าลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ “กำไร” จะตามมาอย่างแน่นอน ในการที่ธุรกิจจะสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้า ธุรกิจจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษใน 2 ปัจจัย คือ (1) การมีความรู้สึกไวต่อความต้องการของลูกค้า และ (2) ความทันท่วงทีในการสนองตอบความต้องการ และความนิยมชมชอบของลูกค้า

3. การสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ในปัจจุบันนี้ธุรกิจจะต้องเน้นที่คุณภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการ ลูกค้าไม่อาจจะทนรับได้ ถ้าหากสินค้าหรือบริการมีคุณภาพต่ำถึงแม้ราคาจะต่ำด้วยก็ตาม ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด ลูกค้าจะทอดทิ้งธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพต่ำได้ทันที และจะหันไปสนใจธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่า

ในสหรัฐอเมริกา บริษัทส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่คุณภาพ “การจัดการเรื่องคุณภาพ” มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคใหม่ กล่าวคือ บริษัทจะต้องพยายามปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องในทุกขั้นตอนของการผลิต หรือทุกขั้นตอนของการปฏิบัติการ ธุรกิจขนาดใหญ่ของสหรัฐอเมริกาหลายแห่งได้รับการยอมรับว่าเป็น “ผู้นำทางคุณภาพ” และ “คุณภาพ” เป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการแข่งขัน

4. การส่งเสริมนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งรสนิยมและความนิยมชมชอบของลูกค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ชื่อเรียกร้องต้องการของพนักงานเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาคู่แข่งทางธุรกิจเพียรพยายามค้นคว้าหาวิธีการใหม่ ๆ ที่จะเอาชนะฝ่ายตรงข้ามอยู่เสมอ องค์กรหรือบริษัทมองหาวิธีการดำเนินงานวิธีใหม่ ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และผลผลิตขององค์กรวิธีการเดียวที่ธุรกิจสามารถจะแข่งขันกับผู้อื่นได้ก็คือ การมีความคิดสร้างสรรค์ และสร้างนวัตกรรมขึ้นมา ถ้าไม่สามารถทำได้ความสำเร็จของธุรกิจจะดำรงอยู่ได้ไม่ยาวนานที่เรียกว่า “ความคิดสร้างสรรค์” และ “นวัตกรรม” นั้น ถึงแม้ว่าคำทั้งสองจะเกี่ยวโยงกันก็ตามแต่ ความหมายของทั้งสองคำแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ ความคิดสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการซึ่งมีลักษณะเป็นพลวัต ส่วนนวัตกรรมเป็นผลซึ่งมีลักษณะเป็นสภาวะนิ่ง นั้นหมายความว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นแบบแผนของการคิดและการปฏิบัติในแนวใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมส่วนนวัตกรรมเป็นผลที่เกิดตามมา หรือสิ่งที่ผลิตขึ้นหรือสร้างขึ้น โดยอาศัยกิจกรรมทางด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เกิดขึ้นได้ค่อนข้างยากนั้น ก็เพราะว่าต้องอาศัยความคิดที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือความคิดสร้างสรรค์ อุปสรรคสำคัญที่ทำ

ให้นวัตกรรมไม่เกิดขึ้นก็คือความสำเร็จนั่นเอง กล่าวคือ ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จแล้วมักคิดว่าไม่ต้องเปลี่ยนแปลง หรือสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมาอีกในเมื่อธุรกิจที่อยู่ในสภาพที่ดี แข็งแกร่งอยู่แล้ว

5. การได้รับความเชื่อมั่นผูกพันจากพนักงาน ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ มักจะประกอบไปด้วยพนักงานที่มีความใส่ใจต่องานที่พวกเขาทำ พนักงานมีความภาคภูมิใจในงานที่ทำความผูกพันกับงานที่ทำ และเชื่อมั่นผูกพันกับบริษัทหรือองค์กรที่พวกเขาอยู่ โดยจะยอมอุทิศทั้งกายและใจ และรู้สึกเป็นห่วงเป็นใย ธุรกิจ และพนักงานจะมีแรงผลักดันให้ทำงานอย่างเต็มที่ และดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ บริษัทหรือองค์กรที่ก้าวหน้า จึงลงทุนทางด้านพนักงานและใช้ความเพียรพยายามอย่างมาก เพื่อหาทางที่จะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร มีบริษัทและองค์กรต่าง ๆ จำนวนมากที่เปิดโอกาสและส่งเสริมให้พนักงานมีความเจริญก้าวหน้า โดยส่งไปรับการฝึกอบรมต่าง ๆ ในขณะเดียวกันบริษัทหรือองค์กรจำนวนมากของสหรัฐอเมริกาที่มอบอำนาจในการตัดสินใจและความรับผิดชอบให้แก่พนักงานมากขึ้นทั่วทั้งองค์กรวิธีการสร้างความเชื่อมั่นผูกพันต่อองค์กรที่คืออย่างหนึ่ง คือ พยายามส่งเสริมให้พนักงานได้ใช้สติปัญญาของพวกเขาอย่างเต็มที่ พนักงานส่วนใหญ่ต้องการที่จะได้มีความรู้สึกว่าเขาเป็นที่ต้องการของหัวหน้า หรือผู้บังคับบัญชา ถึงแม้ว่าโดยปกติธรรมดาพนักงานอาจจะรู้สึกคับข้องใจ แต่ในทางกลับกันพนักงานจะไม่สบายใจเช่นกันหากสติปัญญาและความสามารถของตนเองไม่ได้ใช้งานอย่างเต็มที่จากหัวหน้างาน ด้วยเหตุนี้เองธุรกิจจึงต้องให้โอกาสพนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถของพวกเขาอย่างเต็มที่ ไม่ใช่ปล่อยให้พนักงานต่ำกว่าระดับความสามารถอยู่เรื่อยไปซึ่งจะไม่ใช่ผลดีต่อการสร้างความเชื่อมั่นผูกพันต่อธุรกิจและองค์กรและแนวคิดของ

รัตติกรณ์ จงวิศาล (2548: 33-35) ได้พัฒนาแนวคิดแบบวัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจจากแนวคิดของ Fry และคณะทั้ง 5 ด้าน โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis หรือ CFA) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อตรวจสอบโครงสร้างขององค์ประกอบทั้ง 5 ด้านเพื่อหาคุณภาพของแบบวัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า แบบวัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน จำนวน 13 ข้อ ได้แก่ 1.สภาพความเป็นไปทางการเงิน 2.การตอบสนองความต้องการของลูกค้า 3.การส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ และ 4. การได้รับความเชื่อมั่นผูกพันจากพนักงาน

ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการประกอบธุรกิจนั้น ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้น นอกจากตัวผู้ประกอบการเองแล้ว ยังมีปัจจัยหลายอย่างที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ดังนั้นจึงมีผู้ได้ให้แนวคิดถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จไว้ดังนี้

กรณีภูฏ บัญอยู่ (2554: บทความ) ได้เขียนถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

1. ปัจจัยแวดล้อมภายใน (Internal Environment)

1) บุคลากร เป็นปัจจัยและสิ่งแวดล้อมที่มีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรเป็นผู้สร้างคุณภาพของสินค้าและบริการให้แก่กิจการนั้น ๆ จึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการที่จะพัฒนาบุคลากรของตน

โดยการฝึกอบรมหรือการจัดสัมมนา ในขณะที่เดียวกันบุคลากรเองก็ต้องเป็นผู้ที่รักการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาด้วย

2) เงิน เป็นปัจจัยที่ทำให้กิจการดำเนินไปโดยราบรื่นผู้ประกอบการควรเป็นผู้ที่มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุนและบริหารเงินทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้กิจการประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้

3) วัตถุดิบ เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการผลิตสินค้าผู้ประกอบการควรเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี มีปริมาณเพียงพอต่อการผลิต นอกจากนี้ จะต้องคำนึงถึงว่าจะนำวัตถุดิบอื่นมาใช้ทดแทนได้หรือไม่

4) เครื่องจักร เป็นปัจจัยในการเพิ่มผลผลิตให้มีทั้งปริมาณและคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค ช่วยลดปัญหาการขาดแคลนคนงาน นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยภายในอื่น ๆ ด้วย

5) การจัดการ เป็นวิธีการหรือรูปแบบในการนำเอาทรัพยากรทั้งหมดขององค์กรมาจัดการเพื่อให้เกิดการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการที่ดีจะช่วยลดต้นทุนในการผลิตเป็นการใช้ทรัพยากรที่อยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

6) การตลาด เป็นการดำเนินการเพื่อที่จะนำสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตไปสู่ลูกค้าหรือผู้บริโภค การตลาดมีส่วนสำคัญในการกำหนดตัวสินค้าและบริการที่จะผลิตออกมา โดยอยู่บนพื้นฐานของความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

7) ท่าเล เป็นปัจจัยภายในที่ผู้ประกอบการสามารถกำหนดเองได้ โดยเลือกทำเลให้มีความเหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง เพื่อให้เกิดสภาพคล่อง

2. ปัจจัยแวดล้อมภายนอก (External Environment) ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

1) ภาวะเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยและสิ่งแวดล้อมที่ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้น จึงขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตที่จะต้องคาดคะเนภาวะเศรษฐกิจไว้ล่วงหน้าเพื่อจะได้วางแผนปรับปรุงธุรกิจของตนเองให้เจริญรุ่งเรืองหรือประสบกับความสูญเสียให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้

2) ระบบการแข่งขัน ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตจะต้องเป็นผู้ที่สามารถมองระบบการแข่งขันในธุรกิจของตนเองได้ว่าธุรกิจอยู่ในระดับใด สามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งได้หรือไม่ หากแข่งขันได้จะแข่งขันด้วยกลยุทธ์หรือวิธีการใดจึงจะสามารถชนะคู่แข่งได้

3) สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม เป็นตัวกำหนดว่าสภาพสังคมและวัฒนธรรมในลักษณะนี้ เหมาะที่จะประกอบธุรกิจประเภทใด เพื่อให้สินค้าและบริการที่ผลิตออกมาสามารถจำหน่ายได้

4) สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตราขึ้นเพื่อให้การดำเนินธุรกิจต่าง ๆ เป็นไปด้วยความยุติธรรม เช่น กฎหมายป้องกันการผูกขาด กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น ผู้ประกอบการที่ดี จึงควรดำเนินธุรกิจของตนภายใต้กฎหมาย แต่เนื่องจากภาวะแวดล้อมทางกฎหมายมีข้อกำหนดหรือ

ข้อบังคับมากมายและกฎหมายบางฉบับเข้าใจยาก จึงมักมีที่ปรึกษาทางกฎหมายประจำกิจการเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติ

5) ภาวะทางการเมือง การเมืองนับว่ามีอิทธิพลเหนือการควบคุมของธุรกิจเป็นอย่างมาก นักธุรกิจจึงพยายามเข้ามามีบทบาททางการเมืองเพื่อจะได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการตรากฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจของตน

กฤษฎิกา คงสมพงษ์ (2547: 52-53) ได้เขียนหนังสือ ชื่อ จุดแกร่งของธุรกิจ SMES ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจไว้ดังนี้

1. สินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยผู้ผลิตต้องคำนึงถึง ความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก อย่าคำนึงถึงความต้องการของตัวเอง เพราะผู้ซื้อคือลูกค้า ต้องพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด
2. ราคาของสินค้าและบริการ ในการตั้งราคาสินค้า ต้องคำนึงถึงความเหมาะสม และการตั้งราคาสินค้าและบริการนั้นต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งกันว่าแพงไปหรือถูกไป แล้วนำมากำหนดราคาและบริการของธุรกิจตัวเอง
3. สถานที่ขายและให้บริการ ปัจจุบันไม่จำเป็นต้องมีสถานที่ขาย แต่คำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าเป็นหลักในลักษณะของการบริการถึงที่ ถือว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
4. การส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการต้องหากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลถึงภาพลักษณ์ของสินค้าและยอดขายด้วย

โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์ (2548: 165) ได้เขียนหนังสือยุทธศาสตร์ธุรกิจ SMEs โดยได้รวบรวมแนวความคิดของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จไว้หลายๆท่านดังนี้

คุณจรรยา พงษ์ชีพ ประกอบธุรกิจน้ำหยด (อุปกรณ์หัวจ่ายน้ำสำหรับสวนผลไม้) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ การแสวงหาความรู้ ต้องรู้จักหาข้อมูลต่างๆ โดยเฉพาะ ความรู้เกี่ยวกับวิธีการประกอบอุตสาหกรรม เช่นกระบวนการผลิต หรือข้อมูลทางการตลาด เพื่อนำมาประกอบในการตัดสินใจและการวางแผนการดำเนินงาน และ อีกอย่างการมีนวัตกรรมหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ซึ่งหัวจ่ายน้ำ สามารถคู่แข่งกันจากประเทศอิสราเอลและประเทศไต้หวัน ซึ่งจุดแข็งอยู่ที่ ราคาของสินค้า และบริการหลังการขาย โดยตั้งราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งมีบริการติดตั้งเอง ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

คุณสุวนีย์ เนตวงศ์ ประกอบธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ ความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาการออกแบบลวดลายเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งสามารถดึงดูดใจของลูกค้า และจะต้องมีการพัฒนาไปเรื่อยๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการเพิ่มความรู้ ต้องแสวงหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา จะได้ทันต่อคู่แข่งและความทันสมัยของลูกค้า

คุณอนุรักษ์ นภาวรรณ ประกอบธุรกิจเซรามิก กล่าวว่าปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ คือ การบริการจะออกแบบตามความต้องการของลูกค้า เพียงแต่บอกความต้องการ สามารถส่งมาทางแฟกซ์ได้เลย ไม่ว่าลูกค้าจะสั่งจำนวนมากหรือจำนวนน้อย ก็จะจัดส่งถึงที่ และลูกค้ายังสามารถเปลี่ยนแบบสินค้าได้ตามความต้องการได้ คุณอนุรักษ์ กล่าวอีกว่า โขคดีที่ประเทศไทยมีพันธุ์ข้าวที่ดีที่สุดในโลก ทำให้พันธุ์ข้าว

ของไทยสามารถนำมาผลิตเป็นเส้นไหมที่มีคุณภาพได้ และในเรื่องของการประกวดและการนี้ก็ต้องมีขั้นตอนที่ละเอียด ถ้านึงไม่ดีเส้นไหมก็จะดิบได้ ถ้าผิดพลาด ถ้าผิดพลาดไปแล้วลูกค้าอาจจะไม่เชื่อถือ

คุณวัฒนา มั่งคั่งรังษี เปิดโรงงานเส้นไหมชุมชนจ้อ ได้กล่าวถึงสิ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ คุณภาพของสินค้าเป็นเรื่องสำคัญที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องการเลือกวัตถุดิบ คือ พันธุ์ข้าว ไม่ใช่ข้าวพันธุ์ไหนก็ได้ที่สามารถผลิตเส้นเส้นไหมได้

และคุณสุภาวดี วิหปกรณ์ เปิดธุรกิจบริษัทแอร์โรเฟล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล ผลิตพื้นปูกระเบื้อง ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ ดังนี้

1. การทำวิจัยและการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ควบคู่กับการคิดค้นนวัตกรรมสินค้าอย่างต่อเนื่อง บริษัท มีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการทำการวิจัย และพัฒนาบนพื้นฐานของการศึกษาความต้องการ แท้จริงของลูกค้า และต้องทำอย่างต่อเนื่องเพราะผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2. การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน คือมีการขยายการส่งออก เพื่อให้องค์กรมีความมั่นคง ไม่ต้องพึ่งพา ตลาดในประเทศ ส่วนใหญ่จะไปงานจัดแสดงสินค้าทั่วโลก

3. การเงิน คือต้องใช้เงินให้คุ้มค่าและประหยัดค่าใช้จ่ายเท่าที่ทำได้

4. การสนับสนุนจากภาครัฐและองค์กรเอกชน หน่วยงานรัฐบาลต้องเข้ามาดูแล ควบคุม และสนับสนุน พร้อมให้คำปรึกษาแก่ธุรกิจ

5. บุคลากรเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ ดังนั้นบริษัทจะเน้นการสร้างทีมเวิร์ก สร้างความรู้สึกร่วมกันในกิจกรรมของบริษัท ทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา ทุกคนมีส่วนร่วมในการเติบโตของบริษัท

6. คุณภาพสินค้าและมาตรฐานการผลิต เจ้าของสินค้าไม่สามารถบอกได้สินค้าของตนมีคุณภาพ จึง ต้อง มีองค์กรอื่นบอกหรือรับรอง จึงต้องมีการจัดทำมาตรฐานสินค้า เพื่อเป็นการรับรองการแข่งขันในอนาคต

7. การทำผ่านระบบ E-Commerce จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา และเป็นช่องทางในการซื้อขายที่ ง่ายและสะดวกมากขึ้น พร้อมกับอำนวยความสะดวกให้กับตลาดต่างประเทศ

การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รัฐบาลไทยส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระดับยุทธศาสตร์เพื่อการ พัฒนาประเทศ โดย

1. ออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ซึ่งเป็นกฎหมายเพื่อ ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นฉบับแรกของประเทศ โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2543 ซึ่ง พรบ.ฉบับนี้ก่อให้เกิดมาตรการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3 ประการ คือ

มาตรการที่ 1 การสนับสนุนทางการเงิน โดยมีวงเงินสินเชื่อในลักษณะต่างๆ ผ่านหน่วยงาน ดังต่อไปนี้

1.1 บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT)

1.2 บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (บสย.) ซึ่งเดิมคือ บริษัทเงินทุน อุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.)

