

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษา การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ภาคอุตสาหกรรม ในจังหวัดสมุทรสาคร ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาเสนอเป็นลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. SMEs ในจังหวัดสมุทรสาคร
4. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประกอบการ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs (Small – Medium Enterprise) กำลังถูกจับตามองว่าในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่และธุรกิจต่อเนื่อง กำลังล้มละลายหายจากวงการธุรกิจ เพราะไม่อาจปรับตัวเข้ากับสภาวะการณ์เศรษฐกิจได้ทันการณ์ และทันทั่วทั้งที่ ยังมีธุรกิจประเภท SMEs จำนวนหนึ่ง สามารถยืนอยู่ได้อย่างเหนียวแน่นมั่นคง สร้างเงิน สร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ประชาชน และประเทศชาติได้อย่างต่อเนื่อง

ในอดีตที่ผ่านมา SMEs ในความหมายของภาครัฐ คือ การเน้นเฉพาะธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลางประเภทที่เรียกว่าเป็น อุตสาหกรรมสนับสนุน “ซัพพอร์ตติ้ง อินดัสตรี” ซึ่งความอยู่รอดของธุรกิจเหล่านี้ผูกไว้กับธุรกิจขนาดใหญ่ เมื่อธุรกิจขนาดใหญ่ประสบภาวะวิกฤตธุรกิจที่เป็นซัพพอร์ตติ้งก็ล้มตามไปด้วย

แต่ปัจจุบัน SMEs ในความหมายใหม่นี้จะหมายถึง ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางประเภทที่เน้น Skill หรือ ทักษะฝีมือของท้องถิ่น และ Resource หรือ “ทรัพยากรในท้องถิ่น” เช่น

ภูมิปัญญาชาวบ้าน วัสดุต่าง ๆ ที่มีในท้องถิ่น คน ฝีมือ แรงงาน เทคโนโลยีพื้นบ้าน ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีกระจายอยู่ในชนบทอย่างเหลือเฟือ และได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจทางธุรกิจ น้อยมากหรือไม่ได้รับผลกระทบเลย ทั้งนี้เพราะธุรกิจดังกล่าวสามารถยืดหยุ่นได้ เพราะใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเอง ผลิตในท้องถิ่น จ้างแรงงานในท้องถิ่น และไม่ได้กู้เงินมาจากต่างประเทศ หรือกู้ก็กู้จากแหล่งเงินทุนในไทย และอยู่ในความสามารถที่จะส่งใช้คืนได้ SMEs เหล่านี้ จึงมีคุณสมบัติพิเศษที่ต้องถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่ควรมอง และมุ่งส่งเสริมเพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยให้ยั่งยืนต่อไป

SMEs ในประเทศไทยสามารถปรับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจให้ได้สัดส่วนกับทรัพยากรในท้องถิ่น เทคโนโลยีและทุนที่มีอยู่ในชุมชน ให้ชุมชนมีกิจการเป็นของตนเองเป็นการกระจายรายได้และสร้างโอกาสให้กับชุมชน และเกษตรกรที่มีอยู่มากมายในท้องถิ่น SMEs หลาย ๆ แห่งของไทยในชุมชนที่ใช้แรงงานชาวบ้าน ใช้เทคโนโลยีพื้นบ้าน ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศไทย ไม่ต้องซื้อหามาจากต่างประเทศ สามารถยืนหยัดดำเนินกิจการอยู่ได้มากมายหลายแห่งมีการปรับปรุงคุณภาพการผลิต การตลาด การจัดการ การบริหาร การส่งเสริมทักษะ และความรู้ การสร้างรายได้ และใช้แรงงานท้องถิ่นทั้งหมด เป็นการแก้ไขปัญหาค่าจ้างงาน และการอพยพแรงงาน ออกนอกท้องถิ่นได้ เช่น การปลูกพืชด้วยน้ำ หรือการปลูกพืชไร่ดิน เป็นต้น สามารถได้ผลผลิตที่มีคุณภาพไร้สารพิษ ประหยัดแรงงาน ผลผลิตสม่ำเสมอ เป็นที่ต้องการของตลาด เช่น การผลิตมิดอร์ญูญิกของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น ยังคงใช้แรงงานชาวบ้าน ใช้วัสดุในประเทศ ใช้กรรมวิธีการผลิตแบบโบราณ สามารถส่งออกต่างประเทศได้ เดือนละหลาย ๆ หมื่นชิ้น ทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายล้านบาท และยังมี SMEs ที่น่าสนใจอีกหลายกลุ่มที่สามารถยืนหยัดอยู่ในภาวะเศรษฐกิจขณะนี้ ทั้งนี้ทุกอย่างในระบบการผลิตต้องอยู่ในเศรษฐกิจที่พอเพียงเลี้ยงตัวเองและธุรกิจให้อยู่รอดได้

ประเทศอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จในเรื่อง SMEs เช่น อเมริกา อังกฤษ อิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมัน เป็นต้น ประสบความสำเร็จในนโยบายด้านพัฒนาธุรกิจ SMEs ให้สามารถเป็นเส้นหล่อเลี้ยงเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้โดยการพัฒนาศักยภาพของทุนได้อย่างชัดเจน โดยการพัฒนาภูมิปัญญา และทักษะความชำนาญของคนให้สอดคล้องกับความต้องการของโลกให้ SMEs ได้เติบโตอย่างต่อเนื่องทุกด้าน ทั้งด้านการเงิน การตลาด ข้อมูลข่าวสาร การวิจัยและพัฒนา การฝึกอบรม และประสิทธิภาพการผลิต เป็นต้น เราจึงพอจะมองเห็นได้ว่าทางออกของเศรษฐกิจไทยที่จะทำให้พ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจได้ ก็ควรหันมาสนับสนุนอย่างจริงจังกับกิจกรรมขนาดเล็ก

และขนาดกลางของชุมชนที่มีความหลากหลายในการผลิตอยู่มาก เพราะธุรกิจชนิดนี้สามารถสร้างรายได้ เป็นการนำเข้าเงินตราต่างประเทศได้ และมีกำไรสูงขึ้น ช่วยให้ชุมชนเข้มแข็ง มีการกระจายรายได้ และการมีงานทำแก่ชาวชนบท ทั้งนี้ให้อยู่ในความพอเหมาะพอควรทั้งการดำรงชีวิต การประกอบธุรกิจให้อยู่ในเศรษฐกิจพอเพียงเลี้ยงตัวเอง ครอบครัว และชุมชนอยู่รอดปลอดภัยต่อไปอย่างยั่งยืน

ความหมายของ SMEs

มีการให้ความหมาย SMEs หรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้หลากหลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

ในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของ SMEs คือ กิจการที่มียอดขายทั้งปีน้อยกว่า 20 ล้านดอลลาร์ และมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 500 คน (दनัย เทียนพุด, 2542, หน้า 73)

Committee for Economic Development ของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายและคุณลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมว่า (दनัย เทียนพุด, 2542, หน้า 73)

1. การบริหารต้องเป็นอิสระ ไม่มีบริษัทอื่นมาควบคุม เจ้าของต้องเป็นผู้บริหารเอง
2. บุคคลคนเดียวหรือกลุ่มเล็ก ๆ เพียงกลุ่มเดียวหาทุนแล้วก็เป็นผู้บริหารเอง
3. การดำเนินกิจการที่ดี พนักงานและเจ้าของมักจะอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันตลาดหรือลูกค้าอาจจะอยู่นอกชุมชนนั้น
4. ธุรกิจเหล่านั้นต้องเป็นธุรกิจขนาดเล็ก เมื่อเทียบกับธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในประเภทเดียวกัน

ประเทศสิงคโปร์ ได้ให้ความหมายของ SMEs คือ บริษัทที่มีความเป็นเจ้าของกิจการระดับท้องถิ่น ร้อยละ 30 และสินทรัพย์ ถาวรน้อยกว่า 12 ล้านดอลลาร์ ในกรณีโรงงานอุตสาหกรรม ส่วนธุรกิจบริการจะมีการจ้างงานน้อยกว่า 100 คน (दनัย เทียนพุด, 2542, หน้า 73)

ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจขนาดย่อม คือ อุตสาหกรรมที่มีสินทรัพย์ถาวรสุทธิไม่เกิน 20 ล้านบาท มีเงินกู้ เงินทุนหมุนเวียนจากธนาคารแห่งประเทศไทย ครั้งหนึ่งแต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีเงินกู้ เงินทุนหมุนเวียนสมทบจากธนาคารพาณิชย์หรือบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท (दनัย เทียนพุด, 2542, หน้า 73)

