

# อิทธิพลของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดปทุมธานี

## The Influence of Business Environmental Factors on the Success of Small and Medium Enterprises in Pathumthani Province

ปัทมา รูปสุวรรณกุล<sup>1</sup>

สมยศ อวเกียรติ<sup>2</sup>

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

E-mail: pattama@northbkk.ac.th<sup>1</sup>

E-mail: somyos.av@northbkk.ac.th<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ คือ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดปทุมธานี 2. เพื่อศึกษาความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ ด้านการมีชื่อเสียง 3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจ SMEs กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 212 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบช่วงชั้น จากภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติในการทดสอบสมมติฐานใช้ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมภายในทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.79$ ) เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ 1. ด้านบุคลากร ( $\bar{x} = 4.09$ ) 2. ด้านการบริหารจัดการ ( $\bar{x} = 4.02$ ) 3. ด้านการตลาด ( $\bar{x} = 3.92$ ) 4. ด้านการเงิน ( $\bar{x} = 3.13$ ) สำหรับปัจจัยภายนอกทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.99$ ) เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ ดังนี้ 1. ด้านเทคโนโลยี ( $\bar{x} = 4.20$ ) 2. ด้านลูกค้า ( $\bar{x} = 4.09$ ) และ 3. ด้านการเมืองและกฎหมาย ( $\bar{x} = 3.92$ ) 4. ด้านการแข่งขัน ( $\bar{x} = 3.90$ ) 5. ด้านเศรษฐกิจ ( $\bar{x} = 3.84$ ) ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจด้านการตลาด ด้านลูกค้า ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านการเงิน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs โดยรวม ในเชิงบวกร้อยละ 53.20 ข้อเสนอแนะที่ช่วยให้ SMEs ประสบความสำเร็จได้ ต้องมีการวางแผนที่ดี มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ และต้องมีการบริหารด้านบุคลากรที่ดี

**คำสำคัญ:** ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ความสำเร็จของธุรกิจ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

## ABSTRACT

The purposes of this research are to 1. study the business environment; internal factors and external factors which affected to success of business 2. study the success of small and medium enterprises in Pathumthani province (SMEs) in stability, respect, and celebrity aspects. 3. Analyze the relationship between business environment and the success of SMEs. The research sample was 212 SMEs Business executives in Pathumthani province, was recruited by stratified random sampling with manufacturing, trading and service sectors by using questionnaires as tool for collecting data. Statistics used in data analysis were descriptive statistics: mean, standard deviation and statistics techniques for hypothesis testing were Correlation Analysis and Multiple Regression Analysis. The research results found that SMEs entrepreneurs had high level of opinions about the internal environmental factors in the overall aspects ( $\bar{x} = 3.79$ ). When considering in each aspect, the ranking aspect could be ranked by mean as follow 1. personnel ( $\bar{x} = 4.09$ ), 2. management ( $\bar{x} = 4.02$ ), 3. marketing ( $\bar{x} = 3.92$ ), and 4. finance ( $\bar{x} = 3.13$ ) respectively. The overall aspects of the external environmental factors had high level opinions too ( $\bar{x} = 3.99$ ). When considering in each aspect, the ranking aspect could be ranked by mean as follow 1. technology ( $\bar{x} = 4.20$ ), 2. customers ( $\bar{x} = 4.09$ ), 3. political and legal ( $\bar{x} = 3.92$ ), 4. competition ( $\bar{x} = 3.90$ ), and 5. economic ( $\bar{x} = 3.84$ ) respectively. The influences of business environment that affected the overall success of the SMEs were marketing, customers, management, personnel, technology and finance. These factors could be predicted the overall influence on business success of SMEs at 53.20 percent in the same direction. The suggestions for SMEs business success would have to have a good planning, use technology in their business and have a good personnel management.

