



ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือน จังหวัดนนทบุรี

สมอรุณ จันทรี*

คำสำคัญ : ยุทธศาสตร์การพัฒนา/ การประกอบการธุรกิจ/ SMEs

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี และหาแนวทางการพัฒนาพัฒนาการดำเนินงานของการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือน จังหวัดนนทบุรี โดยมีกลุ่มประชากรในการศึกษา ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ วิชากิจชุมชนที่ประกอบธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี จำนวน 10 แห่ง มีประชากรทั้งหมด 9,773 คน โดยผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างจำนวน 494 คน โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่เน้นการดำเนินงาน ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หรือที่เรียกว่าการวิจัยแบบผสมผสาน ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน ในสถานประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือน จังหวัดนนทบุรี ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพเพื่อให้สอดคล้องยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของ (Rating Scale) ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามชนิดจัดเรียงลำดับ คุณภาพ 5 ระดับ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ ที่ได้มาจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดขอบเขตและประเด็นในการศึกษา จากนั้นมาสร้างเป็นคำถามด้านต่างๆ เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือน จังหวัดนนทบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการ สรุปผลการวิจัยดังนี้ (1) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพ ในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี เพศ มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด และด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 และด้านการจัดการการผลิต ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 อายุ มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ด้านการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 สถานภาพสมรส มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการการผลิต ด้านการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 ระดับการศึกษา มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ด้านการจัดการผลิต ด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 เป้าหมายของการเข้ามาดำเนินงานประกอบธุรกิจ SMEs มีผลต่อ

* นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี



ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ด้านการจัดการผลิต ด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 พัฒนาการของกลุ่มหรือเครือข่ายผู้ประกอบการและการรวมตัวกันอยู่ในช่วงใด มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 และด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ความร่วมมือกับกลุ่มอื่นในเรื่องใดมากที่สุด มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการผลิต ด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 (2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า เมื่อตัวแปรอิสระ ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพเพื่อให้สอดคล้องยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ส่งผลต่อ ตัวแปรตาม ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ด้านการจัดการผลิต ด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Abstract

This research had objectives to study the problem and obstacle in operating Small and medium-sized enterprises (SMEs) for Household Appliances Business in Nonthaburi Province and to also find the guidelines to develop the operation of Household Appliances (SMEs) Business in Nonthaburi Province. The total populations for this research were 9,773 persons from the 10 Community Enterprises that run Household Appliances Business in Nonthaburi Province. The researcher took a random sampling in the amount of 494 persons. The research emphasized on the operation process in both quantitative research and qualitative research (Mixed Method). Tools used for the research composited of 3 parts. Part 1: Questionnaire asking general information of answerers who were operation staffs of Small and medium-sized enterprises (SMEs) for Household Appliances Business in Nonthaburi Province and the characteristic of the questions were open-ended questions. Part 2: Questions regarding the Human Resource Development that related to the strategy of the Small and medium-sized enterprises (SMEs) for Household Appliances Business in Nonthaburi Province and the characteristic of the questions were in Rating scale. Part 3: Questions for qualitative research studying arranging into 5 levels respectively. Tool used for collecting the information was the interview form which was prepared base on theories and related researches for the specification of the study frame and topics. The form was created to collect the needed information by various questions in many aspects regarding the Human Resource Development that conform with the Capacity Development Strategy to operate Small and medium-sized enterprises (SMEs) for Household Appliances Business in Nonthaburi Province. (1) The analysis result of personal factors that affected to Strategy of Capacity Development in operating Small and medium-sized enterprises (SMEs) of Household Appliances Business in Nonthaburi Province found that Gender had an effect on personal factors affected to Strategy of Capacity Development in operating Small and medium-sized enterprises (SMEs) of Household