กระทรวงอุตสาหกรรม ให้ความหมายว่า ธุรกิจขนาดย่อมนี้จะมีทุนจดทะเบียนหรือสินทรัพย์อยู่ระหว่าง 2-5 ล้านบาท มีคนงานไม่เกิน 50 คน ยอดขายปี ๆ หนึ่ง ไม่เกิน 20 ล้านบาท (दनัย เทียนพุด, 2542, หน้า 73)

จากการร่างกฎหมาย SMEs ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจ (Enterprises) ครอบคลุม
กิจการ 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กิจการการผลิต (Production sector) ครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม
(Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining)

2. กิจการการค้า (Trading sector) ครอบคลุมการค้าส่ง (Wholesale) และการค้าปลีก
(Retail)

3. กิจการบริการ (Service sector)

ส่วนลักษณะขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กำหนดจากมูลค่าขั้นสูงของ
สินทรัพย์ถาวร สำหรับกิจการแต่ละประเภท ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ลักษณะกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ลักษณะกิจการ	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
1. กิจการการผลิต	ไม่เกิน 200 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
2. กิจการบริการ	ไม่เกิน 200 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
3. กิจการการค้า		
3.1 คำส่ง	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
3.2 คำปลีก	ไม่เกิน 60 ล้านบาท	ไม่เกิน 30 ล้านบาท

ที่มา : ดนัย เทียนพุด, 2542 หน้า 73

ความสำคัญของ SMEs

SMEs คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นวิสาหกิจที่มีความเหมาะสมมีความ
คล่องตัวในการปรับสภาพให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศ อีกทั้งยังเป็นวิสาหกิจที่ใช้
เงินทุนในจำนวนที่ต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ และช่วยรองรับแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเมื่อหมด
ฤดูกาลเพาะปลูก รวมถึงเป็นแหล่งที่สามารถรองรับแรงงานที่เข้ามาใหม่ เป็นการป้องกันการอพยพ
ของแรงงานเข้ามาหางานทำในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งช่วยกระจายการกระจุกตัว

ของโรงงานกิจการวิสาหกิจในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไปสู่ภูมิภาค ก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาค และของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

กล่าวโดยสรุป SMEs มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ คือ

1. ช่วยการสร้างงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้โอกาสสร้างงานของตนเอง ตามที่ Davidsson (จินตนา บุญบงการ, 2542, หน้า 91, อ้างอิงมาจาก Davidsson, 1994) รายงานว่าการศึกษจำนวนมากในประเทศต่าง ๆ ที่ชี้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยงานสำคัญที่สร้างงานใหม่และทำให้เกิดผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Kourilsky (จินตนา บุญบงการ, 2542, หน้า 91, อ้างอิงมาจาก Kourilsky, 1995) ได้รายงานเช่นเดียวกันว่า เมื่อบริษัทขนาดใหญ่ในสหรัฐอเมริกาเลิกกิจการคนว่างงานกลับสร้างโอกาสดีใหม่ ๆ ให้กับเจ้าของกิจการขนาดเล็กที่หันไปสร้างงานให้กับตนเอง นอกจากนี้ SMEs ช่วยสร้างงานแล้ว ยังมีการจ้างงานรวมกันเป็น จำนวน 4.78 ล้านคน ร้อยละ 74 ของการจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด (दनัย เทียนพุด, 2542, หน้า 85)

2. สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการเพิ่มมูลค่าให้วัตถุดิบในประเทศเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรในประเทศเป็นหลัก จึงทำให้มีการเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบในประเทศ หรืออีกนัยหนึ่งจากประสบการณ์จากต่างประเทศ พบว่า SMEs ที่ประสบความสำเร็จจะต้องสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่ผลิต โดยทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่ง ในขณะที่มีการวางแผนการทำงาน ได้แก่ การผลิต การตลาด และการบริหารคนอย่างรอบคอบ

3. สร้างเงินตราต่างประเทศ เป็นการสร้างรายได้ให้ประเทศ เนื่องจากหลายประเทศสามารถส่งออกไปต่างประเทศได้ โดยมีการสำรวจคร่าว ๆ ของกระทรวงอุตสาหกรรม (दनัย เทียนพุด, 2542, หน้า 85) พบว่า ร้อยละ 50 ของอุตสาหกรรมส่งออกของไทยมาจากภาคการผลิตของผู้ประกอบการ SMEs รวมทั้งยังเป็นวิสาหกิจที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการที่กู้เงินตราต่างประเทศมาด้วย ทำให้ไม่มีภาระหนี้ต่างประเทศเหมือนผู้ประกอบการรายใหญ่

4. ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ โดยการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ

5. เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน และสร้างเสริมประสบการณ์ เพราะ SMEs เป็นวิสาหกิจที่ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤตน้อย เพราะสามารถปรับตัวในเรื่องการผลิตได้ดีกว่า ใช้เงินทุนน้อยกว่า และที่สำคัญ SMEs ส่วนหนึ่ง คือ การประกอบธุรกิจด้านการเกษตร

6. ช่วยเชื่อมโยงกับกิจการขนาดใหญ่ และภาคการผลิตอื่น ๆ โดยเฉพาะภาคเกษตร เพราะ SMEs คือ ภาคการผลิตที่จะผลิตสินค้าขั้นกลาง (Intermediate goods) ป้อนโรงงาน คือ เป็นเสมือนผู้รับช่วงการผลิตป้อนอุปกรณ์ชิ้นส่วนแก่โรงงานขนาดใหญ่

ปัญหาของ SMEs

ได้มีผู้ศึกษาสภาพปัญหาของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs หลายท่าน โดยเป็นปัญหาทั้งในภาพรวมและระดับท้องถิ่น เช่น

พ่ายัพ พยอมยนต์ (คนัย เทียนพุดิ, 2542, หน้า 33) ได้ศึกษาปัญหาของผู้ประกอบการ SMEs โดยกล่าวว่ามีอยู่หลายประการ คือ

1. ปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มนี้ยังเป็นผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อรองรับตลาดภายในประเทศ

2. ปัญหาเรื่องเงินทุน โดยเฉพาะในภาวะที่ผู้ประกอบการทั้งหมดขาดสภาพคล่อง อันมาจากบรรพบุรุษ และยังไม่พร้อมที่จะเข้ามาดำเนินการต่อ ทำให้ขาดความมุ่งมั่นที่จะศึกษาและพัฒนาตนเองในด้านการจัดการธุรกิจ

3. ปัญหาเรื่องแรงงาน เนื่องจากแรงงานที่เข้ามาใน SMEs มักจะเป็นกลุ่มแรงงานที่ไม่มีความมั่นใจในการทำงาน ทำให้ขาดแรงจูงใจที่จะทำงานและส่งผลต่อเนื่องที่ทำให้เกิดการหมุนเวียนของแรงงานสูง

4. ปัญหาการบริหารจัดการ เนื่องจากที่ผ่านมามีผู้ประกอบการ SMEs ได้รับการถ่ายทอดธุรกิจมาจากบรรพบุรุษ และยังไม่พร้อมที่จะเข้ามาดำเนินการต่อ ทำให้ขาดความมุ่งมั่นที่จะศึกษาและพัฒนาตนเองในด้านการจัดการธุรกิจ

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ (2541, หน้า 12) ซึ่งประเด็นปัญหาและอุปสรรคของ SMEs ไว้ 8 ประการ คือ

1. ไม่มีแหล่งระดมทุน เนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็ก และผลิตสินค้าที่ทำด้วยมือ ไม่มีสินทรัพย์ถาวรมาก จึงไม่ได้รับความสนใจจากสถาบันการเงิน และเข้าไม่ถึงตลาดทุนเพราะระบบบัญชีไม่ได้มาตรฐาน

2. ขาดความรู้ทางด้านศิลปะสากล ต้องพึ่งพาดีไซเนอร์จากต่างประเทศ ขาดความรู้ด้านการจัดการ ซึ่งรวมถึงการเงิน การบัญชี และการต่างประเทศ

3. ขาดการส่งเสริมและสนับสนุนในระดับรัฐบาล เพราะรัฐบาลมองว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นส่วนเสริมในการพัฒนาประเทศ

4. โครงสร้างภาษีไม่เอื้ออำนวยต่อการเกิดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมขนาดใหญ่มากกว่า

5. ข้อจำกัดของข้อบังคับราชการ ที่หยาบหยาบยากที่ SMEs จะปฏิบัติได้

6. ระบบการศึกษาไม่เอื้อต่อการศึกษาหรือวิจัย เพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

7. ระบบราชการปิดกั้นการค้าขายอิเล็กทรอนิกส์ของนักวิชาการสู่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

