

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ
ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย
The Effects of Entrepreneurial Orientation and Enterprise Characteristics
on Thai Small and Medium Enterprises' Growth

สุธีรา อะทะวงษา*
Sutheera Atawongsa*
สมบุญณวัณย์ สัตยารักษ์วิทย์**
Somboonwan Satyarakwit**

*นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*Doctor of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Dhurakij Pundit University.

*E-mail : sutheera_cru@hotmail.co.th

**รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

***Vice President* for Academic Affairs, Dhurakij Pundit University and Thesis Advisor

**E-mail sboonwan@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ดำเนินการเก็บแบบสอบถามกับตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 752 ราย วิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้างโดยใช้โปรแกรม LISREL Version 8.72

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรทุกตัวมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรผลกล่าวคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตโดยมีลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ องค์กรมีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมองค์การ แสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นเท่าใดย่อมส่งผลให้การทำงานในสถานประกอบการมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการพัฒนาผลประกอบการและความเจริญเติบโตในที่สุด

คำสำคัญ: คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะของสถานประกอบการ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

The objective of this research was to develop a causal model of factors demonstrating how entrepreneurial orientation and enterprise characteristics influence the growth of small and medium Thai enterprises. A questionnaire was used as a research instrument, with a total of 752 completed questionnaires returned. The data was analyzed with LISREL for structural equation modeling techniques.

The results of this study verified that the independent variables had a positive influence on dependent variables. It revealed that: 1) the entrepreneurial orientation had a direct influence on enterprise characteristics; 2) the entrepreneurial orientation indirectly affected the growth of small and medium Thai enterprises through its influence on enterprise characteristics; and 3) enterprise characteristics had a direct influence on the growth of small and medium Thai enterprises. In addition, the results found that the most important variables of enterprise characteristics are proactive organization, marketing strategy, and innovative organization. As indicated by the results of the survey, increased entrepreneurial orientation can positively influence enterprise characteristics, and particularly business operations, leading to significantly enhanced performance and growth.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Enterprise Characteristics and Small and Medium Enterprise

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจาก SMEs มีจำนวนถึงประมาณร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553 : 6-7) โดยในปี 2553 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยมีจำนวนถึง 2,913,167 ราย มีมูลค่า GDP ของ SMEs ถึง 3,746,967 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.1 ของ GDP รวมทั้งประเทศ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานรากการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน ข้อมูลที่ยืนยันถึงบทบาททางเศรษฐกิจไทยที่สำคัญดังกล่าว ได้แก่ การก่อให้เกิดการจ้างงาน คิดเป็นสัดส่วนถึงกว่าร้อยละ 77 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มีบทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 39 ของมูลค่า GDP และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรงคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 29 ของมูลค่าการส่งออกรวม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553 : 1-1 – 1-9)

สำหรับประเทศไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประกอบด้วยจำนวนหลายล้านกิจการเป็นปัจจัยที่ทำให้วงจรของเศรษฐกิจในประเทศไทยหมุนและเพิ่มความต้องการซื้อภายในประเทศให้มากยิ่งขึ้น มีการใช้จ่ายภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นทำให้ฐานเศรษฐกิจภายในประเทศมีการแพร่กระจาย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศเพราะเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ได้ด้วยภาคเอกชนเป็นหลักคิดเป็นส่วนถึง

ร้อยละ 75 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (ม.ร.ว. ปรีดิยาธร เทวกุล, อดีตผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2554) และเป็นวิสาหกิจที่รัฐบาลให้ความสนใจและให้ความสำคัญในการพลิกฟื้นเศรษฐกิจซึ่งจะมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจต่อประเทศโดยรวมคือ การก่อให้เกิดการจ้างงาน และกระจายงานออกไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เป็นส่วนสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเนื่องจากมีความสามารถที่หลากหลายในประเภทของธุรกิจ สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่วัตถุดิบภายในประเทศได้เนื่องจากวิสาหกิจส่วนใหญ่ใช้ผลผลิตภายในประเทศ สามารถจัดตั้งธุรกิจได้ง่าย ใช้ทุนต่ำ และเป็นกิจการที่สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้ จึงนับว่ามีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างยิ่ง (จักรมณต์ ผาสุกวนิช, 2550; วรณีย์ ชลนภาสภิต, 2552)