Appliances Business in Nonthaburi Province in the aspects of strategical management and marketing, together with governmental policies and promotions at a significant level of .01, and production management at a significant level of 0.05. Age influenced personal factors affected to Strategy of Capacity Development in operating Small and medium-sized enterprises (SMEs) of Household Appliances Business in Nonthaburi Province in the aspects of strategical and marketing management, follow with financial management, as well as accounting and investment, including governmental policies and promotions, and the consulting of information for business improvement at a significant level of .01. Marital status had an effect on personal factors affected to Strategy of Capacity Development in operating Small and medium-sized enterprises (SMEs) of Household Appliances Business in Nonthaburi Province in the aspects of production management, financial management, accounting and investment, governmental policies and promotions, and the consulting of information for business improvement at a significant level of .01. Educational level influenced personal factors affected to Strategy of Capacity Development in operating Small and medium-sized enterprises (SMEs) of Household Appliances Business in Nonthaburi Province in the aspects of strategical and marketing management, production management, ability to manage finance, accounting and investment, governmental policies and promotions, and the consulting of information for business improvement at a significant level of 0.01. Objectives of entering into the SMEs business influenced personal factors affected to Strategy of Capacity Development in operating Small and medium-sized enterprises (SMEs) of Household Appliances Business in Nonthaburi Province in the aspects of strategical and marketing management, production management, ability to manage finance, accounting and investment, governmental policies and promotions, and the consulting of information for business improvement at a significant level of 0.01. Development and integration of the group or network of the business entrepreneurs influenced personal factors affected to Strategy of Capacity Development in operating Small and medium-sized enterprises (SMEs) of Household Appliances Business in Nonthaburi Province in the aspects of ability to manage finance, accounting and investment, governmental policies and promotions, and the consulting of information for business improvement at a significant level of 0.01 and strategical and marketing management at a significant level of 0.05. Group or network of the answerers had most collaboration with the other group or network in what topic influenced personal factors affected to Strategy of Capacity Development in operating Small and medium-sized enterprises (SMEs) of Household Appliances Business in Nonthaburi Province in the aspects of production management, ability to manage finance, accounting and investment, governmental policies and promotions, and the consulting of information for business improvement at a significant level of .01. (2) The analysis result of Multiple regression found that the independent variables of Human Resource Development Strategy to conform with the Capacity Development Strategy to operate Small and medium-sized enterprises (SMEs) for Household Appliances Business in Nonthaburi Province had an effect on dependent variables in the aspects of strategically management and marketing, production management, ability to manage finance, accounting and investment, governmental policies and promotions, and the consulting of information for business improvement at a statistical significant level of .05.



บทนำ

จากกระแสของระบบการค้าเสรีของยุคการแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาของระบบสังคมทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศในยุคของโลกไร้พรมแดน หรือโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่ใช้เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารมาเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้รวมเร็วกว่าและยังสามารถพยากรณ์อนาคตทางการตลาดทั้งลูกค้าและคู่แข่งได้ ย่อมมีความได้เปรียบและจะประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว ความเข้มแข็ง ความอดทน การใฝ่เรียนรู้ การสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้เกิดขึ้นกับตัวเองและธุรกิจเป็นสิ่งที่มี ต้องมี ทั้งนี้เพื่อให้ความสามารถในการปรับตัวและการกำหนดวิธีการดำเนินงาน และลีลาในการบริหารเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่อระบบต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งภายในองค์การธุรกิจ สังคม ประเทศ และต่างประเทศ

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้มีความยั่งยืน เพราะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้พวกเขาสามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้อย่างมั่นคง ซึ่งกลุ่มงานพัฒนาวิสาหกิจเกษตรชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2549) ได้อธิบายความหมายของวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า วิสาหกิจชุมชน(SMCE หรือ small and micro community enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่ เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน หรือกล่าวโดยสรุปก็คือ การประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง ซึ่งทุนของชุมชนนั้น ก็จะหมายรวมถึงทรัพยากร ผลผลิตทางการเกษตร ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น

ในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 มีเจตนารมณ์เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน มีผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง พร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใด รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับสูงขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่มีจุดมุ่งหมายในการแก้ปัญหาความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย ภายในแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เน้นการสร้าง ความเข้มแข็งของชุมชน และสังคมให้เป็นรากฐานการพัฒนาที่สำคัญของประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน รวมทั้งพัฒนาระบบการบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนควบคู่ไปกับการสร้างผู้ประกอบการใหม่ด้วยการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการ การตลาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่มีแอลกอฮอล์เฉพาะถิ่น พัฒนามาตรฐานสินค้า การสร้างตราสินค้า การจัดการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพของกลุ่มต่างๆ ให้สอดคล้องกับความหลากหลายของชุมชน เพื่อลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน และถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting Industry) สำหรับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อีกด้วย โดยเฉพาะการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้เงินลงทุนและคนงานน้อย จึงทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนจาก ประชาชนที่เป็นแต่ผู้บริโภคมาสู่การเป็นผู้ผลิต เพราะถ้าประชาชนในชาติหันมาเป็นผู้ผลิตมากกว่าการเป็นผู้บริโภค คือซื้อน้อยผลิตมาก และขายสินค้ากับบริการต่างๆ ไปยังต่างประเทศ เพื่อแสวงหาเงินตราเข้าประเทศได้ก็จะเป็นผลดี ต่อระบบเศรษฐกิจอย่างมาก ดังนั้นภาครัฐเองก็มีความมุ่งหวังให้มีการพัฒนาในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งด้านของรูปแบบสินค้าและบริการ คุณภาพ คุณประโยชน์ เพื่อให้สามารถส่งสินค้าออกขายยังต่างประเทศได้ และภาครัฐเองมีความเชื่อว่า กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจที่ดีนั้นจะต้องทำให้เกิดสภาพที่มีการสร้างงานให้เกิดขึ้นเรื่อยๆ เพราะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และมีอัตราการจ้าง



