

รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย

สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล¹ สุมาลี สว่าง² กฤษดา เขียววัฒนสุข³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และพัฒนารูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วย การวิจัย เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Semi-structured In-depth Interview Form) จำนวน 8 คน แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยการเนื้อหา (Content Analysis) หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ด้วยโครงข่ายประสาทเทียม (Artificial Neural Networks, ANN) และการวิเคราะห์ Logistic Regression และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จำนวน 20 คน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย คือปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านธุรกิจรวมกัน และส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบกิจการของเจ้าของคนเดียว เป็นธุรกิจประเภทการผลิตและบริการมีระยะเวลา การดำเนินงานไม่เกิน 5 ปี ซึ่งส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในด้านต่างๆ ของธุรกิจ เป็นที่รู้จักของประชาชนมากขึ้น มีผลประกอบการ และกำไรมากขึ้น เมื่อดำเนินงานได้ช่วงเวลาหนึ่งกิจการก็มีสินทรัพย์เพิ่มมากขึ้น และรูปแบบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านอายุของกิจการ และปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของกิจการ

คำสำคัญ: รูปแบบของความสำเร็จ; โครงข่ายประสาทเทียม; วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

¹ บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต
52/347 หมู่บ้านเมืองเอก ถ.พหลโยธิน ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000, ประเทศไทย
อีเมล: surin_cru@hotmail.com

² ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

The Successful Model to Promote Small and Medium Enterprises (Sme's) in the Northern Provinces of Thailand

Surin Phithaksikul¹ Sumalee Sawang² Krisada Chienwattanasook³

Abstract

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

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

The results showed that the factors affecting the success of small and medium enterprises (SMEs) in the northern provinces of Thailand were the combination of demographic factors and business factors, Which were mostly in the form of single owner's business and they were a manufacturing and service business. They had the duration of business operation was not over 5 years. Most successfully achieved the objectives set. In terms of products and service have been known to the public. It made the business more known to consumers. When operating for a period of time the business had more assets. And the success model of small and medium enterprises (SMEs) in the northern provinces of Thailand consisted of Financial factors Strategic factors Political and Legal factors Business age factor and Location factors of the business.

Keywords: The successful model; Artificial Neural Network; Small and Medium Enterprises

¹ Doctor of Business Administration, Faculty of Business Administration, Rangsit University.

52/347 Mueang Ek Village, Phahon Yothin Road, Lak Hok Subdistrict, Mueang District, Pathum Thani 12000, Thailand

E-mail: surin_cru@hotmail.com

² Director of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Rangsit University.

³ Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs (Small and Medium Enterprise) ถือว่าเป็นกลไกสำคัญที่มีบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก โดยมีบทบาทสำคัญที่เห็นได้อย่างชัดเจน 4 ด้านคือ 1) การสร้างงานใหม่และเพิ่มการแข่งขันในตลาด SMEs โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ง่าย ใช้เงินทุนไม่สูงและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการลงทุนในวิสาหกิจขนาดใหญ่ ตลอดจนมีความคล่องตัวในการดำเนินการ จึงเป็นจุดกำเนิดของผู้ที่สนใจลงทุนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะยามเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ คนที่ว่างงานสามารถหันมาเริ่มต้นวิสาหกิจขนาดย่อมได้ง่าย นอกจากนี้การมี SMEs เข้าสู่ตลาดยังช่วยเพิ่มระดับการแข่งขันในตลาดมากขึ้น ลดการผูกขาด จึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในสินค้าและบริการต่างๆ มากขึ้น 2) การเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดย SMEs มีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดใหญ่ในหลายด้าน เช่น การรับช่วงการผลิต การช่วยในการจัดจำหน่ายสินค้าค้าส่งและค้าปลีกแก่ผู้บริโภค การเป็นผู้ผลิตปัจจัยการผลิตให้กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ หรือการทำหน้าที่ให้บริการเสริมให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ เช่น การซ่อมแซม การทำความสะอาด เป็นต้น 3) การรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ซึ่ง SMEs มักมีความยืดหยุ่นในการปรับตัว และมีความหลากหลาย ดังนั้นระบบเศรษฐกิจที่มี SMEs ที่แข็งแกร่งจำนวนมาก สามารถปรับตัวในช่วงเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจได้ 4) การกระจายการพัฒนาไปทั่วประเทศ โดย SMEs มักมีลักษณะการจัดตั้งกระจายไปตามชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของชุมชนต่างๆ Teekasap and Maiman (2013)