ดังนั้นการศึกษาถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย จะเป็นแนวทางในการดำเนินกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่จะสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีความเจริญเติบโต สามารถยกระดับกิจการของตนเองและเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ และเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมในด้านทักษะ ความรู้ความสามารถ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation: EO) ที่นำเสนอโดย Miller (1983) ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการ 3 ประการคือ การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก เป็นปัจจัยที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย Covin และ Slevin (1991) ได้อธิบายเกี่ยวกับปัจจัยการสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก โดยกล่าวว่าลักษณะดังกล่าวสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริหารองค์กร 3 ประการ คือ ประการแรก การเผชิญกับความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเผชิญเมื่อมีการตัดสินใจลงทุน และการดำเนินกลยุทธ์ภายใต้สภาวะความไม่แน่นอน ประการที่สอง จำนวนความถี่ และขอบเขตการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับผู้บริหารในการพัฒนาเทคโนโลยี และประการที่สามคือลักษณะทางธรรมชาติของผู้บริหารที่จะแสดงออกถึงระดับความสามารถในการแข่งขัน และการทำงานเชิงรุกเมื่อธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันในอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ Dess, Lumpkin และ Taylor (2005) ได้นำเสนอปัจจัยของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับรูปแบบการตัดสินใจ และการปฏิบัติของธุรกิจ ได้แก่ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน และการเผชิญความเสี่ยงโดย 5 ปัจจัยดังกล่าวสามารถใช้ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อที่จะพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจ ความหมายของแต่ละปัจจัย มีดังนี้

1. ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) หมายถึง ความเป็นอิสระในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเพื่อมุ่งหวังให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จในเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์การ
 2. การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง ความพยายามที่จะนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ที่ได้จากการทดลองหรือจากประสบการณ์ และการมีกระบวนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ
 3. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) หมายถึง ลักษณะของการมองไปข้างหน้าเพื่อแสวงหาความเป็นผู้นำในตลาด เป็นการมองการณ์ไกลเพื่อแสวงหาโอกาส และความต้องการในอนาคต
 4. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) หมายถึง ความพยายามในการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจมีลักษณะที่ขบถต่อสู้ หรือมีการตอบสนองต่อการแข่งขันที่รุนแรง เพื่อพัฒนาตำแหน่งของธุรกิจ หรือขจัดอุปสรรคคู่แข่งในตลาด
 5. การเผชิญความเสี่ยง (Risk taking) หมายถึง การตัดสินใจ และการปฏิบัติภายใต้สถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอน หรืออาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น
- สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า มีงานวิจัยที่สำคัญโดยได้ศึกษาปัจจัยการวัดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกันสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยการวัดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ของงานวิจัยที่สำคัญ

ผู้ศึกษา	ปัจจัยการวัด EO
Miller (1983)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Covin and Slevin (1989)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Lumpkin and Dess (1996)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน
Lee and Peterson (2000)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Entrialgo (2002)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Krauss, Frese, Friedrich and Unger (2005)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน ความสามารถในการแข่งขัน การมุ่งการเรียนรู้ การมุ่งความสำเร็จ และความคิดริเริ่ม
Ferreira and Azevedo (2007)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Dess, Lumkin and Eisner (2007)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน
Lim (2009)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน
Kreiser and Davis (2009)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์
Amran et al. (2010)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเผชิญกับความเสี่ยง และความสามารถในการแข่งขัน

สำหรับการศึกษาถึงลักษณะของสถานประกอบการ Harms (2009) ได้นิยามลักษณะของสถานประกอบการ หมายถึง คุณสมบัติของธุรกิจที่ดำเนินการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตให้อยู่ในรูปของสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะสามารถสร้างให้ธุรกิจเหล่านั้นเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยธุรกิจอาจใช้กลยุทธ์มุ่งผลิตภัณฑ์หรือมุ่งเน้นตลาดเป้าหมายรวมไปถึงกระบวนการในการสร้างคุณค่าขององค์การเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสนับสนุนให้ธุรกิจมีการเติบโต โดยการศึกษาของ Harms

เรื่อง การวิเคราะห์พหุตัวแปรลักษณะของธุรกิจที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว รวมทั้งผู้นำ และตลาดของธุรกิจ ได้นำเสนอลักษณะของธุรกิจที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วไว้ 7 ประการคือ

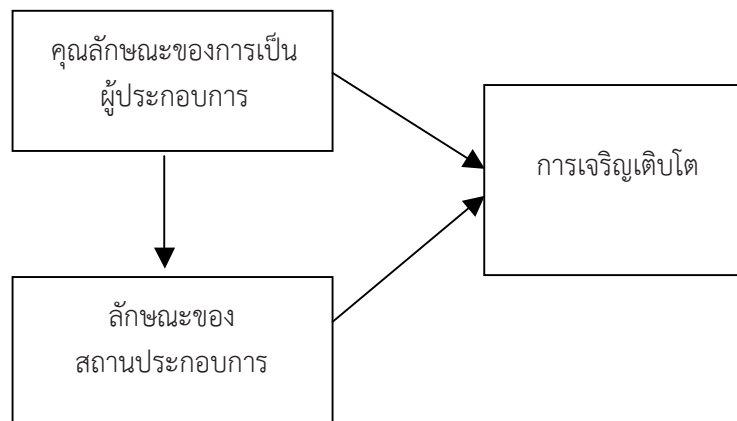
1. ความครอบคลุมของตลาด (Market coverage) คือความสามารถในการตอบสนองต่อตลาดในภาพรวม การตอบสนองต่อตลาดบางส่วน หรือการตลาดเฉพาะส่วน ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาด

2. ความเป็นสากล (Internationalization) คือระดับความสามารถในการขายสินค้าในตลาดระหว่างประเทศ
3. การบริหารจัดการของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Management: EM) คือความสามารถในการใช้กลยุทธ์ และการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ
4. ราคา (Pricing) เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์สินค้า-ตลาด (Product - Market Strategy) ที่ธุรกิจจะต้องกำหนดราคาสินค้าในระดับสูง ระดับกลาง หรือระดับราคาต่ำกว่าคู่แข่ง หรือการตั้งราคาสินค้าที่มีความแตกต่าง และลูกค้ามีความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อซื้อสินค้านั้น
5. นวัตกรรม (Innovation) คือการริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรม และนำเสนอออกสู่ตลาด ซึ่งเป็นความสามารถที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบ หรือไม่มีสินค้าอื่นมาทดแทนได้
6. การประสานงาน (Cooperation) คือความสามารถในการประสานงาน และความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจ และอุตสาหกรรมอื่นๆ ในการแบ่งปันความเสี่ยงร่วมกัน การใช้เทคโนโลยี การเข้าสู่ตลาด การเสริมสร้างความรู้ทักษะ และเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่ศักยภาพทางธุรกิจ
7. การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human resource management) ประกอบด้วย การบริหารจัดการโดยวัตถุประสงค์ (Management by objective) การมีส่วนร่วมในความยุติธรรม (Participation in equity) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจ่ายค่าตอบแทนหรือสิ่งจูงใจแก่พนักงาน

และความท้าทายต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Challenging work environment) คือการเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติหน้าที่ให้มีความเหมาะสม มีความยืดหยุ่น มีความท้าทายภายใต้สภาพแวดล้อมต่างๆ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย ผู้วิจัยได้พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม และข้อมูลที่ได้ในการศึกษาเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ประกอบการเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย โดยการศึกษารั้งนี้จะมุ่งศึกษาเฉพาะปัจจัยภายในของสถานประกอบการซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อลักษณะของสถานประกอบการและการเจริญเติบโต 2) ลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโต และ 3) การเจริญเติบโตประกอบด้วย 5 ปัจจัยคือ ยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และ กำลังการผลิต โดยทั้ง 3 องค์ประกอบสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย 2 ข้อ ดังนี้

1. คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 2,913,167 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553: 4-1) กำหนดขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ได้ขนาดตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 2 ขนาดตัวอย่าง

กลุ่มวิสาหกิจ	ขนาดของวิสาหกิจ			
	ขนาดกลาง (ราย)		ขนาดย่อม (ราย)	
1. ภาคการผลิต	5,946	128	539,152	74
2. ภาคการค้า	5,331	116	1,378,060	190
3. ภาคการบริการ	7,107	156	976,503	136
รวม	18,384	400	2,893,715	400

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งจัดทำเป็นแบบธุรกิจตอบรับทางไปรษณีย์ไปยังผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต การค้า และการบริการ โดยใช้ระเบียบจากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์จำนวน 5,000 ชุดในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนเมษายน – กรกฎาคม 2555 มีแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับจำนวน 761 ชุดคิดเป็นร้อยละ 15.2 ของจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปแต่เป็นร้อยละ 95.1 ของขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้จากระดับความเชื่อมั่น 95 % ในจำนวนนี้มีแบบสอบถามที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนสมบูรณ์และไม่สามารถติดตามทวงถามได้จำนวน 9 ชุด คงเหลือแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์และประมวลผลได้จำนวน 752 ชุด

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในเบื้องต้นมีทั้งหมด 4 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ 2) ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และ 4) ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของ

สถานประกอบการ ซึ่งผ่านการพิจารณาและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายตัวอย่างจริงจำนวน 30 ราย นำมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการของครอนบัค (Cronbach) ผลการทดสอบพบว่ามาตรวัดของคำถามที่ใช้วัดตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.890 และ 0.861 ส่วนมาตรวัดการเจริญเติบโตมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.651

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยตัวแปรแฝงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 11 ตัวแปร ได้แก่ ความสามารถในการบริหารจัดการ การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเรียนรู้ ความอดทน จริยธรรมทางธุรกิจ เครือข่ายของผู้ประกอบการ การให้อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง และการบริหารความเสี่ยง ตัวแปรแฝงลักษณะของสถานประกอบการ มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ นวัตกรรมองค์การ เงินทุน เครือข่ายของ