งานสูง ขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่ต้องการใช้ระยะเวลาในการเจริญเติบโต การก่อตั้งใช้เวลานาน และมีจำนวนน้อย การที่จะนำธุรกิจขนาดใหญ่มาใช้ในการแก้ไขปัญหาแรงงานจึงมีโอกาสน้อย และนอกจากนี้รัฐเองยังต้องสนับสนุนการบริการด้านต่างๆ ทั้งทางบริหารจัดการเพื่อให้มีประสิทธิภาพสนองตอบต่อกระแสของประชาชนในประเทศให้เปลี่ยนค่านิยมมาใช้สินค้าของผู้ผลิตที่เป็นคนไทยเพื่อป้องกันเงินตราที่รั่วไหลออกต่างประเทศ กับทั้งยังเป็นการลดปัญหาด้านการว่างงานของประชาชนที่มีฝีมืออาชีพเพื่อให้เป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพและเป็นการลดปัญหาสังคมของประเทศ (สมชาย หิรัญภิตติ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542 : 7-8)

ดังนั้น การศึกษาวิจัยปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรีในครั้งนี้ เพื่อนำยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจไปเป็นตัวอย่างในการบริหารจัดการยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพจังหวัดอื่นๆ ได้เนื่องจากลักษณะการบริหารจัดการที่คล้ายกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาหาแนวทางการพัฒนาพัฒนาการดำเนินงานของการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความสำเร็จตามยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรีมาก
2. ปัจจัยขององค์การด้านการตลาด การผลิต เงินทุน การบริหารบุคคล และการบริหารจัดการ มีผลต่อความสำเร็จยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรีมาก

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านตัวแปร

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี โดยมีการกำหนดตัวแปรดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ (1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ เป้าหมายของการเข้ามาดำเนินงานประกอบธุรกิจ SMEs พัฒนาการของกลุ่มหรือเครือข่ายผู้ประกอบการและการรวมตัวกันอยู่ในช่วงใด และกลุ่มหรือเครือข่ายของท่านมีความร่วมมือกับกลุ่มอื่นในเรื่องใดมากที่สุด (2) ปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านเงินทุน ด้านการบริหารบุคคล ด้านการบริหารจัดการ

ตัวแปรตาม ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการวิสาหกิจ SMEs ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ด้านการจัดการผลิต ด้านความสามารถการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ

2. ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเฉพาะองค์กรวิสาหกิจ SMEs ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 10 วิสาหกิจ

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระหว่างเดือน ระหว่าง มกราคม 2559 – ธันวาคม 2559



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้อาศัยข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี จำนวน 10 แห่ง มีประชากรทั้งหมด 9,773 คน โดยผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างโดยแนวทางการกำหนดขนาดตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973 : 125) และกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ .05 รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม แบบสอบถามผ่านการวิเคราะห์คุณภาพและหาความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อ (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence, IOC) และหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) การวิจัยชุดนี้มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .89 จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับปัจจัยที่มีต่อประสิทธิผลที่มีต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้วิธีวิเคราะห์แบบ (Enter Method) และผลการวิจัยที่ได้มาสรุปเขียนเป็นเรียงความ

ผลการวิจัย

1. สถานภาพส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีสถานภาพสมรสระดับการศึกษา ระดับ ม.6 /ปวส. มีเป้าหมายอื่นๆ และมีความร่วมมือกับกลุ่มอื่นในเรื่องการผลิต

2. ปัจจัยของการประกอบการธุรกิจ SMEs อยู่ในระดับน้อย พิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน ได้แก่ ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการจัดการผลิต ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ และผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ ด้านเงินทุน ตามลำดับ ผู้ประกอบการต้องดึงเอากลยุทธ์วิธีการเข้ามาเสริมซึ่งจะเป็นวิธีการทำให้ธุรกิจดำเนินงานประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็วพร้อมทั้งบรรลุวัตถุประสงค์ด้านยอดขายและกำไร ดังรายละเอียด

2.1 ด้านการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ส่วนมากอยู่ในระดับเดียวกัน ดังนั้น สิ่งแรกที่คุณประกอบการต้องคำนึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้ แปรต้นสินค้าติดตลาดได้อย่างรวดเร็ว นั้น ผลิตภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญเพราะผู้บริโภคสามารถจับต้องได้และใช้ผลิตภัณฑ์ได้จริงหากทรศนะของผู้บริโภคมีความเห็นว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดีและคุณสมบัติดีสามารถตอบสนองความต้องการได้ ตัวผลิตภัณฑ์จะได้รับการบอกต่อแบบปากต่อปากไปสู่กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งเป็นวิธีการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ทางอิทธิพลมากที่สุดและไม่เสียค่าใช้จ่าย จึงเป็นวิธีการที่นักการตลาดทุกคนต่างเฝฝ้นถึง ผู้ประกอบการจึงควรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ดีขึ้นเป็นอันดับแรก โดยเริ่มจากการการสร้างจุดแข็งให้เหนือกว่าบริษัทคู่แข่งและพร้อมกันนั้นก็ลดจุดอ่อนไปพร้อมๆกัน เช่น การบูรณาการเครื่องมือทางการตลาด การลด แลก แจก แถม จัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ได้รับความนิยมอย่างมากและเป็นกลไกที่ทำให้แบรนด์ติดตลาด เพราะกลยุทธ์ส่งเสริมการขายช่วยเรียกร้องความสนใจของผู้บริโภคได้ทันที หากผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการจัดโปรโมชั่นให้ข้อเสนอที่ดีกว่าของคู่แข่งผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ประกอบการได้ง่ายกว่า จึงถือเป็นแนวทางที่น่าสนใจอย่างยิ่งแต่ควรคำนึงต้นทุนและผลกำไรที่จะได้รับจริงว่าคุ้มค่าน้อยแค่ไหน ควรจัดโปรโมชั่นให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาดอื่นๆของบริษัทด้วย