ประเทศไทย มีจำนวน SMEs ทั่วประเทศ ถึง 2.65 ล้านราย มีการจ้างงาน จำนวน 11 ล้านราย

หรือร้อยละ 83.9 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มีมูลค่าการส่งออก 2.07 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29.9 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า 3.86 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.6 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ Wangbenmud & Bindulem (2014) อย่างไรก็ตามภาครัฐได้มีการดำเนินนโยบายส่งเสริมสนับสนุน SMEs ในด้านต่างๆ เพื่อให้ SMEs มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและสามารถแข่งขันผ่านโครงการต่างๆ อาทิ การอบรม การบ่มเพาะธุรกิจ การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ เป็นต้น เพื่อพัฒนาให้ SMEs สามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ได้มากขึ้น Office of Small and Medium Enterprise Promotion (2017) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว.ได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ.2555-2559) ขึ้นซึ่งมีกรอบแนวคิดในการผลักดันให้วิสาหกิจฯ เป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจฯ เพื่อให้ดำเนินธุรกิจโดยใช้ความรู้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับสาขาธุรกิจและระดับผู้ประกอบการ และมุ่งสนับสนุนตามระยะการเติบโตของธุรกิจ ได้แก่ ขั้นเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) ที่หมายถึงธุรกิจที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจไม่เกิน 3 ปี ขั้นเติบโต (Growth & Maturity) และขั้นการปรับเปลี่ยนธุรกิจ (Turn around) ซึ่งจะครอบคลุมมิติเชิงพื้นที่ ทั้งระดับภาพรวมประเทศ กลุ่มจังหวัด และรายจังหวัด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการกระจายความเจริญจากส่วนกลางสู่ภูมิภาคและยุทธศาสตร์การพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยผลการดำเนินงานตามแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังกล่าว ช่วยส่งเสริมให้มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของวิสาหกิจฯ เพิ่มขึ้นได้พิจารณาจากมูลค่า GDP

SMEs ในไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2560 ขยายตัวได้ร้อยละ 4.9 ชะลอตัวลงจากไตรมาสก่อนเล็กน้อย (ร้อยละ 5.0) ในขณะที่ GDP ประเทศขยายตัวร้อยละ 3.7 โดยมีสัดส่วนต่อ GDP ประเทศร้อยละ 42.1 คิดเป็นมูลค่ากว่า 1.56 ล้านล้านบาท

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ เรื่อง ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการผลิตของ SMEs ไตรมาส 3/2560 ประจำภูมิภาคภาคเหนือ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิตของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ภูมิภาคเหนือ ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2560 (SMSI) ค่าดัชนีความเชื่อมั่นรวมปัจจุบันมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยดัชนีรวมเดิมที่ระดับ 37.6 ในไตรมาสก่อนหน้าเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 39.6 แต่ค่าดัชนียังอยู่ที่ระดับต่ำกว่า 50.0 กล่าวได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นต่อภาวะการณ์ทางธุรกิจปัจจุบันอยู่ในระดับที่ไม่ดี ซึ่งเหมือนกับผลค่าดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิตตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2559 มาจนถึงปัจจุบัน ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจฯ ให้ประสบความสำเร็จมากขึ้นรวมถึงเป็นข้อเสนอแนะเชิงมาตรการที่ชัดเจน เหมาะสมและเป็นประโยชน์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการพัฒนาวิสาหกิจฯ ให้มีการเติบโตทั้งในเชิงขนาดและเชิงคุณภาพที่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย
2. พัฒนารูปแบบโมเดลของผู้ประกอบการธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ที่ประสบความสำเร็จ

นิยามศัพท์

1. รูปแบบความสำเร็จ หมายถึง ลักษณะหรือองค์ประกอบที่ส่งผลให้การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านธุรกิจ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ โครงสร้าง ทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การเงิน กลยุทธ์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย และด้านสังคมและวัฒนธรรม
2. องค์กรธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง กิจการการผลิต กิจการการค้า หรือกิจการบริการ มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 200 ล้านบาท

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรการศึกษาที่สำคัญประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลพื้นฐาน/ผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบกิจการ ประเภทธุรกิจ อายุของกิจการ และสถานที่ตั้ง
- 2) ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ การบริหาร โครงสร้างองค์กร ทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การเงิน กลยุทธ์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม

2. ขอบเขตด้านประชากรที่วิจัย ประกอบด้วย 2 กลุ่ม ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ

3. ขอบเขตด้านสถานที่วิจัย

จังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ได้แก่ เชียงใหม่

ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน และอุดรธานี

4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษา 1 ปี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย เพื่อเป็นต้นแบบที่ดี (Best Practice) ในการดำเนินงานของวิสาหกิจ ให้มีการเติบโตและโดดเด่น

2. ได้ข้อเสนอแนะเชิงมาตรการที่มีความชัดเจนเหมาะสม และเป็นประโยชน์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการพัฒนาวิสาหกิจ ให้มีการเติบโตทั้งในเชิงขนาดและเชิงคุณภาพที่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน

3. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถเป็นแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ทั้งในด้านการสร้างงาน การเพิ่มรายได้ การเสริมสร้างความเข้มแข็ง การส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ทำให้ทราบถึงสถานภาพปัจจุบันรวมถึงศักยภาพ และความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จึงสามารถให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในสังคมต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบการศึกษา ดังนี้

1. แนวทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน “วิสาหกิจ” แปลจากภาษาอังกฤษว่า “Enterprise” ซึ่งจะแปลว่า “การประกอบการ” แต่เรามักจะคุ้นกับคำว่า “รัฐวิสาหกิจ” เท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันนี้สถานการณ์เปลี่ยนไปมีคำว่า “วิสาหกิจชุมชน” (SMCE: Small and Micro Community Enterprise) เกิดขึ้น Phetprasert & Wongkun (2002) รวมไปถึงโครงการหนึ่ง

ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของภาครัฐ Board of Directors One Tambon One Product (2003). และสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมของชุมชน เกี่ยวกับการผลิตหรือแปรรูปวัตถุดิบในชุมชน เพื่อการอุปโภคบริโภค การจำหน่าย การให้บริการ หรือการอื่นๆ โดยเป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในครอบครัวและสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

2. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะผู้ประกอบการ Frese and Kruif (2000) ได้นิยามลักษณะของผู้ประกอบการ คือ 1) ความเป็นของตนเอง (Autonomy) 2) มีนวัตกรรม (Innovativeness) 3) กล้าเสี่ยง (Risk Taking) 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) 5) สม่าเสมอ และใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) และ 6) ใส่ใจความสำเร็จ (Achievement Orientation)

3. การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามตัวแปรที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ดังนี้ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้ Chowdhury, Alam, and Arif (2013) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเทศบังคลาเทศ พบว่า สัดส่วนของตัวแปรด้านประชากรศาสตร์และตัวแปรด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าความแปรปรวนที่ส่งผลต่อความสำเร็จร้อยละ 26.9 และ 39.8 ตามลำดับ Chittithaworn, Islam, Keawchana and Yusuf (2011). ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่สร้างแรงบันดาลใจและความสำเร็จของผู้ประกอบการสตรี: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและเล็กในภาคอุตสาหกรรมของไทย โดยเน้นเฉพาะธุรกิจเบเกอรี่ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสตรีมากที่สุด Kader, Mohamad, Azid Hj and Ibrahim (2009.) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการในชนบทขนาดเล็กภายใต้โครงการหนึ่งตำบลในประเทศมาเลเซีย

พบว่าปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลเหนือกว่าปัจจัยภายในที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

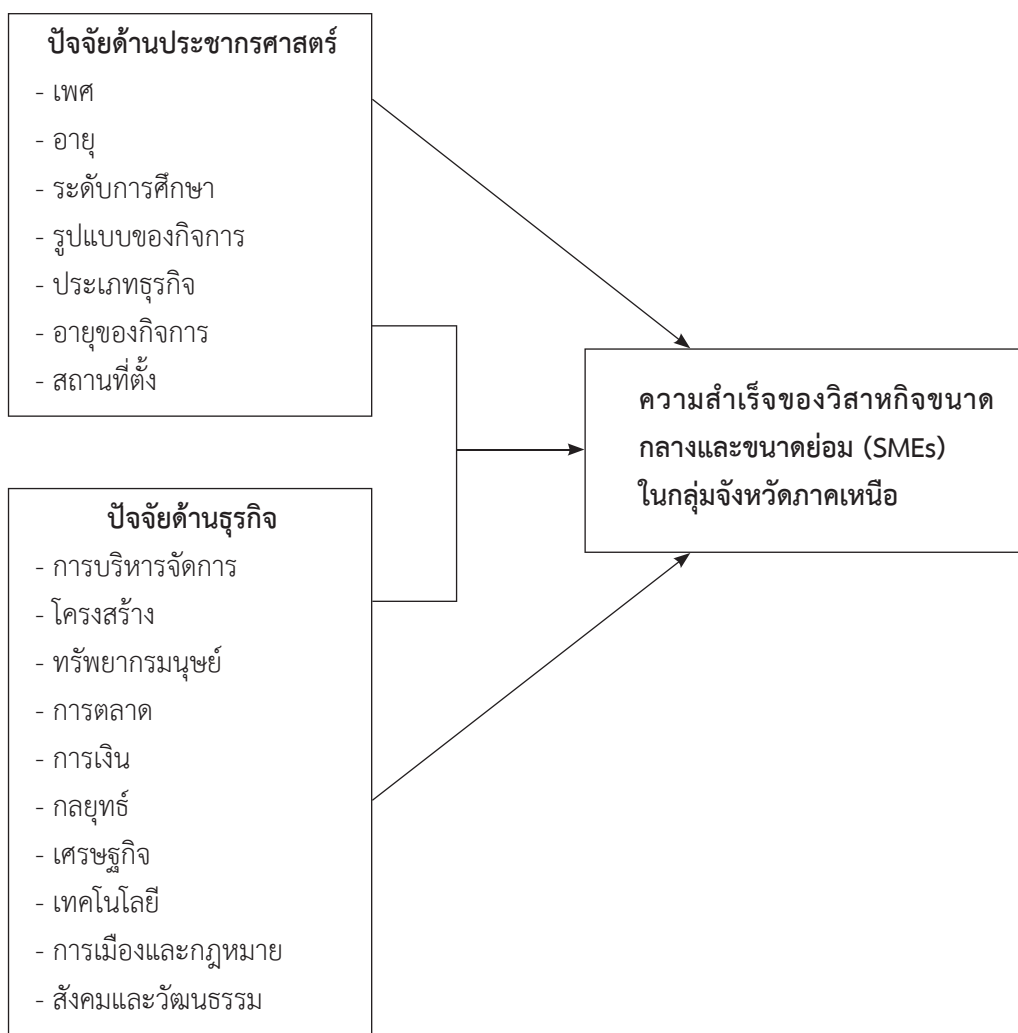
4. ปัจจัยด้านธุรกิจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรด้านธุรกิจหรือด้านความสำเร็จ แยกเป็นประเด็น ด้านการเมืองและกฎหมาย ได้แก่ Peck, Mulvey and Jackson (2018) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง กฎระเบียบ ที่ส่งผลต่อธุรกิจ SMEs ของ ประเทศอังกฤษ ผลการวิจัยพบว่า กฎระเบียบจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่มีธุรกิจขนาดเล็ก มากที่สุด Chittenden and Ambler (2015) ได้ทำวิจัยเรื่อง กฎระเบียบใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อ ด้านทุนและผลกำไรของธุรกิจ SMEs ของประเทศอังกฤษ ผลการวิจัย พบว่า กฎระเบียบของประเทศอังกฤษ ส่งผลต่อธุรกิจขนาดเล็กให้มีต้นทุนเพิ่มขึ้น และเสียเวลาในการดำเนินการ Farsi and Toghræe (2014) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้ SMEs มีโอกาสประสบความสำเร็จ โดยผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ SMEs มีโอกาสในการประสบความสำเร็จได้ คือ รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีศูนย์การอบรมและให้ความรู้ด้านการผลิต และรัฐบาลต้องมีกฎระเบียบที่เหมาะสม และสัมพันธ์กับธุรกิจ SMEs. Smallbone and Welter (2001) ที่ได้ศึกษาบทบาทของรัฐบาลในการพัฒนาวิสาหกิจฯ ของประเทศกำลังพัฒนา พบว่า บทบาทของรัฐบาลส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจฯ ด้านกลยุทธ์ ได้แก่ Musa and Chinniah (2015) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs ของประเทศมาเลเซีย โดยการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาศึกษาเพื่อพัฒนาธุรกิจ SMEs ให้เป็น Green Prospects ซึ่งการวิจัยนี้ พบว่า กลยุทธ์ด้านการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการเงิน และการจัดการ จะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ SMEs สามารถแข่งขันและเติบโต ได้ทั้งในระดับประเทศ และระดับโลก Al-Mahrouq (2010) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศจอร์แดน พบว่า 5 ปัจจัยที่