**KEYWORDS:** Business Environmental Factors, Success of Business, Small and Medium Enterprises

## บทนำ

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ค่อนข้างมีการเติบโตที่รวดเร็วและมีการแข่งขันสูงมาก รัฐบาลเองได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีนโยบายในการส่งเสริมและผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555-2559) ยุทธศาสตร์ที่ 1 สนับสนุนปัจจัยแวดล้อม

ให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เชื่อมโยงเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “พัฒนาศักยภาพ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยให้เติบโตอย่างสมดุลยั่งยืน เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของ

เศรษฐกิจไทย” (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว), 2559ก) ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยมาก ซึ่งมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศถึง 2.65 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 99.8 ของวิสาหกิจทั้งหมด มีการจ้างงานจำนวน 11 ล้านราย หรือร้อยละ 83.9 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มีมูลค่าการส่งออก 2.07 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29.9 ของมูลค่าการส่งออกทั้งประเทศ และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า 3.86 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.6 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สถิติข้างต้นจะเห็นได้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทต่อภาคธุรกิจไทยเป็นอย่างดี (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว), 2559ค) แต่จากการสำรวจติดตามกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของหน่วยงานภาครัฐ โดยบริษัท SMEs Development and Consultant พบว่า ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน 100 ราย จะมีเพียงไม่ถึงร้อยละ 5 ที่ประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเด่นเฉพาะตัวที่เป็นปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นแกนหลักให้กับระบบธุรกิจและเศรษฐกิจไทย สามารถยืนหยัดอยู่ได้ในสภาวะปัจจุบันที่เศรษฐกิจถดถอย นอกจากนี้ยังมีปัญหาอุปสรรคอีกมากมายในการบริหารจัดการ ความรู้ความสามารถด้านเงินทุนและทรัพยากร ทำให้บางธุรกิจ SMEs เท่านั้นที่ประสบผลสำเร็จ แต่บางธุรกิจ SMEs ก็ล้มเหลว และล้มเลิกกิจการในที่สุด โดยมีอายุในการดำเนินงานไม่เกิน 1-2 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงต้องมีวิธีการปรับตัวด้านการบริหารจัดการ การตลาด เพื่อรักษากิจการให้อยู่รอด ด้วยความเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งผลให้ SMEs เป็นหน่วยธุรกิจที่มีความคล่องตัวในการดำเนินงาน และ

สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศได้ดี SMEs โดยเฉพาะธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ง่าย ใช้เงินทุนไม่สูงและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการลงทุนในวิสาหกิจขนาดใหญ่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว), 2559ค) นอกจากนี้ SMEs มักมีลักษณะการกระจายตัวไปตามชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของชุมชนต่างๆ อีกด้วย ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาหลายปี ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการแข่งขันสูงมาก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว), 2559ข) และมีการเติบโตค่อนข้างรวดเร็วและเปลี่ยนแปลงมาก จังหวัดปทุมธานีก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงที่ผ่านมา รวมทั้งมีธุรกิจประเภทธุรกิจการค้า ธุรกิจบริการ และธุรกิจการผลิตอยู่จำนวนมาก และจังหวัดปทุมธานีก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่นอกไกลจากกรุงเทพมหานคร การคมนาคมต่างๆ ก็สะดวก ประชาชนก็ให้ความสนใจย้ายไปอยู่อาศัยกัน ในจังหวัดนี้กันมากขึ้น และเป็นเหตุที่ทำให้เกิดผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดนี้มากขึ้นด้วยเช่นกัน (แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (2555 – 2559)) จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จะประสบความสำเร็จต้องมีลักษณะอย่างไรและมีปัจจัยแวดล้อมใดบ้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นแนวทางให้ SMEs สามารถปรับตัวเพื่อรักษากิจการให้อยู่รอด และสร้างความมั่นคงทางธุรกิจให้ยั่งยืน รวมทั้งเกิดข้อเสนอแนะในการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และนำมาปรับปรุงการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีต่อไป

