

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี

THE RELATIONSHIP BETWEEN BUSINESS ENVIRONMENT FACTORS
AND FIRMSUCCESS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN
UDON THANI PROVINCE

ธัญญาภรณ์ ใจปานแก่น¹

¹คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพิชญบัณฑิต

Thanyaporn Jaipankaen¹

¹ Faculty of Business Administration, Pitchayabundit College

(Received: August 29, 2020; Revised: October 17, 2020; Accepted: November 3, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2) ศึกษาความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 314 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยีระบบการเงิน และระบบบุคลากร ปัจจัยภายนอก การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย ด้านความมั่นคงของกิจการ ด้านการยอมรับนับถือและด้านการมีชื่อเสียง

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้ 1) ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจมีความสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยรวมและรายด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ในระดับมาก 2) ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก 3) ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี ระบบการเงิน และระบบบุคลากร ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรมและเทคโนโลยี พบว่ามีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r_{xy} = .634^{**}$)

ข้อเสนอแนะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดอุดรธานี ต่อการดำเนินงานธุรกิจมีความต้องการที่จะให้ภาครัฐ สถาบันการเงิน และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือและให้การสนับสนุนใน ด้านต่างๆ เพิ่มมากขึ้นเพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาฝีมือ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่นิยมของท้องตลาด

คำสำคัญ : ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ, ความสำเร็จของธุรกิจ, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) study the business environment factors the success of small and medium enterprises 2) study the firm success of small and medium enterprises 3) study the relationship between business environment and The achievements of small and medium enterprises in UdonThani Province. Main informant entrepreneurs and small and medium enterprises. In UdonThani Province totaled 314 people. The instrument used in this research as a questionnaire data analysis with percentage, mean, standard deviation and the pearson correlation coefficient The variables used in the analysis of the business environment consist of internal factors, marketing systems, customer systems, technology systems, financial systems, and human resource systems, external factors, politics, economy, society and culture and technology. The dependent parameters are the success of small and medium enterprises consist of the security of the business In respect of respect and reputation

The results of the study can be summarized as follows: 1) The business environment is critical to the success of small and medium enterprises. Overall and aspect consisted of both internal and external factors at a high level. 2) The success of small and medium enterprises 3) The results of the relationship analysis of the business environment consisted of internal factors such as marketing system, customer system, technology system, financial system and human resource system. External factors including political, economic, social and cultural and technological were found to be related to the success of medium sized enterprises and small In the same direction and there was a moderate correlation statistically significant .01 level ($r_{xy} = .634^{**}$).

In regard to the suggestions, it is concluded that people or entrepreneurs need the assistance of the government sector, financial institutions and private sector for financial support and professional development, development of product design, and added value products.

Keywords: Business environmental Factors, Business success, Small and medium enterprises

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพราะ SMEs ทำให้เกิดการจ้างงาน และการขยายตัวของภาคการผลิตสินค้าและอุตสาหกรรม การบริการ SMEs ที่ได้รับการพัฒนาทักษะและรูปแบบการบริหารจัดการที่ดีจะทำให้ SMEs มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ธุรกิจมั่นคงและขยายเติบโต เป็นฐานไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ ช่วยในการพัฒนา

ด้านเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ได้สร้างความตื่นตัวให้กับผู้ประกอบการไทย เพื่อเข้าสู่การแข่งขันทางการค้าในตลาดต่างประเทศ ที่มีฐานลูกค้าใหญ่ขึ้น เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ และความพร้อม สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 12 ปี พ.ศ. 2560 - 2564 ตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน จากสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทย รวมถึงได้วางยุทธศาสตร์ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีจิตวิญญาณในการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีทักษะในการทำธุรกิจ รู้จักใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการผลิต การจัดการ การขาย หรือเป็น Smart SMEs สนับสนุนการกระจายการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และสนับสนุนเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ของภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้า การลงทุน โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการสร้างขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เติบโตและแข่งขันได้ รวมทั้งการสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ โดยการกำหนดนโยบาย/มาตรการ เพื่อจูงใจให้บริษัทขนาดใหญ่ที่มีการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ เป็นผู้สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และห่วงโซ่การผลิตของโลก ตลอดจนส่งเสริมบทบาทของภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีอยู่ทั่วประเทศจำนวน 2.647 ล้านราย ก่อให้เกิดการจ้างงาน 10.996 ล้านคน สามารถสร้างรายได้จากการส่งออก 2.069 ล้านบาท สะท้อนได้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นรากฐานและกลไกสำคัญของระบบเศรษฐกิจประเทศ แต่ที่ผ่านมามีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังคงมีอุปสรรคทั้งในเรื่องความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรับบริการจากหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงช่องทางการตลาด ฯลฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562)

ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยมาก ซึ่งมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศถึง 2.65 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 99.8 ของ วิสาหกิจทั้งหมด มีการจ้างงาน จำนวน 11 ล้านราย หรือร้อยละ 83.9 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มีมูลค่าการส่งออก 2.07 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29.9 ของมูลค่าการส่งออกทั้ง ประเทศ และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า 3.86 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.6 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สอดคล้องกับรายงาน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คาดการณ์ว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมที่แท้จริงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560 - 2564 แต่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงเล็กน้อย โดยในระยะสั้น พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ กำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่ฟื้นตัว เศรษฐกิจไทยมีอัตราการเติบโตที่ลดลง การขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต ประกอบกับต้นทุนวัตถุดิบที่มีแนวโน้มสูงขึ้น การแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งจากภายใน และภายนอกภูมิภาค ทั้งนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะได้รับผลกระทบจากสาเหตุข้างต้นมาก หากไม่มีการแก้ไขอาจทำให้ปัญหาดังกล่าว กลายเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs ในระยะยาวได้ (มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง, 2559)

จังหวัดอุดรธานี เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพื้นที่มากเป็นอันดับ 4 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ตามราคาประจำปี พ.ศ. 2560 มีมูลค่า 98,757 ล้านบาท จัดอยู่ในลำดับที่ 4 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองจากจังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น และอุบลราชธานี ตามลำดับ และอันดับที่ 23 ของประเทศ ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ตามราคาประจำปี พ.ศ. 2560 ภาคการเกษตร 17,134 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.35 และนอกภาคการเกษตร 81,623 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 82.65 พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการเกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้ มีมูลค่ามากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีมูลค่า 16,504 ล้านบาท อันดับที่ 2 คือ การศึกษา มีมูลค่า 12,952 ล้านบาท อันดับที่ 3 คือ อุตสาหกรรม มีมูลค่า 12,614 ล้านบาท อันดับที่ 4 คือ ด้านการขนส่ง การขายปลีกฯ มีมูลค่า 12,348 ล้านบาท และอันดับที่ 5 คือ การบริหารราชการ และการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกันสังคมภาคบังคับ มีมูลค่า 6,825 ล้านบาท ซึ่งทางจังหวัดมีแผนพัฒนาจังหวัด 2561 - 2562 ประเด็นการพัฒนาด้านที่ 1 : การพัฒนาศักยภาพการค้าการลงทุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง แผนงานที่ 1 ส่งเสริมอุตสาหกรรมและพัฒนาแรงงานมุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยมีตัวชี้วัดคือ จำนวนที่เพิ่มขึ้นของสถานประกอบการภาคอุตสาหกรรม (SME) ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP และเพื่อให้บรรลุผลตัวชี้วัดดังกล่าวได้จัดทำโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรม และกำลังแรงงานเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ มีกิจกรรมย่อย ประกอบด้วย 1) การพัฒนาผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) 2) การพัฒนาฝีมือแรงงานของสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเป้าหมาย ทั้งนี้ โดยมีสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเป็นเจ้าภาพหลัก และมีศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 4 สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานแรงงานจังหวัด สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด และหอการค้าจังหวัด ร่วมเป็นเจ้าภาพ แผนงานที่ 2 ส่งเสริมการตลาด และแผนธุรกิจให้แก่กลุ่มเป้าหมายอุดรธานี 4.0 โดยมี การส่งเสริมการตลาด และแผนธุรกิจกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ทั้งนี้ โดยมีสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเป็นเจ้าภาพหลัก และมีสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี (ศูนย์เพาะบ่มธุรกิจ) หอการค้าจังหวัด และสภาอุตสาหกรรมจังหวัด ร่วมเป็นเจ้าภาพ (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อพัฒนาจังหวัดอุดรธานี, 2562)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมที่แท้จริงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560 - 2564 แต่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงเล็กน้อย โดยในระยะสั้น พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ กำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่ฟื้นตัว เศรษฐกิจไทยมีอัตราการเติบโตที่ลดลง การขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต ประกอบกับต้นทุนวัตถุดิบที่มีแนวโน้มสูงขึ้น การแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งจากภายในและภายนอกภูมิภาค ทั้งนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะได้รับผลกระทบจากสาเหตุข้างต้นมาก หากไม่มีการแก้ไขอาจทำให้ปัญหาดังกล่าวกลายเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs ในระยะยาวได้ (มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง, 2559)