8. รัฐบาลขาดวิสัยทัศน์ทางการตลาดโลก

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2552, หน้า 6-7) ได้สรุปปัญหา SMEs ในภาพรวม ไว้ดังนี้

1. ปัญหาด้านการตลาด SMEs ส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดท้องถิ่นหรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่งตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

2. ขาดแคลนเงินทุน SMEs มักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุน หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

3. ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานใน SMEs จะมีปัญหาการเข้าออกสูง กล่าวคือเมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้น ก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอ การพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

4. ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต โดยทั่วไป SMEs มักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน เนื่องจากการลงทุนต่ำและผู้ประกอบการ / พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

5. ข้อจำกัดด้านการจัดการ SMEs มักขาดความรู้ในด้านการจัดการหรือการบริหารงานที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก อาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงาน การบริหารลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง (หากธุรกิจไม่ใหญ่นัก) แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัว หากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็必将เกิดปัญหาขึ้นได้

6. ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ SMEs จำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานห้องแถว เป็นต้น ไม่มีการจดทะเบียนโรงงาน ทะเบียนพาณิชย์หรือทะเบียนการค้า ดังนั้นกิจการโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิด

ตัวเอง ในการเข้ามายุ่งเกี่ยวกับหน่วยงานของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐจะได้ลดเงื่อนไขขนาดเงินทุนและการจ้างงานเพื่อจูงใจให้ SMEs เสนอโครงการขอรับการส่งเสริมการลงทุนให้มากขึ้น แต่จากข้อมูลการศึกษาวิจัยพบว่า SMEs เพียงร้อยละ 81 เท่านั้นที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ

7. ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนา องค์กรภาครัฐและเอกชนการส่งเสริมพัฒนา SMEs ที่ผ่านมาได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตลอดจนสมาคมการค้าและอุตสาหกรรมต่าง ๆ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมาก และกระจายตัวอยู่ทั่วไป ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงานดังกล่าว เช่น ในเรื่องบุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาในภูมิภาค เป็นต้น การให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่าง ๆ จึงไม่อาจสนองตอบโดยทั่วถึงและเพียงพอ

8. ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่าง ๆ ข้างต้น SMEs โดยทั่วไปจึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ฯลฯ

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นก่อให้เกิดผลกระทบต่อ SMEs ซึ่งปัญหาที่ส่งผลกระทบเกิดจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นตั้งแต่กลางปี 2540 ซึ่งเริ่มจากสถาบันการเงินก่อนจะลุกลามไปสู่ธุรกิจเกือบทุกสาขา ทั้งกิจการขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ล้วนได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นด้วยกันทั้งสิ้น โดยมีลักษณะผลกระทบ ดังนี้

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมซึ่งเป็นภาคการผลิตที่แท้จริงก็ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน กลุ่ม SMEs ล้วนประสบกับปัญหาขาดสภาพคล่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้อำนาจการซื้อ การบริโภคของประชาชนลดน้อยลง เป็นผลให้กิจการ SMEs ต้องชะลอหรือลดการผลิต การจำหน่าย หรือถึงขั้นปิดกิจการไปในที่สุด

2. กลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ กลุ่ม SMEs ที่เป็นการรับช่วงการผลิตจากกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางที่ใช้เทคโนโลยีที่พึ่งพาจากต่างประเทศ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น ส่วนกลุ่ม SMEs ที่พึ่งพาตนเองได้และมักจะใช้ภูมิปัญญาไทยเป็น

พื้นฐานมาจากครอบครัว จะสามารถดำรงธุรกิจอยู่ได้ เนื่องจากกลุ่มนี้จะมีความคล่องตัวในเรื่องการจัดการ เทคนิคการผลิต การจำหน่าย ซึ่งมักจะมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวเพื่อรับมือกับภาวะวิกฤติเศรษฐกิจได้ดีกว่ากลุ่ม SMEs ที่รับช่วงการผลิตจากบริษัทอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดกลาง แต่อย่างไรก็ตามกลุ่ม SMEs โดยทั่วไปก็ยังได้รับผลกระทบจากอำนาจการซื้อและการบริโภคที่น้อยลงของประชาชน และมีปัญหา คือ สภาพคล่องทางการเงินที่กระจายไปทั่วระบบเศรษฐกิจ หากภาครัฐไม่ยื่นมือเข้าไปช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs เหล่านี้ก็จะทยอยปิดกิจการไปเรื่อย ๆ กระทั่งกลายเป็นปัญหาเรื้อรังทางเศรษฐกิจ และส่งผลต่อปัญหาสังคมในที่สุด

จากปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อ SMEs รัฐบาลจึงได้กำหนดแนวทางแก้ปัญหาวិสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้ เพื่อการพลิกฟื้นเศรษฐกิจของประเทศไทย รวมทั้งแนวทางการพัฒนาต่อในอนาคต ควรจะให้ความสำคัญกับ SMEs มากยิ่งขึ้น ซึ่งไม่ได้หมายความว่า กิจกรรมขนาดใหญ่จะไม่ให้การสนับสนุนอีกต่อไป แต่ต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการส่งเสริมกิจการให้มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น โดยการให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนด้านต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และให้เกิดความต่อเนื่อง เนื่องจากหากกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs มีความแข็งแกร่ง สามารถยืนหยัดและแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศได้ ก็กลายเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป โดยแนวทางการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหและพัฒนา SMEs อย่างชัดเจนในภาพรวมดังนี้

1. เพื่อบรรเทาปัญหาของ SMEs ที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน และช่วยพยุงกลุ่ม SMEs ให้ดำรงอยู่ได้รอดพ้นจากวิกฤติเศรษฐกิจ มีแนวทางการดำเนินการ คือ

1.1 ปรับปรุง เพิ่มเติมในจุดที่ SMEs มีปัญหา ได้แก่

1.1.1 เทคโนโลยีการผลิตและการบริการ

1.1.2 การตลาด

1.1.3 การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

1.1.4 การพัฒนาบุคลากร

1.1.5 การเข้าถึงแหล่งข้อมูล

1.2 สร้างเครือข่ายการปฏิบัติงานของหน่วยงานปฏิบัติการ

1.3 สร้างเครือข่ายการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้สนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.3.1 องค์กรภาครัฐ เอกชน ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค

1.3.2 สถาบันอิสระเฉพาะทาง

1.3.3 สถาบันการศึกษา

2. พัฒนา SMEs ที่ดำเนินการอยู่แล้วให้ขยายตัวเจริญเติบโตและสามารถที่จะแข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก โดยมีความสามารถเทียบได้กับวิสาหกิจ SMEs ของต่างชาติ และสามารถออกไปแข่งขันในต่างประเทศ มีแนวทางดำเนินการ คือ เน้นความเข้มข้นการพัฒนาไปสู่มาตรฐานสากล จัดทำมาตรฐานคุณภาพสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า และการให้บริการ มาตรฐานระบบการบริหารการผลิต เช่น ISO 9000 หรือ ISO14000 มาตรฐานสุขอนามัย การปกป้องสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ การคุ้มครองแรงงานและสิทธิมนุษยชน เป็นต้น

3. เน้นกลไกการสนับสนุนด้านเงินทุน การร่วมทุน (venture capital) และการระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์สำหรับ SMEs เพื่อแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 เพื่อปรับปรุงผลผลิต

3.2 เพื่อปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรม

3.3 เพื่อปรับปรุงระบบการจำหน่ายและบริการให้รวดเร็ว

3.4 การขยายกิจการ

การศึกษาปัญหาของ SMEs ในประเด็นต่าง ๆ ในภาพรวม จะพบปัญหาที่คล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตามลักษณะของ SMEs ในแต่ละพื้นที่ก็มีความแตกต่างกันในรายละเอียด เพราะว่าสภาพท้องถิ่น ลักษณะของธุรกิจ วัตถุประสงค์ในการประกอบการ รวมทั้งพฤติกรรมการบริโภค และวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นในการศึกษาปัญหาที่แท้จริงของ SMEs ในแต่ละพื้นที่จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะทำให้สามารถพบปัญหาที่แท้จริง และแก้ปัญหานั้นได้ตรงจุด ดังนั้นงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงเป็นการศึกษารายละเอียดของปัญหา SMEs ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนา และแก้ไขให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ในฐานะหน่วยงานของรัฐ มีหน้าที่เสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งเป็น