มีผลกระทบในเชิงบวก คือ ด้านเทคนิค กระบวนการ และเทคโนโลยี ด้านโครงสร้างของสถานประกอบการ ด้านการเงิน ด้านการตลาดและผลิตภัณฑ์ และด้านทรัพยากรมนุษย์ Wijewardena, and De Zoysa (2005) ที่ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในศรีลังกา พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯ เรียงตามลำดับคือ การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน คุณภาพผลิตภัณฑ์ การตลาดที่มีประสิทธิภาพ สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และกลยุทธ์ทางการตลาด Knight (2001) ที่ได้ศึกษาการเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ของวิสาหกิจฯ ระดับนานาชาติ พบว่า รูปแบบที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวของผู้ประกอบการ ความสามารถเชิงกลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมสู่ และการครอบครองเทคโนโลยี ด้านการตลาด ได้แก่ Chittithaworn, Islam, Keawchana and Yusuf (2011) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจฯ ในประเทศไทย พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของ SMEs ในประเทศไทย ได้แก่ ลูกค้าและการตลาดของวิสาหกิจฯ ทรัพยากรของการทำธุรกิจ การเงินและสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านการเงิน ได้แก่ Walker and Brown (2004) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เจ้าของธุรกิจขนาดเล็กในภาคตะวันตกของออสเตรเลียประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน พบว่า ปัจจัยด้านการเงินมีส่วนทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ รวมถึงด้านความสามารถและความพึงพอใจส่วนบุคคล ความภาคภูมิใจในงาน รวมถึงการใช้ชีวิตที่ไม่เคร่งครัด ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ Everett and Watson (1998) ได้ทำการศึกษาเรื่องความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็กและปัจจัยความเสี่ยงจากภายนอก ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความล้มเหลวของธุรกิจขนาดเล็กตั้งแต่ร้อยละ 30 ถึงร้อยละ 50 ขึ้นอยู่กับ

ความหมายของความล้มเหลวที่ใช้ ตามคาอัตรความล้มเหลวสัมพันธ์กับอัตรดอกเบีย ด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ Singh and Shishir (2008) ได้ทำการศึกษาเรื่องธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศอินเดีย และจีนให้ก้าวไปในระดับโลก พบว่า การส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมของรัฐบาลประเทศอินเดีย และจีนในความเหมือนและ

ความต่างของทั้งสองประเทศนี้ รัฐบาลประเทศอินเดียจะพัฒนาในส่วนของการผลิตมากกว่า มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีวัฒนธรรมองค์กร ส่วนรัฐบาลประเทศจีนจะให้ความสำคัญในความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกับการลดต้นทุน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้สูงขึ้น เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

กรอบแนวคิดของงานวิจัย



สมมุติฐานของงานวิจัย

1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ 2) ปัจจัยด้านธุรกิจส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ 3) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยทางด้านธุรกิจส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิถึงสภาพและความสำเร็จ และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีการวิจัยตามลำดับขั้นตอน ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิในมิติของสภาพและความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ขั้นตอนนี้เป็นการสำรวจและรวบรวมเพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพปัญหาและความสำเร็จเพื่อนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยเชิงคุณภาพ และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและจริยธรรม ก่อนนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลในขั้นตอนที่ 2 ต่อไป

ขั้นที่ 2 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิถึงสภาพและความสำเร็จ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการ 6 คน (SMEs) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน

ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการ (SMEs) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาครัฐ อย่างน้อย 8 คน นำข้อมูลที่ได้มาทำการถอดเทปและสรุปผล แล้วนำข้อมูลประเด็นสำคัญที่ได้มาเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และจริยธรรม ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลในขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

ขั้นที่ 3 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกับผู้ประกอบการ (SMEs) จำนวน 295,260 ราย National Statistical Office (2017)

1) เครื่องมือรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานหรือข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) โดยเลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ (Dichotomous)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวัดแบบ Rating Scale

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของกิจการวิสาหกิจฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวัดแบบ Rating Scale