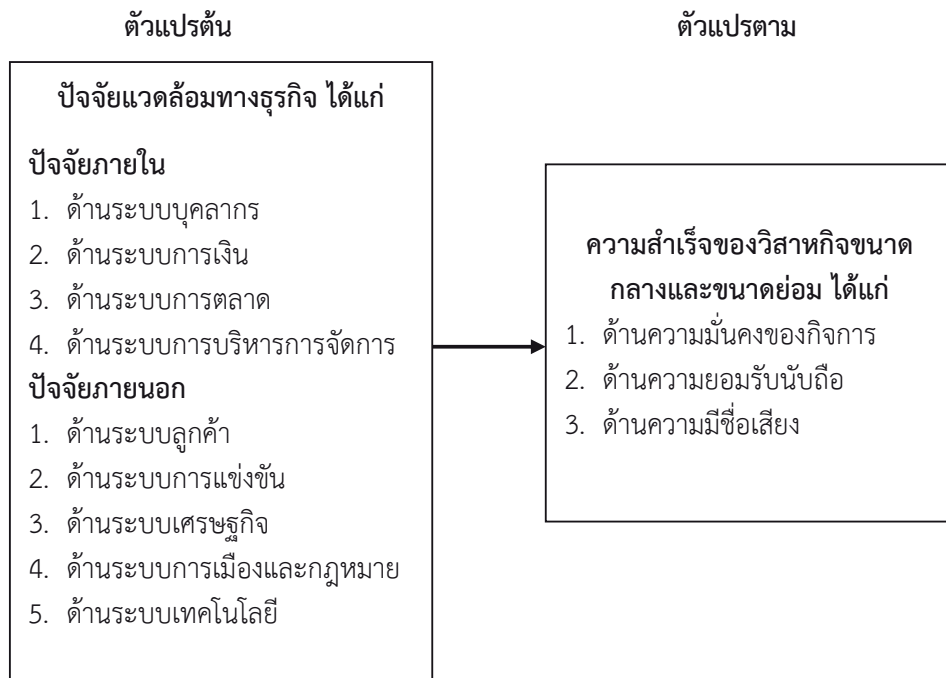
จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี ว่าประกอบด้วยปัจจัยอะไรบ้าง ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสามารถ

ดำเนินการต่อไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน อีกทั้ง ยังสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพ
ในชุมชนชนบทอื่นๆ ให้มีความมั่นคงและยั่งยืนต่อไปด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัด
อุดรธานี
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประกอบกิจการในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 1,705 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประกอบกิจการในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 314 คน โดยเปิดตาราง Krejcie & Morgan (1970, อ้างใน บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาเป็น 2 ตอน มีลักษณะดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ รูปแบบกิจการและลักษณะของกิจการ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยี และความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ความมั่นคงของกิจการ ความยอมรับนับถือ และความมีชื่อเสียง โดยกำหนดตัวเลขมาตรฐานวัดประมาณค่า มี 5 ระดับ ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ แบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของคำถามแต่ละข้อโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ (IOC : Index of item objective congruence) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดอุดรธานี จำนวน 30 คน แล้วมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.92

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ภายหลังข้อคำถามผ่านการทดสอบเครื่องมือแล้ว ได้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม จากนั้นเก็บรวบรวมภายหลังการตอบแบบสอบถามเสร็จสิ้น และได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาที่มีความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งสิ้น 314 ฉบับ แล้วนำมาบันทึกลงรหัสตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ รวมทั้งนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยข้อมูลถูกเก็บรวบรวมในช่วงเดือนมกราคม - เมษายน 2563

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกิจการ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ นำค่าเฉลี่ยไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	แสดงว่า	มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	แสดงว่า	มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	แสดงว่า	มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	แสดงว่า	มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	แสดงว่า	มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในระดับน้อยที่สุด