สถานประกอบการ กลยุทธ์การตลาด บุคลากรที่ดี ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน และองค์การมีการทำงานเชิงรุก ตัวแปรแฝงการเจริญเติบโตมีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุนสินทรัพย์รวม และกำลังการผลิต

ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และ ใช้โปรแกรมลิสเรล (LISREL: Linear Structure Relationship) Version 8.72 วิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เพื่อเปรียบเทียบ และประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

สรุปและอภิปรายผล

จากขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางที่กำหนดไว้ 400 ราย พบว่ามีการตอบกลับจำนวน 227 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.7 ของขนาดตัวอย่าง ส่วนตัวอย่างวิสาหกิจขนาดย่อม 400 ราย มีการตอบกลับในจำนวนที่มากกว่า คือ 525 ราย คิดเป็นร้อยละ 131.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีการกระจายของอายุในช่วง 5 ปีระหว่าง 36-60 ปี พอๆ กัน โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วงที่น้อยกว่าคือ 36-50 ปี ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนมากกว่าเป็นผู้บริหาร มีระยะเวลาการดำรงตำแหน่งส่วนใหญ่ประมาณ 1-10 ปี รองลงมาคือมีระยะเวลาดำรงตำแหน่ง 11-20 ปี

และ 21-30 ปี ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการที่ดำรงตำแหน่งมากกว่า 30 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับสูงคือ ระดับปริญญาตรี และปริญญาโทมากที่สุด ในจำนวนดังกล่าวเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจขนาดย่อม ในจำนวนใกล้เคียงกัน และส่วนใหญ่ไม่เคยศึกษาในต่างประเทศ เมื่อพิจารณาถึงการดำเนินธุรกิจพบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ริเริ่มบุกเบิกธุรกิจด้วยตนเองมากกว่าเป็นกิจการที่สืบทอดต่อจากครอบครัว และในจำนวนผู้ประกอบการที่สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัวมักเป็นผู้ที่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวอยู่เสมอในด้านการให้คำปรึกษา เงินทุน และการแก้ปัญหาต่างๆ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ และไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อนในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก เมื่อจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจมาตั้งแต่วัยเด็ก หรือวัยรุ่นมากกว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมที่มีสัดส่วนของการมีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

จากข้อมูลสถานประกอบการพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของบริษัทจำกัด รองลงมาคือเจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วน ส่วนใหญ่สถานประกอบการมีระยะเวลาการก่อตั้งไม่เกิน 10 ปี โดยพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจยาวนานกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม โดยส่วนใหญ่อยู่ในภาคการบริการมากที่สุดที่เหลือเป็นวิสาหกิจภาคการผลิต และภาคการค้าในจำนวนพอๆ กัน โดยวิสาหกิจขนาดกลางมีภาคการบริการและภาคการผลิตต่างกันเล็กน้อยแต่สูงกว่าภาคการค้า

เกือบ 2 เท่า ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นภาคบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นภาคการค้า และภาคการผลิต

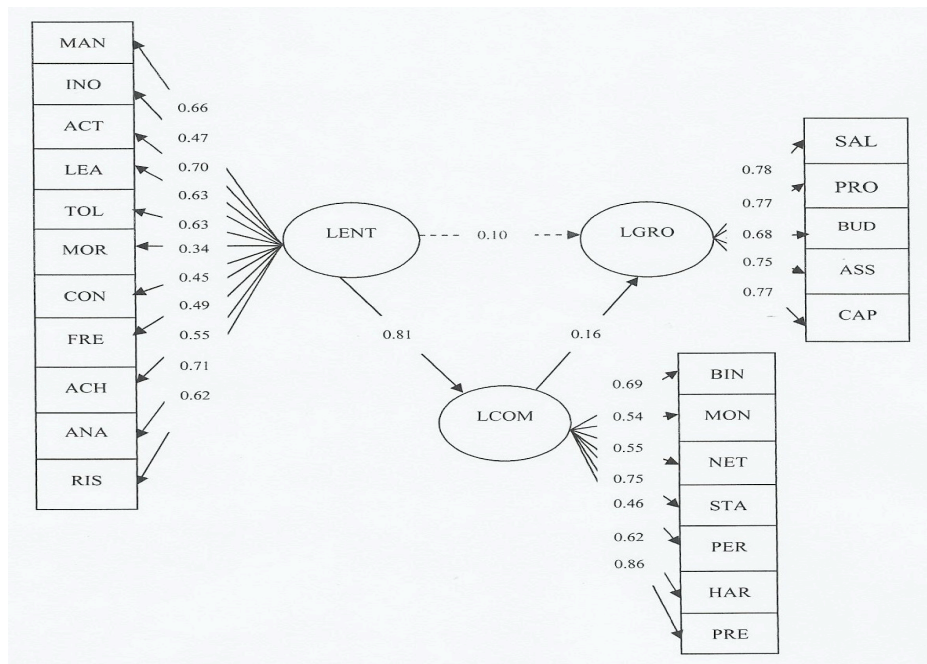
สำหรับการวัดผลประกอบการเฉลี่ยย้อนหลัง 4 ปี พบว่าส่วนใหญ่มีผลประกอบการที่เจริญเติบโตในด้านยอดขายมากที่สุด รองลงมาคือกำไรสุทธิ และสินทรัพย์รวม สำหรับเงินทุนส่วนใหญ่มีสัดส่วนเท่าเดิม เช่นเดียวกับกำลังการผลิตมีสัดส่วนของการเติบโตและเท่าเดิมพอๆ กัน