2.2 ด้านการผลิต ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการผลิต มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพสูง แต่ราคาต่ำ กระบวนการผลิตมีความพร้อมทั้งบุคลากรและเครื่องมือ มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตมีการ



แยกการให้ความรู้เฉพาะด้านของแต่ละฝ่ายการผลิตออกจากกันเพราะผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีความแตกต่างกันในกระบวนการผลิต เทคนิคการผลิตที่แตกต่างกันรวมถึงวัตถุดิบตลอดจนช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันและ มีการตรวจสอบและประเมินผลิตภัณฑ์และบริการ และมีการวางแผนและจัดการด้านกำลังการผลิต ดังนั้นผู้ประกอบการต้องสร้างความโดดเด่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครของผลิตภัณฑ์ซึ่งถือเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้เป็นอย่างดีและสร้างโอกาสให้แบรนด์ติดตลาด เพราะผลิตภัณฑ์ตามท้องตลาดมักคล้ายคลึงกัน หากผู้ประกอบการสามารถฉีกแนวและสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับผลิตภัณฑ์ได้ จะช่วยดึงความสนใจจากผู้บริโภคได้ทันทีและเพิ่มโอกาสในการขายหากผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากๆ จะทำให้ผู้บริโภคหันมาเรียกชื่อแบรนด์สินค้าแทนที่ชื่อประเภทสินค้าไปโดยปริยายหรือการแตกผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับแบรนด์สินค้าหรือบริการใหม่ที่ต้องทำภายใต้แบรนด์สินค้าเดิมที่มีอยู่ต้องทำให้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ไม่ต่างจากสินค้าหรือบริการเดิมมากนัก เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนได้ นอกจากการแตกผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับแบรนด์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ การเปิดตลาดใหม่เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ก็สามารถทำได้ เช่น การขยายแบรนด์ไปสู่ตลาดต่างประเทศโดยห้ามทั้งฐานลูกค้าเก่าที่อยู่ในประเทศ วิธีนี้ถือว่าเป็นการสร้างแบรนด์สู่สากล

2.3 ด้านเงินทุน ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านเงินทุน มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ มีการใช้รายงานทางการเงินในการตัดสินใจทางการเงิน มีวิธีประเมินการบริหารการเงิน มีวิธีการหาแหล่งเงินทุนภายนอกมาใช้ในการบริหาร และมีการระดมเงินทุน/หุ้นจากสมาชิกภายในเครือข่ายผู้ประกอบการ SMEs ส่วนมากมักจะประสบปัญหาเรื่องการหาแหล่งเงินทุนสำหรับการขยายกิจการ เรื่องของเครดิตและการเขียนแผนธุรกิจที่ยังไม่ชัดเจน รวมถึงความสามารถในการแสวงหาทรัพยากรหรือหลักทรัพย์เพื่อค้ำประกัน

2.4 ด้านการบริหารจัดการ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านการจัดการ มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ มีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการปฏิบัติงาน มีการประเมินจุดแข็งจุดอ่อนขององค์กร/เครือข่าย มีการประเมินคู่แข่ง มีการสร้างระบบการติดต่อสื่อสาร และมีการประเมินการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อกลุ่ม/เครือข่าย

2.5 ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ มีการรองรับต่ออัตราการขยายตัวของผู้บริโภค หน่วยงานของท่านมีการรองรับกำลังซื้อของผู้บริโภค หน่วยงานสามารถรักษาคุณภาพสินค้าและบริการได้อย่างต่อเนื่อง มีการประเมินการตลาดของคู่ค้า และมีการคิดค้นพัฒนาสินค้าใหม่ ตามลำดับ

2.6 การจัดการการผลิต ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านการจัดการการผลิต มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ หน่วยงานของท่านมีความหลากหลายของวัตถุดิบ หน่วยงานของท่านมีการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน มีพนักงานที่ชำนาญในการผลิต หน่วยงานของท่านมีการควบคุมมาตรฐานการผลิตสินค้า และมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตตามลำดับ

2.7 ด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุนมีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ หน่วยงานของท่านมีสภาพคล่องทางการเงิน มีการศึกษาความเป็นไปได้ ก่อนดำเนินการลงทุนเพิ่ม หน่วยงานของท่านมีการบันทึกข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบข้อมูลการดำเนินงานในอดีตกับปัจจุบันได้ มีการจัดทำงบการเงิน และบัญชีของกิจการ และปัจจุบัน หน่วยงานของท่านมีระบบบัญชีที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามสิ่งที่สำคัญเรื่องของการวางระบบบัญชี ผู้ประกอบการส่วนมากไม่ได้เตรียมความพร้อมหรือให้ความสำคัญกับการจัดการระบบบัญชีของกิจการให้เป็นระเบียบถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองเชื่อถือในขณะเริ่มต้นธุรกิจผู้ประกอบการที่มองว่าค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ



กระบวนการทางบัญชีของกิจการเป็นค่าใช้จ่ายส่วนเกิน เป็นเงินที่ยังไม่สมควรจ่ายในขั้นเริ่มต้น ไว้ค่อยมาคิดอ่านในอนาคต ให้ลองพิจารณาเปรียบเทียบผลได้ผลเสียดูอีกครั้ง

2.8 ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ มีความเป็นธรรมและเสมอภาคในการบริหารจัดการ มีความสามารถจัดการกับการเปลี่ยนแปลง มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนตามเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงไป มีพร้อมที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนา และดำเนินงานและเน้นการดำเนินงานอย่างมีคุณภาพเพื่อการส่งเสริมนโยบายภาครัฐบาลจัดงานและกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นการตอบแทนสังคมและอุทิศตนเพื่อสังคมเป็นสิ่งที่ได้รับการยกย่องมาก ผู้ประกอบการควรจัดกิจกรรมดีๆ เพื่อตอบแทนและคืนกำไรกลับสู่สังคม อาทิ เช่น แจกทุนการศึกษาให้เด็กนักเรียนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ นำสินค้าออกประมูลขายเพื่อช่วยเหลือบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ต่างๆ หรือเป็นผู้ให้การสนับสนุนหลักในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ซึ่งการจัดงานและกิจกรรมเพื่อสังคมจะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์สินค้าได้ง่ายขึ้นและยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้สูงขึ้น การที่แบรนด์ติดตลาดถือเป็นข้อได้เปรียบอย่างมากในการทำธุรกิจสมัยใหม่ เพราะนอกจากจะทำให้ผลิตภัณฑ์สร้างยอดขายและกำไรแล้วยังช่วยให้การทำธุรกิจสะดวกสบายและลดอุปสรรคปัญหาต่างๆ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถกำหนดทิศทางของผลิตภัณฑ์มุ่งสู่การเป็นผู้นำการตลาด ยิ่งแบรนด์สินค้าติดตลาดและเป็นผู้นำในตลาดมาก ผู้ประกอบการก็สามารถบังคับกลไกตลาดให้เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของตนเองได้มากขึ้น

2.9 ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านการ ให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย โดยเรียงลำดับ ได้ดังนี้ มีการวิจัย พัฒนาและสนับสนุนทางวิชาการ หน่วยงานมีการขอคำปรึกษาแนะนำข้อมูล เพื่อปรับปรุงธุรกิจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการรวมตัวเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น และมีภาคีเครือข่ายที่ให้การสนับสนุน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี สรุปได้ดังนี้

3.1 เพศ มีผล ต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด และด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 และด้านการจัดการการผลิต

3.2 อายุ มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ด้านการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ

3.3 สถานภาพสมรส มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการการผลิต ด้านการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ

3.4 ระดับการศึกษา มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ใน ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ด้านการจัดการผลิต ด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูล เพื่อปรับปรุงธุรกิจ

3.5 เป้าหมายของการเข้ามาดำเนินงานประกอบธุรกิจ SMEs มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ใน ครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ด้านการจัดการผลิต ด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ



3.6 พัฒนาการของกลุ่มหรือเครือข่ายผู้ประกอบการและการรวมตัวกันอยู่ในช่วงใด มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษา แนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 และด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ และการตลาด

3.7 ความร่วมมือกับกลุ่มอื่นในเรื่องใดมากที่สุด มีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ในด้านการจัดการผลิต ด้านความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ

อภิปรายผล

1. ปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SME โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ซึ่งหากปัจจัยเหล่านี้อยู่ในระดับน้อย การจะขับเคลื่อนธุรกิจก็อาจจะทำได้ยากขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อการวางยุทธศาสตร์ในการพัฒนาธุรกิจด้วยเช่นกัน ดังรายละเอียดดังนี้