1.3 ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อมกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ชพว. หรือ SME Bank) ซึ่งเปลี่ยนสถานะจากบริษัทประกันสินค้าน้ำเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)

1.4 ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.)

1.5 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.)

1.6 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตามโครงการร่วมพัฒนาทุนเกื้อหนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.7 ธนาคารออมสิน ตามโครงการธนาคารประชาชน

มาตรการที่ 2 อบรมให้ความรู้ คำแนะนำคำปรึกษา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถธุรกิจและผู้ประกอบการ โดยดำเนินผ่านหน่วยงานดังนี้

2.1 สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นสถาบันอิสระ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการที่ดำเนินอยู่แล้ว และสร้างผู้ประกอบการที่มีศักยภาพรายใหม่ๆ มีการฝึกอบรม ให้คำปรึกษาแนะนำ และสนับสนุนด้านข้อมูลต่างๆ

2.2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

2.3 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการที่ 3 การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อพัฒนาพื้นที่ตั้งของกิจการการผลิต การค้า และการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค โดยมีการจัดแบ่งที่ดินเป็นแปลงย่อย อาคารให้ผู้ประกอบการได้เช่าซื้อ

2. จัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

สสว คือ หน่วยงานของรัฐที่มีสถานะเป็นนิติบุคคล จัดตั้งขึ้นตาม พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน เพื่อกำหนดนโยบายและแผนการส่งเสริมเอสเอ็มอี และมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารสำนักงานฯ เพื่อกำกับดูแลการปฏิบัติงาน มีปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นประธานสำนักงานฯ เริ่มดำเนินกิจการครั้งแรกในวันที่ 15 พฤศจิกายน 2544 ตลอดระยะเวลา 5 ปี ที่ได้เปิดดำเนินการมาได้ทำหน้าที่เป็นองค์กรหลักในการสนับสนุนเอสเอ็มอีไทยร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ด้วยการจัดทำแผนการส่งเสริมเอสเอ็มอีแห่งชาติ และเป็นหน่วยประสานและสนับสนุนการทำงานหรือแผนงานของส่วนราชการรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชนที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับเอสเอ็มอีหลายหน่วยงานเข้าด้วยกัน และแข่งขันได้อย่างยั่งยืนท่ามกลางการแข่งขันที่เข้มข้นในยุคโลกาภิวัตน์ โดยมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เนื่องจากธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ทั้งยังช่วยส่งเสริมสร้างรายได้ให้กับประชากรภายในประเทศ จึงทำให้เกิดแนวคิดที่ต้องการจะพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ในแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้ 6 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระดับสาขายุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระดับกิจการ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ ยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคม ควบคู่ไปพร้อมกัน สิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและเศรษฐกิจพอเพียง และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. สนับสนุนเงินทุนแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เงินทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) เป็นเงินที่นำเข้าไปร่วมลงทุนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งของธุรกิจ เอสเอ็มอี และส่งเสริมให้เกิดระบบการบริหารจัดการที่มีมาตรฐาน มีธรรมาภิบาล ความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ รวมทั้งสามารถพัฒนาตนเองจนเข้าระดมทุนในตลาดทุนได้ในอนาคต

เงินทุนสนับสนุนการจ้างที่ปรึกษา (Consultancy Fund) ซึ่งเป็นการสนับสนุนเงินทุนในการจ้างที่ปรึกษาให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจ และการพัฒนาต่อยอดธุรกิจสินค้าและบริการ

เงินทุน IP Fund (Intellectual Property: IP) เป็นการสนับสนุนเงินค่าใช้จ่ายในการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปจดสิทธิบัตร ซึ่งก่อให้เกิดความคุ้มครองสิทธิอันชอบธรรมของนักวิจัย นักประดิษฐ์ นักนวัตกรรม และนักออกแบบ รวมทั้งการซื้อสิทธิบัตรทั้งในและต่างประเทศมาพัฒนาต่อยอดในเชิง

เงินทุน Internationalization Fund เป็นเงินสนับสนุนในการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการ กิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีศักยภาพในการนำสินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดใหม่ๆ ในต่างประเทศ

เงินทุน Branding Fund เป็นการสนับสนุนเงินทุนให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นำไปพัฒนาตราชื่อ (Brand) ของสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

3. จัดทำโครงการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1. โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เช่น โครงการประกวดแผนธุรกิจใหม่แห่งชาติ โดยการประกวดแผนธุรกิจใหม่ระดับปริญญาโท การแข่งขันเกมจำลองธุรกิจระดับอุดมศึกษา(ปริญญาตรี) โครงการอาชีพสร้างสรรค์ แปรฝันสู่ธุรกิจ และโครงการสร้างเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรุ่นใหม่ (ระดับมัธยมปลาย)

2. โครงการประกวดสุดยอดผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งปี เป็นการสร้างรางวัล สุดยอดผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งปี (SMEs National Award) ขึ้นเพื่อค้นหาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการบริหารจัดการที่ดี มีธรรมาภิบาล และประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เพื่อเป็นตัวอย่างอันดีให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายอื่น ๆ ด้รับทราบถึงแนวทาง หรือ วิธีการในการบริหารจัดการธุรกิจ

3. โครงการสร้างศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (SMEs) เป็นศูนย์บริการสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยมีผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบเป็นผู้ให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางการพัฒนารูปแบบของสินค้า และบรรจุภัณฑ์ สำนักงานตั้งอยู่ที่สี่แยกคอกวัว ถนนราชดำเนินกลาง สำหรับส่วนภูมิภาค ตั้งอยู่ที่เชียงใหม่ แพร่ ขอนแก่น สงขลา

4. โครงการเผยแพร่ความรู้แก่เอสเอ็มอีและบ่มเพาะผู้ประกอบการด้านการตลาดผ่าน SMEs Channel ทางเคเบิลทีวี ช่อง ยูบีซี 10 ใช้เป็นช่องทางให้ความรู้ในการทำธุรกิจ และยังเป็นช่องทางกระจายสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีได้อีกทางหนึ่ง

5. โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในระยะเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการใหม่ได้เรียนรู้ทักษะในการทำธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง ตลอดจนการสร้างเครือข่ายธุรกิจ จนสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ ปัจจุบันนี้ได้จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขึ้นแล้ว จำนวน 16 แห่งทั่วประเทศ

6. โครงการจัดทำรายงานสถานการณ์และเดือนภัยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นข้อมูลแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจัดตั้งศูนย์วิเคราะห์และเตือนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา พร้อมด้วยข้อมูลที่มีความถูกต้องรวดเร็ว และเป็นศูนย์กลางข้อมูลและการพยากรณ์ผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ ต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการไทย โดยเน้นแนวทางในการแก้ไขปัญหาสำหรับผู้ประกอบการรายสาขาแบ่งตามอุตสาหกรรม รวมทั้งประเมินโอกาสและแนวทางในการแก้ไขปัญหาสำหรับผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ และภาคเอกชนต่าง ๆ

7. โครงการเผยแพร่ความรู้สู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยระบบสารสนเทศ เพื่อเป็นศูนย์ข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Information Center) โดยจัดทำเป็นโครงการเผยแพร่ความรู้สู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยระบบสารสนเทศ ด้วยโครงการ SME @ CLICK ผ่าน website www.sme.go.th ซึ่งเป็นศูนย์รวบรวมข้อมูล ข่าวสาร รวมไปถึงองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่จะสามารถช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้สามารถแข่งขันสู่ตลาดโลกได้ และด้วยการสมัครเป็นสมาชิก สสว. เพียงครั้งเดียว เอสเอ็มอีจะสามารถเข้ามาใช้งานกับระบบต่าง ๆ ของ สสว. ได้ทุกรายการ ได้แก่ Virtual Coach เป็นระบบฐานข้อมูลองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจ โดยระบบจะมีเครื่องมือสำหรับช่วยวิเคราะห์ 3 แบบ คือ

1. Self-assessment Tool คือ ระบบแบบสอบถามเพื่อช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจ
 2. Business – Plan - Tool คือ ระบบเพื่อช่วยในการสร้างแผนธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ
 3. Financial - Ratio - Tool คือ ระบบวิเคราะห์สถานะทางการเงินให้กับผู้ประกอบการ
- E – Mentor คือ ระบบฐานข้อมูลที่ปรึกษา เพื่อให้ เอสเอ็มอีสามารถสืบค้นข้อมูลที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญ ในสาขาที่เอสเอ็มอีต้องการ โดยระบบสามารถ matching ข้อมูลระหว่าง เอสเอ็มอี และที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เอสเอ็มอีรายนั้น ๆ ต้องการได้

E – Market Place คือ ระบบสร้างร้านค้า สำหรับเอสเอ็มอีโดยเอสเอ็มอีสามารถเปิดร้านและสามารถเพิ่มสินค้าและราคาได้ด้วยตนเอง

Digital University คือ ระบบ e – learning เพื่อเอสเอ็มอีสามารถเข้ามาใช้ระบบและทำการเรียนรู้ในองค์ความรู้ต่าง ๆ โดยแบ่งเป็นห้องเรียนและบทเรียนมากมาย สำหรับเอสเอ็มอี

E – Business Network (E – Biz Net) คือระบบข้อมูลธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ประกอบด้วยฐานข้อมูลธุรกิจในประเทศและต่างประเทศ จำนวนกว่า 30 ล้านรายทั่วโลก โดย Biz Net จะเป็นศูนย์กลางให้บริการข้อมูลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอีให้ผู้ประกอบการสามารถค้นหาผู้ซื้อและผู้ขาย ชื่อบริษัทและแบบเงื่อนไข รวมทั้งสามารถตรวจสอบความมีตัวตนและสถานภาพเบื้องต้นของบริษัท จำนวนพนักงานผ่านทางระบบ เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจทั้งนี้ระบบนี้ยังถูกออกแบบเพื่อรองรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของอุตสาหกรรมไทยได้ในอนาคตด้วย

8. โครงการพัฒนาระบบที่เลี้ยงและที่ปรึกษา เพื่อให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่สสว. เข้าร่วมทุน โดยที่เลี้ยงจะให้คำปรึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น การเงิน บัญชี การตลาด การผลิต และการบริหารจัดการ รวมทั้งการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้ความช่วยเหลือแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น สถาบันการเงินเพื่อขออนุมัติสินเชื่อ

9. โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยได้ร่วมมือกับมูลนิธิ สุข-แก้ว แก้วแดง และมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จัดทำโครงการถุงผ้าพระราชทาน และโครงการส่งเสริมการเลี้ยงแพะต้นแบบเชิงพาณิชย์

4. เป็นตัวแทนผู้ประกอบการ SMEs ไทยในเวทีการประชุมนานาชาติ เช่น เวทีอาเซียน เวทีเอเปก การเจรจาทำความตกลงการค้าเสรี หรือ FTA เป็นหน่วยงานภาครัฐที่เข้าไปมีบทบาทในการเจรจาเพื่อผลประโยชน์อันจะเกิดแก่ผู้ประกอบการไทย

5. จัดตั้งศูนย์บริการคำปรึกษาในศูนย์ประสานและบริการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บริเวณ ชั้น G อาคารทีเอสทีทาวเวอร์ ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ ซึ่งจะให้บริการคำปรึกษาในการทำธุรกิจ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ประกอบด้วยการบริหารจัดการ การเงิน การตลาด กฎหมาย บัญชี บรรษัทภิบาล และการส่งออก มีศูนย์บริการร่วมลงทุนและที่เลี้ยง SMEs ประจำภูมิภาคดังนี้

1. จ.เชียงใหม่ ตั้งอยู่ที่อาคารศูนย์ SMEs ภาคเหนือเชียงใหม่ เลขที่ 158 ถนนทุ่งโฮเต็ล ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000 โทร. 053-249-421-2 โทรสาร 053-249-422

2. จ.อุบลราชธานี ตั้งอยู่ที่ศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดถนนอุปราชา ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000 โทร. 045-254-035, 045-245-936

3. จ.กระบี่ ตั้งอยู่ที่อาคารศูนย์ราชการกระทรวงแรงงาน ห้องแรงงาน 3 ศูนย์ราชการรองคลองจิหลาด ถนนท่าเรือ ต.ไสไทย อ.เมือง จ.กระบี่ 81000 โทร. 075-622-778, 075-622-978 โทรสาร 075-622-978

4. จ.ภูเก็ต ตั้งอยู่ที่เลขที่ 29/1 ถนนดำรง ต.ตลาดใหญ่ อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000 โทร. 076-241-502-3 โทรสาร 076-241-503

5. จ.สุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่ที่อาคารศาลากลางจังหวัดสุราษฎร์ธานี (หลังเก่า) ชั้น 3 ถนนคอนนค ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 โทร. 077-288-866-7 โทรสาร 077-288-867

6. จ.สงขลา ตั้งอยู่ที่อาคารศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาค 11 เลขที่ 165 ถนนกาญจนวนิช ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-219-008-9 โทรสาร 074-219-009

3. จัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ชพว)

ในปี 2507 คณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบโครงการเงินกู้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดย่อมตามที่สภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติเสนอ จึงได้มีการจัดตั้งสำนักงานเงินกู้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดย่อมอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นสำนักงานธนกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม (สธอ.) แต่เนื่องจากการดำเนินงานมีข้อจำกัดเรื่องแหล่งทุนดำเนินการที่ต้องพึ่งจากงบประมาณแผ่นดินเพียงแหล่งเดียว และต้องถือปฏิบัติตามระบบราชการทำให้ขาดความคล่องตัว จึงได้ตราพระราชบัญญัติบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมขึ้นในปี 2534 ปรับสถานะของ สธอ. เป็นบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 300 ล้านบาท มีฐานะเป็นนิติบุคคล สามารถระดมเงินทุน และเงินกู้ได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ

ต่อมาในปี 2543 ได้รับการเพิ่มทุนจากกระทรวงการคลังอีก 2,500 ล้านบาท และเมื่อรัฐบาลชุดปัจจุบันมีนโยบายให้ บอย. เป็นกลไกสำคัญในการช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอันเป็นรากฐานของระบบเศรษฐกิจ จึงได้ตราพระราชบัญญัติธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 ปรับสถานะของ บอย. เป็น ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ชพว.หรือเอสเอ็มอีแบงก์) เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2545 โดยมีวัตถุประสงค์ “เพื่อประกอบธุรกิจอันเป็นการพัฒนา ส่งเสริม ช่วยเหลือ และสนับสนุนการจัดตั้ง การดำเนินงาน การขยาย หรือการปรับปรุงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการให้สินเชื่อค้ำประกัน ร่วมลงทุนให้คำปรึกษาแนะนำหรือให้บริการที่จำเป็นอื่นตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้” **หน้าที่ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**

1. เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ มีหน้าที่ในการบริการด้านการเงินเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้แข็งแกร่งและเติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการสนับสนุนการรวมกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในแต่ละกลุ่ม Cluster ที่สอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐ ซึ่งถือว่าเป็นยุทธศาสตร์รากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

2. การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) เป็นแนวทางการควบคุมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร โดยจะมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรต่าง ๆ ต่อผลการ

ปฏิบัติงานตามหน้าที่นั้น ๆ ตลอดจนกำหนดวิธีการกำกับและควบคุมการดำเนินงาน มุ่งเน้นความโปร่งใสในทุกระดับชั้นทั้งในส่วนของพนักงานผู้ปฏิบัติและเจ้าหน้าที่บริหาร ตลอดจนคณะกรรมการธนาคาร ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธนาคารและประเทศชาติ ธพว. ตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นองค์กรที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อประโยชน์ที่จะเกิดแก่ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ถือหุ้น พนักงาน และผู้บริหาร ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ ที่เป็นพันธมิตรร่วมในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยในปี 2546 ธพว. ได้มีการดำเนินการต่อผู้มีส่วนได้เสียสรุปได้ดังนี้

2.1 ในส่วนของลูกค้าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธพว. ได้มุ่งเน้นและให้ความสำคัญโดยยึดหลัก ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Focus) และเพื่อให้เกิดความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ธพว. มีการเปิดโครงการ “ธนาคารสีขาว” ขึ้น โดยเปิดตู้ ปณ.1313 เพื่อเป็นช่องทางสื่อสารระหว่างลูกค้าผู้ใช้บริการ ธพว. ที่จะสามารถติดต่อและแจ้งเรื่องราวปัญหาต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อ ธพว. ในการนำมาพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานและบริการให้ดียิ่งขึ้น