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี ใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) แล้วนำไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2553)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.71 – 1.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันสูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.31 – 0.70	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.01 – 0.30	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันต่ำ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.00	หมายถึง	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบกิจการ พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่ เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนนิติบุคคล 225 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 71.65 กิจการส่วนบุคคล 75 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.88 ที่เหลือจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.47

ลักษณะกิจการ พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่ มีลักษณะเป็นกิจการผลิตสินค้า/ให้บริการ 248 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 78.98 กิจการค้าปลีก 46 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.65 ที่เหลือเป็นกิจการค้าส่ง 20 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 6.37

จำนวนพนักงาน พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่ มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 15 คน จำนวน 121 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.53 รองลงมา ได้แก่จำนวนพนักงาน 51 - 200 คน จำนวน 105 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.43 จำนวนพนักงาน 16 - 50 คน จำนวน 58 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.47 และจำนวนพนักงาน 200 คนขึ้นไป จำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับของปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายใน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านระบบบุคลากร	3.89	.68	มาก
2. ด้านระบบการเงิน	3.97	.60	มาก
3. ด้านระบบการตลาด	4.07	.63	มาก
4. ด้านระบบการบริหารการจัดการ	3.90	.76	มาก
โดยรวม	3.95	.58	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาความสำคัญของปัจจัยภายใน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยภายใน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงอันดับได้ ดังนี้ ด้านระบบการตลาด ให้ความสำคัญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา ด้านระบบการเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 และด้านระบบการบริหารการจัดการ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับของปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านระบบลูกค้า	4.06	.57	มาก
2. ด้านระบบการแข่งขัน	3.97	.64	มาก
3. ด้านระบบเศรษฐกิจ	3.90	.53	มาก
4. ด้านระบบการเมืองและกฎหมาย	3.82	.55	มาก
5. ด้านระบบเทคโนโลยี	3.87	.58	มาก
โดยรวม	3.92	.53	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาความสำคัญของปัจจัยภายนอก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยภายนอก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงอันดับได้ดังนี้ ด้านระบบลูกค้า ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา ด้านระบบการแข่งขันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 และด้านระบบเศรษฐกิจ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับของความสำเร็จของธุรกิจ

ความสำเร็จของธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านความมั่นคงของกิจการ	4.16	.57	มาก
2. ด้านความยอมรับนับถือ	3.97	.58	มาก
3. ด้านความมีชื่อเสียง	3.95	.53	มาก
โดยรวม	4.02	.54	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาความสำคัญของความสำเร็จของธุรกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของความสำเร็จของธุรกิจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงอันดับได้ดังนี้ ด้านความมั่นคงของกิจการ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา ด้านความยอมรับนับถือ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 และด้านความมีชื่อเสียง ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี

ตัวแปร	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y _{tot}
X ₁	.423**	.403**	.408**	.476**
X ₂	.373**	.478**	.376**	.464**
X ₃	.403**	.423**	.412**	.480**
X ₄	.473**	.573**	.534**	.612**
X ₅	.433**	.506**	.403**	.537**
X ₆	.503**	.566**	.500**	.607**
X ₇	.412**	.403**	.394**	.480**
X ₈	.534**	.483**	.523**	.521**
X ₉	.413**	.423**	.483**	.537**
X _{tot}	.534**	.493**	.563**	.634**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

X ₁	แทน	ปัจจัยภายในด้านระบบบุคลากร
X ₂	แทน	ปัจจัยภายในด้านระบบการเงิน
X ₃	แทน	ปัจจัยภายในด้านระบบการตลาด
X ₄	แทน	ปัจจัยภายในด้านระบบการบริหารการจัดการ
X ₅	แทน	ปัจจัยภายนอกด้านระบบลูกค้า
X ₆	แทน	ปัจจัยภายนอกด้านระบบการแข่งขัน
X ₇	แทน	ปัจจัยภายนอกด้านระบบเศรษฐกิจ
X ₈	แทน	ปัจจัยภายนอกด้านระบบการเมืองและกฎหมาย
X ₉	แทน	ปัจจัยภายนอกด้านระบบเทคโนโลยี
X _{tot}	แทน	ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจในภาพรวม
Y ₁	แทน	ความสำเร็จด้านความมั่นคงของกิจการ
Y ₂	แทน	ความสำเร็จด้านความยอมรับนับถือ