2) ลงพื้นที่เก็บข้อมูลผู้ประกอบการในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นในขั้นตอนที่ 2 รวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวน 399 ชุด สามารถคำนวณได้จากสูตรของ Taro Yamane โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งผู้วิจัยเก็บจริงจำนวน 400 ชุด

3) การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการวิเคราะห์เชิงบรรยายถึงลักษณะข้อมูลตัวเลขที่ได้จากขนาดตัวอย่างเพื่อใช้อธิบายผลเบื้องต้นและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลใน การบันทึก โดยใช้วิธีการทางสถิติอย่างง่าย ได้แก่ ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น

3.2) ใช้สถิติโครงข่ายระบบประสาท (Neural Network) เป็นสถิติรูปแบบที่ใช้ในการพยากรณ์ หรือ คาดคะเนของตัวแปรว่าจะเป็นไปได้ในลักษณะใด โดย หลักการทำงานจะเป็นแบบจำลองระบบประสาท ทาง คณิตศาสตร์ที่ใช้ในการประมวลผลของข้อมูลที่ต้องการ ศึกษาเชิงสถิติทั้งแบบหนึ่งตัวแปรและแบบหลาย ตัวแปร ซึ่งมีพื้นฐานมาจากระบบประสาทของมนุษย์ ที่ประกอบด้วยเซลล์สมองหลายๆ ส่วนทำงานร่วมกัน

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่ได้ จากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1, 2, 3 แล้วสังเคราะห์เป็น รูปแบบความสำเร็จโดยนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้ จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลผู้ประกอบการ มาวิเคราะห์ เคราะห์ร่วมกันเพื่อสร้างรูปแบบความสำเร็จ

ขั้นที่ 5 จัดประชุมระดมความคิด (Focus Group

Discussion) ผู้ประกอบการ (SMEs) และผู้มีส่วน เกี่ยวข้องของทางภาครัฐ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะ พร้อมจัดการอภิปรายประชุมระดมความ คิดเห็นร่วมกับผู้ประกอบการ จำนวน 18 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางภาครัฐ จำนวน 2 คน เพื่อนำมา ปรับปรุง รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจฯ ใน กลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยต่อไป

ขั้นที่ 6 จัดทำรายงานผลการวิจัยและข้อเสนอ เน้นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมวิสาหกิจฯ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยทางด้านปัจจัยด้านความสำเร็จของ กิจการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของ ประเทศไทย

ตาราง 1

ปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯ

Input Layer 2 Factors 47 Units	Independent Variable Importance		Hidden Layer	Output Layer
	Importance	Normalized Importance (%)		
เพศ	0.011	8.6	1	1
อายุ	0.038	29.0	Hidden Layer 47 Units	Dependent Variables 2 Units
การศึกษา	0.032	24.5		
รูปแบบของกิจการ	0.026	20.4		
ประเภทธุรกิจ	0.029	22.1		
อายุของกิจการ	0.046	35.3		
สถานที่ตั้ง	0.039	30.3		
ปัจจัยด้านบริหารจัดการ	0.026	19.8		
ปัจจัยด้านโครงสร้าง	0.036	27.9		
ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์	0.039	30.0		
ปัจจัยด้านการตลาด	0.096	74.5		
ปัจจัยด้านการเงิน	0.099	76.4		

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

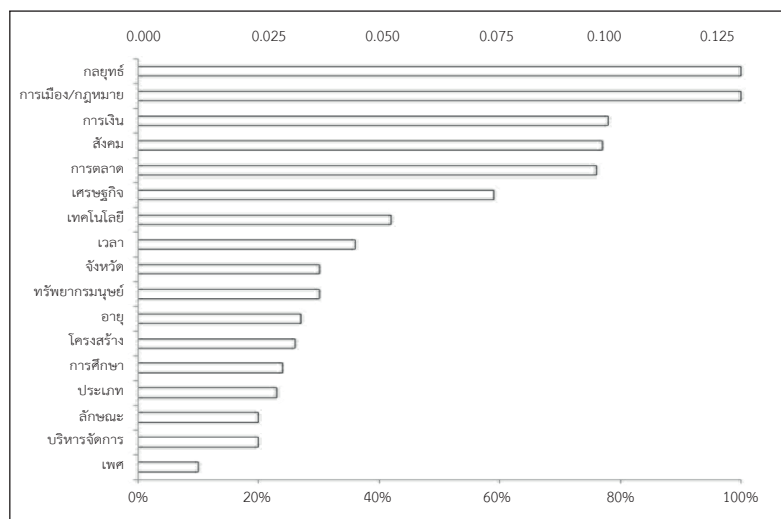
ตาราง 1

ปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯ (ต่อ)

Input Layer 2 Factors 47 Units	Independent Variable Importance		Hidden Layer	Output Layer
	Importance	Normalized		
		Importance (%)		
ปัจจัยด้านกลยุทธ์	0.129	100		
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	0.077	59.5		
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	0.054	41.4		
ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย	0.127	98.6		
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	0.098	75.8		

จากตาราง 1 แสดงข้อมูลโครงสร้างโครงข่ายประสาทเทียมที่เหมาะสม คือ แบบชั้นเดียว มีชั้นรับข้อมูลป้อนเข้ามีปัจจัย 7 หน่วย โดยเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปรจากมากไปหาน้อย คือปัจจัยด้านกลยุทธ์ มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 98.60 อันดับสาม คือ ปัจจัยด้านการเงิน มีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 76.40 อันดับสี่ถึงอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านสังคม

