

อิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโต
ของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย

THE INFLUENCE OF BUSINESS OPERATIONAL FACTORS ON
THE GROWTH OF SMEs IN CHIANGRAI PROVINCE

ธนีนุช เร่วการ^{1*}, ณภัทร ทิพย์ศรี¹,

Taneenuch Reokarn^{1*}, Naphat Thipsri¹,

นพรัตน์ เตชะพันธุ์รัตนกุล² และ มงคลกร ศรีวิชัย³

Noparat Techapunratanakul² and Mongkonkorn Srivichai³

Received 23 August 2023

Revised 14 October 2023

Accepted 17 October 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจและความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย 2) เปรียบเทียบปัจจัยในการดำเนินธุรกิจและความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามข้อมูลของธุรกิจ และ 3) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ราย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจและความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ประเภทของธุรกิจ อายุของกิจการ และจำนวนเงินลงทุนของกิจการ ที่แตกต่างกัน ความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

¹ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna.

*Corresponding Author, E-mail: taneenuch@rmu.ac.th

² คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

Faculty of Science and Agricultural Technology, Rajamangala University of Technology Lanna

³ ศูนย์วิศวกรรมสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

Center of Creative Engineering for Sustainable Development, Rajamangala University of Technology Lanna.



ทางสถิติที่ระดับ .05 3) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ด้านการจัดการ การเงิน การตลาด และการปฏิบัติการและเทคโนโลยี มีอิทธิพลทางบวกต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ทั้ง 4 ตัวแปรร่วมกันทำนายความเติบโตของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 68.50 ผลจากการศึกษาครั้งนี้ นำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs ให้มีความสามารถในการแข่งขันและความเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: SMEs ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ความเติบโตของธุรกิจ และการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

Abstract

The aim of this research is to: 1) investigate the factors affecting the operations and growth of SMEs in Chiang Rai province; 2) compare the factors affecting the operations and growth of SMEs in Chiang Rai province, categorized by business data; and 3) study the influence of operational factors on the growth of SMEs in Chiang Rai province. The research employs a questionnaire as a tool for data collection from 400 SMEs business owners in Chiang Rai province, selected through stratified random sampling. Statistical techniques employed for data analysis encompass mean, standard deviation, multiple correlation analysis, multiple regression analysis, analysis of variance, and the Fisher's Least-Significant Difference (LSD) test for conducting pairwise comparisons.

The findings of the study are as follows: 1) overall, the operational factors significantly influence the growth of SMEs in Chiang Rai province; 2) the type of business, business age, and investment amount vary significantly, resulting in differing impacts of operational factors on SMEs growth in Chiang Rai province, with statistical significance at the 0.05 level; 3) operational factors, including management, finance, marketing, and operations/technology, positively affect SMEs growth in Chiang Rai province, with statistical significance at the 0.05 level. Furthermore, the combined predictive power of these four operational factors in explaining SME growth is 68.50%. The results of this study will serve as guidelines for promoting and developing the potential of SMEs to enhance their competitiveness and sustainable growth in the future.

Keyword: SMEs, Business Operational Factors, Business Growth and Sustainable Economic Development

บทนำ

SMEs ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีลักษณะการบริหารอย่างอิสระและมีการจัดหาเงินทุนทั้งแหล่งทุนภายในและภายนอก แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ การผลิต การค้า และการบริการ ทั้งนี้ SMEs ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีบางประการ เช่น ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล หรือยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยธุรกิจ SMEs มีส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย โดยในปี 2564 มูลค่า GDP ธุรกิจ SMEs เท่ากับ 5.6 ล้านล้านบาท หรือ ร้อยละ 34.6 ของมูลค่า GDP ของไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) ทั้งนี้ โควิด-19 มีผลกระทบต่อ SMEs อย่างมาก โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว บริการ และตลาดในประเทศ รายได้ลดลง และมีปัญหาการขาดสภาพคล่อง ใน การนี้ SMEs ยังต้องปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์และเข้าถึงแหล่งเงินทุน แต่ก็มีบางธุรกิจที่ขาขึ้นได้ เช่น ธุรกิจออนไลน์ หรือธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการใหม่ของผู้บริโภค ซึ่งเจ้าของธุรกิจ SMEs ต้องเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติที่จำเป็น ได้แก่ เข้าใจตนเอง เริ่มจากรักในสิ่งที่ทำ ความรู้ ต้องมี ความคิดสร้างสรรค์ พร้อมกับไอเดียใหม่ ๆ ต้องกล้า และมีความเป็นผู้นำ อดทน และพยายาม เงินทุน และความประหยัด เข้าใจคน เข้าใจตลาด เข้าใจเทคโนโลยี