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการจำนวน 11 ด้าน พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในภาพรวม และจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยคะแนนการปฏิบัติในคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันโดยมีคะแนนคุณลักษณะอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.80, ค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดกลาง = 3.97 และค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดย่อม = 3.73 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยคะแนนการปฏิบัติในคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการพบว่า วิสาหกิจทั้งในภาพรวมและจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจส่วนใหญ่มีการปฏิบัติด้านการสร้างนวัตกรรมมากที่สุด ลำดับถัดไปคือ การเรียนรู้ และความอดทน

สำหรับการพิจารณาลักษณะของสถานประกอบการจำนวน 7 ด้าน พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยรวม 3.40 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่มีการปฏิบัติในด้านความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน นวัตกรรมองค์การ และองค์การมีทำงานเชิงรุก เมื่อจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจพบว่า มีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันกล่าวคือ วิสาหกิจขนาดกลางมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 คะแนนอยู่ในระดับมาก และลักษณะทุกด้านมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านบุคลากรที่ดี มีคะแนนอยู่ในระดับ

ปานกลาง ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่ามีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 คะแนนอยู่ในระดับปานกลาง และส่วนใหญ่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลางทุกด้านยกเว้นด้านนวัตกรรมองค์การ และความเป็นอันหนึ่งเดียวกันที่มีการปฏิบัติในระดับมาก

ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีรูปแบบความสัมพันธ์ดังนี้



ภาพที่ 2 ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโต

ผลการทดสอบความสอดคล้องของ ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหลังจากที่ได้ ทำการปรับแบบจำลองแล้วพบว่า ค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 261.37 ค่าองศาอิสระ (df) มีเท่ากับ 157 ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 และ เมื่อพิจารณาค่า χ^2/df ในที่นี้มีค่าเท่ากับ 1.66 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2.00 แสดงถึงตัวแบบมีความ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Tabachnik and Fidell, 2007) และค่าดัชนีตัวอื่นๆ ได้แก่ ค่าราก ที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของ การประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.030 ซึ่งมีค่า เข้าใกล้ศูนย์แสดงถึงความสอดคล้องในระดับดีมาก ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.97 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่

ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.95 มีค่ามากกว่า 0.90 ซึ่งผ่านตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ค่ารากของค่า เฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.037 มีค่าเข้าใกล้ศูนย์แสดงถึงความ สอดคล้องในระดับดีมาก และดัชนีวัดความ สอดคล้อง NFI NNFI และ CFI มีค่าเท่ากับ 0.98 0.99 และ 0.99 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.95 จึงสามารถอธิบายได้ว่าตัวแบบมีความสอดคล้อง กับข้อมูลเชิงประจักษ์

การพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปร พบว่า ค่าน้ำหนักของตัวแปรทุกตัวแตกต่างจาก ศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าน้ำหนักของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการจำนวน 11 ตัวแปร มีน้ำหนัก องค์ประกอบเป็นบวกโดยมีตัวแปรที่มีค่าน้ำหนัก

มากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA) การทำงานเชิงรุก (ACT) และความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.71 0.70 และ 0.66 ตามลำดับ ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ พบว่าตัวแปรทั้ง 7 ตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวก ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ องค์การมีการทำงานเชิงรุก (PRE) กลยุทธ์การตลาด (STA) และนวัตกรรมองค์การ (BIN) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.86 0.75 และ 0.69 ตามลำดับ และตัวแปรการเจริญเติบโตประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักเป็นบวกเช่นกัน โดยตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.78 รองลงมาคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO) และร้อยละการเพิ่มขึ้นของการผลิต (CAP) มีน้ำหนักเท่ากันคือ 0.77 (แสดงภาพที่ 2) สำหรับการพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรพบว่า ตัวแปรทุกตัวมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรผลโดยตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT) มีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.81 และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโต (LGRO) ผ่านลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.13 นอกจากนั้นยังพบว่าตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.16 เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลรวมพบว่า ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโตมากกว่าตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.23 และ 0.16