ศูนย์กลางประสานระบบการทำงานของส่วนราชการ องค์กรของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่มีหน้าที่ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้เกิดการบูรณาการงานส่งเสริมอย่างต่อเนื่องและ สอดคล้องในทิศทางเดียว ซึ่งที่ผ่านมา สสว. ได้ดำเนินการจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมฉบับที่ 1 (พ.ศ.2545-2549) เสนอผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2546 และจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554) เสนอผ่านความเห็นชอบจาก คณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2550 แล้ว

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถือได้ว่าเป็นกลไกหลักในการเสริมสร้างความ ก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นแหล่งการจ้างงานที่สำคัญ อีกทั้งยังเป็นกลไก ในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศ ดังนั้น สสว. จึงได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555 – 2559) ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยให้มีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน ซึ่งในการจัดทำแผนการ ส่งเสริมฯ นี้ ได้พิจารณาถึงความเชื่อมโยงสอดคล้องกับแผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) แผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงที่มี บทบาทเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงแผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัด นอกจากนี้ ยังได้มีการระดมความคิดเห็นจากการประชุมระดมสมองหรือประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับ ผู้ประกอบการ นักวิจัย ศึกษาราย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการรวบรวมและศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ทั้งในด้านบริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและที่มีผลต่อการพัฒนาในอนาคต สภาพปัญหาความ ต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจน ผลการพัฒนาของแผนการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 -2554) เพื่อนำมากำหนดเป็นทิศทางและ แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2555-2559)

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) ประ กอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก อันได้แก่

1. ยุทธศาสตร์สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมไทย
2. ยุทธศาสตร์เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมไทย
3. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่างสมดุลตาม ศักยภาพของพื้นที่ และ

4. ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ในการจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2555-2559) ฉบับนี้มีคณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภายใต้คณะกรรมการบริหาร สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา พร้อมทั้งให้ข้อมูล ข้อคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา โครงสร้างและเนื้อหาของแผนการส่งเสริมฯ ให้มีความสมบูรณ์ โดยมุ่งหวังให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม นำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานอย่างมีความเชื่อมโยง และเกื้อหนุนระหว่างกัน เพื่อให้การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย มีความเป็นบูรณาการและมีพลังขับเคลื่อนอย่างมีทิศทางเดียวกัน และนำไปสู่การจัดสรรงบประมาณที่เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยต่อไป

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559)

สสว. ได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) ขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยให้เติบโตอย่างต่อเนื่องยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของโลกปัจจุบัน ทั้งนี้ แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับนโยบายของรัฐบาลและแผนยุทธศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่ยังคงยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” อีกทั้ง “สร้างสมดุลการพัฒนา” ในทุกมิติ รวมทั้งยังมีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแผนระดับกลุ่มจังหวัดที่คำนึงถึงความต้องการศักยภาพของประชาชนในท้องถิ่น ในกลุ่มจังหวัด และความพร้อมของภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน

กรอบแนวคิด

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) มีกรอบแนวคิดในการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจ

ไทย โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้ดำเนินธุรกิจโดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับสาขาธุรกิจและระดับผู้ประกอบการ และมุ่งสนับสนุนตามระยะการเติบโตของธุรกิจ ได้แก่ ขึ้นเริ่มต้นธุรกิจ (Start-up) ที่หมายถึงธุรกิจที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจไม่เกิน 3 ปี ขึ้นเติบโต (Growth & Maturity) และขึ้นการปรับเปลี่ยนธุรกิจ (Turn around) ซึ่งจะครอบคลุมมิติเชิงพื้นที่ ทั้งระดับภาพรวมประเทศ กลุ่มจังหวัด และรายจังหวัด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการกระจายความเจริญจากส่วนกลางสู่ภูมิภาคและยุทธศาสตร์การพัฒนาเชิงพื้นที่

ทิศทางการส่งเสริม

ทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2555-2559) จะมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในเชิงคุณภาพ ประสิทธิภาพ การสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจรายย่อย กระตุ้นให้เกิดการรวมตัวและเชื่อมโยงกันทางธุรกิจ เน้นการพัฒนาเชิงพื้นที่โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ในด้านการเสริมสร้างศักยภาพเพื่อเตรียมพร้อมสู่การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการเปิดเสรี จะมุ่งเน้นการสนับสนุนด้าน โครงสร้างพื้นฐานและการสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการค้าและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ทั้งนี้ เจ็อนไปปัจจัยความสำเร็จของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 ยังขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องของการสนับสนุนจากภาครัฐ ศักยภาพและความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนความเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อในบางช่วงเวลา