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

พัคตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และ พสุ เตชะรินทร์ (2545) กล่าวว่า การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกขององค์กรจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบที่มีต่อธุรกิจ ซึ่งสภาวะแวดล้อมโดยทั่วไปเหล่านี้จะไม่มีความสัมพันธ์กับองค์กรโดยตรงแต่สามารถมีอิทธิพลหรือมีผลกระทบทางอ้อมต่อองค์กร ก่อให้เกิดทั้งโอกาสและข้อจำกัดต่อการขยายตัวของกิจการ สภาวะแวดล้อมโดยทั่วไปสามารถแบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ 1. ด้านเศรษฐกิจ 2. ด้านเทคโนโลยี 3. ด้านกฎหมายและการเมือง 4. ด้านสังคม-วัฒนธรรม 5. ด้านสภาพแวดล้อมในต่างประเทศ

Blocher, Stout, & Cokins (2010) กล่าวว่า ปัจจัยความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่ใช้วัดผลการดำเนินงานของธุรกิจ ที่มีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลให้ธุรกิจ ประสบความสำเร็จ การระบุปัจจัยความสำเร็จจะต้องมุ่งเน้นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยมองหาปัจจัยจากแหล่งข้อมูลภายในเฉพาะของแต่ละองค์กรธุรกิจซึ่งได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการผลิต นอกจากนี้ต้องตรวจสอบปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม กฎระเบียบ การเมืองที่เอื้อประโยชน์และไม่เอื้อประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจ

ธนัชชา บินดุเหลี่ยม (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยีระบบการเงิน และระบบบุคลากร สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม ด้านความมั่นคงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจได้ ร้อยละ 48.60 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับความมั่นคง

2. ระบบการบริหารการจัดการ ระบบลูกค้า ระบบการตลาด สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจได้ร้อยละ 36.70 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับการยอมรับนับถือ

3. ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบบุคลากร ระบบการบริหารและการจัดการ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจได้ร้อยละ 42.60 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับการมีชื่อเสียง

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านการแข่งขัน ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และกฎหมาย และด้านเทคโนโลยีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี

2. เพื่อศึกษาความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ และด้านการมีชื่อเสียง

3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี

## สมมติฐาน

1. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านปัจจัยภายใน และด้านปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี  
ด้านความมั่นคง

2. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ด้านการยอมรับนับถือ

3. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ด้านการมีชื่อเสียง

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ SMEs ในจังหวัดปทุมธานี ให้สามารถประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้ต่อไป

2. เพื่อเป็นข้อมูลสนเทศในการพัฒนา ปรับปรุง และกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจ SMEs ต่อไป

3. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ภายใต้ปัจจัยแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

### วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เก็บข้อมูลจากภาคการผลิต ภาคการค้าและภาคบริการ ตามสัดส่วนจำนวน SMEs ในแต่ละภาคธุรกิจ โดยส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ที่แจ้งจดทะเบียนไว้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ในจังหวัดปทุมธานีจำนวน 26,365 ราย ณ ปี พ.ศ. 2558 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2559)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ในจังหวัดปทุมธานี โดยเปิดตารางของ Taro Yamane และเพื่อสำรวจข้อมูลไว้ด้วยจำนวนหนึ่ง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบช่วงชั้น (Stratified Random Sampling) โดยแยกตามประเภทของธุรกิจ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างแยกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. ภาคการผลิต	2,637	40
2. ภาคการค้า	10,809	164
3. ภาคการบริการ	12,919	196
รวม	26,365	400

หมายเหตุ: ในการวิจัยครั้งนี้สามารถรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาได้เพียง 212 ชุด

## ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย

1.1 ปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ

1.2 ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านการแข่งขัน ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ในด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ และด้านการมีชื่อเสียง

### เครื่องมือ

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย เริ่มจากการศึกษาเอกสารตำราทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่า Alpha Cronbach โดยได้ค่า  $\alpha$  ทั้งฉบับเท่ากับ 0.886 แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน

**ตอนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย ลักษณะการจัดตั้งธุรกิจ จำนวนพนักงาน แหล่งเงินทุน

**ตอนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับ อิทธิพลของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดปทุมธานี โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านการแข่งขัน

ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมืองและกฎหมาย และด้านเทคโนโลยี โดยกำหนดตัวเลขมาตรฐานวัดประมาณค่า มี 5 ระดับ กำหนดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงระดับความมากน้อย ดังนี้

ระดับที่	ความ	ความคิดเห็น
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ความมั่นคงของกิจการ ความยอมรับนับถือ ความมีชื่อเสียง โดยกำหนดตัวเลขมาตรฐานวัดประมาณค่า มี 5 ระดับ จำนวน 12 ข้อ โดยแปลผลค่าเฉลี่ยของความสำเร็จโดยยึดเกณฑ์ของเบส (Best) (อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2548) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความ	ระดับความสำเร็จ
4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

**ตอนที่ 5** เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean:  $\bar{x}$ ) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ



## สรุปผลการวิจัย

ลักษณะของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 46.23 มีพนักงานจำนวน 5 – 10 คน เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 43.39 และโดยส่วนใหญ่มีเงินลงทุนมาจากเงินทุนส่วนตัวของเจ้าของกิจการเป็นหลัก ร้อยละ 48.58 ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยภายใน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.79$ , S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรกคือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.51) ได้แก่ ความรู้ของบุคลากร ความสามารถของบุคลากร ความมีระเบียบวินัยของบุคลากรและความขยันหมั่นเพียรของบุคลากร รองลงมาอันดับที่ 2 คือ ด้านการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.02$ , S.D. = 0.52) ได้แก่ การวางแผน การดำเนินการที่ดี ความสามารถในการสั่งการและควบคุมและการประเมินผลในการดำเนินงาน อันดับที่ 3 คือ ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.92$ , S.D. = 0.61) ได้แก่ คุณภาพสินค้าและบริการ การตั้งราคาสินค้าและบริการ ทำเลที่ตั้งของกิจการ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และพนักงานขาย อันดับที่ 4 คือ ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.13$ , S.D. = 0.95) ได้แก่ ความพอเพียงของเงินทุน ความรู้ ด้านการวางแผนการเงิน และระบบและระเบียบในการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน และความสำคัญของการวางแผนทางการเงิน สำหรับปัจจัยภายนอกโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.99$ , S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อันดับแรก คือ ด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.20$ , S.D. = 0.73) ได้แก่ ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี ประสิทธิภาพของเทคโนโลยี และต้นทุนด้านเทคโนโลยี อันดับที่ 2 คือ ด้านลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.099$ , S.D. = 0.70) ซึ่งประกอบด้วย สินค้าตรงกับความต้องการของลูกค้า ความพึงพอใจของ

ลูกค้าต่อบริการของกิจการ และการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อของลูกค้า อันดับที่ 3 คือ ด้านการเมืองและกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.92$ , S.D. = 0.78) ซึ่งได้แก่ การส่งเสริมการลงทุนในการดำเนินธุรกิจ SMEs ของภาครัฐบาล กฎหมายที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ SMEs และการเปลี่ยนแปลงของรัฐบาล อันดับที่ 4 คือ ด้านการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.90$ , S.D. = 0.70) ได้แก่ จำนวนคู่แข่ง การตั้งราคาของคู่แข่ง การส่งเสริมการตลาดของคู่แข่ง และผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง อันดับที่ 5 คือ ด้านเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.84$ , S.D. = 0.80) ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายและมาตรการส่งเสริมเศรษฐกิจของภาครัฐ และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ให้ผู้ประกอบการ SMEs

ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.94$ , S.D. = 0.71) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรก คือ ด้านการยอมรับนับถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.95$ , S.D. = 0.70) ได้แก่ การยอมรับจากลูกค้า การยอมรับจากกลุ่มร่วมธุรกิจ และการยอมรับจากสังคม อันดับที่ 2 คือ ด้านความมั่นคง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.93$ , S.D. = 0.77) ได้แก่ ความมั่นคงด้านกำไร ความมั่นคงด้านบุคลากร และมีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงานที่ดี และอันดับที่ 3 คือ ด้านการมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.92$ , S.D. = 0.75) ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการ ชื่อเสียงของทีมนิบริหารงาน ชื่อเสียงในด้านคุณภาพสินค้าและบริการ และมีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี ตามลำดับ