และวัฒนธรรม ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี อายุของกิจการ สถานที่ตั้ง ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ อายุ ปัจจัยด้านโครงสร้าง การศึกษา ประเภท รูปแบบของกิจการ ปัจจัยด้านบริหารจัดการ และอันดับสุดท้าย คือ เพศ และชั้นส่งข้อมูลออก (Out Put Layer) 1 ตัวแปร 2 หน่วย คือ กิจการประสบความสำเร็จและกิจการไม่ประสบความสำเร็จ



ภาพ 1 ลำดับความสำคัญของตัวแปรปัจจัยด้านความสำเร็จของกิจการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจ

จากการสังเคราะห์สรุปได้ว่ารูปแบบความสำเร็จของวิสาหกิจฯ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านอายุของกิจการและปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของกิจการ โดยผลจากการระดมความคิดเห็นผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยกับรูปแบบความสำเร็จดังกล่าว

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยทำการอภิปรายผลการวิจัย รายวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผลการศึกษาวิจัยซึ่งพบว่า รูปแบบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย

1) ปัจจัยด้านการเงินสามารถอภิปรายผล ได้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจฯ ด้านการเงินสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองโอกาสของการประสบความสำเร็จที่สำคัญคือ การมีแหล่งเงินทุนที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่ทั้งนี้กิจการจะสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างชัดเจนคือ การใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ สามารถตรวจสอบได้ และมีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งจะส่งผลให้กิจการมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการของตนเองได้อย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับการศึกษาของ Al-Mahrouq (2010) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯ ในประเทศจอร์แดน พบว่า 5 ปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯ เรียงตามลำดับคือ ด้านเทคนิค กระบวนการและเทคโนโลยี ด้านโครงสร้างของสถานประกอบการ ด้านการเงิน ด้านการตลาดและผลิตภัณฑ์ และด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ Wijewardena and Tibbits (1999)

ซึ่งทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยเพื่อกำหนดปัจจัยความสำเร็จในการผลิตของธุรกิจ SMEs พบว่าวิสาหกิจฯ มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศศรีลังกา แม้จะมีความไม่สงบในประเทศ แต่ SMEs ในการผลิตก็แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าที่โดดเด่นในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ผลการศึกษาพบว่าถึงปัจจัยที่สามารถระบุตัวตนได้ 6 ประการซึ่งมีผลกระทบในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของ บริษัท ตัวอย่าง ปัจจัยเหล่านี้เมื่อได้รับการจัดอันดับตามลำดับความสำคัญมีดังนี้ การปฐมนิเทศลูกค้า คุณภาพผลิตภัณฑ์ การจัดการที่มีประสิทธิภาพสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน การเข้าถึงแหล่งทุน และกลยุทธ์ทางการตลาด ประเด็นด้านการเงินยังสอดคล้องกับ Wijewardena and De Zoysa (2005) ที่ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯ ในศรีลังกาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯ เรียงตามลำดับคือ การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน คุณภาพผลิตภัณฑ์ การตลาดที่มีประสิทธิภาพ สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม การเข้าถึงแหล่งทุน และกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Walker and Brown (2004) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เจ้าของธุรกิจขนาดเล็กในภาคตะวันตกของออสเตรเลียประสบความสำเร็จในการดำเนินงานพบว่า ปัจจัยด้านการเงินมีส่วนทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ รวมถึงด้านความสามารถและความพึงพอใจส่วนบุคคล ความภาคภูมิใจในงาน รวมถึงการใช้ชีวิตที่ไม่เคร่งครัด

2) ปัจจัยด้านกลยุทธ์สามารถอภิปรายผล ได้ว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ คือด้านกลยุทธ์ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยมีประเด็นหลักสำคัญคือ ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ ในแต่ละกลยุทธ์ต้องมีความยืดหยุ่นได้อย่างเหมาะสม ต้องสร้าง

ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการให้โดดเด่น ดึงดูดความสนใจของลูกค้า และอยู่คู่แข่งขันตลอดเวลา สอดคล้องกับการวิจัยของ Musa and Chinniah (2015) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs ของประเทศมาเลเซีย โดยการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาธุรกิจ SMEs ให้เป็น Green Prospects ซึ่งการวิจัยนี้ พบว่า กลยุทธ์ด้านการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการเงิน และการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เป็นหลักจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ SMEs สามารถแข่งขันและเติบโต ได้ทั้งในระดับประเทศ และระดับโลกและสอดคล้องกับการวิจัยของ Knight (2001) ที่ได้ศึกษาการเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ของวิสาหกิจฯ ระดับนานาชาติ พบว่า รูปแบบที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวของผู้ประกอบการ ความสามารถเชิงกลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมสู่และการครอบครองเทคโนโลยี ซึ่งมีผลต่อการดำเนินงานวิสาหกิจฯ ในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะด้านกลยุทธ์ นั้นมีทั้งประเด็น เรื่องการให้ความสำคัญกับการวิจัย การพัฒนาและสินค้าที่เป็นนวัตกรรม การมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าคู่แข่ง การพัฒนากลยุทธ์เทคนิคทางด้านการตลาดใหม่ และกลยุทธ์การใช้ทักษะการขายขั้นสูง รวมถึงการดำเนินงานปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการตลาด การจำหน่ายและการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอทุกๆ 5 ปี

3) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย สามารถอธิบายผล ได้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จใน การดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจฯ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ด้านการเมืองและกฎหมาย ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นอันดับสาม รองจากปัจจัยด้านการเงินและด้านกลยุทธ์ เพราะพื้นฐานของธุรกิจ SMEs ของประเทศไทย ถูกพัฒนาจากภูมิปัญญาของประชาชนหรือชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งทุกรัฐบาลของประเทศไทยให้ความสำคัญกับประเด็นนี้โดยเฉพาะ เนื่องจากมอง

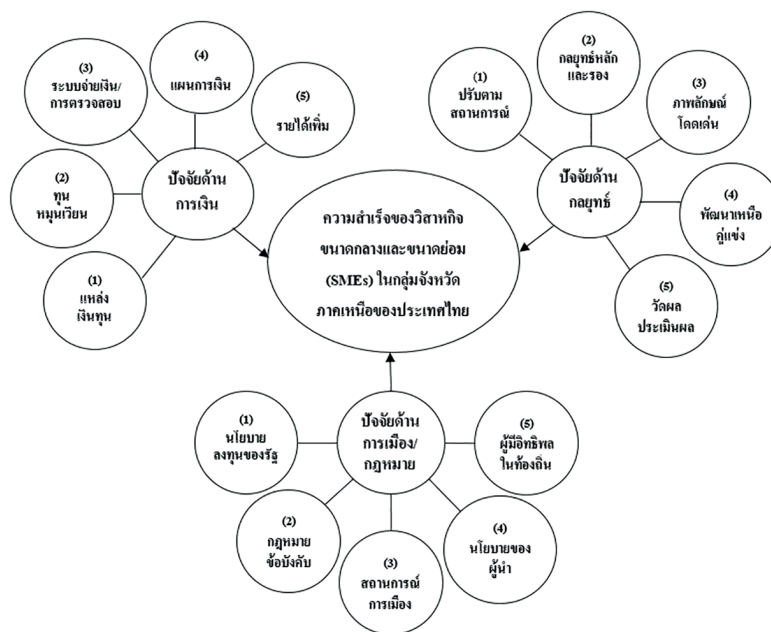
เห็นโอกาสในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนคนไทยในภาพรวมได้อย่างยั่งยืน โดยปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมายของภาครัฐ มีประเด็นหลักสำคัญ คือ ผู้ประกอบการได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ ซึ่งภาครัฐมีนโยบายการลงทุนที่สนับสนุนและผลักดันให้ธุรกิจ SMEs เติบโต ผ่านหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของประเทศ เช่น สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสำนักงานพัฒนาชุมชนของทุกจังหวัดในประเทศไทย อีกทั้งภาครัฐยังออกกฎระเบียบในการขยายเวลาการเปิด-ปิด ร้านค้า ให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Peck, Mulvey and Jackson (2018) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง กฎระเบียบที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ SMEs ของ ประเทศอังกฤษ ผลการวิจัย พบว่า กฎระเบียบจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ ที่มีธุรกิจขนาดเล็ก มากที่สุด ซึ่งเป็นอุปสรรคในการพัฒนา ดังนั้น การศึกษาหรือการมีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเกิดความได้เปรียบในการเติบโตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จึงเกิดเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ สอดคล้องกับ การวิจัยของ Chittenden and Ambler (2015) ได้ทำวิจัยเรื่อง กฎระเบียบใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อ ด้านทุนและผลกำไรของธุรกิจ SMEs ของประเทศอังกฤษ ผลการวิจัย พบว่า กฎระเบียบของประเทศอังกฤษ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจขนาดเล็กให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น และเสียเวลาในการดำเนินการ จึงส่งผลเสียต่อการแข่งขันของภาคธุรกิจ SMEs ของประเทศอังกฤษเอง และยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Farsi and Toghræe (2014) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้ SMEs มีโอกาสประสบความสำเร็จ โดยผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ SMEs มีโอกาสในการประสบความสำเร็จได้ คือ รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีศูนย์การอบรมและให้ความรู้ด้านการผลิตและรัฐบาล ต้องมีกฎระเบียบที่เหมาะสมและสัมพันธ์กับภาคธุรกิจ SMEs คือ เป็นกฎระเบียบสำหรับธุรกิจ SMEs โดยเฉพาะด้าน การจัดหาแหล่งเงินทุน ระบบ

เงินก็ และการให้กู้ยืม โดยมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อส่งเสริม SMEs ให้เติบโตได้

ผลการวิจัยรูปแบบความสำเร็จของกิจการ ผู้วิจัยจัดลำดับตามความสำคัญของแต่ละตัวแปรมาสร้าง

รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านการเงินเกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาสินค้าและการดำเนินงานต่างๆ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อให้สามารถมีเงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสำรองในการดำเนินงานอย่างพอเพียงจึงเป็นเรื่องสำคัญ มีการวางแผนการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีการใช้จ่ายเงินอย่างเป็นระบบ

เพื่อให้สามารถตรวจสอบได้ มีความโปร่งใส 2) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน เนื่องจากในตลาดผู้บริโภคมียีนค้าหรือบริการที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการให้โดดเด่นอยู่ตลอดเวลาจะช่วยให้สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ 3) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมายมีความเกี่ยวข้อง กับการเมือง กฎหมาย ข้อบังคับที่ส่งผลกระทบโดยตรงกับการดำเนินงานของกิจการ ดังภาพ 2



ภาพ 2 รูปแบบความสำเร็จเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจฯ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

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

2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ควรมีการพัฒนาปรับปรุงปัจจัยด้านการเงินและด้านกลยุทธ์ให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพความต้องการของสังคมและผู้บริโภค เพื่อให้สามารถแข่งขันทั้งในระดับประเทศ และขยายฐานฐานสู่นานาชาติได้