1.1 ปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียดแล้วจะพบว่า การประกอบธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี ได้มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจในปัจจุบันเพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาจับจ่ายซื้อของที่ตรงกับวิถีชีวิต (life style) รวมถึงเรื่องของการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค และการส่งเสริมการขาย รวมถึงการบริการจัดส่งที่รวดเร็ว ซึ่งเป็นสิ่งที่ธุรกิจพึงกระทำ ลูกค้าส่วนใหญ่ที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จะต้องทำงานเสียเป็นส่วนใหญ่ จึงอาจไม่มีเวลาในการจับจ่ายซื้อของ หากมีช่องทางในการขายหรือจัดส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว เช่น การบริการผ่านอินเทอร์เน็ต การจัดส่งถึงบ้าน ก็จะทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น หรืออาจต้องใช้ตัวกลางทางการตลาดซึ่งเป็นธุรกิจที่ช่วยส่งเสริมช่วยขายและจำหน่ายสินค้าไปยังผู้ซื้อขั้นสุดท้าย ตัวกลางทางการตลาด (Marketing Intermediaries) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคลหรือองค์กร ทำหน้าที่ช่วยเหลือและสนับสนุนในกระบวนการย้ายสินค้าและสิทธิในตัวสินค้าจากผู้ผลิตมายังผู้บริโภค

1.2 ปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านการผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียดแล้วจะพบว่า มีกระบวนการผลิตและความพร้อมด้านเครื่องมืออุปกรณ์บุคลากร น้อย รวมถึงการตรวจสอบและประเมินผลิตภัณฑ์และบริการน้อย จึงอาจส่งผลกระทบต่อปรับปรุงกระบวนการผลิต แม้ว่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพสูงแต่ราคาต่ำ ก็ตาม แต่หากไม่มีกระบวนการผลิต บุคลากร และการตรวจสอบที่ดี ก็อาจทำให้การผลิตทำไม่ได้มีคุณภาพหรือไม่ดีเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับ ปกรณ์ ปรียากร (2544) กล่าวว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเป็นการตรวจสอบประสิทธิภาพของกิจการ เป็นการบ่งบอกถึงจุดแข็งที่เป็นประโยชน์และจุดอ่อนที่ต้องปรับแก้ไขประกอบกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

1.3 ปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านเงินทุน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียดแล้วจะพบว่า ยังมีภาระระดมทุนน้อย รวมถึงการหาแหล่งเงินทุนน้อยอยู่ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการสื่อสารกลยุทธ์ที่ พอร์ทเตอร์ Porter (2548) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์หลัก/พื้นฐาน และการเสนอคุณค่า (Value Proposition) ของบริษัทจะต้องได้รับการสื่อสารไปยังลูกค้า ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) ผู้จัดจำหน่ายและแหล่งเงินทุนด้วย ซึ่งจะมีผลในการเสริมสภาพคล่องทางธุรกิจได้มากขึ้น รวมถึงการตัดสินใจในการขยายหรือปรับปรุงกิจการก็ต้องอาศัยเงินทุนสำรอง การมีการระดมทุนหรือการหาแหล่งเงินทุนจึงมีความสำคัญสำหรับธุรกิจ

1.4 ปัจจัยของการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านการจัดการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียดแล้วจะพบว่า การจัดการเป็นกระบวนการในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การทำหน้าที่หลัก 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การชั้นนำและการควบคุม องค์กร บาร์ทอน และ มาร์ติน (Bartol & Martin, 2001) ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องมีการประเมินจุดอ่อน จุดแข็งของตนเอง



และประเมินคู่แข่ง เพื่อกำหนดกฎเกณฑ์และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน และการวางแผนในการจัดองค์การ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เมื่อวิเคราะห์จากความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยของส่วนบุคคลที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือนจังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา เป้าหมายของการเข้ามาดำเนินงานประกอบธุรกิจ SMEs พัฒนาการของกลุ่มหรือเครือข่ายผู้ประกอบการและการรวมตัวกันอยู่ในช่วงใด กลุ่มหรือเครือข่ายท่านมีความร่วมกับกลุ่มอื่นในเรื่องใดมากที่สุด ล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจ SMEs ทั้งสิ้น ดังนั้น การจัดสรรบุคคลให้เหมาะกับงานก็จะส่งผลให้สามารถนำเอาศักยภาพของคนมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการประกอบธุรกิจ SMEs ได้ดีมากขึ้น

3. ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจใหม่เหล่านี้ จะต้องมึทักษะในการประกอบธุรกิจ เช่น มีการจัดหาสินค้า/บริการที่ถูกค่าต้องการ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการหีบห่อผลิตภัณฑ์ ที่น่าสนใจ การตั้งราคา สินค้าให้ดึงดูดใจ การขายสินค้าโดยวิธีการขายตรง การขายสินค้าโดยวิธีการขายปลีก และการเลือกใช้ สื่อโฆษณาที่เหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าสนใจในสินค้า เป็นต้น ธุรกิจ SMEs จึงต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่มีการดำเนินชีวิต (life style) ที่แตกต่างกัน รวมถึงการเตรียมความพร้อมด้านเงินทุน เพื่อให้มีสภาพคล่องและพร้อมในการปรับกลยุทธ์เพื่อต่อสู้กับผู้ประกอบการธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ รวมถึงเพื่อการขยายธุรกิจให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าด้วย