การวิเคราะห์ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจและมีแผนการที่เหมาะสมในการขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ โดยปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจ SMEs ซึ่งถูกแบ่งออกเป็น 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ 1) ด้านการจัดการ 2) ด้านการตลาด 3) ด้านการปฏิบัติการและเทคโนโลยี และ 4) ด้านการเงิน (จุฑาภรณ์ เสาร์พูล และ สรัญญ์ อุเสินยาง, 2565; นันทนา แจ้งสว่าง และ ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์, 2565; นุชนาถ ทับครุฑ และคณะ, 2563; ปิยะวัน เพชรหมี่ และคณะ, 2562; อิริยา ผ่องพิทยา และคณะ, 2566) การศึกษาด้านนี้มีความสำคัญและมีผลมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์รายละเอียดแต่ละปัจจัยพบว่า ด้านการจัดการ เช่น (ธนอมศิลป์ จันคนากิติกุล และคณะ, 2561; ชาญศักดิ์ เกิดสุข, 2565; ธนะพัฒน์ วิริต, 2565; สุธีรา อะทะวงษา และคณะ, 2564) พบว่า การบริหารธุรกิจโดยอาศัยการวางแผน การจัดโครงสร้างองค์กร การควบคุมการดำเนินงาน และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม ภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จในสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ด้านการตลาด เป็นกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ งานวิจัยของ (ธนเดช กังสวัสดิ์, 2563; รณิดา นกไทยเจริญ และคณะ, 2566) พบว่า กระบวนการด้านการตลาดมีความสำคัญมากในการส่งเสริมความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ ยังพบว่า ด้านการปฏิบัติการและเทคโนโลยี เช่น (ชมพูนุท ด้วงจันทร์ และคณะ, 2564) มีความสำคัญมากในการพัฒนากระบวนการทำงานและการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพในด้านการบริหารการผลิต และปัจจัยด้านการเงิน (พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น, 2563; รุจิกาญจน์ สานนท์ และ จุฑา เทียนไทย, 2565; ธนัญญา ไชยนันท์ และคณะ, 2566) ทำการวิจัยแล้วพบว่าการสร้างระบบการเงินที่มีความเข้มแข็งมีบทบาทสำคัญในการสร้างกระบวนการทางการเงินที่สนับสนุนความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



โดยมีพื้นที่จังหวัดเชียงรายเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากแห่งหนึ่งในภาคเหนือของประเทศไทย ในปี 2565 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงรายมีทั้งสิ้น 65,127 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) บทบาทของธุรกิจระดับท้องถิ่นมีความสำคัญอันมากในการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประชากรในพื้นที่ การสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจระดับท้องถิ่นนี้ยังเป็นแนวทางในการสร้างพื้นที่เศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและยั่งยืน ช่วยเสริมสร้างการพัฒนาท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม มีปัญหาและอุปสรรคหลายประการที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ แต่เป็นที่น่าสนใจว่าปัญหาดังกล่าวส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับด้านการบริหารและปัจจัยอื่น ๆ อาทิ ขาดแคลนทุน และกระแสเงินสดที่หมุนเวียน ความขาดแคลนความรู้ในด้านบัญชีและกฎหมาย ขาดพนักงานที่มีความสามารถพอเพียง และขาดเครือข่ายสังคมธุรกิจที่กว้างพอ ความเข้าใจเหล่านี้เป็นเหตุผลหลักในการดำเนินการวิจัยที่มุ่งหวังเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดเชียงราย เพื่อให้เกิดความเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับปัจจัยเหล่านี้ที่มีบทบาทสำคัญในการเติบโตของธุรกิจ การวิจัยนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจและความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย และทำการเปรียบเทียบปัจจัยดังกล่าวในระดับท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายในการสรุปอิทธิพลของปัจจัยเหล่านี้ต่อการเติบโตของธุรกิจ SMEs ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในสภาวะการแข่งขันที่ก้าวหน้าและเทคโนโลยีที่เติบโตอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน แล้วนำผลการวิจัยมาช่วยเสริมและสนับสนุนให้กับผู้ประกอบการเพื่อเติบโตและพัฒนาองค์กรให้เป็นที่ยั่งยืนในเศรษฐกิจอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

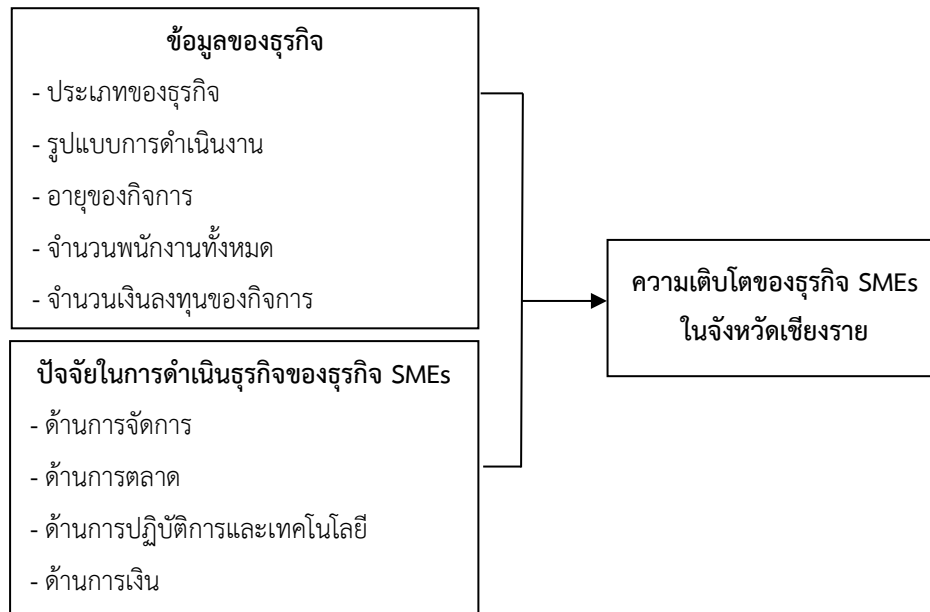
1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจและความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อเปรียบเทียบความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามข้อมูลของธุรกิจ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย

สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลธุรกิจ SMEs ที่แตกต่างกัน มีความเติบโตของธุรกิจแตกต่างกัน
2. ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจ หมายความว่า กิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก หรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ซึ่งในการกำหนดขนาดของธุรกิจมีหลักเกณฑ์ที่นำมาใช้แตกต่างกันไป อาจพิจารณาจากจำนวนการจ้างงาน ขนาดเงินลงทุน ประเภทธุรกิจ มูลค่าสินทรัพย์ถาวร ยอดขาย และจำนวนลูกค้า เป็นต้น ทั้งนี้ ตามกฎกระทรวง กำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 ได้กำหนดนิยามของ SMEs โดยใช้เกณฑ์รายได้ต่อปีและการจ้างงานเป็นตัวกำหนด ทั้งนี้ หากจ้างงานและรายได้ เข้าลักษณะของวิสาหกิจต่างกันให้ถือรายได้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ประกอบด้วย วิสาหกิจรายย่อย (Micro) วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) และวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium) การแบ่งขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถกำหนดจากเกณฑ์รายได้ต่อปีและการจ้างงานสำหรับกิจการแต่ละประเภทดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

ประเภท กิจการ	วิสาหกิจขนาดย่อม				วิสาหกิจขนาดกลาง	
	วิสาหกิจรายย่อย	วิสาหกิจขนาดย่อม	วิสาหกิจขนาดย่อม	วิสาหกิจขนาดย่อม	การจ้างงาน	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)
	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	งาน (คน)	
การผลิต	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 100	เกิน 50-200	เกิน 100-500
บริการ/ค้าส่ง/ หรือค้าปลีก	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 50	เกิน 30-100	เกิน 50-300



แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

การบริหารจัดการในธุรกิจ ผู้ที่จะประกอบธุรกิจจะต้องมีความรู้ความสามารถในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านบัญชี ด้านการเงิน-การธนาคาร ด้านการบริหารบุคคล และด้านการบริหารสำนักงาน เลขานุการ (สมคิด บางโม, 2559) ดังนั้น ผู้ประกอบกิจการหรือเจ้าของธุรกิจ ควรศึกษาถึงปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่ความสำเร็จในอนาคต สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ (จุฑาภรณ์ เสาร์พูล และ สรัญญ์ อุเสินยาง, 2565)

1. ปัจจัยด้านการจัดการ การจัดการ (Management) คือ การทำให้กลุ่มบุคคลในองค์กร เข้ามาทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กร ประกอบด้วย การวางแผน การจัดการ องค์กร การสรรหาบุคลากร การนำหรือการสั่งการ และการควบคุมองค์กร

2. ปัจจัยด้านการตลาด การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการที่ทำให้ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความแตกต่างทางการตลาด โดยพิจารณาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ และบริการ ราคาสินค้าและบริการ การกระจายสินค้า/สถานที่ให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การออกแบบ บรรจุภัณฑ์และบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และกระบวนการบริการ

3. ปัจจัยด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี การดำเนินการและเทคโนโลยี (Operation and Technology) การนำเทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน เทคโนโลยีได้กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญเชิงกลยุทธ์ ซึ่งช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แก่ธุรกิจ ก่อให้เกิดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่และกระบวนการผลิตใหม่ รวมถึงคุณลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตของผู้ผลิตสินค้าและบริการ

4. ปัจจัยด้านการเงิน การเงิน (Financing) เงินหรือทุนที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจทั้งจากเงินทุน ภายในและภายนอก เงินทุนถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุด ที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจและปัจจัยต่าง ๆ ให้ดำเนินการไปได้ โดยมีหน้าที่หลักด้านการเงิน 3 ประการ ประการแรก การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน ประการที่สอง การจัดหาเงินทุนมา ประการที่สาม การจัดสรรเงินลงทุนไปในธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการเงินเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการค้า

แนวคิดเกี่ยวกับความเติบโตของธุรกิจ

การแข่งขันในยุคสมัยปัจจุบัน หากธุรกิจต้องการอยู่รอดและเจริญเติบโต การวัดผลการปฏิบัติงานเพียงด้านการเงินอย่างเดียวจะไม่เพียงพอ เพราะตัวชี้วัดด้านการเงินมีข้อจำกัด (ตฤณ แพชเชียว และ กิตติยา ทศนะบรรจง, 2565) โดยที่ความสำเร็จของบริษัทไม่ได้วัดด้วยเงิน ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่า สำหรับองค์กรธุรกิจนั้น ตัวเลขทางการเงิน ทั้งกำไร รายได้ หรือต้นทุน ล้วนแต่เป็นเป้าหมายสูงสุด ซีอีโอที่ประสบความสำเร็จจะมองนิยามความสำเร็จและนิยามธุรกิจ ในมุมที่แตกต่างจากแนวคิดการแสวงหากำไรของธุรกิจแบบดั้งเดิม โดยที่มุมมองใหม่ทางด้านกลยุทธ์ที่เกิดขึ้นนั้น มักจะเกิดขึ้นจากการที่ซีอีโอสามารถมองเห็นจุดตัดร่วมกันของ 4 ปัจจัยที่สำคัญ นั่นคือ 1) สิ่งที่ตลาดหรือลูกค้า

ต้องการ 2) สิ่งที่ต้องการมีความสามารถ 3) สิ่งที่มีผู้นำมีความปรารถนา และ 4) สิ่งที่จะสร้างรายได้ (พสุ เดชะรินทร์, 2566)

การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) เป็นแนวคิดที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดผลการดำเนินงานที่ครอบคลุมในด้านการที่สัมพันธ์กัน ดังนั้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ธุรกิจอยู่รอดและสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืน จึงจำเป็นต้องมีตัวชี้วัดที่มากกว่าปัจจัยด้านการเงินเพียงอย่างเดียว (Kaplan & Norton, 2007) โดย Kaplan and Norton นำเสนอกรอบแนวคิด Balanced Scorecard เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กร โดยพิจารณาผลตอบแทนทางการเงินขององค์กรและพิจารณาผลตอบแทนที่ไม่ใช่ทางการเงิน ด้วย ประกอบด้วย มุมมอง 4 มิติ คือ มิติด้านการเงิน (Financial perspective) เช่น ผลตอบแทนการลงทุน ทรัพย์สิน มิติด้านลูกค้า (Customer perspective) เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้า มิติด้านกระบวนการภายใน (Internal process perspective) เช่น อัตราของเสียลดลง และมิติด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and growth perspective) เช่น แรงจูงใจของพนักงาน จำนวนชั่วโมงอบรมของพนักงาน เป็นต้น

Balanced Scorecard ได้ถูกพัฒนาขึ้นเมื่อปี 1990 โดย Drs. Robert Kaplan จาก Harvard Business School และ David Norton จาก Balanced Scorecard Collaborative โดยตั้งชื่อระบบนี้ว่า “Balanced Score-card” เพื่อให้ผู้บริหารขององค์กรจะได้รับรู้ถึงจุดอ่อน และความไม่ชัดเจนของการบริหารงานที่ผ่านมา balanced scorecard จะช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการองค์กรได้ชัดเจน โดยดูจากผลของการวัดค่าได้จากทุกมุมมอง เพื่อให้เกิดดุลยภาพในทุก ๆ ด้าน มากกว่าที่จะใช้มุมมองด้านการเงินเพียงด้านเดียว อย่างที่องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่คำนึงถึง เช่น รายได้ กำไร ผลตอบแทนจากเงินปันผล และราคาหุ้นในตลาด เป็นต้น การนำ balanced scorecard มาใช้ จะทำให้ผู้บริหารมองเห็นภาพขององค์กรชัดเจนยิ่งขึ้น โดยพิจารณาจากผลที่เกิดขึ้นของกระบวนการทำงานภายในองค์กร และผลกระทบจากลูกค้าภายนอกองค์กร มุมมองทั้ง 4 ประกอบด้วย มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Perspective) (บุรินทร์ ศิริเนตร์ และ กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ, 2564)

ระเบียบวิธีในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ในปี 2565 จำนวนทั้งสิ้น 65,127 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) โดยกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ในปี 2565 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเหมาะสม โดยคำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95%



และกำหนดความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 398 ราย ในการวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลมา 400 ชุด และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) จำแนกตามประเภทของธุรกิจ และเลือกสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลของธุรกิจ ประกอบด้วย ประเภทของธุรกิจ รูปแบบการดำเนินงาน อายุของกิจการ จำนวนพนักงานทั้งหมด และจำนวนเงินลงทุนของกิจการ และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการและเทคโนโลยี และด้านการเงิน

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ใน 4 มุมมอง ประกอบด้วย มุมมองด้านรายได้ มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือโดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs จำนวน 10 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) 2) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ SMEs จำนวน 24 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการจัดการ จำนวน 6 ข้อ ด้านการตลาด จำนวน 6 ข้อ ด้านการปฏิบัติการและเทคโนโลยี จำนวน 6 ข้อ และด้านการเงิน จำนวน 6 ข้อ และ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับความเติบโตของธุรกิจ SMEs จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย มุมมองด้านรายได้ จำนวน 2 ข้อ มุมมองด้านลูกค้า จำนวน 5 ข้อ มุมมองด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร จำนวน 4 ข้อ สำหรับส่วนที่ 2-3 ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีคิดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยกำหนดระดับคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยทุกข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60 -1.00 ซึ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาค่า IOC จะต้องมีความมากกว่า 0.50 ($IOC > 0.50$) ขึ้นไป (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2545) แล้วนำมาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ จากนั้นทำการทดสอบความเชื่อมั่นต่อไป โดยทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 ราย และทำการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient; α) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.955 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ มากกว่าเกณฑ์ 0.7 (Cronbach, 1970, p. 161) ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นและนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไปได้



สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) ทำการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Fisher's Least -Significant Different)

ผลการวิจัย

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	187	46.80
หญิง	213	53.20
2. อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	71	17.80
30 - 40 ปี	159	39.70
41 - 50 ปี	118	29.50
มากกว่า 50 ปี	52	13.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	164	41.00
ปริญญาตรี	177	44.30
ปริญญาโท	51	12.70
ปริญญาเอก	8	2.00
4. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
เจ้าของธุรกิจ	298	74.50
ผู้จัดการ	65	16.30
อื่น ๆ	37	9.20



ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs
ในจังหวัดเชียงราย (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	5	1.30
10,000 - 20,000 บาท	23	5.80
20,001 - 30,000 บาท	127	31.70
30,001 - 40,000 บาท	141	35.20
40,001 - 50,000 บาท	78	19.50
มากกว่า 50,000 บาท	26	6.50
ข้อมูลของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทธุรกิจของท่าน		
กิจการผลิตสินค้า/อุตสาหกรรม	116	29.00
กิจการค้าปลีก	167	41.80
กิจการค้าส่ง	62	15.50
กิจการบริการ	55	13.70
2. รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ		
กิจการเจ้าของคนเดียว	233	58.30
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	91	22.80
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	57	14.20
บริษัทจำกัด	19	4.70
3. อายุของกิจการ		
1 - 5 ปี	114	28.50
6 - 10 ปี	140	35.00
11 - 15 ปี	94	23.50
16 ปี ขึ้นไป	52	13.00
4. จำนวนพนักงานทั้งหมด		
1 - 15 คน	215	53.80
16 - 25 คน	99	24.80
26 - 50 คน	55	13.70
51 - 200 คน	18	4.50
มากกว่า 200 คน	13	3.20