ผลจากการวิเคราะห์หัตถดอยพหุคูณ ปัจจัยแวดล้อมที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีโดยรวม ได้จัดตารางที่ 2 จากค่าในตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีโดยรวม โดยปัจจัยแวดล้อมทุกตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด ด้านลูกค้า

ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.603 0.563

0.514 0.432 0.357 และ 0.312 ตามลำดับ สามารถอธิบายความผันแปรของความสำเร็จของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดปทุมธานี ได้ร้อยละ 53.2 ( $Adj.R^2 = 0.532$ )

**ตารางที่ 2** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแวดล้อมกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีโดยรวม

ปัจจัยแวดล้อม	ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	S.E.	Beta		
ค่าคงที่ (a)	0.838	0.468		6.356**	0.002
ด้านการตลาด (MK)	0.623	0.072	0.603	5.421**	0.000
ด้านลูกค้า (CM)	0.574	0.070	0.563	5.364**	0.000
ด้านการบริหารจัดการ (MGT)	0.549	0.053	0.514	4.476**	0.001
ด้านบุคลากร (HR)	0.467	0.046	0.432	4.365**	0.003
ด้านเทคโนโลยี (T)	0.367	0.038	0.357	3.957*	0.043
ด้านการเงิน (F)	0.342	0.054	0.312	3.424*	0.033
F = 72.468**	Sig. = 0.004 Adj.R <sup>2</sup> = 0.532 SEE = 0.464				

หมายเหตุ: \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 \*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**ตารางที่ 3** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแวดล้อมกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ในด้านความมั่นคง

ปัจจัยแวดล้อม	ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านความมั่นคง			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	S.E.	Beta		
ค่าคงที่ (a)	0.934	0.335		3.671**	0.000
ด้านการตลาด (MK)	0.586	0.160	0.569	7.385**	0.001
ด้านลูกค้า (CM)	0.378	0.161	0.373	4.011**	0.000
ด้านเทคโนโลยี (T)	0.289	0.149	0.283	3.096**	0.002
ด้านการเงิน (F)	0.271	0.128	0.248	2.123*	0.021
ด้านบุคลากร (HR)	0.225	0.173	0.186	2.042*	0.037
F = 76.150**	Sig. = 0.002 Adj.R <sup>2</sup> = 0.514 SEE = 0.397				

หมายเหตุ: \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 \*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ผลจากการวิเคราะห์หัตถถอยพหุคูณ ปัจจัยแวดล้อมที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ในด้านความมั่นคง ได้ตั้งค่าในตารางที่ 3 และจากค่าในตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีในด้านความมั่นคง ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด ด้านลูกค้า ด้านเทคโนโลยี ด้านการเงิน และด้านบุคลากร มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.569 0.373 0.283 0.248 และ 0.186 ตามลำดับ สามารถอธิบายความผันแปรของความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดปทุมธานี ได้ร้อยละ 51.4 ( $Adj.R^2 = 0.514$ )

ผลจากการวิเคราะห์หัตถถอยพหุคูณ ปัจจัยแวดล้อมที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ในด้านการยอมรับนับถือ ได้ตั้งตารางที่ 4

จากค่าในตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีในด้านการยอมรับนับถือ ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ด้านลูกค้า และด้านการตลาด โดยปัจจัยทั้งสามด้านนี้มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.271 0.219 และ 0.147 ตามลำดับ สามารถอธิบายความผันแปรของความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ได้ร้อยละ 62.2 ( $Adj.R^2 = 0.622$ )

**ตารางที่ 4** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแวดล้อมกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ในด้านการยอมรับนับถือ

ปัจจัยแวดล้อม	ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านความมั่นคง			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	S.E.	Beta		
ค่าคงที่ (a)	0.783	0.347		4.384**	0.001
ด้านการบริหารจัดการ (MGT)	0.296	0.256	0.271	3.677**	0.000
ด้านลูกค้า (CM)	0.223	0.244	0.219	3.421**	0.000
ด้านการตลาด (MK)	0.153	0.191	0.147	2.968**	0.001
F = 79.840**      Sig. = 0.001    Adj.R <sup>2</sup> = 0.622    SEE = 0.497					