Y_3	แทน	ความสำเร็จด้านความมีชื่อเสียง
Y_{tot}	แทน	ความสำเร็จในภาพรวม
r	แทน	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
**	แทน	ความแตกต่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง $.373^{**}$ - $.634^{**}$ ภาพรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.01$ ($r_{xy} = .634^{**}$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านระบบการบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = .612^{**}$) ด้านระบบการแข่งขัน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = .537^{**}$) ด้านระบบลูกค้า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = .537^{**}$) ด้านระบบการเมืองและกฎหมาย มีความสัมพันธ์ทางบวก กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = .521^{**}$)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องงานวิจัย และงานศึกษาเกี่ยวกับความอยู่รอดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ค่อนข้างมากในหลายมิติ ได้แก่ งานวิจัยของ รุ่งนภา ต่อดุฒ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าใน จังหวัดฉะเชิงเทรา การศึกษาของ นฤมล พึ่งทอง (2557) เกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย ผลงานศึกษาของ ชุตติมา หวังเบญจหมัด และธนชา บินดุห์ลิ้ม (2557) ที่ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา งานวิจัยของ วีรวิชัย เลิศไทยตระกูล (2557) โกวิทย์ ตันต์มานะธรรม (2556) Sammut-Bonnicci & Galea (2015) ซึ่งได้อธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยภายนอก กับความสำเร็จของธุรกิจ จิราพรธม สกุลลิ้ม (2558) จุฑามาศ จิตติถาวร และคณะ (2554) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ซึ่งเป็นที่ประจักษ์ชัดว่า ปัจจัยในองค์กร และสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการศึกษาเพื่อปรับตัวให้อยู่รอด

ข้อเสนอแนะ

เนื่องด้วยผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น ธุรกิจควรวิเคราะห์ตนเองว่า ปัจจัยภายในด้านใดที่ต้องพิจารณาปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งถัดไปควรศึกษากลยุทธ์การปรับตัวแบบไหนที่ได้ผล และไม่ได้ผล ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อจะได้เห็นว่า ประเภทธุรกิจแบบไหน ควรใช้กลยุทธ์ใดที่จะเหมาะสมที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อพัฒนาจังหวัดอุดรธานี,สำนักงาน. (2562). **แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี (พ.ศ. 2561-2564)**. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2563, จาก www.udonthani.go.th
- โกวิทีย์ ตันต์มานะธรรม. (2556). **กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศ**. ดุษฎีนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- จิราพรรณ สุกุลลิ้ม. (2558). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกลยุทธ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งของผู้ประกอบการในจังหวัดสมุทรสาคร**. **วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต**, 3(3), 28-35.
- จุฑามาศ จิตติถาวร และคณะ. (2554). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย**. **วารสาร Asian Social Science**. 7(5), 180-190.
- ชุตินา หวังเบ็ญหมัด และ ธนัชชา บินดุลหะลิ้ม. (2557). **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่**, 1(1). 109-123.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2553). **การเขียนเค้าโครงการวิจัย: แนวทางสู่ความสำเร็จ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: ไทยเนรมิตกิจอินเตอร์โพรเกสซิฟ จำกัด.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS และ AMOS**. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: หจก.สามัญบิสซิเนสอาร์แอนด์ดีล.
- นฤมล พึ่งทอง. (2557). **ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย**. **วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). **การวิจัยการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ท้อป.

- มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง. (2559). **โครงการศึกษาวิเคราะห์สถานภาพและโครงสร้าง SMEs ตามระยะการเติบโตทางธุรกิจ ภายใต้งานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำปี**. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- ยุพาวดี สมบูรณ์กุล. (2556). **ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับการนาเทคโนโลยี ประเภทอุตสาหกรรมสารสนเทศมาสนับสนุนระบบการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมในภาคใต้**. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- รุ่งนภา ต่ออุดม. (2556). **ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา**. การศึกษาอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วีรวิชัย เลิศไทยตระกูล. (2557). **การสร้างเครือข่ายนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs**. วารสารนักบริหาร, 34(2), 37-45.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว). (2562). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2554-2555**. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2563, จาก www.sme.go.th.
- Sammut - Bonnici, T. & Galea, D. (2015). **PEST Analysis**. Malta : University of Malta.