2.2 สำหรับผู้ถือหุ้น ธพว. มุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามนโยบายรัฐบาลซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยไม่ได้มุ่งหวังกำไรเป็นหลักสำคัญ

2.3 ส่วนพนักงานและผู้บริหาร ธพว. ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาพนักงานและผู้บริหารของ ธพว. เพื่อให้มีทักษะความรู้ และถึงพร้อมที่จะเข้าไปให้คำปรึกษาแนะนำผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรของ ธพว. และหล่อหลอมจิตวิญญาณและอุดมการณ์ ให้เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวในการทำงานให้เป็นหนึ่งเดียว สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และการจัดให้มีสวัสดิการที่เพียงพอและเหมาะสม และพันธมิตร ธพว. ได้พยายามในการสร้างเครือข่ายพันธมิตร ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเชื่อมโยงองค์ความรู้และบริการต่าง ๆ อันนำไปสู่การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีดังนี้

งานวิจัยในประเทศ

รุ่งนภา ต่ออุดม (2550: 3-4) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวิสัยทัศน์ที่มุ่งหวังให้กิจการมีการเจริญเติบโต ผู้ประกอบการจะมีทักษะความสามารถในการทำงาน มีคุณลักษณะที่เป็นผู้ประกอบการ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการตัดสินใจ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และมีความ

ข้อตรงในการประกอบ

2. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจเกษตร เป็นผลมาจากความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์อันยาวนานทางการค้า มีการวางแผนในการดำเนินงาน มีการวางแผนทางการเงิน การจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ จะจำหน่ายผ่านตัวแทน หรือนายหน้าการบริการ มีบริการจัดส่งสินค้า และเน้นคุณภาพของสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายเป็นหลัก

3. ปัจจัยด้านบุคลากร การจัดหาบุคลากร ของผู้ประกอบการ จะใช้แรงงานในพื้นที่, แรงงานต่างพื้นที่ และแรงงานต่างด้าว ผลตอบแทนพิเศษ ที่ผู้ประกอบการจ่ายให้แก่ลูกจ้าง เป็นรูปของตัวเงิน ได้แก่ ค่าล่วงเวลา ค่ารักษาพยาบาล, โบนัส และเบี้ยขยัน เงินช่วยเหลือค่างานบวช, งานแต่ง และงานศพ และที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน ได้แก่ หอพัก และสวัสดิการร้านค้า ที่ขายสินค้าที่ผู้ประกอบการผลิตโดยที่ขาย ให้แก่ลูกจ้าง ในราคาถูก และการจัดให้ลูกจ้างไปฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้

4. ปัจจัยด้านนโยบายรัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางจะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยสถานประกอบการได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากรัฐบาล เพื่อดำเนินการและความวิจัยเครื่องจักรกลเกษตร เพื่อใช้ในการดำเนินการผลิต

นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศน์ และคณะ(2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด จัดแบ่งเป็น 3 ปัจจัยใหญ่ คือ 1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ ซึ่งแบ่งเป็น 4 ด้าน 1. ด้านการบริหารและจัดการ 2. ด้านการบริหารการผลิต 3. ด้านการบริหารการตลาด 4. ด้านการบริหารการเงินและการลงทุน 2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่ม ได้แก่ 1. ผู้นำ 2. คณะกรรมการ 3. การมีส่วนร่วมของสมาชิก 4. แรงงาน 5. การสร้างเครือข่าย 3) ปัจจัยเกี่ยวกับชุมชน ได้แก่ 1. ระเบียบข้อบังคับ 2. กิจกรรมกับภายนอก 3. การจัดสวัสดิการ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด คือ 1. ด้านผู้นำ 2. ด้านการสร้างเครือข่าย 3. ด้านการบริหารและจัดการ 4. ด้านคณะกรรมการกลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกรและคณะ (2546: 33-34) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ความสามารถทางการจัดการของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ : ภาคการบริการ ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการที่ประสบความสำเร็จระดับหนึ่งแล้ว จำนวน 393 ตัวอย่าง ในพื้นที่ 9 จังหวัด ได้แก่ สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต สงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง สตูล ปัตตานี ยะลา นราธิวาส โดยกระจายทั่วไปในทุกประเภทธุรกิจบริการ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจทางการเงิน ธุรกิจเช่ารถธุรกิจซ่อมรถ เป็นต้น โดยให้ผู้ประกอบการได้ทำการประเมินตนเอง ในด้านการบริหารจัดการ การศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการประเมินตนเองเกี่ยวกับความสามารถการจัดการดังนี้ การจัดการในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (3.444) ซึ่งมีองค์ประกอบย่อย ได้แก่ ด้านการจัดการตลาดและบริการ, การดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์มาก ในขณะที่การประเมินกิจกรรม, การมีระบบบัญชี/การเงิน, การวางระบบงาน, การจัดการทรัพยากรมนุษย์, การจัดการเทคโนโลยี, การจัดหา, และการขนส่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (3.242 - 3.436)

กมลกานต์ เทพชรานนท์ (2548: 98) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจ ภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการศึกษาความสำเร็จในการประกอบการ พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำเร็จอยู่ในระดับสูง ซึ่งหมายความว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพอใจหรือบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรกำหนดไว้ โดยการวัดการรับรู้ของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง

รักพงษ์ ช่างเจริญ (2546: 32-36) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยและคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความสามารถ ทางด้านการจัดการ ทางด้านการตลาด การจัดการภายในองค์กร การจัดการทรัพยากรบุคคล การจัดการด้านการเงิน ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับธุรกิจ ทั้งนี้องค์การธุรกิจในแต่ละขนาดย่อมพึงพิงอยู่บนเทคนิคการบริหารและการจัดการที่แตกต่างกันไป

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกรและคณะ (2550: 22) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุน ระบบการจัดการของ SMEs ประเภทอุตสาหกรรมในภาคใต้โดยการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ดังนี้ จากสาขาอุตสาหกรรมภาคการผลิต ในธุรกิจยางพาราและธุรกิจประมง กลุ่มตัวอย่างจากธุรกิจบริการ ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างธุรกิจการค้า ในธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจค้าปลีกรวมทั้งสิ้น 6 สาขา พบว่า ผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุนกิจกรรมการดำเนินงานธุรกิจในปัจจุบันที่สำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้อยละ 87.2 นำมาใช้กับกิจกรรมการผลิตและการควบคุมสินค้า ร้อยละ 72.3 นำมาใช้กับกิจกรรมการบัญชี และร้อยละ 46.8 นำมาใช้กับกิจกรรมการเงิน

อภิสิทธิ์ ประวัตินเมือง (2544:72-73) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจร้านหนังสือ พบว่ากลยุทธ์การดำเนินงานที่ผู้ประกอบการใช้มากที่สุดคือ การบริหารจัดการ ด้านการวางแผน เฉพาะสิ่งสำคัญ รองลงมาคือ การตั้งรับ การแสวงหาโอกาส ส่วนการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้นำมาใช้ในการบริหารงานน้อยที่สุด

รณรงค์ ศรีจันทร์นนท์ (2544: 104) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมใน อุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ามีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ 4 รูปแบบคือ การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ การแสวงหาโอกาส และการตั้งรับ โดยรูปแบบที่ใช้มากที่สุดคือการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ รองลงมาคือ การตั้งรับ การแสวงหาโอกาส และการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ ตามลำดับ โดยพบว่าเฉพาะกลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์หมายถึงการวางแผนการทำงานล่วงหน้าครอบคลุมสถานการณ์ต่างๆที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ

ศรัณญา เชื้อมั่ง (2545: 5) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของไทยที่ประสบความสำเร็จ ในวิสาหกิจเศรษฐกิจ โดยศึกษากับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมประเภท กิจการการค้า การผลิต และการบริการ

ที่ได้รับการคัดเลือกกว่าเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ดังนี้ 1. การทำในสิ่งที่ตนเองถนัดและเชี่ยวชาญ 2. มีความสามารถในการปรับตัว 3. การให้ความสำคัญกับบุคลากร 4. คุณภาพสินค้าและบริการ 5. การให้ความสำคัญกับลูกค้า 6. ความสามารถในการวางแผนและแก้ปัญหา 7. การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ 8. ความเป็นผู้นำ 9. ความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการ

สนธิพิศ ชมรไสว (2555: บทคัดย่อ) ได้ ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ได้มีการวัดความสำเร็จในการประกอบการของโรงแรม โดยใช้วัดความสำเร็จทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย 1.ความพึงพอใจในในฐานะเจ้าของกิจการ 2. ความสำเร็จทางธุรกิจ 3. แนวโน้มของกำไร 4. แนวโน้มของจำนวนลูกค้า 5. แนวโน้มของยอดขาย ซึ่งการศึกษาความสำเร็จเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยฉบับนี้

นันทน์ภัท แดงปุดดา (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนมะม่วงบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น พบว่า ความสำเร็จขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง คือ 1.คุณภาพของผลผลิตที่มีมาตรฐาน อันจากการตรวจสอบกระบวนการทุกขั้นตอนของการผลิต ความใส่ใจในการดูแลอย่างสม่ำเสมอ 2. การบริหารการจัดการที่มีการวางระบบการบริหาร มีการแบ่ง โครงสร้างการทำงาน แบ่งงานกันทำตามความถนัด 3. การตลาดเป็นสิ่งสำคัญ การจำหน่ายผลผลิตที่ไม่ต้องผ่านคนกลาง ไม่มีปัญหาด้านการตลาด มีทั้งตลาดภายในและตลาดภายนอกประเทศ 4. การเงิน สมาชิกส่วนมากใช้เงินทุนส่วนตัวในการประกอบอาชีพ ไม่กู้ยืมเงินมาลงทุน ทำให้กลุ่มเจริญเติบโตได้รวดเร็ว

อติโชติ กังอนันต์และคณะ (2549: 50-52) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา จำนวน 377 ราย พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย 9 ด้าน ดังนี้ 1) ปัญหาด้านเงินลงทุน ได้แก่ 1.ขาดแคลนเงินลงทุน (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20) 2.แหล่งเงินทุนมีต้นทุนสูง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21) 3.ขาดแหล่งเงินทุนสำรอง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08) 2) ด้านการเงิน 1.ขาดการวางแผนด้านการเงิน (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11) 2. ขาดการควบคุมการใช้เงิน (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81) 3. ขาดการควบคุมระบบลูกหนี้เจ้าหนี้ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87) 3) ด้านการบัญชี 1.ขาดการจัดทำระบบบัญชีที่ได้มาตรฐาน (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99) 2. ขาดการเก็บรวบรวมหลักฐานเอกสารอ้างอิง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97) 3. ขาดการนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ในการตัดสินใจ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94) 4) ด้านการบริหารจัดการ 1.ขาดแคลนแรงงานฝีมือ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66) 2. ขาดการบริหารงานที่เป็นระบบ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94) 3. ขาดการประเมินผลการปฏิบัติงาน (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70) 5) ด้านการผลิต 1. ขาดการควบคุมเรื่องต้นทุนการผลิต (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) 2. ขาดการใช้เทคโนโลยีการผลิต (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34) 3. ขาดการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25) 4. ขาดการควบคุมเรื่องแรงงานทางตรง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16) 6) ด้านการบริการ 1.ขาดบุคลากรการบริการ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

- 3.04) 2. ขาดการให้บริการที่มีคุณภาพ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88) 3. ขาดวัสดุอุปกรณ์การให้บริการ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94) 4. ขาดมาตรฐานของการให้บริการ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80) 7) ด้านการค้าปลีกและค้าส่ง
1. ขาดระบบการขนส่งสินค้า (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90) 2. ต้นทุนสินค้าสูง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91) 3. ขาดการให้บริการหลังการขาย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75) 8) ด้านการตลาด 1. ขาดการวางแผนด้านการตลาด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15) 2. ขาดการจัดจำหน่ายที่เป็นระบบ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02) 3. ขาดการทำตลาดแบบเชิงรุก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77) 9) ปัญหาด้านอื่น ๆ 1. คู่แข่งขัน (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09) 2. ท่าเลที่ตั้งของกิจการ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81) 3. สิ่งแวดล้อม (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77) 4. นโยบายของรัฐบาล (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68)
5. กฎหมาย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61) 6. การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในการหาแหล่งตลาด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54)

ปณิธิ อุทัยรัตน์ (2543 : 57) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางและขนาดย่อมต่อวิกฤติเศรษฐกิจ ปี 2540 จากการศึกษาพบว่า ผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ คือด้านการตลาด การผลิต การเงิน การบริหารงานบุคคล โดยเฉพาะด้านการตลาดที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลกระทบต่ออยู่รอดของธุรกิจ เพราะปริมาณการจำหน่ายสินค้าลดลง ทำให้กระทบต่อทุนในการผลิตและความสามารถในการแข่งขันลดลง โดยจะเป็นผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าในประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับตัวในด้านกลยุทธ์ต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านการตลาด การผลิต การเงิน และการบริหารงานบุคคล

จุฑามาศและคณะ (2553 : 180-184) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย โดยศึกษาจากผู้ประกอบการที่เริ่มทำธุรกิจ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการล้มเหลวของธุรกิจและเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ได้ศึกษาปัจจัยดังต่อไปนี้ (1) ลักษณะของธุรกิจ (2) การจัดการและความรู้ของผู้ประกอบการ (3) ผลิตภัณฑ์และการบริการ (4) ลูกค้านและตลาด (5) วิธีการดำเนินธุรกิจและความร่วมมือทางธุรกิจ (6) ทรัพยากรและการเงิน (7) กลยุทธ์ด้านการตลาด (8) ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ได้แก่ปัจจัยภายนอกธุรกิจ

โดยใช้สถิติทดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับความสำเร็จของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 และจากการพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ พบว่า (1) ปัจจัยภายนอก ($\beta = 0.46$) (2) ลูกค้านและตลาด ($\beta = 0.335$) (3) ทรัพยากรและการเงิน ($\beta = -0.225$) (4) ลักษณะของธุรกิจ ($\beta = 0.214$) (5) วิธีการดำเนินธุรกิจและการดำเนินธุรกิจ ($\beta = 0.212$) โดยปัจจัยทั้ง 5 ด้านร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 53.3 แต่สำหรับด้านทรัพยากรและการเงินกลับส่งผลในทางลบ และพบว่า (1) การจัดการและความรู้ของผู้ประกอบการ (2) ผลิตภัณฑ์และการบริการ และ (3) กลยุทธ์ด้านการตลาด ไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า การประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ตัวผู้ประกอบการเอง และปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผล

ต่อการดำเนินงาน ได้แก่ปัจจัยภายใน คือ การตลาด การบริหารการจัดการ ทรัพยากรและการเงิน บุคลากร และปัจจัยภายนอก คือ เทคโนโลยี ลูกค้า คู่แข่งขัน เศรษฐกิจ

งานวิจัยในต่างประเทศ

Nurul Indarti and Marja Langenberg (2553 :2-10) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศอินโดนีเซีย ศึกษาตัวอย่างจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 100 กิจการ ได้ศึกษาในปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังต่อไปนี้ (1) เทคโนโลยี (2) การเข้าถึงแหล่งข้อมูล (3) ความพร้อมของผู้ประกอบการ (4) กฎหมาย (5) การสนับสนุนจากรัฐบาล (6) แผนธุรกิจ (7) การเข้าถึงแหล่งทุน (8) เครือข่ายทางสังคม (9) การตลาด

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับความสำเร็จของธุรกิจ และจากการพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ พบว่า (1) การตลาด ($\beta = 0.370$) (2) การเข้าถึงแหล่งทุน ($\beta = 0.302$) (3) กฎหมาย ($\beta = -0.227$) และ (4) เทคโนโลยี ($\beta = 0.182$) โดยปัจจัยทั้ง 4 ด้านร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 32.5 แต่สำหรับกฎหมาย กลับส่งผลทางลบ และ พบว่า ปัจจัยด้าน (2) ข้อมูลข่าวสาร (3) ความพร้อมของผู้ประกอบการ (4) การสนับสนุนจากรัฐบาล (5) แผนธุรกิจ และ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ งานวิจัยนี้ได้แนะนำว่า ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Kruif & Frese, (2000) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศแซมเบีย พบว่าการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์และการแสวงหาโอกาส มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างสูงกับความสำเร็จ

Frese, Krauss & Freidrich (2005) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศซิมบับเวและพบว่า การวางแผนและการปฏิบัติเชิงรุก (Proactiveness) เป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์แบบวางแผนอย่างสมบูรณ์ และวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ รวมถึงการแสวงหาโอกาส มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ

Steekelenburg, Lauw, Frese & Visser, (2000) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศอิตาลี พบว่าการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ และในทางตรงกันข้ามพบว่ากลยุทธ์การตั้งรับมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จ