หมายเหตุ: \*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยแวดล้อม ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีในด้านการมีชื่อเสียง สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 5 จากค่าในตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ในด้านการมีชื่อเสียง ได้แก่ ปัจจัย ด้านการตลาด ด้านลูกค้า ด้านบุคลากร

และด้านการบริหารจัดการ โดยปัจจัยทั้งสิ้นสี่ด้านมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.640 0.479 0.452 และ 0.344 ตามลำดับ สามารถอธิบายความผันแปรของความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีได้ร้อยละ 63.1 ( $Adj.R^2 = 0.631$ )

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแวดล้อมกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ในด้านการมีชื่อเสียง

ปัจจัยแวดล้อม	ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านการมีชื่อเสียง			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	S.E.	Beta		
ค่าคงที่ (a)	0.834	0.358		5.511**	0.001
ด้านการตลาด (MK)	0.684	0.054	0.640	8.581**	0.000
ด้านลูกค้า (CM)	0.526	0.053	0.479	6.561**	0.001
ด้านบุคลากร (HR)	0.463	0.067	0.452	5.114**	0.002
ด้านการบริหารจัดการ (MGT)	0.385	0.060	0.344	4.029*	0.021
F = 76.238**      Sig. = 0.000    Adj.R <sup>2</sup> = 0.631    SEE = 0.517					

หมายเหตุ: \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 \*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ปัจจัยแวดล้อมภายในโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 คะแนน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเท่ากับ 4.09 คะแนน

อยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการตลาดอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยภายนอกโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 คะแนน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.20 คะแนน อยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านลูกค้า และด้านการเมืองและกฎหมาย อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา ต่ออุดม (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน

อุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการมีผลต่อความสำเร็จมากที่สุด ประกอบด้วย การวางแผนในการดำเนินงาน ความสามารถวางแผนด้านการเงิน การรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร นำความรู้และข้อมูลข่าวสารมาใช้ในการบริหารจัดการ และปัจจัยบุคลากร เพราะบุคลากรเป็นตัวขับเคลื่อนในการดำเนินงานที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ, และ สมสงวน ปัสสาโก (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด จัดแบ่งเป็น 3 ปัจจัยใหญ่ คือ 1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ ซึ่งแบ่งเป็น 4 ด้าน 1. ด้านการบริหารและจัดการ 2. ด้านการบริหารการผลิต 3. ด้านการบริหารการตลาด 4. ด้านการบริหารการเงินและการลงทุน 2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่ม ได้แก่ 1. ผู้นำ 2. คณะกรรมการ 3. การมีส่วนร่วมของสมาชิก 4. แรงงาน 5. การสร้างเครือข่าย 3) ปัจจัยเกี่ยวกับชุมชน ได้แก่ 1.ระเบียบข้อบังคับ 2. กิจกรรมกับภายนอก 3. การจัดสวัสดิการ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด คือ 1.ด้านผู้นำ 2. ด้านการสร้างเครือข่าย 3.ด้านการบริหารและจัดการ 4. ด้านคณะกรรมการกลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับด้านปัจจัยภายนอก โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคโนโลยี ด้านลูกค้า และด้านการเมืองและกฎหมาย อยู่ในระดับมากตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวุฒิ ตั้งสมชัย (2557) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจบริการซ่อมบำรุงส่วนใหญ่ ไม่มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือ

และไม่ได้รับรางวัลหรือการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานใดๆ ด้านการจัดการ การวางแผน การดำเนินธุรกิจบริการซ่อมบำรุงผู้ประกอบการมีการวางแผนล่วงหน้า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการวางแผนด้านการจัดการมากที่สุด และแผนส่วนใหญ่เป็นการวางแผนระยะสั้น (น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี) และมีการดำเนินการตามแผนในระดับปานกลาง กิจกรรมส่วนใหญ่ไม่มีผังโครงสร้างองค์กร การดำเนินงานธุรกิจบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ เศรษฐกิจระดับประเทศ ส่วนผลกระทบจากปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการในอุตสาหกรรมต่างๆ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยภายในที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจบริการซ่อมบำรุงได้แก่ 1. บุคลากรมีความเชี่ยวชาญและมีความเป็นมืออาชีพ 2. มีการให้บริการลูกค้าที่ดี 3. ทำเลที่ตั้งที่สะดวก 4. มีระบบรักษาพนักงานที่มีความสามารถ 5. มีเงินทุนเวียนเพียงพอและมีแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ 6. มีระบบบัญชีที่ดีและมีการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุม 7. มีการติดตามลูกค้าหลังการส่งคืนสินค้า 8. บริการที่ซื่อสัตย์ 9. ให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และกำหนดระยะเวลาซ่อมได้อย่างถูกต้อง 10. มีการประเมินค่าใช้จ่ายได้อย่างถูกต้อง

2. ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ในด้านความมั่นคงด้านการยอมรับนับถือ ด้านการมีชื่อเสียง พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ และด้านการมีชื่อเสียง อยู่ในระดับมาก เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับพนทิพย์ ชารไสว (2555) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ได้มีการวัดความสำเร็จในการประกอบการของโรงแรม โดยใช้วัดความสำเร็จ

ทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย 1. ความพึงพอใจใน ฐานะเจ้าของกิจการ 2. ความสำเร็จทางธุรกิจ 3. แนวโน้ม ของกำไร 4. แนวโน้มของจำนวนลูกค้า 5. แนวโน้ม ของยอดขาย โดยการศึกษาความสำเร็จจากทั้ง 5 ด้าน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และยังสอดคล้องกับงาน วิจัยของนันทน์ภัส แดงปุดดา (2554) ได้ทำการศึกษา วิจัยเกี่ยวกับ ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนมะม่วง บ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น พบว่า ความสำเร็จ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง คือ 1. คุณภาพของผลผลิต ที่มีมาตรฐานจากการตรวจสอบกระบวนการทุก ขั้นตอนของการผลิต ความใส่ใจในการดูแลอย่าง สม่าเสมอ 2. การบริหารจัดการที่มีการวางระบบ การบริหาร มีการแบ่งโครงสร้างการทำงาน แบ่งงาน กันทำตามความถนัด 3. การตลาดเป็นสิ่งสำคัญ การจำหน่ายผลผลิตที่ไม่ต้องผ่านคนกลาง ไม่มีปัญหา ด้านการตลาด มีทั้งตลาดภายในและตลาดภายนอก ประเทศ 4. การเงิน สมาชิกส่วนมากใช้เงินทุนส่วนตัวในการประกอบอาชีพไม่กู้ยืมเงินมาลงทุน ทำให้ กลุ่มเจริญเติบโตได้รวดเร็ว

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมทาง ธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยแวดล้อมที่มีผล ต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดปทุมธานีโดยรวม โดยปัจจัยแวดล้อมทุกตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด ด้านลูกค้า ด้านการบริหาร จัดการ ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านการเงิน มีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จ และเมื่อ พิจารณาลงไปเป็นรายด้าน ด้านความมั่นคง โดยรวม พบว่า ปัจจัยด้านการตลาด ด้านลูกค้า ด้านเทคโนโลยี ด้านการเงิน และด้านบุคลากร มีอิทธิพลทางบวกต่อ ความสำเร็จ ด้านการยอมรับนับถือโดยรวม พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยด้าน การบริหารจัดการมีความสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านลูกค้า และด้านการมี ชื่อเสียงโดยรวม พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทาง

เดียวกัน โดย ด้านการตลาดมีความสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านลูกค้า และด้านการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชุตติมา หวังเบญญ์หมัด และ ธนชชา บินดุเหล็ม (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้ ระบบการตลาดระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี ระบบการเงิน และระบบบุคลากร มีผลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ และด้าน การมีชื่อเสียงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Indarti & Langenberg (2011) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่ง ผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในประเทศอินโดนีเซีย ศึกษาตัวอย่าง จากผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมในประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 100 กิจการ โดยศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังต่อไปนี้ 1. เทคโนโลยี 2. การเข้าถึงแหล่งข้อมูล 3. ความพร้อม ของผู้ประกอบการ 4. กฎหมาย 5. การสนับสนุน จากรัฐบาล 6. แผนธุรกิจ 7. การเข้าถึงแหล่งทุน 8. เครือข่ายทางสังคม 9. การตลาด ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสัมพันธ์ ในเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจ

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเสนอข้อเสนอแนะ ไว้ดังนี้

#### เชิงนโยบาย

1. รัฐบาลต้องให้การสนับสนุนด้านข้อมูล สารสนเทศแก่ผู้ประกอบการ SMEs อย่างต่อเนื่อง จึงจะทำให้ธุรกิจ SMEs สามารถยืนหยัดต่อไปได้

2. รัฐบาลต้องให้การส่งเสริมความรู้แก่ผู้ประกอบการ SMEs อย่างต่อเนื่อง จึงจะสามารถช่วยให้ธุรกิจ SMEs สามารถประสบความสำเร็จได้

### เชิงปฏิบัติการ

1. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการวางแผนในการดำเนินงานให้ครบทุกด้าน เช่น แผนการตลาด แผนการเงินการลงทุน แผนบุคลากร เป็นต้น จะสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

2. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในกิจการให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้น

3. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องเติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ในอนาคต การบริหารบุคคลเป็นอย่างดี จึงจะทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพ

### เอกสารอ้างอิง

ชุติมา หวังเบญจมาศ, และ ธนัชชา บินดุเหล็ม. 2557.

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 1(1): 109 – 124.

ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย. 2557. การดำเนินงานและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 5(2): 1 – 15.

ธนัชชา บินดุเหล็ม. 2556. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ, และ สมสงวน ปัสสาโก. 2553. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนชน อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 4(2): 103 – 111.

นันทน์ภัส แดงปุดดา. 2554. ความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนบ้านแฮด อำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น. การศึกษาค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ฝนทิพย์ ชารสไอ. 2555. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พัทตร์ผจง วัฒนสินธุ์, และ พสุ เดชะรินทร์. 2545. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุ่งนภา ต่ออุดม. 2550. ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2548. การวิจัยธุรกิจ (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560. แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 – 2559. สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2560, จาก [http://www.nesdb.go.th/download/article/article\\_20160323112431.pdf](http://www.nesdb.go.th/download/article/article_20160323112431.pdf)

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว). 2559ก. **บทสรุปผู้บริหาร แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3: 2555 - 2559**. สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2560, จาก [http://www.sme.go.th/upload/mod\\_download/download-20180125103222.pdf](http://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20180125103222.pdf)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว). 2559ข. **การประเมินผลแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3: 2555 - 2559**. สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2560, จาก [http://www.sme.go.th/upload/mod\\_download/download-20180125103248.pdf](http://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20180125103248.pdf)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว). 2559ค. **ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560, จาก [http://www.sme.go.th/upload/mod\\_download/บทที่1\(1\)-20171031165039.pdf](http://www.sme.go.th/upload/mod_download/บทที่1(1)-20171031165039.pdf)
- Blocher, E., Stout, D., & Cokins, G. 2010. **Cost Management: A strategic emphasis** (5<sup>th</sup> ed.). New York: Mcgraw Hill.
- Frese, M. (ed.). 2000. **Success and failure of Micro business owners in Africa: A psychological approach**. Westport, CT: Greenwood.
- Frey, R. S. 2005. **Successful proposal strategies for small business: Using knowledge management to win government, private-sector, and international contracts** (4<sup>th</sup> ed.). London: Artech House.
- Indarti, N., & Langenberg, M. 2011. **Small and medium enterprise development center (SMEDC)**. Yogyakarta, Indonesia: Gadjahmada University.