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs

ในจังหวัดเชียงราย (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
ข้อมูลของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
5. จำนวนเงินลงทุนของกิจการ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500,000 บาท	140	35.00
500,001 - 1,000,000 บาท	132	33.00
1,000,001 - 1,500,000 บาท	80	20.00
มากกว่า 1,500,000 บาท	48	12.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 อายุ 30 - 40 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.70 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 ตำแหน่งงานในปัจจุบันเป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.20 ส่วนผลการวิเคราะห์ข้อมูลของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทกิจการค้าปลีก จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 มีการดำเนินงานของธุรกิจรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 อายุของกิจการระหว่าง 6 - 10 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 1 - 15 คน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 และมีจำนวนเงินลงทุนของกิจการน้อยกว่าหรือเท่ากับ 500,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00

2) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจและความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย โดยสรุปว่า

2.1) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs ดังแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs

ในจังหวัดเชียงราย

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. ด้านการจัดการ	4.15	0.597	มาก
2. ด้านการตลาด	4.10	0.609	มาก
3. ด้านการปฏิบัติการและเทคโนโลยี	4.11	0.585	มาก
4. ด้านการเงิน	4.06	0.633	มาก
รวม	4.11	0.515	มาก



จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ด้านจัดการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$) รองลงมา ด้านการปฏิบัติการและเทคโนโลยี มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$) ด้านการตลาด มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) และด้านการเงิน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$) ตามลำดับ

2.2) ผลการวิเคราะห์ความเติบโตของธุรกิจ SMEs ดังแสดงตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย

ความเติบโตของธุรกิจ SMEs	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. มุมมองด้านรายได้	4.11	0.745	มาก
2. มุมมองด้านลูกค้า	4.11	0.605	มาก
3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน	4.07	0.700	มาก
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร	4.11	0.651	มาก
รวม	4.10	0.534	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความเติบโตของธุรกิจ SMEs โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า มุมมองด้านรายได้ มุมมองด้านลูกค้า และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เท่ากัน ($\bar{X}=4.11$) และมุมมองด้านกระบวนการภายใน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07$) ตามลำดับ

3) ผลการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจและความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามข้อมูลของธุรกิจ ประกอบด้วย ประเภทของธุรกิจ รูปแบบการดำเนินงาน อายุของกิจการ จำนวนพนักงานทั้งหมด และจำนวนเงินลงทุนของกิจการ พบว่า ประเภทของธุรกิจ อายุของกิจการ และจำนวนเงินลงทุนของกิจการ ที่แตกต่างกัน มีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน

สำหรับผลการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย โดยภาพรวม จำแนกตามข้อมูลของธุรกิจ แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเติบโตของธุรกิจ SMEs
ในจังหวัดเชียงราย โดยรวม จำแนกตามข้อมูลของธุรกิจ

ข้อมูลของธุรกิจ	F	Sig
1 ประเภทของธุรกิจ	4.85	0.00*
2 รูปแบบการดำเนินงาน	0.43	0.73
3 อายุของกิจการ	2.95	0.03*
4 จำนวนพนักงานทั้งหมด	1.25	0.28
5 จำนวนเงินลงทุนของกิจการ	5.11	0.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ประเภทของธุรกิจ อายุของกิจการ และจำนวนเงินลงทุนของกิจการ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs โดยภาพรวม แตกต่างกัน โดยเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า ธุรกิจประเภทกิจการบริการ มีความเติบโตของธุรกิจ SMEs ($\bar{X}=4.24$) มากกว่าธุรกิจประเภทผลิตสินค้า/อุตสาหกรรม ($\bar{X}=3.95$) ธุรกิจประเภทกิจการค้าปลีก ($\bar{X}=4.13$) และธุรกิจประเภทกิจการค้าส่ง ($\bar{X}=4.17$) เช่นเดียวกับผลการเปรียบเทียบอายุของกิจการกับความเติบโตของธุรกิจ SMEs เป็นรายคู่พบว่า ธุรกิจที่มีอายุของกิจการ 11 - 15 ปี มีความเติบโตของธุรกิจ SMEs ($\bar{X}=4.21$) มากกว่าธุรกิจที่มีอายุของกิจการ 1 - 5 ปี ($\bar{X}=4.00$) สำหรับผลการเปรียบเทียบจำนวนเงินลงทุนของกิจการกับความเติบโตของธุรกิจ SMEs พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มที่มีจำนวนเงินลงทุนมากกว่า 1,500,000 บาท มีความเติบโตของธุรกิจ SMEs ($\bar{X}=4.28$) มากกว่ากลุ่มที่มีจำนวนเงินลงทุนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 500,000 บาท ($\bar{X}=3.98$) กลุ่มที่มีจำนวนเงินลงทุน 500,001 - 1,000,000 บาท ($\bar{X}=4.12$) และกลุ่มที่มีจำนวนเงินลงทุน 1,000,001 - 1,500,000 บาท ($\bar{X}=4.19$)

ในส่วนของรูปแบบการดำเนินงานและจำนวนพนักงานที่ต่างกัน พบว่า ไม่ส่งผลให้มีความแตกต่างกันในด้านความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในภาพรวม

4) ผลการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการดำเนินธุรกิจกับความเติบโตของธุรกิจ SMEs แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการดำเนินธุรกิจกับความเติบโตของธุรกิจ SMEs

ตัวแปร	MG	MK	OT	FN	GRW	VIF
การจัดการ (MG)	-					2.144
การตลาด (MK)	.655**	-				2.422

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการดำเนินธุรกิจกับความเติบโตของธุรกิจ SMEs (ต่อ)

ตัวแปร	MG	MK	OT	FN	GRW	VIF
การปฏิบัติการและเทคโนโลยี (OT)	.657**	.692**	-			2.291
การเงิน (FN)	.581**	.619**	.574**	-		1.828
ความเติบโตของธุรกิจ (GROW)	.727**	.712**	.695**	.682**	-	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการดำเนินธุรกิจกับความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ การจัดการ การตลาด การปฏิบัติการและเทคโนโลยี และการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ (r) ระหว่าง 0.574-0.727 จึงกล่าวได้ว่า ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย

ขณะเดียวกัน งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) พบว่า ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การจัดการ การตลาด การปฏิบัติการและเทคโนโลยี และการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ (r) อยู่ระหว่าง 0.574 - 0.692 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไม่เกิน 0.80 จึงไม่เกิดปัญหาตัวแปรอิสระด้วยกันมีความสัมพันธ์กันสูง นอกจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการหาค่า VIF เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระด้วยกันอีกวิธีหนึ่ง ปรากฏว่าค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.828-2.422 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10 เป็นไปตามเงื่อนไขของ Hair et al. (2006) แสดงว่าความสัมพันธ์ความของตัวแปรอิสระยังไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง จึงเป็นไปตามเงื่อนไขเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย แสดงดังในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	ความเติบโตของธุรกิจ (GROW)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย (β)	มาตรฐาน (SE)		
ค่าคงที่ (a)	.572	.121	4.726	.000*
การจัดการ (MG)	.274	.037	7.458	.000*
การตลาด (MK)	.190	.038	4.952	.000*

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย (ต่อ)

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	ความเติบโตของธุรกิจ (GROW)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย (β)	มาตรฐาน (SE)		
การปฏิบัติการและเทคโนโลยี (OT)	.179	.039	4.609	.000*
การเงิน (FN)	.216	.032	6.763	.000*
F=218.073 p=0.00 AdjR ² =0.685				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ การเงิน การตลาด และการปฏิบัติการและเทคโนโลยี เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย มีอิทธิพลทางบวกต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) เท่ากับ .274, .216, .190, และ .179 โดยตัวแปรปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ทั้ง 4 ตัวแปรร่วมกันทำนายความเติบโตของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 68.50 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 3 จากผลการทดสอบการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ได้ดังนี้

$$GROW = 0.572 + 0.274(MG) + 0.190(MK) + 0.179(OT) + 0.216(FN)$$

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1) ผลการศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs พบว่า ส่วนใหญ่มีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านจัดการ รองลงมา ด้านการปฏิบัติการและเทคโนโลยี ด้านการตลาด และด้านการเงิน ตามลำดับ ทั้งนี้ในการดำเนินธุรกิจ SMEs เพื่อให้เกิดความสำเร็จและเติบโตในระยะยาว จำเป็นต้องมีการบริหารด้านการจัดการในกำหนดทิศทางเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ นโยบาย และกลยุทธ์อย่างชัดเจน มีการวางแผนการดำเนินงาน มีการกำหนดโครงสร้างการบริหารงานและมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบ จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ตลอดจนกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ขณะเดียวกันมีการบริหารด้านการปฏิบัติการและเทคโนโลยีที่มีกระบวนการผลิตเป็นไปตามมาตรฐาน สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รวมถึงการบริหารด้านการตลาดที่จะต้องพิจารณาถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อสามารถ



ตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ต้องมีการบริหารด้านการเงินในการจัดหาเงินทุนหมุนเวียนเพื่อสร้างสภาพคล่องให้กับธุรกิจอันจะนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพิ่มโอกาสความเติบโตให้กับธุรกิจมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะวัน เพชรหมี่ และคณะ (2562) ที่พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจผ้าทอพื้นเมืองของวิสาหกิจขนาดเล็กและขนาดกลางในภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม สำหรับผลการศึกษาความเติบโตของธุรกิจ SMEs พบว่า ส่วนใหญ่มีความเติบโตในมุมมองด้านรายได้ มุมมองด้านลูกค้า และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร เท่ากัน รองลงมา มุมมองด้านกระบวนการภายใน ขณะเดียวกันแต่ละองค์กรควรมีเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ดังที่ Kaplan and Norton (2007) นำเสนอกรอบแนวคิด Balanced Scorecard ประกอบด้วยมุมมอง 4 มิติ คือ มิติด้านการเงิน มิติด้านลูกค้า มิติด้านกระบวนการภายใน และมิติด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือในการวัดผลความสำเร็จขององค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างความความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจในระยะยาว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทนา แจ้งสว่าง และ ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์ (2565) ที่พบว่า ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจออนไลน์ ในวิถีความปกติใหม่ มุมมองทั้ง 4 ด้าน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 อยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นมุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมมองด้านลูกค้า และมุมมองด้านการเงิน ตามลำดับ เช่นเดียวกัน อิริยา ผ่องพิทยา และคณะ (2566) ได้พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจค้าส่ง ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านลูกค้า อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเงิน ตามลำดับ

2) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามข้อมูลของธุรกิจ พบว่า ประเภทของธุรกิจ อายุของกิจการ และจำนวนเงินลงทุนของกิจการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน สำหรับผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามข้อมูลของธุรกิจ พบว่า ประเภทของธุรกิจ อายุของกิจการ และจำนวนเงินลงทุนของกิจการ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs โดยภาพรวม แตกต่างกัน ในส่วนของรูปแบบการดำเนินงานและจำนวนพนักงานที่แตกต่างกัน พบว่า ไม่ส่งผลให้มีความแตกต่างกันในด้านความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในภาพรวม

3) ผลการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ การเงิน การตลาด และการปฏิบัติการและเทคโนโลยี เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย มีอิทธิพลทางบวกต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ทั้ง 4 ตัวแปรร่วมกันทำนายความเติบโตของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 68.50 ทั้งนี้เนื่องจาก

การดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการควรวางแผนและพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าอยู่เสมอภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ ขณะเดียวกันควรจัดการด้านการเงินอย่างเหมาะสมเพื่อสร้างสภาพคล่องที่ดีสำหรับธุรกิจ นอกจากนี้ควรมีข้อมูลปริมาณความต้องการของตลาดในปัจจุบัน เพื่อเสริมความสามารถในการผลิตและเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อนำสินค้าออกสู่ตลาด ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นในอนาคตอันจะส่งผลให้ธุรกิจ SMEs มีโอกาสเติบโตมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จุฬารัตน์ เสาร์พูล และ สรัญณี อุเสินยาง (2565) ที่พบว่า ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดการ ควรมีการวางแผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามขั้นตอน จะช่วยแก้ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ SMEs ได้อย่างทันท่วงที ปัจจัยด้านการตลาด ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและน่าสนใจให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงหาตลาดส่งเสริมผลักดันให้ธุรกิจ SMEs สามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี ควรมีการจัดอบรมความรู้ความสามารถในการบริหารงานของพนักงาน นำระบบสารสนเทศมาใช้เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้มีคุณภาพทันต่อความต้องการของลูกค้า และปัจจัยด้านการเงิน ควรหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียนให้เหมาะสม และจัดการวางแผนโครงสร้างทางการเงินที่เหมาะสม เช่นเดียวกับ ฌอนมิลล์ จันฉนวนกิติกุล และคณะ (2561) ได้พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการ ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการเงิน การตลาด และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็นการบริหาร การสื่อสารระหว่างกัน และการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย และยังสอดคล้องกับ ชาญศักดิ์ เกิดสุข (2565) ที่พบว่า การจัดการธุรกิจและกลยุทธ์การจัดการธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (SMEs) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงศ์สุภา เณิมกลิ่น (2563) ที่พบว่า การจัดการเครือข่ายทางธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางธุรกิจ ประกอบด้วย ความเข้มแข็งทางการเงิน โครงสร้างองค์กร การจัดการประสบการณ์ ความสามารถด้านเทคนิค และวัฒนธรรมองค์กร ที่ส่งผลดีอย่างมากต่อความสำเร็จในการเชื่อมโยงด้านผลประกอบการในการดำเนินกิจการ เช่นเดียวกับ รุจิกาญจน์ สานนท์ และ จุฑา เทียนไทย (2565) ได้พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการธุรกิจ ในด้านการเงิน กระบวนการภายใน การเรียนรู้และพัฒนา และด้านการจัดการผู้เช่า ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ธนเดช กังสวีสดี (2563) ได้พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการจัดการการตลาด รองลงมาคือ ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ด้านการจัดการโลจิสติกส์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความเสี่ยงของโรงงาน ด้านต้นทุนการผลิต ด้านเครื่องมือ เครื่องจักร และด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตามลำดับ ดังที่ รณิดา นกไทยเจริญ และคณะ (2566) ได้พบว่า ปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อความสามารถในการดำเนินงานเพื่อการเติบโตของธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ในประเทศไทย ได้แก่ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการบริหารตลาด ด้านการบริหารงานบริการ และด้านการจัดการเพื่อสร้างความภักดีของลูกค้า และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชมพูนุท ดั่งจันทร์ และคณะ (2564) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารการผลิต ปัจจัยด้านผู้นำ และปัจจัยด้านการบริหารจัดการแรงงาน จึงกล่าวได้ว่า ธุรกิจใดที่มีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจนั้นประสบผลสำเร็จ มีโอกาสเติบโตและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

กล่าวโดยสรุป ในการดำเนินธุรกิจนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเข้าใจในความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดการ มีการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสม การบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สร้างทีมงานที่มีความสามารถและเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาธุรกิจ ตลอดจนการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและเชื่อมั่นจากลูกค้า รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและการแข่งขันของธุรกิจได้ เช่น การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต การตลาดออนไลน์ หรือการบริหารทรัพยากร ดังนั้น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับธุรกิจ SMEs เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืน ที่มีการให้ความสำคัญกับการจัดการ การเงิน การตลาด การปฏิบัติการและเทคโนโลยี ล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างฐานรากที่แข็งแกร่งและเพิ่มโอกาสความเติบโตสำหรับธุรกิจ SMEs ในระยะยาวต่อไป



ภาพที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาการวิจัยอิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย การวิจัยครั้งนี้เป็นการมุ่งเน้นเฉพาะการทำวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ที่มีความสนใจในการศึกษาเพิ่มเติมอาจทำการนำไปต่อยอดโดยการทำวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น โดยใช้แนวทางการสอบถามแบบสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อการเติบโตของ SMEs ในจังหวัดเชียงราย กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่มีความสนใจในด้านการวิจัยดังกล่าวสามารถนำข้อมูลผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อความเติบโตของธุรกิจ SMEs ในพื้นที่เป้าหมายไปปรับใช้ในการวางแผนการ



ปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจของตนเพื่อสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาต่อยอดในธุรกิจของตน ตลอดจนสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพของธุรกิจ SMEs ให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และก่อให้เกิดความเข้มแข็งและธุรกิจมีการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จุฬารัตน์ เสาร์พูล และ สรัญญ์ อุเสินยาง. (2565). ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ประสบความสำเร็จ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา*, 4(2), 93-112.
- ชมพูนุท ดั่งจันทร์, พรนภา กำเพชร, วรรณภรณ์ เนียมนวน, นิธินาฏ ชุมแดง, ปรียามล ยงยุทธ์, ... และ นภาพร พงศ์ทองเมือง. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย โดยวิธีวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 13(2), 27-44.
- ชาญศักดิ์ เกิดสุข. (2565). กลยุทธ์การจัดการธุรกิจสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร. *Journal of Modern Learning Development*, 7(7), 169-187.
- ตฤณ แพะเขียว และ กิตติยา ทศนะบรรจง. (2565). ผลกระทบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการลักษณะองค์กรตามองค์ประกอบขององค์กรสมรรถนะสูงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาคธุรกิจการเกษตรในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 8(2), 116-125.
- ถนอมศิลป์ จันคนากิตกุล, นิศารัตน์ โชติเชย และ กิตติชัย เจริญชัย. (2561). ปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม: กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 7(2), 42-57.
- ธนเดช กังสวัสดิ์. (2563). ตัวแบบกลยุทธ์ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 9(2), 166-178.
- ธนะวัฒน์ วิริต. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารนวัตกรรม การศึกษาและการวิจัย*, 6(2), 458-473.
- ธัญญา ไชยนันท์, บุรพร กำบุญ, สุชาติ ปรักทยานนท์ และ ฐนันวริน โฆษิตคณิน. (2566). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตข้าวไรซ์เบอร์รี่ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 12(1), 99-115.



- นันทนา แจ้งสว่าง และ ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์. (2565). ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการธุรกิจออนไลน์
ในวิถีความปกติใหม่. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 5(5), 279-288.
- นุชนาท ทับครุฑ, ศุภพิชญ์ บุญเกื้อ และ อรอนงค์ อ่ำภา. (2563). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของ
วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังโดยใช้แนวคิดในการบริหารจัดการ Balanced Scorecard.
วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 12(1), 1-12.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : สิริวิสาสน์.
- บุรินทร์ ศิริเนตร์ และ กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ. (2564). การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรมใน
จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารสหวิทยาการจัดการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏบุรีรัมย์*, 5(1), 69-75.
- ปิยะวัน เพชรหมี่, สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2562). ปัจจัยความสำเร็จของ
ธุรกิจผ้าทอพื้นเมืองของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางในภาคเหนือของประเทศไทย.
วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 14(3), 146-164.
- พงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น. (2563). การจัดการเครือข่ายทางธุรกิจในแง่มุมมองของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ
ในการดำเนินงานทางธุรกิจ. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 5(2), 142-151.
- พสุ เดชะรินทร์. (2566). *ความสำเร็จของบริษัทไม่ได้วัดด้วยเงิน*. สืบค้นจาก
<https://www.bangkokbiznews.com/columnist/1014905>
- รณิดา นกไทยเจริญ, สุชาติ ปรีกทยานนท์, บุรพร กำบุญ และ ศิรชญาณ์ การะเวก. (2566). รูปแบบ
การบริหารจัดการเพื่อการเติบโตของธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในประเทศไทย.
วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ, 6(1), 246-257.
- รุจิกาญจน์ สานนท์ และ จุฑา เทียนไทย. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ
ครอบครัว: กรณีศึกษา ธุรกิจจิวเวลรี่ขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตลาดพร้าว
กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 9(2), 227-239.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2545). *ทฤษฎีการประเมิน* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- สมคิด บางโม. (2559). *การเป็นผู้ประกอบการ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: พัฒนวิทย์.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *โครงสร้างธุรกิจ SME*. สืบค้นจาก
<https://www.smebigdata.com/home>
_____. (2566). *นิยาม SME*. สืบค้นจาก
<https://www.sme.go.th/th/cms-detail.php?modulekey=332&id=1334>
_____. (2566). *รายงานสถานการณ์ SME*. สืบค้นจาก
<https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=215>
- สุธีรา อะทะวงษา, นงนุช กันทะชัย, สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล, ศิริสิทธิ์ ศิริวัฒนากุล และจิรพัฒน์ อุปลัมภ.
(2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์
ในจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 16(1), 149-173.



อิริยา ผ่องพิทยา, ภัทวล์ชญ์ ภาณิตพิเชฐวงศ์, ณัฏชา ธาตรินรานนท์, กฤษฎาภรณ์ รุจิธำรงกุล, และ
ลาวัลย์ ต้นสกุลรุ่งเรือง. (2566). ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจในยุคดิจิทัลส่งผลต่อการ
ดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี. *วารสารนวัตกรรม
การจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(2), 353-364.

Cronbach, Lee J. (1970). *Essentials of Psychological Testing* (3rd ed.) New York: Harper.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006).

Multivariate data analysis (6th ed.). Pearson Prentice Hall: New Jersey.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2007). Balanced scorecard. In *Das Summa Summarum
des Management*. Springer, 137-148.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.