Andreas Rauch & Michael Frese, (2000) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนและความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศเยอรมันนีและไอร์แลนด์ ในช่วงปี ค.ศ. 1993-1995 และพบว่า การวางแผนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการในเยอรมันนีแต่ไม่พบความสัมพันธ์นี้กับผู้ประกอบการในไอร์แลนด์ (Rauch & Michael Frese, 1997, pp. 27-29) ให้ข้อสังเกตว่า ความสัมพันธ์ที่ต่างกันนี้เนื่องมาจากสองประเทศนี้มีวัฒนธรรมซึ่งต่างกัน ในเยอรมันนี ผู้ประกอบการมีวัฒนธรรมในการหลบเลี่ยงความไม่แน่นอน และมีการวางแผนที่ดีในการดำเนินธุรกิจ ส่วนในไอร์แลนด์

ผู้ประกอบการมีการหลบเลี่ยงความไม่แน่นอนน้อย การวางแผนจึงรวมเอาความเสี่ยงและความไม่ยืดหยุ่นไว้ด้วย จึงวางแผนน้อยและให้ความสำคัญกับการวางแผนน้อยลง

Gelderen & Frese (1998) ทำการศึกษาวิจัยผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ก่อตั้งธุรกิจมาไม่เกิน 5 ปี ในเมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยทำการศึกษาผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเดียวกันเป็น 2 ระยะ ช่วงเวลาห่างกัน 16 เดือน พบว่าในทั้ง 2 ช่วงเวลา กลยุทธ์การดำเนินงานแบบตั้งรับมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จ และยิ่งพบอีกว่าในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการนั้น การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญจะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ และในช่วงที่สองเมื่อธุรกิจดำเนินการได้ราบรื่นแล้ว การวางแผนอย่างสมบูรณ์จะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ

Vesper (1993) ได้ศึกษาเกี่ยวกับจำนวนเงินทุนและแหล่งเงินทุนเป็นสำคัญของการจัดตั้งกิจการ พบว่า จุดเริ่มต้นของการจัดตั้งกิจการ มักจะใช้แหล่งเงินทุนของผู้ก่อตั้งและรายได้จากการดำเนินกิจการ ถ้าการดำเนินกิจการใช้เงินทุนมากขึ้น การกู้ยืมจะเป็นแหล่งเงินทุนสำคัญ แหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบไปด้วย (1) เงินทุนของผู้ประกอบการ ซึ่งคิดจากเงินออมและหุ้นส่วน (2) การสร้างหนี้สิน คือ การกู้ยืมจากเพื่อน/ญาติ ลูกค้า ผู้ขายสินค้า วัตถุดิบ อาคาร การเช่าซื้อสินทรัพย์ เป็นต้น

Vennell and Hamilton (1999) ได้ศึกษาถึงปัจจัยการตัดสินใจเลือกลักษณะการจัดตั้ง ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจัดตั้งธุรกิจ คือ

(1) ต้นทุนการจัดตั้งกิจการ (2) ข้อจำกัดความรับผิดชอบในหนี้สิน (3) ความต่อเนื่องของการดำเนินการ (4) การโอนการเป็นเจ้าของ (5) การควบคุมกิจการ (6) โอกาสในการหาแหล่งเงินทุน (7) ผลของภาษีเงินได้ และพบว่าผู้ประกอบการต้องมีความสามารถด้านการจัดการ เพราะว่าการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีลักษณะไม่ชัดเจนทางการบริหารที่เป็นทางการและรูปแบบการจัดองค์กรที่ไม่ชัดเจนเช่นกัน มีผลให้เกิดภาวะการฉกฉด้นของผู้ประกอบการซึ่งจะต้องทำงานด้านการขายให้บริการแก่ลูกค้า การอบรมและสนับสนุนพนักงาน ทบทวนงบการเงิน การเจรจาต่อรองกับธนาคาร และคำนึงถึงอนาคตของกิจการ งานการดูแลกิจการ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องพร้อมปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และพยายามลดเวลาในการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์หนึ่งไปยังสถานการณ์อีกรูปแบบหนึ่งให้ได้ เพื่อความอยู่รอดและความเจริญของกิจการอายุของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สะท้อนภาพความสำเร็จทางการจัดตั้งกิจการเช่นกัน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อต้องการประสบผลสำเร็จ คือรู้จักประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้เพื่อให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านเงินทุน เป็นสิ่งสำคัญในการประกอบการ ต่อมาคือ การจัดการบุคคล การบริหารการจัดการ การวางแผน การเงิน การตลาด

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยประยุกต์อาศัยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาครั้งนี้ คือ ธุรกิจที่จดทะเบียน ในรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยอาศัยข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา (ประจำปี 2550) จำนวน 1,030 กิจการ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยอาศัยข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา ในปี 2550 โดยการจดทะเบียนเป็นธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เงินทุนจดทะเบียนไม่เกิน 200 ล้านบาท แบ่งได้ 3 ประเภทคือ

1. ภาคการผลิตมีการจดทะเบียนจำนวน 66 กิจการ
2. ภาคการค้ามีการจดทะเบียน จำนวน 424 กิจการ และ
3. ภาคการบริการมีการจดทะเบียนจำนวน 540 กิจการ ทั้งหมดจำนวน 1,030 กิจการ

และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Yamane (อังคณา ธรรมสังการ. 2549: 74-75; อ้างอิงจาก Yaman 1973: 725) ดังนี้

$$n = \frac{N}{(1 \pm Ne^2)}$$

- n = ขนาดตัวอย่าง
- N = จำนวนประชากรเป้าหมาย
- e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 (ร้อยละ 5)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{N}{(1 \pm Ne^2)}$$

$$n = \frac{1031}{1+1030(0.5)}$$

$$N = 280$$

โดยได้กลุ่มตัวอย่าง 280 กิจการ ผู้วิจัยได้นำรายชื่อกิจการที่จดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดสงขลา ในปี 2550 จำนวน 1,030 กิจการ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบโดยเลือกช่วงระหว่าง ประชากรเท่ากับ 3 ได้แก่ 3,9,12,15.....จนครบ จำนวน 280 กิจการ

เครื่องมือในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามผู้วิจัยสร้างขึ้นมาเองจากการศึกษา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ประกอบการมี 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลจำนวน 4 ข้อ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ จำนวน 3 ข้อ ซึ่งประกอบไปด้วย ลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ จำนวนพนักงาน แหล่งเงินทุน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบสังคมและวัฒนธรรม ระบบการเมืองและกฎหมายระบบเทคโนโลยี มีจำนวนข้อคำถาม 37 ข้อ โดยกำหนดตัวเลขมาตรวัดประมาณค่า มี 5 ระดับกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ แสดงระดับความมากน้อยดังนี้

ระดับที่ 5 หมายถึงระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึงระดับความคิดเห็นมาก

ระดับที่ 3 หมายถึงระบบความคิดเห็นปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ความมั่นคงของกิจการ ความยอมรับนับถือ ความมีชื่อเสียง โดยกำหนดตัวเลขมาตรวัดประมาณค่า มี 5 ระดับ จำนวน 12 ข้อ กำหนดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงระดับความมากน้อยดังนี้

ระดับที่ 5 หมายถึงระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึงระดับความคิดเห็นมาก

ระดับที่ 3 หมายถึงระดับความคิดเห็นปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

โดยแปลผลค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น โดยยึดเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึงระดับความสำเร็จอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึงระดับความสำเร็จอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึงระดับความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึงระดับความสำเร็จอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความสำเร็จอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ แนวทางในการแก้ไขการประกอบธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิธีสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาเอกสารตำราทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และรับการเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข

3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (IOC) อยู่ระหว่าง .67 ถึง 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์การพิจารณาจำนวน 46 ข้อ อีก 3 ข้อที่ไม่ผ่านเกณฑ์ผู้วิจัยได้ทำการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลอง (Try Out) กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนแล้วนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่น $\alpha = .947$

5. แบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นครอนบัก แอลฟา (α) ต้องมีค่า ≤ 0.70 จึงยอมรับข้อคำถาม (กัลยาวิชิต 2546: 449) ผลพบว่า ตัวแปรต้น คือ (1) ระบบบุคลากร $\alpha = .708$ (2) ระบบการเงิน $\alpha = .894$ (3) ระบบการตลาด $\alpha = .844$ (4) ระบบการบริหารการจัดการ $\alpha = .283$ (5) ระบบลูกค้า $\alpha = .357$ (6) ระบบการแข่งขัน $\alpha = .811$ (7) ระบบระบบเศรษฐกิจ $\alpha = .750$ (8) ระบบการเมืองและกฎหมาย $\alpha = .460$ (9) สังคมและวัฒนธรรม $\alpha = .194$ (10) ระบบเทคโนโลยี $\alpha = .774$ ตัวแปรตามคือ (1) ด้านความมั่นคงของกิจการ ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ $\alpha = .428$ (2) ด้านการยอมรับนับถือ $\alpha = .223$ (3) ด้านการมีชื่อเสียง $\alpha = .870$ หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการตัดข้อคำถามที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนน (Corrected item – Total Correlation) ไม่ถึง .30 ได้แก่ (1) ระบบการบริหารการจัดการ ตัดข้อคำถาม การควบคุมในการดำเนินงาน ซึ่งมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนน .214 หลังจากนั้นหาค่าความเชื่อมั่นใหม่ได้ $\alpha = .700$ (2) ระบบลูกค้า ตัดข้อคำถาม การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนน .136 แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นใหม่ได้ $\alpha = .730$ (3) ระบบการเมืองและกฎหมาย ตัดข้อคำถาม มีการจัดหน่วยงานให้คำปรึกษาซึ่งมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนน .237 แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นใหม่ได้ $\alpha = .738$ สำหรับด้านสังคมและวัฒนธรรม ต้องตัดข้อคำถามทุกข้อ เพราะทุกข้อคำถามมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนไม่ถึง.30 สำหรับตัวแปรตามได้แก่ (1) ด้านความมั่นคงของกิจการ ตัดข้อคำถาม ความมั่นคงทางด้านรายได้ ซึ่งมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนน .236 แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นใหม่ได้ $\alpha = .735$ (2) ด้านการยอมรับนับถือ ตัดข้อคำถาม การยอมรับนับถือจากลูกน้อง ซึ่งมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนน .131 แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นใหม่ได้ $\alpha = .808$

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเรียบร้อยแล้วนำไปเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ถึงผู้บริหารของกิจการที่จดทะเบียนประกอบธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

2. ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและสามารถเก็บคืนได้ด้วยตนเอง(Self Administration) จำนวน 280 ชุด

3. หลังจากนั้นติดตามแบบสอบถามที่ไม่ได้รับคืนโดยเดินทางไปด้วยตนเอง เพื่อให้ได้แบบสอบถามจนได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยดำเนินการดังนี้

4. ติดตามเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตัวเอง รวบรวมแบบสอบถามที่ได้คืนมา ดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอค่าสถิติต่างๆดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติคือการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดโดยใช้สถิติคือการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา โดยใช้สถิติคือค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อวิเคราะห์ระดับและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อดูค่าการกระจายของข้อมูล

1.4 การวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาโดยใช้สถิติคือค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อวิเคราะห์ระดับและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อดูค่าการกระจายของข้อมูลโดยแปลผลค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นโดยยึดเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึงระดับความสำเร็จอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึงระดับความสำเร็จอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึงระดับความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึงระดับความสำเร็จอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความสำเร็จอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน(Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) วิธี Stepwise เพื่อใช้พยากรณ์ตัวแปรตามตัวหนึ่งซึ่งส่งผลมาจากตัวแปรต้น 2 ตัวแปรขึ้นไปและผู้วิจัยได้สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังตาราง4

ตารางที่ 3 วัตถุประสงค์การวิจัย ลักษณะข้อมูล และวิธีวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์	ลักษณะข้อมูล	วิธีวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยภายในได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยี ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	ผลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในตอนที่ 3	หาค่าเฉลี่ย (Mean)ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อดูการกระจายของข้อมูล
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ ด้านการมีชื่อเสียง	ผลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในตอนที่ 4	หาค่าเฉลี่ย (Mean)ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อดูการกระจายของข้อมูล
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	ผลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในตอนที่ 3 และ 4	หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน
4. เพื่อศึกษาอำนาจพยากรณ์ของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	ผลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในตอนที่ 3 และตอนที่ 4	การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) วิธี Stepwise เพื่อใช้พยากรณ์ ตัวแปรตามตัวหนึ่ง ซึ่งส่งผลมาจากตัวแปรต้น 2 ตัวแปรขึ้นไป
5. เพื่อต้องการทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของการดำเนินงานธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	ผลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในตอนที่ 5	รวบรวมข้อเสนอแนะและเรียงลำดับความถี่ในการให้ข้อเสนอแนะ ตามประเด็นต่างๆ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้คอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Sciences) สำหรับค่าสถิติดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบเครื่องมือ

1.1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีการของครอนบัก (Cronbach)

$$\alpha = \frac{n-1}{n} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_t^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n แทน จำนวนข้อในแบบสอบถาม

S_i^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ

S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

1.2 ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Index of Concurrence: IOC) โดยใช้สูตร (เกษมญา กองสวัสดิ์ 2546: 55)

IOC = เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับจุดประสงค์หรือความเที่ยงตรงในการวัดจุดประสงค์ที่ต้องการ

$\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2. สถิติพื้นฐาน

2.1 ค่าร้อยละ

2.1 ค่าเฉลี่ย (MEAN)

ใช้ในการวัดค่ากลาง หรือระดับของค่าเฉลี่ยของข้อมูลคำนวณโดยนำผลรวมของข้อมูลทั้งหมดหารด้วยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

สัญลักษณ์ทางสถิติ $\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$

เมื่อ \bar{x} = ค่าเฉลี่ย

X = คะแนนดิบ

$$\sum_n x = \text{ผลรวมของคะแนนดิบ}$$

$$n = \text{จำนวนบริษัทจดทะเบียนทั้งหมด}$$

2.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นค่าวัดการกระจายที่ได้จากการแก้ไขของเครื่องหมายเบี่ยงเบนจากค่าเฉลี่ย $(x - \bar{x})$ นำแต่ละค่ามายกกำลังสอง เพื่อทำเครื่องหมายให้เป็นบวกหมด

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าน้อย (ใกล้ศูนย์) มีการกระจายน้อย และหากค่าสูง (ค่ามากขึ้น) มีการกระจายมาก

$$S.D = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N (x_i - \bar{x})^2}{n}}$$

S.D = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากกลุ่มตัวอย่าง

x = ข้อมูลแต่ละจำนวน

n = จำนวนข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

โดยการบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มีเลยสำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยทั่วไปใช้เกณฑ์ดังนี้ (Hinkle D. E. 1998, p.118)

ค่า r ระดับของความสัมพันธ์

.90 - 1.00 มีความสัมพันธ์กันสูงมาก

.70 - .90 มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

.50 - .70 มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

.30 - .50 มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

.00 - .30 มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

เครื่องหมาย +, - หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์

โดยที่หาก r มีเครื่องหมาย + หมายถึงการมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูงอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย) r มีเครื่องหมาย - หมายถึงการมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูงตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ) ยกเว้นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์บางชนิดที่มีลักษณะ $0 \leq r \leq 1$ ซึ่งจะบอกได้เพียงขนาดหรือระดับของความสัมพันธ์เท่านั้นไม่สามารถบอกทิศทางของความสัมพันธ์ได้

3.2 วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ
4. ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
6. ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบวิสาหกิจขนาดกลาง
7. ปัญหาและข้อเสนอแนะของการดำเนินงานธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ค่าองศาอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนกำลังสอง (Mean Square)
S.E.	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการทำนาย (Standard Error of the Estimate)
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficients)
R	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R)
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R Square)
R^2 adj	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายที่มีการปรับแก้แล้ว (Adjusted Square)

β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Coefficients)
Regression Coefficients)		
X1	แทน	ระบบบุคลากร
X2	แทน	ระบบการเงิน
X3	แทน	ระบบการตลาด
X4	แทน	ระบบบริหารการจัดการ
X5	แทน	ระบบลูกค้า
X6	แทน	ระบบการแข่งขัน
X7	แทน	ระบบเศรษฐกิจ
X8	แทน	ระบบการเมืองและกฎหมาย
X9	แทน	ระบบเทคโนโลยี
Y1	แทน	ความมั่นคงของกิจการ
Y2	แทน	การยอมรับนับถือ
Y3	แทน	การมีชื่อเสียง
Y	แทน	ความสำเร็จของธุรกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบไปด้วย ลักษณะการจัดตั้ง จำนวนพนักงาน แหล่งเงินทุน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอแนะของการดำเนินงานธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน

ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	163	58.20
ชาย	117	41.80
รวม	280	100.0

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.8

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	77	27.50
30-40 ปี	129	46.10
40-50 ปี	61	21.80
มากกว่า 50	13	4.60
รวม	280	100.0