3. สถาบันทางการเงินต่างๆ ควรมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยการกำหนดนโยบาย และสนับสนุนในด้านต่างๆ ทางการเงินที่ชัดเจน และควรมีความยืดหยุ่นผ่อนปรนเพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ขาดคุณสมบัติบางข้อสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้

4. การพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้ประสบความสำเร็จควรมีการดำเนินงานแบบบูรณาการทั้งในรูปแบบการปฏิบัติการ

ร่วมระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและและเอกชนในทุกระดับ (กระทรวง กรม กอง ฯลฯ) และการบูรณาการด้านเนื้อหาของสินค้าหรือบริการเพื่อให้มีความเข้าใจที่ถูกต้อง ตรงกัน และสามารถพัฒนาต่อยอดได้อย่างเหมาะสม มีการกำหนดยุทธศาสตร์และผู้รับผิดชอบดูแลที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบและนำไปสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

Reference

- Al-Mahrouq, M. (2010). Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): The Case of Jordan. *Anadolu University Journal of Social Sciences Cilt*, 10(1), 1-16.
- Board of Directors One Tambon One Product. (2003). *The Meaning of the Product Type as a Guideline for Selecting Entrepreneurs According to Project Super One Tambon One Product in Thailand 2003*. Retrieved from district.cdd.go.th/nongruetua/services [In Thai]
- Chowdhury, M. S., Alam, Z., & Arif, M. I. (2013). Success factors of entrepreneurs of small and medium sized enterprises: Evidence from Bangladesh. *Business and Economic Research*, 3(2), 38-52
- Chittenden, F., & Ambler, T. (2015). *A question of perspective: Impact Assessment and the perceived costs and benefits of new regulations for SMEs*. Retrieved from <https://doi.org/10.1068/c12211b>
- Chittithaworn, C., Islam, M. A., Keawchana, T., & Yusuf, D. H. M. (2011). Factors affecting business success of small & medium enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian Social Science*, 7(5), 180-190.
- Everett, J., & Watson, J. (1998). Small business failures and external risk factors. *Small Business Economics*, 11(4), 371-90.
- Farsi, J. Y., & Toghræe, M. T. (2014). *Identification the main challenges of small and medium sized enterprises in exploiting of innovative opportunities (Case study: Iran SMEs)*. Retrieved from <https://doi.org/10.1186/2251-7316-2-4>.
- Frese, M., & Kruij, M. D. (2000). *Psychological success factor of entrepreneurship in Africa: A selective literature review*. In Frese M. (Ed.), *Success and failure of microbusiness owners in Africa: A psychological approach*. Westport, CT. Quorum Books, Greenwood, 1-30

- Kader, R. A., Mohamad, A. B., Azid Hj., & Ibrahim, C. (2009). Success Factors for Small Rural Entrepreneurs under the One-District-One-Industry. Programme in Malaysia, University of Malaya. *Contemporary Management Research*, 5(2), 147-162.
- Knight, G. A. (2001). Entrepreneurship and strategy in the international SME. *Journal of International Management*, 7(3), 155-171.
- Musa, H., & Chinniah, M. (2015). *Malaysian SMEs Development Future and Challenges on Going Green*. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.457>.
- National Statistical Office. (2017). *Industrial Continually (Basic Information) Whole Kingdom*. Ministry of Digital Economy and Society. [In Thai]
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2017). *Manufacturing Sector Entrepreneur of Sentiment Index's SMEs Quarter 3/2560 North Region*. Retrieved from www.ba.cmu.ac.th/bwc/wp-content/uploads/2018/03/sms/-Q4_59.pdf [In Thai]
- Peck, F., Mulvey G., & Jackson. K. (2018). *Regulation and growth-oriented small businesses in North-West England*. Retrieved from <https://doi.org/10.1068/c12211b>
- Phetprasert, N., & Wongkun, P. (2002). *Community Enterprise Foundation economic mechanisms*. Bangkok: Edison. [In Thai]
- Singh, J. P., & Shishir, P. (2008). Impact of Working Capital Management in the Profitability of Hindalco Industries Limited. *The ICFAI University Journal of Financial Economics*, 6(4), 62-72
- Smallbone, D., & Welter, F. (2001). The Role of Government in SME Development in Transition Economies. *The International Small Business Journal (ISBJ)*, 19(4), 63-77.
- Teekasap, S., & Maiman, C. (2013). INDUSTRY 4.0 The future of Thai industry. *EAU Heritage Journal: Science and Technology*, 1(1), 14-28. [In Thai]
- Walker, E., & Brown, A. (2004). What Success Factors are Important to Small Business Owners. *International Small Business Journal*, 22(6), 577-594.
- Wangbenmud C., & Bindulem T. (2014). The Key Success Factors for Small and Medium Enterprises in Muang Hadyai, Songkha Province. *Journal of Faculty of Management Science Surat Thani Rajabhat University*, 1(1), 109-123. [In Thai]
- Wijewardena, H., & De Zoysa, A. (2005). *A Factor Analytic Study of the Determinants of Success in Manufacturing SMEs*. 35th EISB Conference-Sustaining the Entrepreneurial Spirit Over Time, Barcelona, Spain.
- Wijewardena, H., & Tibbits, G. E. (1999). Factors contributing to the growth of small manufacturing firms: Data from Australia. *Journal of Small Business Management*, 37(2), 88-95.