ปัญหาที่เกิดจากการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของการทำธุรกิจด้านการหาแหล่งเงินทุน การบริหารจัดการ การลดต้นทุนการผลิต การวางแผนทางการเงิน และผู้ประกอบการส่วนมากจะเป็นเรื่องขาดความรู้ในการทำธุรกิจโดยเฉพาะรายที่เป็นผู้เริ่มก่อตั้งจะขาดทั้งความรู้ ความสามารถประสบการณ์ แต่ก็มียางรายที่เคยเป็นลูกจ้างหรือพนักงานมาก่อนแล้วลาออกมาทำธุรกิจเองแต่ก็ขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการทำให้ธุรกิจดำเนินการมีปัญหาตลอดเวลาจากผู้ประกอบการที่สืบทอดธุรกิจครอบครัวจะได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์การแนะนำ ฝึกสอนเทคนิคการค้าและมีฐานข้อมูลลูกค้าเดิมของธุรกิจครอบครัว ตลอดจนมีการสนับสนุนจากครอบครัวให้มีการศึกษามาทางด้านที่เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ ผู้ประกอบการกลุ่มนี้จะสามารถประกอบธุรกิจอยู่รอดได้ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นสำหรับผู้ที่มีขาดความรู้ ประสบการณ์ควรต้องพยายามหาความรู้เพิ่มเติมด้วยการเข้ารับการอบรมการทำธุรกิจจากสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานราชการที่จัดขึ้น และควรมีการสร้างเครือข่าย การทำพันธมิตรระหว่างผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

1. ปัญหาด้านการตลาด SMEs ส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่งตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าภายในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

2. ขาดแคลนเงินทุน SMEs มักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนทั้งนี้เนื่องจากการไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบและขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้ธนาคาร และยังคงจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

3. ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานใน SMEs จะมีปัญหาการเข้าออกสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอการพัฒนาไม่ต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

4. ปัญหาข้อจำกัดเทคโนโลยีการผลิต โดยทั่วไป SMEs มักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนเนื่องจากการลงทุนต่ำและผู้ประกอบการ/พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัยจึงทำให้ขาดการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

5. ปัญหาข้อจำกัดด้านการจัดการ SMEs มักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริการที่มีระบบใช้ประสบการณ์จากการเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลักอาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายใน



6. ปัญหาการเข้าถึงการบริการการส่งเสริมของรัฐ SMEs จำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้านผลิตในลักษณะโรงงานห้องแถวไม่มีการจดทะเบียนโรงงาน ทะเบียนพาณิชย์ หรือทะเบียนการค้า ดังนั้น กิจการเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของของภาครัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพแวดล้อม หรือการรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย

7. ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์การภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมพัฒนา SMEs ที่ผ่านมาได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องเช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนสมาคมการค้าอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงานดังกล่าว เช่น บุคลากรงบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาภูมิภาคการให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่างๆ จึงไม่อาจสนองตอบได้ทั่วถึงและเพียงพอ

8. ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ จึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด

แนวทางการปรับกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs

ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการรายใหม่ของผู้ประกอบการ SMEs กำลังเป็นที่สนใจของทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการรายใหม่นั้นจะเป็นรากฐานสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะผู้ประกอบการใหม่จะเป็นผู้ที่มองโอกาสและช่องทางต่างๆ แล้วสร้างธุรกิจของตนเองอย่างสร้างสรรค์และจะเป็นผู้ที่เปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาสหรือจะมองในแง่ของ “ช่วงภาวะแห่งอันตราย คือ โอกาส” การที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส ต้องมองเห็นโอกาสแม้ตกอยู่ในภาวะวิกฤติ โดยมองเห็นโอกาสแล้วหยิบฉวยขึ้นได้อย่างเหมาะสม
2. ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าเสี่ยงการลงทุนนั้นจะมีโอกาสทั้งขาดทุนและกำไร นั่นคือสิ่งที่จะได้รับ ความเสี่ยงนั้นไม่ใช่ทำแบบบ้าบิ่นหรือไม่มีหลักการและเหตุผล
3. ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นคุณสมบัติที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการ เพราะการที่จะเข้าไปแข่งขันกับธุรกิจรายเดิมหรือสินค้าที่มีอยู่ในตลาดนั้นจำเป็นจะต้องมีความคิดใหม่ ๆ และสร้างสรรค์ แต่ไม่ใช่เพื่อฝันในสิ่งเป็นไปไม่ได้
4. ต้องไม่ท้อง่าย ๆ ผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องมีความอดทน โดยเฉพาะช่วงเริ่มแรกของการทำธุรกิจใหม่ ๆ ความมุมานะไม่ย่อท้อต่อความยากลำบาก และมุ่งมั่นที่จะทำให้ธุรกิจที่ตนสร้างนั้นประสบความสำเร็จและหวังที่จะเก็บดอกออกผลในอนาคต
5. ต้องใฝ่รู้เสมอ จะต้องมีความตื่นตัว ใฝ่หาความรู้เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และปรับเปลี่ยนเข้าการสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี และยังเป็นการปรับปรุงงานต่าง ๆ ด้วย
6. ต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล โดยจะต้องมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนว่าจะไปไหนและมีแนวทางในการดำเนินการอย่างไร เพื่อให้ถูกทิศทางและเป้าหมาย
7. ต้องมีเครือข่ายที่ดี การเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่ดีนั้น จะต้องมีคนคอยชี้แนะ สนับสนุน มีแหล่งข้อมูลมากและรวมไปถึงเพื่อนหรือญาติพี่น้องที่จะช่วยเหลือ การที่ผู้ประกอบการสามารถที่จะพัฒนาสร้างเครือข่ายขึ้นมาได้แต่ต้องใช้เวลาแสวงหาสิ่งเหล่านั้น จากผู้มีประสบการณ์มีความประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ต้องมีการปรับตัว โดยรวมของยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs นั้น ผู้ประกอบการต้องมุ่งมั่นในการตั้งใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการต้องมีการพัฒนาฝีมือแรงงาน รวมถึงทักษะด้านภาษาเพื่อเตรียมตัวรองรับเข้าสู่การรวมตัวของ AEC ตามกรอบ ASEAN SMEs นั้น รวมทั้งเน้นด้านการสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกันกลุ่มเครือข่ายของอาเซียน ส่วนด้านการตลาดควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งหากลุ่ม



ตลาดเป้าหมายและช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในต้นทุนที่ต่ำที่สุด สำหรับด้านการผลิตควรให้มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต หาแหล่งวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ ด้านการเงินและแหล่งเงินทุนควรมีการใช้ระบบการเงินและบัญชีที่ถูกต้อง มีความรู้เรื่องต้นทุนและจุดคุ้มทุน และภาครัฐให้การสนับสนุนเรื่องแหล่งทุน ต้นทุนต่ำ ด้านเทคโนโลยีควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบการทำงาน รวมถึงระบบสารสนเทศ และด้านการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ผู้ประกอบการควรหาพันธมิตรธุรกิจในการผลิตและการจัดจำหน่าย ดังนั้นในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในด้านการพัฒนาการบริหารจัดการ นั้นย่อมขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์และความสามารถของผู้บริหารหรือผู้ประกอบการองค์การที่ต้องมีภาวะผู้นำ มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและเข้าใจวัฒนธรรมองค์กรจึงสามารถดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จได้

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการใหม่ที่มีปัญหามากที่สุดในเรื่องของเงินลงทุนครั้งแรกที่ไม่สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินได้ โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะใช้เงินลงทุนของตนเองหากไม่เพียงพอก็จะแก้ปัญหาโดยการกู้เงินนอกระบบ และนอกจากปัญหาด้านเงินลงทุนของผู้ประกอบการแล้วปัญหาที่พบจากการวิจัยที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหาอีกด้านคือ การบริหารจัดการธุรกิจ จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมไทยที่ผ่านมาต้องมีการปรับตัวครั้งใหม่ของอุตสาหกรรม เช่น ด้านการตลาด การบริหารจัดการ แหล่งเงินทุน การตลาด แรงงาน คุณภาพสินค้าและเทคโนโลยี เป็นต้น

1. การจัดอบรมให้ความรู้ในการขอกู้เงินเพื่อการลงทุนจากสถาบันการเงินโดยวิทยากรจากสถาบันการเงิน ว่าการขอกู้เงินลงทุนจากสถาบันการเงินที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันจะอย่างไร และมีสถาบันการเงินแห่งใดบ้างที่ให้กู้ในลักษณะเช่นนี้ตลอดจนต้องใช้หลักฐานอะไรที่ไม่ใช่สำคัญที่สุดกับหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน

2. ประชากร และขนาดตัวอย่างที่ศึกษา อาจจะขยายจากจังหวัดนนทบุรี เป็นภาคกลาง หรืออาจจะขยายเป็นทุกภาค เพื่อให้ประชากรกว้างมากขึ้น

3. ปัญหาด้านการตลาด ธุรกิจขนาดย่อมจะตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาด ในวงกว้างโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่งตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

บรรณานุกรม

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2548). **กรอบยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในระยะ 4 ปี (2548-2551)**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2544). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545 – 2549**. กรุงเทพมหานคร : ศุภสภา.

Bartol, K.M. and Martin D. C. (1991). **Management**. New York: McGraw-Hill, Inc.

Porter, M.E. and van der Linde, C. (1995). Green and competitive: Ending the stalemate. *Harvard Business Review*. 73(5), 120-133.