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.1 รองลงมาคือ ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ 40-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	16.10
ปริญญาตรี	200	71.40
ปริญญาโท	25	8.90
ปริญญาเอก	10	3.60
รวม	280	100.0

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.1 รองลงมาคือ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 16.1 ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 8.9 และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้านประสบการณ์ในการทำงาน

ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	100	35.70
5-10 ปี	126	45.00
11-15 ปี	31	11.10
16-20 ปี	15	5.40
มากกว่า 20 ปี	8	2.90
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 5-10 ปี จำนวน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา ต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.7 และ 11-15 ปี คิดเป็น ร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบไปด้วย ลักษณะการจัดตั้ง จำนวนพนักงาน แหล่งเงินทุน

ตาราง 8 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ

ลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
กิจการเจ้าของคนเดียว	101	36.10
ห้างหุ้นส่วน	99	35.40
บริษัท	80	28.60
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดตั้งธุรกิจในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 36.1 รองลงมาคือห้างหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 35.4 และบริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.6 ตามลำดับ

ตาราง 9 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 คน	75	26.80
5-10 คน	103	36.80
10-20 คน	57	20.40
20-30 คน	17	6.10
มากกว่า 30 คน	28	10.00
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานอยู่ในช่วง 5-10 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และ 10-20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 ตามลำดับ

ตาราง 10 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านแหล่งเงินทุน(ตอบได้มากกว่า 1)

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
เงินส่วนตัวของเจ้าของธุรกิจ	259	54.50
กู้เงินจากสถาบันการเงิน	182	38.30
กู้เงินจากสถาบันการเงินนอกระบบ	34	7.20
รวม	475	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า กิจการส่วนใหญ่ จะใช้แหล่งเงินทุน ในการลงทุน เป็นเงินส่วนตัวของเจ้าของกิจการเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 ส่วนรองลงมาคือ กู้เงินจากสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 38.3 และกู้เงินจากสถาบันการเงินนอกระบบ คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

ตาราง 11 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านแหล่งเงินทุน โดยใช้เงินส่วนตัวของเจ้าของธุรกิจมาลงทุน

เงินส่วนตัวของเจ้าของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
0-50%	136	48.60
51-100%	144	51.60
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เงินส่วนตัวมาลงทุน 51-100 % จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 และรองลงมาคือ 0-51% จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60

ตาราง 12 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านแหล่งเงินทุน โดยการกู้เงินจากสถาบันการเงินมาลงทุน

กู้เงินจากสถาบันการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
0-50%	223	79.60
51-100%	57	20.40
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กู้เงินจากสถาบันการเงินมาลงทุน 0-50 % จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 79.6 และรองลงมาคือ 51-100% จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4

ตาราง 13 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านแหล่งเงินทุน โดยการกู้เงินจากสถาบันการเงินนอกระบบมาลงทุน

กู้เงินจากสถาบันการเงินนอกระบบ	จำนวน	ร้อยละ
0-50%	271	96.80
51-100%	9	3.20
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กู้เงินจากสถาบันการเงินนอกระบบมาลงทุน 0-50 % จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 96.8 และรองลงมาคือ 51-100% จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อม ภายใน ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปัจจัยภายใน	\bar{x}	(S.D)	ระดับ
ระบบบุคลากร	4.11	.52	มาก
ระบบการเงิน	3.15	.97	ปานกลาง

ระบบการตลาด	3.94	.63	มาก
ระบบการบริหารจัดการ	4.04	.54	มาก
ภาพรวม	3.81	.66	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจภายในที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระบบบุคลากร ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.11 รองลงมาคือ ระบบการบริหารการจัดการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ระบบการตลาด ค่าเฉลี่ยอยู่เท่ากับ 3.94 และระบบการเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อมภายใน ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบบุคลากร

ระบบบุคลากร	\bar{x}	(S.D)	ระดับ
ความรู้ของบุคลากร	4.10	.76	มาก
ความสามารถของบุคลากร	4.13	.63	มาก
ความขยัน ทำงานของบุคลากร	4.19	.63	มาก
ความมีวินัย ของบุคลากร	4.04	.79	มาก
ภาพรวม	4.11	0.70	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจภายใน ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความขยันทำงานของบุคลากรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.19 รองลงมาคือ ความสามารถของบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความรู้ของบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และ ความมีวินัยของบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อมภายใน ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการเงิน

ระบบการเงิน	\bar{x}	(S.D)	ระดับ
-------------	-----------	-------	-------

มีเงินทุนไม่เพียงพอ	3.35	1.09	มาก
ไม่สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงิน	3.08	1.07	ปานกลาง
ขาดการวางแผนทางการเงิน	3.06	1.12	ปานกลาง
ขาดความรู้ด้านการวางแผนการเงิน	3.14	1.18	ปานกลาง
ภาพรวม	3.15	1.11	ปานกลาง

จากตาราง 16 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจภายใน ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการเงิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กิจกรรมมีเงินทุนไม่เพียงพอมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 3.35 รองลงมาคือ ขาดความรู้ด้านการวางแผนการเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ไม่สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และขาดการวางแผนทางการเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ตามลำดับ

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อมภายใน ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการตลาด

ระบบการตลาด	(\bar{x})	(S.D)	ระดับ
คุณภาพสินค้า	4.16	.76	มาก
การตั้งราคา	4.01	.71	มาก
ทำเลที่ตั้งของกิจการ	3.99	.91	มาก
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.93	.78	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	3.79	.94	มาก
พนักงานขาย	3.82	.92	มาก
ภาพรวม	3.94	.63	มาก

จากตาราง 17 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจภายใน ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า คุณภาพสินค้านี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.16 รองลงมาคือ การตั้งราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.01 ทำเลที่ตั้งของกิจการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 พนักงานขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และ การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แฉก แถม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อม ภายใน ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการบริหารจัดการ

ระบบการบริหารจัดการ	(\bar{x})	(S.D)	ระดับ
การวางแผนการดำเนินงานที่ดี	4.13	.67	มาก
ความสามารถในการสั่งการ	4.05	.66	มาก
การประเมินผลในการดำเนินงาน	3.96	.74	มาก
ภาพรวม	4.04	.549	มาก

จากตาราง 18 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจภายใน ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการบริหารจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การวางแผนการดำเนินงานที่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือ ความสามารถในการสั่งการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และ การประเมินผลในการดำเนินงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อม ภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก	(\bar{x})	(S.D)	ระดับ
ระบบลูกค้า	3.99	.60	มาก
ระบบการแข่งขัน	3.80	.60	มาก
ระบบเศรษฐกิจ	3.74	.70	มาก
ระบบการเมืองและกฎหมาย	3.82	.68	มาก
ระบบเทคโนโลยี	4.10	.63	มาก
ภาพรวม	3.89	.64	มาก

จากตาราง 19 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านปัจจัยภายนอกโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระบบเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ระบบลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ระบบการเมืองและกฎหมาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ระบบการแข่งขัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และระบบเศรษฐกิจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อมภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบลูกค้า

ระบบลูกค้า	\bar{x}	(S.D)	ระดับ
การวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อของลูกค้า	3.95	.69	มาก
สินค้าตรงกับความต้องการของลูกค้า	4.02	.74	มาก
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ	4.02	.79	มาก
ภาพรวม	3.99	.60	มาก

จากตาราง 20 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการและสินค้าตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.02 และการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อของลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อมภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการแข่งขัน

ระบบการแข่งขัน	\bar{x}	(S.D)	ระดับ
จำนวนของกลุ่มแข่งขัน	3.88	.80	มาก
ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน	3.72	.74	มาก
การตั้งราคาของกลุ่มแข่งขัน	3.84	.73	มาก

การส่งเสริมการขายของกลุ่มแข่งขัน	3.77	.71	มาก
ภาพรวม	3.80	0.74	มาก

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านระบบคู่แข่ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า จำนวนของกลุ่มแข่งขันมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 3.88 รองลงมาคือ การตั้งราคาของกลุ่มแข่งขัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 การส่งเสริมการขายของกลุ่มแข่งขัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อมภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบเศรษฐกิจ

ระบบเศรษฐกิจ	\bar{x}	(S.D)	ระดับ
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่อผู้ประกอบการ SMEs	3.66	.94	มาก
ภาวะเศรษฐกิจ	3.82	.77	มาก
นโยบายและมาตรการการส่งเสริมเศรษฐกิจ	3.75	.85	มาก
ภาพรวม	3.74	0.85	มาก

จากตาราง 22 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านระบบเศรษฐกิจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ภาวะเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 3.82 รองลงมาคือ นโยบายและมาตรการการส่งเสริมเศรษฐกิจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่อผู้ประกอบการ SMEs ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ตามลำดับ

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อมภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการเมืองและกฎหมาย

ระบบการเมืองและกฎหมาย	\bar{x}	(S.D)	ระดับ
การส่งเสริมการลงทุนในดำเนินธุรกิจ SMEsของภาครัฐบาล	3.84	.82	มาก

กฎหมายที่เอื้อต่อการดำเนินงานธุรกิจ SMEs	3.84	.79	มาก
การเปลี่ยนแปลงของรัฐบาล	3.80	.90	มาก
ภาพรวม	3.82	.68	มาก

จากตาราง 23 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบการเมืองและกฎหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การส่งเสริมการลงทุนในการดำเนินธุรกิจ SMEs ของภาครัฐบาล และกฎหมายที่เอื้อต่อการดำเนินงานธุรกิจ SMEs มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 3.84 และการเปลี่ยนแปลงของรัฐบาล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ตามลำดับ

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับ ระดับปัจจัยแวดล้อมภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านระบบเทคโนโลยี

ระบบเทคโนโลยี	(\bar{x})	(S.D)	ระดับ
ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี	4.13	.74	มาก
ประสิทธิภาพของเทคโนโลยี	4.18	.74	มาก
ต้นทุนด้านเทคโนโลยี	4.01	.80	มาก
ภาพรวม	4.10	0.76	มาก

จากตาราง 24 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านระบบเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประสิทธิภาพของเทคโนโลยีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.18 รองลงมาคือ ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และ ต้นทุนด้านเทคโนโลยี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปรผลเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความสำเร็จของธุรกิจ SMEs	(\bar{x})	(S.D)	ระดับ
--------------------------	---------------	-------	-------

ความมั่นคงของกิจการ	3.96	.61	มาก
การยอมรับนับถือ	3.98	.64	มาก
การมีชื่อเสียง	3.95	.69	มาก
ภาพรวม	3.97	.65	มาก

จากตาราง 25 พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการยอมรับนับถือมีค่าอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือ ความมั่นคงของกิจการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 แล การมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปลผลเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงของกิจการ

ความมั่นคงของกิจการ	(\bar{x})	(S.D)	ระดับ
มีความมั่นคงด้านกำไร	3.96	.72	มาก
มีความมั่นคงด้านบุคลากร	3.91	.79	มาก
มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี	4.03	.75	มาก
ภาพรวม	3.96	.76	มาก

จากตาราง 26 พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านมั่นคงของกิจการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 เมื่อพิจารณาราย พบว่า การมีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.03 รองลงมาคือ ความมั่นคงด้านกำไร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และมีความมั่นคงด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปลผลเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือ

การยอมรับนับถือ	(\bar{x})	(S.D)	ระดับ
-----------------	---------------	-------	-------

การยอมรับจากลูกค้า	4.05	.78	มาก
การยอมรับจากเพื่อนร่วมธุรกิจ	3.94	.73	มาก
การยอมรับจากสังคม	3.97	.77	มาก
ภาพรวม	3.99	.76	มาก

จากตาราง 27 พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการยอมรับนับถือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การยอมรับจากลูกค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.05 รองลงมาคือ การยอมรับจากสังคม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และการยอมรับจากเพื่อนร่วมธุรกิจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการแปลผลเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง

การมีชื่อเสียง	(\bar{x})	(S.D)	ระดับ
ชื่อเสียงของกิจการ	3.95	.85	มาก
ชื่อเสียงที่งานบริหารงาน	3.85	.83	มาก
ชื่อเสียงของคุณภาพของสินค้า	4.00	.80	มาก
มีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี	4.00	.80	มาก
ภาพรวม	3.95	0.82	มาก

จากตาราง 28 พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการมีชื่อเสียง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ชื่อเสียงของคุณภาพของสินค้าและมีภาพลักษณ์องค์กรที่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.00 รองลงมาคือ ชื่อเสียงของกิจการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และชื่อเสียงที่งานบริหารงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 29 แสดงเมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตัวแปร	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
X1									
X2	.165**								
X3	.644**	.246**							
X4	.580**	.118**	.646**						
X5	.618**	.165**	.613**	.570**					
X6	.391**	.471**	.426**	.328**	.396**				
X7	.314**	.408**	.481**	.288**	.335**	.448**			
X8	.321**	.331**	.417**	.333**	.259**	.352**	.587**		
X9	.474**	.119**	.447**	.441**	.449**	.307**	.308**	.442**	
Y1	.426**	.260**	.640**	.517**	.553**	.323**	.366**	.377**	.443**
Y2	.379**	.110**	.527**	.530**	.505**	.342**	.210**	.172**	.349**
Y3	.355**	.156**	.597**	.493**	.528**	.283**	.250**	.295**	.346**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 29 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 1. ด้านความมั่นคงของธุรกิจ (y1) ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยระบบการตลาด (x3) มีความสัมพันธ์มากที่สุดเท่ากับ .640 รองลงมา ระบบลูกค้า (x5) มีความสัมพันธ์เท่ากับ .553 และระบบบริหารจัดการ (x4) มีความสัมพันธ์เท่ากับ .517 ตามลำดับ 2. ด้านการยอมรับนับถือ (y2) ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยระบบบริหารจัดการ (x4) มีความสัมพันธ์มากที่สุดเท่ากับ .530 รองลงมา ระบบการตลาด (x3) มีความสัมพันธ์เท่ากับ .527 และระบบลูกค้า (x5) มีความสัมพันธ์เท่ากับ .505 ตามลำดับ 3. ด้านการมีชื่อเสียง (y3) ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยระบบการตลาด (x3) มีความสัมพันธ์มากที่สุดเท่ากับ .597 รองลงมา ระบบลูกค้า (x5) มีความสัมพันธ์เท่ากับ .528 และระบบบริหารจัดการ (x4) มีความสัมพันธ์เท่ากับ .493 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาด กลาง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และได้ทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise โดยมีความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นตัวแปรตาม และปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจเป็นตัวแปรต้น

ตาราง 30 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคง

ตัวแปรพยากรณ์	B	Standard Error	Beta	t	sig
ค่าคงที่	.913	.235		3.891	.000
X3	.449	.060	.466	7.505***	.000
X5	.258	.061	.253	4.231***	.000
X9	.163	.049	.169	3.316***	.001
X2	.066	.028	.105	2.343*	.020
X1	-.151	.073			
	-.128	-2.062*	.040		
F = 51.760*** R = .697 R ² = .486 R ² adj. = .476 Std.Err. = .440					

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 .01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้วยตัวแปรปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจพบว่าระบบการตลาด (x3) ระบบลูกค้า (x5) ระบบเทคโนโลยี (x9) ระบบการเงิน (x2) ระบบบุคลากร (x1) สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงได้ร้อยละ 48.60 (R² = .486) โดยปัจจัยทุกตัวมีอำนาจพยากรณ์ในทิศทางบวก ยกเว้นปัจจัยด้านบุคลากร มีอำนาจพยากรณ์ในทิศทางลบ เมื่อนำตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคง มาจัดเป็นสมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้ ดังนี้

สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบที่ใช้ในการพยากรณ์ คือ

$$Y1 = .913 + .449 (X3) + .258 (X5) + .163 (X9) + .066 (X2) - .151 (X1)$$

จากสมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบสามารถแปลผลได้ คือ ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ด้านความมั่นคงของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ระบบการตลาด ระบบระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี ระบบบุคลากร และระบบการเงิน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.90, 25.80, 16.30, และ 6.60 ตามลำดับ ยกเว้นระบบบุคลากร ที่ส่งผลให้ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมลดลงร้อยละ 15.10

ตาราง 31 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือ

ตัวแปรพยากรณ์	B	Standard Error	Beta	t	sig
ค่าคงที่	.894	.250		3.572***	.000
X4	.307	.077	.260	3.973***	.000
X5	.234	.068	.219	3.455***	.001
X3	.224	.070	.224	3.392***	.001

F = 53.272*** R = .606 R² = .367 R²adj. = .366 Std.Err. = .519

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001,** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01,* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้วยตัวแปรปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ พบว่า ระบบการบริหารการจัดการ (x4) ระบบลูกค้า (x5) ระบบการตลาด(x3) สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงได้ ร้อยละ 36.70 (R² = .367)

เมื่อนำตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคง มาจัดเป็นสมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้ ดังนี้

สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบที่ใช้ในการพยากรณ์ คือ

$$Y2 = .894 + .307 (X4) + .234(X5) + .224(X3)$$

จากสมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบสามารถแปลผลได้ คือ ถ้ามีการส่งเสริมด้านการยอมรับนับถือของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระบบการบริหารจัดการ ระบบลูกค้า ระบบการตลาด ก็จะส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 30.70, 23.40 และร้อยละ 22.40 ตามลำดับ

ตาราง 32 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง

ตัวแปรพยากรณ์	B	Standard Error	Beta	t	sig
ค่าคงที่	.979	.279		3.509***	.001
X3	.495	.075	.451	6.579***	.000
X5	.337	.074	.290	4.558***	.000
X1	-.274	.088	-.204	-3.112***	.002
X4	.196	.081	.155	2.427*	.016

F = 51.077*** R = .653 R² = .426 R² adj. = .418 Std.Err. = .532

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001,** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01,* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 32 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้วยตัวแปรปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ พบว่า ระบบการตลาด (x3) ระบบลูกค้า (x5) ระบบบุคลากร (x1) ระบบการบริหารการจัดการ (x4) สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงได้ร้อยละ 42.60 (R² = .426) โดยปัจจัยทุกตัวมีอำนาจพยากรณ์ในทิศทางบวก ยกเว้นปัจจัยด้านบุคลากร มีอำนาจพยากรณ์ในทิศทางลบ

เมื่อนำตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง จัดเป็นสมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบที่ใช้ในการพยากรณ์ คือ } Y3 = .979 + .495(X3) + .337(X5) + .196(X4) - .247(X1)$$

จากสมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบสามารถแปลผลได้ คือ ถ้ามีการส่งเสริมด้านการยอมรับนับถือของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบบุคลากร และระบบการบริหารการจัดการ ก็จะส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้นร้อยละ 49.50, 33.70, 19.60 ตามลำดับ ยกเว้นระบบบุคลากร ที่ส่งผลให้ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมลดลงร้อยละ 24.70

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 33 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา

ประเด็น	จำนวน
1. ขาดแหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจ	35
2. รัฐบาลมีการประชาสัมพันธ์น้อยเกี่ยวกับสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	27
3. รัฐบาลไม่ค่อยมีการส่งเสริมการส่งเสริมในการประกอบธุรกิจ	15
4. คู่แข่งขันมีจำนวนมาก ทำให้การจำหน่ายสินค้า ไม่ค่อยได้	14
5. การกู้เงินในการประกอบธุรกิจ กู้ได้ยาก เพราะธนาคารจะพิจารณาผู้ประกอบการที่มี ประสบการณ์	10
6. ควรมีการจัดอบรมด้านความรู้และการพัฒนาสินค้า ให้กับผู้ประกอบการ	8

บทที่ 5

การสรุป การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยี ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ ด้านการมีชื่อเสียง
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
4. เพื่อศึกษาอำนาจพยากรณ์ของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. เพื่อต้องการทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของการดำเนินงานธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่สามารถใช้วิเคราะห์ได้จริงจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 1. ภาคการผลิตมีการจดทะเบียนจำนวน 66 กิจการ 2. ภาคการค้ามีการจดทะเบียน จำนวน 424 กิจการ และ 3. ภาคการบริการมีการจดทะเบียนจำนวน 540 กิจการ ทั้งหมดจำนวน 1,030 กิจการ หากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 280 กิจการ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบโดยเลือกช่วงระหว่างประชากรเท่ากับ 3 ได้แก่ 3,9,12,15.....จนครบ จำนวน 280 กิจการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ตอน

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างทำการบันทึกลงรหัส และทำตารางโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ จากนั้นนำไปวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ สถิติที่ใช้หา ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) วิธี Stepwise และรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยเรียงลำดับความถี่ในการให้ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.20 และเพศชาย ร้อยละ 41.80 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.10 มีอายุระหว่าง 30-40 ปี และมีอายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 27.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71.40 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 16.10 มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 5-10 ปี ร้อยละ 45.00 และต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 35.70 เป็นธุรกิจประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 36.1 ห้างหุ้นส่วน ร้อยละ 35.40 และบริษัทจำกัด ร้อยละ 28.60 มีจำนวนพนักงานระหว่าง 5-10 คน ร้อยละ 36.80 และต่ำกว่า 5 คน ร้อยละ 26.80 แหล่งเงินทุนมาจากส่วนตัวของเจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 54.50 จำนวนเงินลงทุน ร้อยละ 51.60 กู้จากสถาบันการเงิน ร้อยละ 38.30 จำนวนเงินลงทุน ร้อยละ 79.60

ผลการศึกษาจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.1 ปัจจัยทางแวดล้อมธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านปัจจัยภายใน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระบบบุคลากรมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.11 รองลงมาคือ ระบบการบริหารการจัดการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และระบบการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ด้านปัจจัยภายนอก ในภาพรวมอยู่ในระดับในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระบบเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ระบบลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และระบบการเมืองและกฎหมายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

2. ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยความสำเร็จด้านการยอมรับนับถือมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือ ความมั่นคงของกิจการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และการมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 เมื่อพิจารณารายด้านมีรายละเอียดดังนี้ ด้านความมั่นคงของธุรกิจ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .01

โดยระบบการตลาด มีความสัมพันธ์มากที่สุดเท่ากับ .640 รองลงมาคือ ระบบลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ .553 และระบบการบริหารการจัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ .517 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยระบบการบริหารการจัดการ (x4) มีความสัมพันธ์มากที่สุดเท่ากับ .530 รองลงมา ระบบบริหารการตลาด (x3) มีความสัมพันธ์เท่ากับ .527 และระบบลูกค้า (x5) มีความสัมพันธ์เท่ากับ .505 ตามลำดับ และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้าน

การมีชื่อเสียง ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยระบบการตลาด(x3) มีความสัมพันธ์มากที่สุดเท่ากับ .597 รองลงมา ระบบลูกค้า (x5) มีความสัมพันธ์เท่ากับ .528 และระบบบริหารการจัดการ(x4) มีความสัมพันธ์เท่ากับ .493 ตามลำดับ

4. อานาจพยากรณ์ของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยแยกเป็นรายด้านดังนี้ 1. ด้านความมั่นคง พบว่า ระบบการตลาด (x3) ระบบลูกค้า (x5) ระบบเทคโนโลยี (x9) ระบบการเงิน (x2) ระบบบุคลากร (x1) สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงได้ ร้อยละ 48.60 โดยระบบการตลาด (x3) ระบบลูกค้า (x5) ระบบเทคโนโลยี (x9) ระบบการเงิน (x2)มีทิศทางการพยากรณ์เชิงบวก แต่สำหรับ ระบบบุคลากร (x1) มีทิศทางการพยากรณ์เชิงลบ

2. ด้านการยอมรับนับถือ พบว่า ระบบการบริหารการจัดการ (x4) ระบบลูกค้า (x5) ระบบการตลาด(x3) สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือร้อยละ 36.70 โดยปัจจัยทุกตัวมีทิศทางการพยากรณ์เชิงบวก 3.ด้านการมีชื่อเสียง ระบบการตลาด (x3) ระบบลูกค้า (x5) ระบบบุคลากร (x1) ระบบการบริหารการจัดการ (x4) สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงได้ ร้อยละ 42.60 โดยระบบการตลาด (x3) ระบบลูกค้า (x5)ระบบการบริหารการจัดการ (x4) มีทิศทางการพยากรณ์เชิงบวกแต่สำหรับ ระบบบุคลากร(x1) มีทิศทางการพยากรณ์เชิงลบ

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.1 ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ด้านปัจจัยภายใน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยแวดล้อมภายในธุรกิจได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยระบบบุคลากรและระบบบริหารการจัดการมีผลต่อความสำเร็จมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของรุ่งนภา ต่ออุดมปี (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารการจัดการ มีผลต่อความสำเร็จมากที่สุด อันประกอบไปด้วย การวางแผนในการดำเนินงาน ความสามารถวางแผนทางการเงิน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นำความรู้และข้อมูล

ข่าวสารมาใช้ในการบริหารการจัดการ และปัจจัยบุคลากร เพราะบุคลากรเป็นตัวขับเคลื่อนในการดำเนินงานที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และงานวิจัยของนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศน์ และคณะ(2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยศึกษา 3 ปัจจัยหลักได้แก่ 1.ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ 2. ปัจจัยเกี่ยวกับกลุ่ม 3. ปัจจัยเกี่ยวกับชุมชน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ ได้แก่ การบริหารการจัดการ ซึ่งประกอบไปด้วย การวางแผน การจัดบุคลากร การสั่งการ การควบคุมการทำงาน และการประเมินผลการทำงาน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ และรักพงษ์ แซ่เจี๊ยง (2546: 32-36) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยและคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ผู้ประกอบการที่มีความสามารถทางด้าน 1.การจัดการ 2.ด้านการตลาด 3.การจัดการภายในองค์กร 4.การจัดการทรัพยากรบุคคล 5.การจัดการด้านการเงิน มีความสำคัญต่อการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับธุรกิจ ทั้งนี้เพราะองค์กรธุรกิจในแต่ละขนาดต้องอาศัยเทคนิคการบริหารและการจัดการที่แตกต่างกันไป

ด้านปัจจัยภายนอก ในภาพรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยแวดล้อมภายนอกธุรกิจได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยีพบว่า ระบบเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพาวดี สมบูรณ์กุล (2550: 22) ได้ศึกษาเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุน ระบบการจัดการของ SMEs ประเภทอุตสาหกรรมในภาคใต้ พบว่า ผู้ประกอบการ ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการสนับสนุนกิจกรรมการดำเนินงานในปัจจุบัน คือ นำมาใช้กับกิจกรรมการผลิตและการควบคุมสินค้า นำมาใช้กับกิจกรรมการบัญชี ในการบันทึกบัญชีและนำมาใช้กับกิจกรรมการเงินซึ่งจะเห็นได้ว่ากิจกรรมทั้งสามกิจกรรมมีความต้องการข้อมูลพื้นฐานประกอบการดำเนินธุรกิจ ประกอบกับมีโปรแกรมสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าวทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงานของธุรกิจ

2. ศึกษาความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2.1 ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าความสำเร็จทั้งสามด้านได้แก่ ความมั่นคง การยอมรับนับถือ และการมีชื่อเสียงอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจาก เป้าหมายสูงสุดในการประกอบธุรกิจที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องการคือ ความสำเร็จในการทำธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Michael Frese (กมลกานต์ เทพธรรานนท์,2548: 55; อ้างอิงจาก Frese 2000: ไม่ปรากฏเลขหน้า กล่าวว่า ความสำเร็จทางธุรกิจหมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการให้บรรลุเป้าหมาย หรือได้ผลเป็นที่น่าพอใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฝนทิพย์ ฌารไสว (2555:บทคัดย่อ) ซึ่งมีการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม โดยเน้นด้านความสำเร็จทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย 1.ความพึงพอใจในฐานะเจ้าของกิจการ

2. ความสำเร็จทางธุรกิจ 3. แนวโน้มของกำไร 4. แนวโน้มของจำนวนลูกค้า 5. แนวโน้มของยอดขาย ซึ่ง การศึกษาความสำเร็จเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยฉบับนี้

3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าในภาพรวมปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจทุกด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เมื่อพิจารณารายด้านของความสำเร็จมีรายละเอียด ดังนี้ 1.ด้านความมั่นคงของธุรกิจ พบว่า ระบบการตลาด มีความสัมพันธ์มากที่สุดเท่ากับ .640 รองลงมาคือ ระบบลูกค้า มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .553 และระบบการบริหารการจัดการ มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ.517 2.ด้านการยอมรับนับถือ พบว่าระบบการบริหารการจัดการมีค่าความสัมพันธ์มากที่สุดกับ .530 รองลงมาคือ การตลาด มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .527 และระบบลูกค้ามีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .505 3. ด้านการมีชื่อเสียง พบว่า ระบบการตลาดมีค่าความสัมพันธ์มากที่สุดเท่ากับ.597 รองลงมาคือระบบลูกค้ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ .528 และระบบการบริหารการจัดการมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .493 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ (Kotler,2011) บอกว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจในระยะสั้นและระยะยาว เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่ช่วย สร้างความสำเร็จและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทน์ภัต แดงปุดดา (2554: บทคัดย่อ) ศึกษาความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนมะม่วงบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น พบว่า ความสำเร็จขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง คือ 1.คุณภาพของผลผลิตที่มีมาตรฐาน อันจากการตรวจสอบกระบวนการทุกขั้นตอนของการผลิต ความใส่ใจในการดูแลอย่างสม่ำเสมอ 2 . การบริหารจัดการที่มีการวางระบบการบริหาร มีการแบ่งโครงสร้างการทำงาน แบ่งงานกันทำตามความถนัด 3. การตลาดเป็นสิ่งสำคัญ มีทั้งตลาดภายในและตลาดภายนอกประเทศ และสอดคล้องกับหลักการจัดการเจ้าของธุรกิจดังนี้

คุณจตุพร ไพศาลวาเลิศ ผู้ประกอบการผลิตเฟอร์นิเจอร์จากผักตบชวาและหวาย และคุณรัชชัย ลิ้มปิติสุริย์ ผู้ประกอบการผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมจากไหมและเชือก ที่ต้องเน้นงานคุณภาพเนื่องจากการผลิตเพื่อส่งออก จะมีการกำหนดมาตรฐานของสินค้าไว้อย่างชัดเจนในแต่ละชิ้นงานเพื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานฝีมือแรงงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และติดต่อขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในเรื่องวิธีการผลิต การรักษาคุณภาพสินค้า

คุณวิรัตน์ คุณารัตนอังกูร ผู้ประกอบการผู้ผลิตพิชซ่าบาร์ จะมีการวิจัยและพัฒนาตัวสินค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างภาพพจน์และคุณภาพของสินค้า และมีความเห็นว่าลูกค้าจะพอใจในสินค้าที่มีคุณภาพมากกว่าสินค้าที่มีราคาถูกแต่ไม่มีคุณภาพ

คุณเกษรา เทพประสิทธิ์ ผู้ประกอบการผลิตขนมทำจากเนื้อปลาช่อน ให้ความสำคัญกับสูตรการหมักปลาช่อนที่ไม่มีกลิ่น และคุณภาพของสินค้า โดยใช้ส่วนผสมที่สะอาดและใหม่เสมอ นอกจากนี้ยังจดลิขสิทธิ์สูตรหมักปลาช่อนที่เป็นของตนเองด้วย คุณเกษรา เทพประสิทธิ์ ผู้ประกอบการผลิตขนมทำจากเนื้อปลาช่อน ให้ความสำคัญกับสูตรการหมักปลาช่อนที่ไม่มีกลิ่น และคุณภาพของสินค้า โดยใช้ส่วนผสมที่สะอาดและใหม่เสมอ นอกจากนี้ยังจดลิขสิทธิ์สูตรหมักปลาช่อนที่เป็นของตนเองด้วย

คุณมัทนา โลหะเวช ผู้ประกอบการบริการสถานเสริมความงาม เน้นคุณภาพของการให้บริการโดยจัดให้มีระบบตรวจสอบการบริการว่าเป็นที่พอใจของลูกค้าจริงๆ หรือไม่โดยวิธีการเก็บข้อมูลจากการโทรศัพท์ไปสอบถามลูกค้าด้วยตนเอง เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการและ ด้านลูกค้า พบว่า การให้ความสำคัญกับลูกค้า โดยลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว มุ่งเน้นให้ สินค้าและบริการของตนเองตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เช่น เป็นกลุ่ม Supplier เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งและบริการแก่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ศึกษาอำนาจพยากรณ์ของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์หัตถดอยพหุคูณ วิธี Stepwise เพื่อพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้วยตัวแปร ด้านปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย ระบบเทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ 1.ด้านความมั่นคงของกิจการ เรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่ ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี ระบบบุคลากร สามารถพยากรณ์ความสำเร็จความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ร้อยละ 48.00 ($R^2 \text{ adj.} = .480$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยทุกปัจจัยมีส่งผลทางบวก ยกเว้นปัจจัยด้านบุคลากรมีส่งผลทางลบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศและคณะ(2553 : 180-184) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านลูกค้าและตลาด ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 33.5 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุกาวาคิ สมบูรณ์กุล (2550: 22) ได้ศึกษาเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุน ระบบการจัดการของ SMEs ประเภทอุตสาหกรรมในภาคใต้ พบว่า ผู้ประกอบการ พบว่าความสำเร็จของธุรกิจมาจาก การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสนับสนุนกิจกรรมการค้าดำเนินงานในปัจจุบัน คือ นำมาใช้กับกิจกรรมการผลิต และการควบคุมสินค้า นำมาใช้กับกิจกรรมการบัญชี ในการบันทึกบัญชีและนำมาใช้กับกิจกรรมการเงินซึ่งจะเห็นได้ว่ากิจกรรมทั้งสามกิจกรรมมีความต้องการข้อมูลพื้นฐานประกอบการดำเนินงานธุรกิจ ประกอบกับมีโปรแกรมสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าวทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงานของ

ธุรกิจ และ จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรส่งผลทางลบกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมด้านความมั่นคงของกิจการซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของศรีธัญญา เขื่อนมั่ง (2545: 5) : ซึ่งได้ สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 10 รายพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักประสบ ปัญหาในการหาคนดีๆ มาทำงานด้วย โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดย่อมซึ่งมีความสามารถในการจ่าย ค่าแรงงานต่ำกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้บางครั้งไม่สามารถคัดเลือกพนักงานได้ตรงตามความต้องการมาก นึก การทำให้พนักงานเหล่านี้ให้บริการเป็นที่ประทับใจของลูกค้าจึงเป็นเรื่องยาก และสืบเนื่องจาก กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ของงานวิจัยนี้เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มี จำนวนพนักงานต่ำกว่า 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และเป็นธุรกิจขนาดกลาง ที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 50 คนคิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งธุรกิจขนาดเล็กไม่ได้ให้ ความสำคัญกับบุคลากร อันเนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่เจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้บริหารเอง สามารถ บริหารงานได้ด้วยตนเอง ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

2. ด้านการยอมรับนับถือ พบว่า ระบบบริหารจัดการ ระบบลูกค้า ระบบการตลาด สามารถ พยากรณ์ความสำเร็จความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ร้อยละ 37.70 (R^2 adj. = .377) อย่างมีนัยสำคัญ .001 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิสิทธิ์ ปรวัติเมือง (2544: 72-73) ได้ ทำการศึกษา ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจร้านหนังสือ พบว่ากลยุทธ์การดำเนินงานที่ ผู้ประกอบการใช้มากที่สุดคือ การบริหารจัดการ ด้านการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ รองลงมาคือ การตั้ง รับ การแสวงหาโอกาส ส่วนการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ได้นำมาใช้ในการบริหารงานน้อยที่สุด และงานวิจัยของรณรงค์ ศรีจันทร์นนท์ (2544: 104) ได้ ทำการศึกษาผู้ประกอบการขนาดย่อมใน อุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่ามีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ 4 รูปแบบคือ การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ การแสวงหาโอกาส และการตั้งรับ โดยรูปแบบที่ใช้มากที่สุดคือการวางแผน เฉพาะสิ่งสำคัญ รองลงมาคือ การตั้งรับ การแสวงหาโอกาส และการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ ตามลำดับ โดยพบว่าเฉพาะกลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์หมายถึงการวางแผนการทำงาน ล่วงหน้า โดยครอบคลุมสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้มีความสัมพันธ์ ทางบวกกับความสำเร็จ และสอดคล้องกับ งานวิจัยในต่างประเทศของ(Keyser, Kruif & Michael Frese, 2000, pp. 31-53) ศึกษา ผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศแซมเบีย พบว่าการวางแผนล่วงหน้าอย่าง สมบูรณ์และการแสวงหาโอกาส มี ความสัมพันธ์ทางบวกอย่างสูงกับความสำเร็จและในทางตรงกันข้าม พบว่ากลยุทธ์การ ตั้งรับซึ่งหมายถึงวิธีการทำงานที่ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า โดยคอยตอบสนองความ ต้องการหรือสถานการณ์จากภายนอก มีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จ งานวิจัย(Frese, Krauss & Freidrich, 2000, pp. 104-130)ได้ทำการศึกษาผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศซิมบับเว พบว่า กลยุทธ์ แบบวางแผนอย่างสมบูรณ์ และวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ รวมถึงการแสวงหาโอกาส มีความสัมพันธ์ ทางบวกกับความสำเร็จ สำหรับกลยุทธ์การตั้งรับ ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับความสำเร็จ

และ Andreas Rauch & Michael Frese, 2000, pp. 1-30 ได้ทำการวิจัยหาความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนและความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศเยอรมันนีและไอร์แลนด์ ในช่วงปี ค.ศ. 1993-1995 และพบว่า การวางแผนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการในเยอรมันนี แต่ไม่พบความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการในไอร์แลนด์ รอช และ ไมเคิล เฟรเซอร์ (Rauch & Michael Frese, 1997, pp. 27-29) ให้ข้อสังเกตว่า ความสัมพันธ์ที่ต่างกันนี้เนื่องมาจากสองประเทศนี้มีวัฒนธรรมซึ่งต่างกัน ในเยอรมันนี ผู้ประกอบการมีวัฒนธรรมมีการวางแผนที่ดีในการดำเนินธุรกิจ ส่วนในไอร์แลนด์ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการวางแผนน้อย และ เกลเดอร์เรน และ เฟรเซอร์ (Gelderens & Frese, 1998, pp. 234-248) ทำการศึกษาวิจัยผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ก่อตั้งธุรกิจมาไม่เกิน 5 ปี ในเมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่ากลยุทธ์การ การวางแผนอย่างสมบูรณ์และการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ และสอดคล้องกับ งานวิจัยของศรีัญญา เชื้อมั่ง (2545: 5) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของไทยที่ประสบความสำเร็จในวิกฤติเศรษฐกิจ กรณีศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจขนาดย่อมที่ได้รับเชิญจากรายการวิทยุเล่าธุรกิจ SMEs พบว่า ด้านการตลาดพบว่า คุณภาพของสินค้าและการบริการ ในผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องของสินค้าและบริการ โดยให้ความเห็นว่า คุณภาพของสินค้าและบริการจะเป็นจุดที่สามารถป้องกันการลอกเลียนแบบจากคู่แข่งได้ ดังตัวอย่างต่างๆ เช่น

คุณทวีพล เจริญกิตติคุณ ไทศาล ผู้ประกอบการการค้า Supermarket แบบ delivery จะใช้หลักแนวคิดบริหารกระบวนการจัดซื้อและจัดส่งสินค้าภายใต้แนวคิด สร้างประสิทธิภาพของการจัดส่งให้ถูกต้องรวดเร็ว (ECR : Efficient Consumer Response) โดยการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าบางราย ในเรื่องของ การลดต้นทุนการผลิต การสำรองสินค้า และการจัดส่งสินค้าเพื่อผู้บริโภคจะได้สินค้าที่สดใหม่ และมีความถูกต้องรวดเร็วเสมอ

คุณจตุพร ไทศาลวาเลิศ ผู้ประกอบการผลิตเฟอร์นิเจอร์จากผักตบชวาและหวาย และคุณรัชชัย ลิ้มปิติชัย ผู้ประกอบการผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมจากไหมถักและเชือก ที่ต้องเน้นงานคุณภาพเนื่องจากการผลิตเพื่อส่งออก จะมีการกำหนดมาตรฐานของสินค้าไว้อย่างชัดเจนในแต่ละชิ้นงานเพื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานฝีมือแรงงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และติดต่อขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในเรื่องวิธีการผลิต การรักษาคุณภาพสินค้า

คุณวิรัตน์ คุณารัตนอังกูร ผู้ประกอบการผู้ผลิตพิซซ่าบาร์ จะมีการวิจัยและพัฒนาตัวสินค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างภาพพจน์และคุณภาพของสินค้า และมีความเห็นว่าลูกค้าจะพอใจในสินค้าที่มีคุณภาพมากกว่าสินค้าที่มีราคาถูกแต่ไม่มีคุณภาพ

คุณเกษรา เทพประสิทธิ์ ผู้ประกอบการผลิตขนมทำจากเนื้อปลาช่อน ให้ความสำคัญกับสูตรการหมักปลาช่อนที่ไม่มีกลิ่น และคุณภาพของสินค้า โดยใช้ส่วนผสมที่สะอาดและใหม่เสมอ นอกจากนี้ยังจดลิขสิทธิ์สูตรหมักปลาช่อนที่เป็นของตนเองด้วย

คุณพรพิไล กาญจนศักดิ์ชัย ผู้ประกอบการผลิตเครื่องประดับเพชร ใช้วิธีการช่วยสอนลูกค้าให้รู้จักวิธีการดูเพชร เพื่อให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้ากับราคาได้ ทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงเพชรที่มีคุณภาพ และจัดกิจกรรมแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวเช่นแจกเอกสารรายเดือน มีการส่งการ์ดเดือนให้ลูกค้าเพื่อมาทำความสะอาดเครื่องประดับที่ซื้อไปแล้ว

คุณพงษ์สิทธิ์ บุณนาค ผู้ประกอบการบริการร้านอาหารและสถานบันเทิง ใช้วิธีการแนะนำลูกค้าที่มีพื้นฐานความสนใจ มีกิจกรรมใกล้เคียงกันให้รู้จักกัน จนกระทั่งสนิทสนมคุ้นเคยกัน จนกลายเป็นการเชื่อมโยงธุรกิจ สร้าง Connection (เครือข่าย) และร่วมกิจกรรมกันต่อไปในที่สุด ร้านของคุณพงษ์สิทธิ์จึงกลายเป็นจุดศูนย์กลางของการสร้างบรรยากาศในการนัดพบเพื่อนเก่าและหาเพื่อนใหม่

คุณปีตินนท์ พูนแรงสถิต ผู้ประกอบการบริการรับออกแบบ web-site บน Internet มีวิธีการให้บริการแก่ลูกค้าที่มีความต้องการนอกเหนือไปจากความสามารถของบริษัท โดยจะหาบริษัทอื่นมาแนะนำให้ลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจ เกิดความผูกพันในระยะยาว

3. ด้านการมีชื่อเสียง พบว่า ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบบุคลากร ระบบบริหารการจัดการสามารถพยากรณ์ความสำเร็จความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ร้อยละ 42.20 (R^2 adj. = .420) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .001 โดยทุกปัจจัยส่งผลทางบวกต่อการมีชื่อเสียง ยกเว้นระบบบุคลากรส่งผลทางลบต่อการมีชื่อเสียง เพราะหัวใจของการทำธุรกิจ คือการที่องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเน้นการสร้างคามพึงพอใจให้กับลูกค้า ลูกค้ามีความเชื่อถือในสินค้าและบริการ จะช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของศรีัญญา เชื้อมั่ง (2545:5) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของไทยที่ประสบความสำเร็จในวิกฤติเศรษฐกิจ กรณีศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจขนาดย่อมที่ได้รับเชิญจากรายการวิทยุค่าธุรกิจ SMEs พบว่า ด้านการตลาด ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและการบริการ โดยรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการดังนี้

คุณมัทนา โลหะเวช ผู้ประกอบการบริการสถานเสริมความงาม เน้นคุณภาพของการให้บริการโดยจัดให้มีระบบตรวจสอบการบริการว่าเป็นที่พอใจของลูกค้าจริงๆ หรือไม่โดยวิธีการเก็บข้อมูลจากการโทรศัพท์ไปสอบถามลูกค้าด้วยตนเอง เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการ และ ด้านลูกค้าพบว่า การให้ความสำคัญกับลูกค้า โดยลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว มุ่งเน้นให้ สินค้าและบริการของตนเองตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เช่นเป็นกลุ่ม Supplier เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งและบริการแก่ผู้บริโภครวมอย่างมีประสิทธิภาพ

คุณจตุพร ไพศาลวาเสศ ผู้ประกอบการผลิตเฟอร์นิเจอร์จากหวายและฝักตบชวาให้ความสำคัญกับลูกค้าโดยมีบางครั้งที่สินค้าที่ส่งออกไปขายยังต่างประเทศเกิดขึ้นราเนื่องจากพนักงานขาดความเอาใจใส่ในขั้นตอนการผลิต คุณจตุพรจะยอมเดินทางไปขอโทษและทำความสะอาดสินค้าด้วยตนเอง ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และกลายเป็นความสัมพันธ์ในระยะยาว

คุณพรพิไล กาญจนศักดิ์ชัย ผู้ประกอบการผลิตเครื่องประดับเพชร ใช้วิธีการช่วยสอนลูกค้าให้รู้จักวิธีการดูเพชร เพื่อให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้ากับราคาได้ ทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงเพชรที่มีคุณภาพ และจัดกิจกรรมแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวเช่นแจกเอกสารรายเดือน มีการส่งการ์ดเดือนให้ลูกค้าเพื่อมาทำความสะอาดเครื่องประดับที่ซื้อไปแล้ว

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า การบริหารการจัดการส่งผลทางบวกต่อการมีชื่อเสียง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนภา ต่ออุดมปี (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าด้านการบริหารการจัดการ มีอิทธิพลมากที่สุดเนื่องจาก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจเกษตรเป็นผลมาจากความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ทางการค้า มีการวางแผนในการดำเนินงานด้านการวางแผนทางการเงิน มีความสามารถวางแผนทางการเงิน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นำความรู้และข้อมูลข่าวสารมาใช้ในการบริหารการจัดการ และระบบบุคลากร เพราะบุคลากรเป็นตัวขับเคลื่อนในการดำเนินงานที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และงานวิจัยของนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศน์ และคณะ(2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่ามีลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จมี 12 ปัจจัย โดยปัจจัยด้านการบริหารการจัดการ อยู่ในลำดับแรก เนื่องจากผู้ประกอบการต้องใช้ความรู้ความสามารถในการบริหารการจัดการ ในด้านการวางแผน การจัดบุคลากร การสั่งการ การควบคุมการทำงาน และการประเมินผลการทำงาน และรักพงษ์ แซ่เจริญ (2546; หน้า 32-36) ได้กล่าวถึง ปัจจัยและคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีความรู้ความสามารถทางด้านการจัดการ ทางด้านการตลาดการจัดการภายในองค์กร การจัดการทรัพยากรบุคคล การจัดการด้านการเงิน ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับธุรกิจ ทั้งนี้องค์กรธุรกิจในแต่ละขนาดย่อมพึ่งพิงอยู่บนเทคนิคการบริหารและการจัดการที่แตกต่างกันไป

และจากผลการวิจัยพบว่า ระบบบุคลากรส่งผลทางลบต่อการมีชื่อเสียง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสร้อยญา เชื้อมั่ง (2545:5) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของไทยที่ประสบความสำเร็จในวิฤตเศรษฐกิจ กรณีศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจขนาดย่อมที่ได้รับเชิญจากรายการวิทยุเล่าธุรกิจ SMEs จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทั้ง 10 รายล้วนให้ความเห็นตรงกันว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักประสบปัญหาในการหาคนดี ๆ มาทำงานด้วย โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดย่อมซึ่งมีความสามารถในการจ่ายค่าแรงงานต่ำกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้บางครั้งไม่สามารถคัดเลือกพนักงานได้ตรงตามความต้องการมากนัก การทำให้พนักงานเหล่านี้ให้บริการเป็นที่ประทับใจของลูกค้าจึงเป็นเรื่องยาก และเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งผู้ประกอบการทั้ง 10 รายต่างก็มีวิธีการในการคัดเลือกพนักงานและวิธีการปกครองพนักงานที่แตกต่างกันออกไป และจากผลการวิจัยที่พบว่า ระบบบุคลากรส่งผลทางลบกับการมีชื่อเสียงทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ร้อยละ 75 (จำนวนพนักงานต่ำกว่า 15 คน) และเป็นธุรกิจขนาดกลางเพียง ร้อยละ 5(จำนวน

พนักงานมากกว่า 50 คน) ซึ่งธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับบุคลากร เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กเจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้ดำเนินการด้วยตนเองและใช้แรงงานในครอบครัว

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสรุปได้ดังนี้

1. ระบบการตลาดและระบบลูกค้าส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกด้าน ซึ่งในระบบการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุด สำหรับระบบลูกค้า กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการมากที่สุด เพราะฉะนั้น เพื่อสร้างการยอมรับ ความมีชื่อเสียงและความมั่นคงให้กับธุรกิจ ผู้ผลิตจำเป็นต้องมีการควบคุมคุณภาพสินค้า (Quality control) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

2. สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมควรจัดหลักสูตรการฝึกอบรมเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพสินค้า (Quality control) และหลักสูตรการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ในการบริการ รวมทั้งเทคนิคในการวัดความพึงพอใจของลูกค้า

3. ระบบเทคโนโลยี ส่งผลต่อความสำเร็จด้านความมั่นคง ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความถูกต้อง สะดวกรวดเร็ว และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว

4. ระบบการบริหารจัดการ ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการยอมรับและการมีชื่อเสียง รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้อง ฝึกอบรม ให้ความรู้เพิ่มเติมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน สำหรับตัวผู้ประกอบการเอง ต้องมีการวางแผนในการดำเนินงาน เช่น แผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) แผนด้านบุคลากร แผนด้านการเงิน เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

5. ระบบการเงิน ส่งผลต่อความสำเร็จด้านความมั่นคง การวางแผนทางการเงินเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ดังนั้นผู้ประกอบการเอง ต้องมีการวางแผนทางการเงินอย่างรอบคอบ ในการตัดสินใจลงทุนต้องมีการวิเคราะห์ถึงผลตอบแทนที่จะได้รับว่ามีความเหมาะสมเพียงใด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาองค์ประกอบของความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จ ระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดเล็ก เพราะขนาดของธุรกิจ น่าจะมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จที่แตกต่างกัน
3. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม ควรมีการทำวิจัยในเชิงคุณภาพควบคู่ด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

ข้อจำกัดในการทำวิจัย

1. ข้อจำกัดด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจเท่านั้น ยังมีปัจจัยด้านอื่นที่ยังไม่ได้ศึกษา ได้แก่ ด้านตัวผู้ประกอบการ เช่น ลักษณะและคุณสมบัติของผู้ประกอบการ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. ข้อจำกัดด้านพื้นที่ เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ ประชากรคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ในอำเภอเมืองหาดใหญ่เท่านั้น ยังมีพื้นที่อื่นๆอีกที่ยังไม่ได้ทำการวิจัย

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ

ภาคผนวก ข

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Index of Item – Objective

Congruence: IOC)

ข้อที่	คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
2	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
3	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
4	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
5	+1	+1	-1	0.67	คัดเลือกว่า
6	+1	+1	-1	0.67	คัดเลือกว่า
7	+1	+1	-1	0.67	คัดเลือกว่า
8	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
9	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
10	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
11	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
12	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
13	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
14	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
15	+1	+	+1	1.00	คัดเลือกว่า
16	+1	+1	-1	0.67	คัดเลือกว่า
17	+1	+1	-1	0.67	คัดเลือกว่า
18	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
19	+1	+1	-1	0.67	คัดเลือกว่า
20	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
21	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
22	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
23	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
24	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
25	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า
26	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกว่า

ข้อที่	คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
27	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
28	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
29	0	+1	0	0.33	ไม่ผ่านการคัดเลือก
30	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
31	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
32	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
33	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
34	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
35	0	+1	0	0.33	ไม่ผ่านการคัดเลือก
36	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
37	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
38	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
39	0	+1	0	0.33	ไม่ผ่านการคัดเลือก
40	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
41	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
42	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
43	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
44	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
45	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
46	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
47	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
48	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
49	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้

ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามอยู่ระหว่าง .67- 1.00 ผ่านการพิจารณาคัดเลือกไว้

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

**เรื่อง: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอ
หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

คำชี้แจง: แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ (ข้อมูลใดๆ ที่ท่านให้มาจะใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น) คำตอบของท่านจะได้รับการประมวลและวิเคราะห์เชิงวิชาการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจ SMEs

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

1. หญิง

2. ชาย

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ระบุ.....