จากสมมติฐาน 1 ที่ว่า “คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิง

สาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม” ผลการทดสอบพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ ดังนั้นสมมติฐาน 1 ได้รับการสนับสนุน ซึ่งชี้ให้เห็นว่ายิ่งผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นเท่าใด ยิ่งจะทำให้วิสาหกิจหรือสถานประกอบการมีการเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น โดยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญประการแรกคือการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง ซึ่งหมายถึงผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์ตลาด ศึกษาต้องการของลูกค้าเพื่อพัฒนาสินค้าหรือแสวงหาวิธีการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจรวมถึงติดตามความเคลื่อนไหวของคู่แข่งชั้นอย่างต่อเนื่องส่งผลทำให้ผู้ประกอบการสามารถทราบถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของสถานประกอบการของตนเองเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น ประการที่สองการทำงานเชิงรุก โดยผู้ประกอบการต้องเป็นผู้คิดแสวงหาโอกาส และวิธีการต่างๆ เพื่อให้สถานประกอบการมีความเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้นและเป็นผู้นำเหนือคู่แข่งชั้น สอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของ Miller (1983) ที่พบว่าผู้ประกอบการที่มีการทำงานเชิงรุกจะมีความสัมพันธ์กับระดับของการเป็นผู้ประกอบการหากผู้ประกอบการมีการทำงานเชิงรุกมากขึ้นเท่าใดจะส่งผลให้ระดับของการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มสูงขึ้น และประการที่สาม ความสามารถในการบริหารจัดการ โดยมีการวางแผน กำหนดเป้าหมาย วิธีการดำเนินงานและมอบหมายงานอย่างเหมาะสมรวมทั้งมีการติดตามและประเมินผลงานตามเป้าหมายที่วางไว้

การที่ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นเท่าใดจะส่งผลให้วิสาหกิจมีความเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้นนั้น พบว่าสอดคล้องกับ Lumpkin และ Dess (1996) Entrialgo (2002) Krauss, Frese, Friedrich และ Unger (2005) Ferreira และ Azevedo (2007) Lim (2009) Kreiser และ Davis (2009) Rauch, Wiklund, Lumpkin และ Frese (2009) Harms (2009) และ Amran et al. (2010) ที่พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อการเจริญเติบโตและประสิทธิภาพของธุรกิจ ข้อมูลจากการศึกษาของ Ferreira และ Azevedo (2007) พบว่า สถานประกอบการที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าอยู่เสมอเพื่อให้สินค้าเข้าสู่ตลาดใหม่และมักใช้กลยุทธ์ที่มีความหลากหลาย มีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ต่างๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Harms (2009) ที่ศึกษาพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานและทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยธุรกิจอาจใช้กลยุทธ์มุ่งผลิตภัณฑ์หรือมุ่งตลาดเป้าหมายเฉพาะกลุ่มรวมไปถึงกระบวนการในการสร้างคุณค่าขององค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเป็นส่วนสนับสนุนให้สถานประกอบการมีการเจริญเติบโต และแม้ว่าผลการศึกษาครั้งนี้ไม่พบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงกับการเจริญเติบโตแต่มีความสัมพันธ์ทางอ้อมผ่านลักษณะของสถานประกอบการ อาจอธิบายได้ว่าการบริหารงานของผู้ประกอบการทำให้ลักษณะของสถานประกอบการเอื้อต่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพซึ่งทำให่วิสาหกิจมีผลประกอบการเพิ่มสูงขึ้นและสร้างความเจริญเติบโตต่อไปได้

จากสมมติฐาน 2 ที่ว่า “ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ผลการทดสอบพบว่าลักษณะของสถานประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงกับการเจริญเติบโต สมมติฐาน 2 จึงได้รับการสนับสนุน แสดงว่าสถานประกอบการใดที่มีลักษณะของสถานประกอบการที่ดีเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้วิสาหกิจเติบโตมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากการเติบโตของธุรกิจอาจต้องอาศัยระยะเวลาในการสร้างประสบการณ์ สร้างความเชื่อมั่นให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลหลายกลุ่ม อาทิ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น คู่ค้า สถาบันการเงิน ฯลฯ ตลอดจนการสั่งสมประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจ เมื่อธุรกิจเจริญเติบโตมีขนาดใหญ่อันเนื่องมาจากมีจำนวนลูกค้า จำนวนการผลิต การจ้างงาน การขยายสาขา หรือมีการขยายการลงทุนไปในธุรกิจต่างๆ ซึ่งหากขาดประสิทธิภาพการบริหารจัดการที่ดีแล้วธุรกิจอาจมีความเสี่ยงที่ต้องเผชิญกับความล้มเหลวในที่สุดก็จะประสบปัญหาการขาดทุน ดังนั้นการที่ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องสถานประกอบการอาจต้องอาศัยบุคลากรที่มีการทำงานเชิงรุก มีการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับสภาพการณ์แข่งขันรวมทั้งการสร้างนวัตกรรมในสินค้าและบริการด้วยการพัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบใหม่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างยอดขายและกำไรให้สถานประกอบการมีความเจริญเติบโตและมีความได้เปรียบในการแข่งขัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Harms (2009) ที่พบว่าลักษณะของสถานประกอบการที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วจะต้องมีความสามารถในการตอบสนองต่อตลาดในภาพรวมโดยเป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดและความสามารถในการขายสินค้าได้ใน