2. ปริญญาตรี

3. ปริญญาโท

4. ปริญญาเอก

4. ประสบการณ์ในการทำงานปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านธุรกิจ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ

1. กิจการเจ้าของคนเดียว 3. บริษัทจำกัด

2. ห้างหุ้นส่วน

2. จำนวนพนักงาน.....คน

3. แหล่งเงินทุน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เงินส่วนตัวของเจ้าของธุรกิจ คิดเป็น.....%

2. กู้เงินจากสถาบันการเงิน คิดเป็น.....%

3. กู้เงินจากสถาบันการเงินนอกระบบ คิดเป็น.....%

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในอำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5	4	3	2	1

ปัจจัยภายใน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	สำหรับผู้วิจัย ()
ระบบบุคลากร						
1.1 ความรู้ของบุคลากร						
1.2 ความสามารถของบุคลากร						
1.3 ความขยันทำงานของบุคลากร						
1.4 ความมีวินัยของบุคลากร						
ระบบการเงิน						
2.1 มีเงินทุนไม่เพียงพอ						
2.2 ไม่สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงิน						
2.3 ขาดการวางแผนทางการเงิน						
2.4 ขาดความรู้ด้านการวางแผนการเงิน						
ระบบการตลาด						
3.1 คุณภาพสินค้า						
3.2 การตั้งราคา						
3.3 ทำเลที่ตั้งของกิจการ						
3.4 ช่องทางการจัดจำหน่าย						
3.5 การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม						
3.6 พนักงานขาย						
ระบบการบริหารจัดการ						
4.1 การวางแผนการดำเนินงานที่ดี						
4.2 ความสามารถในการสั่งการ						
4.3 การประเมินผลในการดำเนินงาน						

ปัจจัยภายนอก	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	สำหรับผู้วิจัย ()
จุลภาค						
ระบบลูกค้า						
5.1 การวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อของลูกค้า						
5.2 สินค้าตรงกับความต้องการของลูกค้า						
5.3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ						
ระบบการแข่งขัน						
6.1 จำนวนของกลุ่มแข่งขัน						
6.2 ผลกระทบของกลุ่มแข่งขัน						
6.3 การตั้งราคาของกลุ่มแข่งขัน						
6.4 การส่งเสริมการขายของกลุ่มแข่งขัน						
มหภาค						
ระบบเศรษฐกิจ						
7.1 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้แก่ผู้ประกอบการ SMEs						
7.2 ภาวะเศรษฐกิจ						
7.3 นโยบายและมาตรการส่งเสริมเศรษฐกิจของรัฐ						
ระบบการเมืองและกฎหมาย						
8.1 การส่งเสริมการลงทุนในการดำเนินธุรกิจ SMEs ของภาครัฐบาล						
8.3 กฎหมายที่เอื้อต่อการดำเนินงานธุรกิจ SMEs						
8.4 การเปลี่ยนแปลงของรัฐบาล						
ระบบเทคโนโลยี						
10.1 ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี						
10.2 ประสิทธิภาพของเทคโนโลยี						
10.3 ต้นทุนด้านเทคโนโลยี						

ตอนที่ 5 ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานธุรกิจ SMEs ให้ประสบความสำเร็จ

ปัญหา.....
.....
.....
.....
.....

ข้อเสนอแนะ.....
.....
.....
.....

**ขอขอบพระคุณอย่างสูง
ผู้วิจัย**

ตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Index of Item – Objective
Congruence: IOC)

ข้อที่	คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
2	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
3	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
4	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
5	+1	+1	-1	.67	คัดเลือกไว้
6	+1	+1	-1	.67	คัดเลือกไว้
7	+1	+1	-1	.67	คัดเลือกไว้
8	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
9	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
10	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
11	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
12	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
13	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
14	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
15	+1	0	0	.33	ไม่ผ่านการคัดเลือก
16	+1	+1	-1	.67	คัดเลือกไว้
17	+1	+1	-1	.67	คัดเลือกไว้
18	+1	-1	-1	.33	ไม่ผ่านการคัดเลือก
19	+1	+1	-1	.67	คัดเลือกไว้
20	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
21	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
22	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
23	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
24	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
25	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
26	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้

ข้อที่	คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
27	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
28	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
29	0	+1	0	.33	ไม่ผ่านการคัดเลือก
30	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
31	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
32	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
33	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
34	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
35	0	+1	0	.33	ไม่ผ่านการคัดเลือก
36	0	+1	0	.33	ไม่ผ่านการคัดเลือก
37	0	+1	0	.33	ไม่ผ่านการคัดเลือก
38	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
39	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
40	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
41	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
42	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
43	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
44	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
45	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
46	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
47	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
48	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้
49	+1	+1	+1	1.00	คัดเลือกไว้

ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามอยู่ระหว่าง .67- 1.00 ผ่านการพิจารณาคัดเลือกไว้

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวธนัชชา บินคุเหล็ก
วันเดือนปีเกิด	27 มกราคม 2516
สถานที่เกิด	สงขลา ประเทศไทย
การศึกษา	สถาบันราชภัฏสงขลา ศิลปศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์ 2539 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ 2556
สถานที่ทำงาน	วิทยาลัยเทคโนโลยีหาดใหญ่อำนวยวิทย์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยแผนกวินัยและความประพฤตินักเรียน วิทยาลัยเทคโนโลยี หาดใหญ่อำนวยวิทย์

บรรณานุกรม

- กมลกานต์ เทพรานนท์. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. วิทยานิพนธ์ วท.บ. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2542). *SMEs หรือ SMEs? แนวโน้มธุรกิจ ในศตวรรษหน้า*. กรุงเทพมหานคร: ชัคเซสมิเดีย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การใช้ SPSS for Window รายการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษฎิกา คงสมพงษ์. (2548). *จุดแกร่ง SMEs*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.
- เกศินี วิฑูรชาติ. (2546). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพมหานคร: ฟิสิกซ์เซ็นเตอร์.
- กรณีฐ์ บุญอยู่. (9 มกราคม 2556). *บทความเรื่อง ปัจจัยภายในภายนอกและปัจจัยภายนอกที่อิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. สืบค้นจาก www.manager.co.th
- โหมสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์. (2548). *ยุทธศาสตร์ธุรกิจ SMEs*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2541). *ธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพมหานคร: วัชรินทร์การพิมพ์.
- ณัฐพันธ์ เจริญนนท์. (2542). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
(2545). *กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กร*. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. และสุนี เลิศแสวงกิจ. (2541). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพมหานคร: วังอักษร.
- दनัย เทียนพุด (2544). *ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ Key Performance Indicators (KPIs)*. มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรุงเทพฯ : ดี เอ็นที คอนซัลแตนท์.

ทิวา พงศ์ธนไพบุลย์. (2546). *การจัดการธุรกิจเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทพัฒนาวิชาการ.

ทิศทางเศรษฐกิจไทย ปี 2555- 2559 ฉบับที่ 3. (9 พฤศจิกายน 2556) สืบค้นจาก : <http://www.kan2.go.th>.

นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์. (2550). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด*. งานวิจัย.

นันทน์ภัส แดงบุคดา. (2554). *ความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนบ้านแฮด อำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น*. รายงานการศึกษาระดับปริญญาตรี ภาควิชาการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สาขาวิชา การปกครองท้องถิ่น. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นฤศย์ เทอดสิทธิ์ศักดิ์. (2543). *บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. วารสารการส่งเสริมการลงทุนปีที่ 10 เดือนกุมภาพันธ์.

บุญสืบ โปธิศรี. (2548). *ทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. วารสารการส่งเสริมการลงทุนปีที่ 10 เดือนมีนาคม.

_____ (2556). บริษัท เอส เอ็ม อี ดีเวลลอปเม้นท์ แอนท์ คอนซัลแทนท์ จำกัด. *บทความทางวิชาการ*. (ออนไลน์). สืบค้นจาก: [http:// www.snednc.com](http://www.snednc.com). (วันที่ค้นข้อมูล: 9 พ.ย 2556).

_____ (2556). ประชาชาติธุรกิจ. (ออนไลน์). สืบค้นจาก: [http:// www.google.com](http://www.google.com) (วันที่ค้นข้อมูล: 9 พ.ย 2556).

ปรมาภรณ์ เอกอมรพันธ์. (2550). *แรงจูงใจในตนเอง ภูมิความรู้ความชำนาญกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทที่ปักในเขตพื้นที่ประสภภัยสินามิ ปี พ.ศ 2547 ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

ปณิธิ อุทัยรัตน์. (6 มีนาคม 2556). *การปรับตัวของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อวิกฤติเศรษฐกิจ ปี 2540*. สืบค้นจาก: [http:// www.agri.stou.ac.th/](http://www.agri.stou.ac.th/)

- ฝนทิพย์ ชวนไรสว. (2555). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. งานวิจัย. คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- รณรงค์ ศรีจันทร์นนท์ (2544). รูปแบบความสัมพันธ์และการสร้างสมการทำนายกลยุทธ์ในการดำเนิน ธุรกิจและภูมิความรู้ความชำนาญที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมใน อุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ ศิลปะศาสตรมหาวิทาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งนภา ต่ออุดม. (2550). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้า. จังหวัดฉะเชิงเทรา
- รัตติกรณ์ จงวิศาล (2548). รายงานผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณารถ แสงมณี. (2544). ความรู้ทั่วเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์ นัล พับลิเคชั่น.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2545). พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร: ชรรมนิติ.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542). วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเสาหลักอุตสาหกรรมภูษชาติ. กรุงเทพฯ: บริษัทประชาชน จำกัด.
- วินิจ วีรยางกูล. (2545). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วีรวิธ มาณะศิริรานนท์. (2543). ธุรกิจส่วนตัว SMEs. กรุงเทพมหานคร: ซีระป้อมวรรณกรรม.
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 11. (2551). คู่มือหลักสูตรเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่. โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation). สงขลา. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.

ศิริอร ขันธหัตถ์.(2547). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพมหานคร: อักษราพิพัฒน์.

ศรัญญา เชื้อมั่ง.(2545). *กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมของไทยที่ประสบความสำเร็จใน ภาวะเศรษฐกิจ: ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจขนาดย่อมที่ได้รับเชิญจากรายการวิทยุค่าธุรกิจ SMEs*. ภาคนิพนธ์ สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์ม.

สุวริย์ ศิริโกศลภิรมย์. (2541). *ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวิจัย*. ลพบุรี: สถาบันราชภัฏเทพสตรี.

_____. (2546). *การวิจัยทางการศึกษา*. ลพบุรี: สถาบันราชภัฏเทพสตรี.

สมแก้ว รุ่งเลิศ จงพิศ ศิริรัตน์ และยุพาวดี สมบูรณ์กุล. (2546). *การจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมกรณีผู้รับเข้าการอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการ*. งานวิจัย ภาควิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกรและคณะ (2550) *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุน ระบบการจัดการของ SMEe ประเภทอุตสาหกรรมในภาคใต้*. ประเภอุตสาหกรรมในภาคใต้.สารนิพนธ์. สงขลาสมาร์ทพรีน.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว). (2552). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม*. (ออนไลน์). สืบค้นจาก: [http:// www.sme.go.th](http://www.sme.go.th). (วันที่สืบค้นข้อมูล: 8 พ.ย 2556).

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว).(2556). *(รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ปี 2554-2555*. (ออนไลน์). สืบค้นจาก: [http:// www.sme.go.th](http://www.sme.go.th). (วันที่สืบค้นข้อมูล: 8 พ.ย 2556).

หทัยกาญจน์ จันทะเสน. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทการผลิต ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*.

วิทยานิพนธ์ วท.ม (จิตวิทยาอุตสาหกรรม).กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อังคณา ธรรมสังการ. (2549). *การวิจัยทางธุรกิจ*. สงขลา: นำผล

อภิสิทธิ์ ประวัตติเมือง. (2544). รูปแบบความสัมพันธ์และการสร้างสมการทำนายกลยุทธ์ในการดำเนิน
ธุรกิจและภูมิความรู้ความชำนาญที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมใน
ร้านหนังสือ. วิทยานิพนธ์ ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต

อดิศักดิ์ ศรีสม. (10 มกราคม 2556). *พรรณนาต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. สืบค้นจาก:
<http://www.thesis.rru.ac.th/>

อดิโชติ กังอนันต์และคณะ. (10 มกราคม 2556) *ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม*. สืบค้นจาก: [http:// www.grad.law.tu.ac.th](http://www.grad.law.tu.ac.th)

BIBLIOGRAPHY

- Chittithaworn , C., Keawcha , T., & Hayang , D.,(2010) . *Factors Affecting Business Success of Small and Medium Enterprise (SMEs) in Thailand.*
- Frese; M. (2000). *Success and Failure of Microbusiness Owners In Africa: A Psychological Approach.*
The United States of America: Greenwood Publishing Group, Inc.
- Kraus, S.I., Frese, M., Friedrich, C. & Unger, J.M. (2005). *Entrepreneurial orientation: a psychological model success among southern Africal small business owners.* European Journal of Work and Organizational Psychology, 14(3), 315-344.
- Keyser, M., de Kruijff, M., & Frese, M. (2000). *The Psychological strategy process and socio-demographic variables as predictors of success for micro-and small-scale business owners in Zambia.* In M. Frese(Ed.), *Success and failure of micro business owners in Africa: A psychological approach* (pp. 31-54). Westport, CT: Quorum Books
- Indati, N., & Longenberg, M., (2011). *Small and Medium Enterprise Development Center (SMEDE), Gadjah Mada University, Yog Yakarta: Indonesia.*
- Rauch A., & Frese, M. () *Let's Put the Person Back into Entrepreneurship Research: A Meta-Analysis on the Relationship between Business Owners' Personality Traits, Business Creation, and Success*
Short Title: Meta-analysis on entrepreneurs' personality. European Journal of Work and Organizational Psychology, 16(3), 353 - 385
- Van Gelderen, M., & Frese, M. (1998). *Strategy Process as a Characteristic of Small Business Owners: Relationships with Success in a Longitudinal Study.* In P. D. Reynolds (Ed.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 234–247). Babson Park, MS: Babson Col.
- Vesper, Harl H. (1993). *New Venture Mechanics.* New Jersey: Prentice – Hall.

Vinnell, Reuben and Hamilton, R.T. (1999). *A Historical Perspective on Small Firm Development Entrepreneurship Theory and Practice*: Summer.

Steekelanburg, G.V; Lauw, A.M; Frese, M.& Visser, K. (200). *Problems and Coping, Strategies and Fuitiahre in Micro business Owners in South Africa*. 16 (4), 353 - 385