ตลาดระหว่างประเทศ รวมทั้งมีการใช้กลยุทธ์ด้านราคา มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมและนำเสนอสินค้าออกสู่ตลาดซึ่งเป็นความสามารถที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบหรือไม่มีสินค้าอื่นทดแทนได้ มีความสามารถที่จะประสานงานและร่วมมือกันระหว่างธุรกิจและอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขัน และมีการบริหารทรัพยากรบุคคลโดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำงาน มีการจ่ายค่าตอบแทนหรือสิ่งจูงใจแก่พนักงาน โดยปัจจัยดังกล่าวเป็นส่วนสนับสนุนให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

กล่าวโดยสรุปการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทำให้ทราบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ แสดงให้เห็นว่าหากผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตนเองให้มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ดีมากขึ้นเท่าใดย่อมส่งผลทำให้ลักษณะของสถานประกอบการมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่จะส่งผลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการแล้วยังจะส่งผลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ โดยมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญได้แก่ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง การทำงานเชิงรุก และความสามารถในการบริหารจัดการ สอดคล้องกับแนวความคิดและผลการศึกษาที่สำคัญของ Miller (1983) Covin และ Slevin (1991) และ Lumpkin และ Dess (1996) ที่พบว่า การทำงานเชิงรุก เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนลักษณะของสถานประกอบการ

การมีปัจจัยที่สำคัญได้แก่ องค์การมีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมองค์การเป็นปัจจัยที่สำคัญของลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมองค์การมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Harms (2009) ที่พบว่าสถานประกอบการจะต้องมีความสามารถในการตอบสนองต่อตลาดในภาพรวม การตอบสนองต่อตลาดบางส่วน หรือตอบสนองต่อตลาดเฉพาะส่วน ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมขององค์การในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยง่าย เป็นการเพิ่มคุณค่าให้สถานประกอบการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการต้องพัฒนาตนเองให้มีความพร้อม มีคุณลักษณะครบถ้วนทุกประการตามคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการมีลักษณะของสถานประกอบการที่ดีอันจะนำไปสู่การสร้างผลประกอบการ และความเจริญเติบโตของวิสาหกิจต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ ดังนี้

1. จากผลการศึกษาที่พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีผลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และมีผลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านลักษณะของสถานประกอบการ ดังนั้นการที่วิสาหกิจจะเจริญเติบโตผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องพัฒนาตนเองให้มีความพร้อมมีคุณสมบัติที่ครบถ้วนตามคุณลักษณะของการเป็น

ผู้ประกอบการ โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญได้แก่

- 1) การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง โดยเริ่มจากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า และเกิดความพึงพอใจ ท่ามกลางกระแสของการแข่งขันที่รุนแรงเช่นปัจจุบัน ผู้ประกอบการควรศึกษาและติดตามความเคลื่อนไหวของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง การวิเคราะห์คู่แข่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งนำไปสู่การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และการจัดสรรทรัพยากรเพื่อใช้ต่อสู้กับคู่แข่งอย่างเหมาะสม
- 2) การทำงานเชิงรุก หมายถึง คอยติดตามข่าวสารและสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อกิจการ รู้จักคิดและแสวงหาโอกาส วิธีการต่างๆ เพื่อให้สถานประกอบการมีความเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้นและเป็นผู้ผู้นำในตลาด และ 3) ความสามารถในการบริหารจัดการ หมายถึง มีความสามารถในการวางแผน กำหนดเป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน กำหนดความรับผิดชอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานเทียบกับเป้าหมายที่ได้วางไว้

2. จากผลการศึกษาที่พบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีผลทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสถานประกอบการให้มีลักษณะที่ดีมากยิ่งขึ้น โดยมีลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญได้แก่
 - 1) องค์การมีการทำงานเชิงรุก หมายถึง สถานประกอบการต้องดำเนินการให้เป็นผู้ผู้นำใน

อุตสาหกรรมอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งแสวงหาตลาดใหม่ๆ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในลักษณะที่เหนือความคาดหวังของลูกค้า 2) กลยุทธ์การตลาด หมายถึง การมีกลยุทธ์การตลาดที่ชัดเจนเพื่อสร้างยอดขาย และส่วนครองตลาดให้มากยิ่งขึ้นรวมทั้งการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ และ 3) นวัตกรรมองค์การ หมายถึง มีการพัฒนารูปแบบและคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง หรืออาจนำเทคนิคหรือวิธีการใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านสินค้าและบริการตลอดจนทำให้สถานประกอบการมีภาพลักษณ์ที่ดีและเสริมการทำงานเชิงรุกขององค์การ ส่งผลให้วิสาหกิจเจริญเติบโตในที่สุด

ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ดังนี้

1. จากผลการศึกษาที่พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีผลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และมีผลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญได้แก่
 - 1) การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง 2) การทำงานเชิงรุก และ 3) ความสามารถในการบริหารจัดการ และมีลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญได้แก่ 1) องค์การมีการทำงานเชิงรุก 2) กลยุทธ์การตลาด และ 3) นวัตกรรมองค์การ ดังนั้นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องอาจนำข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการ

วางแผนและพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการ รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีทักษะ มีความรู้ มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และมีลักษณะของสถานประกอบการที่ดีซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพ และสามารถดำเนินกิจการให้มีการเจริญเติบโตต่อไปได้ในอนาคต

2. จากการศึกษาที่พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อมยังมีระดับการปฏิบัติในลักษณะของสถานประกอบการน้อยกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง ด้านที่มีการปฏิบัติน้อย ได้แก่ การบริหารจัดการด้านเงินทุน การสร้างเครือข่ายของสถานประกอบการ กลยุทธ์ด้านการตลาด บุคลากรที่ดี และองค์การมีการทำงานเชิงรุก ดังนั้นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องส่งเสริมสนับสนุน และให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการในด้านดังกล่าว เพื่อพัฒนาการดำเนินงานในลักษณะของสถานประกอบการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จักรมณท์ ผาสุกวณิช. (2550). *ฐานข้อมูลทำเนียบสมาชิกสมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย*. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- วรรณิ์ ชลนภาสถิต. (2552,มกราคม-มิถุนายน). *SMEs ธุรกิจสู่เศรษฐกิจ*. เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (มหาวิทยาลัยรังสิต), 5(1), 5-19.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2553 และแนวโน้มปี 2554*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- Amran Awang, Abdul Rashid Said Asghar, Khairul Anwar Subari. (2010). *Study of Distinctive Capabilities and Entrepreneurial Orientation on Return on Sales among Small and Medium Agro-Based Enterprises (SMAEs) in Malaysia*. International Business Research, 3(2), pp.34-48.
- Covin, J.G., and Slevin, D.P. (1991). *A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior*. Entrepreneurship Theory and Practice, 16(1): 7-25.
- Covin, J.G., and Slevin, D.P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10. pp.75-87.
- Dess, Gregory G., Lumpkin G.T. and Taylor Marilyn L. (2005). *Strategic management : Creating competitive advantage*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Dess, Gregory G., Lumpkin G.T. and Eisner Alan B. (2007). *Strategic management : Text & Case*. (3rd ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Entrialgo, Montserrat. (2002). The Impact of the Alignment of Strategy and Managerial Characteristic on Spanish SMEs. *Journal of Small Business Management*, 40(3), pp.260-270.
- Ferreira, Joao and Azevedo, Susana. (2007, November 09). *Entrepreneurial Orientation as a main Resource and Capability on Small Firm's Growth*. Retrieved May 2, 2009, from <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/5682/MPRA paper No.5682.posted09.November2007/16:57>
- Harms, Rainer. (2009). A Multivariate Analysis of the Characteristics of Rapid Growth Firms, Their Leaders, and Their Market. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 22(4). pp.429-454.
- Kreiser, Patrick M. and Davis Justin. (2009). A revised conceptual model of the firm-level entrepreneurial process. *Journal of Small Business Strategy*, 20(1), pp.1-18.

- Krauss, Stefanie I., Frese, Michael., Friedrich, Christian and Unger, Jens M. (2005). Entrepreneurial orientation : A psychological model of success among southern African small business owners. *European journal of work and organizational psychology*, 14(3), pp.315-344.
- Lumpkin, G. T. and Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), pp.135-172.
- Lee, Sang M. and Peterson, Suzanne J.. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competiveness. *Journal of World Business*, 35. pp.401-416.
- Lim, Seongbae. (2009). *Entrepreneurial Orientation and The Performance of Service Business*. Retrieved March 7, 2009, from <http://www.decisionsciences.org/Proceedings/DSI2008/docs/392-9586.pdf>
- Miller, Danny. (1983). *The correlates of entrepreneurship in three types of firms*. *Management Science*, 29(7), pp.770-791.
- Rauch, Andreas.,Wiklund, Johan., Lumpkin G.T. and Frese, Michael. (2009). *Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the future*. *Entrepreneurship Theory and Practice*. pp.761-787.
- Tabachnik, Barbara G. and Fidell, Linda S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. (5th ed.). New York: Allyn and Bacon.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper and Row.