เป้าหมายการส่งเสริม

เป้าหมายของยุทธศาสตร์ กำหนดให้สะท้อนถึงผลการดำเนินงานของหน่วยงานและสอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) ได้กำหนดเป้าหมายการส่งเสริม โดยพิจารณาจากข้อมูลในปัจจุบัน ประกอบกับผลการส่งเสริมที่ผ่านมา และการคาดการณ์จากแนวโน้มสถานการณ์ทางเศรษฐกิจไว้ 5 ประการ ได้แก่

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ไม่น้อยกว่า 250,000 วิสาหกิจ ภายในปี 2559

2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขากลุ่มเป้าหมายได้รับการพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงลึกไม่น้อยกว่า 30,000 รายภายในปี 2559

3. เครื่องจักรวิสาหกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาให้มีความเข้มแข็งไม่น้อยกว่า 60 เครื่องจักรวิสาหกิจต่อปี

4. ปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจได้รับการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขเพื่อให้ลดอุปสรรคและเอื้ออำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

5. การบริหารจัดการด้านงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีประสิทธิภาพและทำงานเชิงบูรณาการ

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) กำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

จากการศึกษาข้อมูลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะเห็นได้ว่ามีความสำคัญและมีบทบาทต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แต่ในการดำเนินกิจการยังมีปัญหาอยู่หลายประเด็นและรัฐบาลเองได้พยายามจัดตั้งหน่วยงานที่จะดูแลรับผิดชอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยตรง เพื่อพัฒนาให้มีความมั่นคงสามารถเป็นเส้นหล่อเลี้ยงเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างชัดเจน

การดำเนินงานของภาครัฐในการพัฒนาและส่งเสริม SMEs

การแก้ปัญหาระยะสั้นโดยการเสริมสภาพคล่องเพื่อให้กิจการ SMEs สามารถดำเนินการต่อไปได้ โดยเน้นที่กลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นภาคการผลิตที่แท้จริง และได้รับผลกระทบรุนแรงคือ

1. สนับสนุนด้านสินเชื่อแก่อุตสาหกรรมในครอบครัว หัตถกรรม อุตสาหกรรม ในชุมชนและชนบท โดยมีวงเงินสินเชื่อไม่เกิน 500,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6-8 โดยในรอบปีงบประมาณ 2541 ให้การสนับสนุนด้านสินเชื่อขนาดเล็กไปแล้ว 1,348 ราย วงเงิน 95.2 ล้านบาท

2. เร่งรัดให้บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม ที่กระทรวงอุตสาหกรรมกำกับดูแล ร่วมกับกระทรวงการคลัง ปลดปล่อยสินเชื่อเพื่อเสริมสภาพคล่องแก่กิจการ SMEs โดยปล่อยกู้วงเงินตั้งแต่ 500,000 – 25 ล้านบาท

3. สำหรับการแก้ปัญหาขาดสภาพคล่องของ SMEs ในปี 2542 กระทรวงอุตสาหกรรมยังได้หารือร่วมกับกระทรวงการคลัง และสถาบันการเงิน 6 แห่ง ซึ่งได้จัดสรรเงินงบประมาณเพื่อเสริมสภาพคล่องประมาณ 35,000 ล้านบาท แบ่งเป็น

3.1 บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม กำหนดวงเงินปล่อยกู้ 3,000 ล้านบาท เน้นลูกค้าขนาดย่อมและขนาดกลาง

3.2 บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กำหนดวงเงินปล่อยกู้ จำนวน 12,000 ล้านบาท เน้นลูกค้าขนาดกลางและขนาดใหญ่

3.3 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เน้นกลุ่มเกษตรกรที่ทำกิจการแปรรูปเกษตร วงเงินกู้ไม่เกิน 5 ล้านบาท โดยกำหนดวงเงินกู้ให้กู้ 2,000 ล้านบาท

3.4 ธนาคารออมสิน กำหนดวงเงินให้กู้ 1,000 ล้านบาท เน้นลูกค้ารายย่อยวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท

3.5 ธนาคาร เพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย กำหนดวงเงินปล่อยกู้ 5,000 ล้านบาท โดยเน้นลูกค้าส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อม

3.6 ธนาคารแห่งประเทศไทย จัดสรรเงินกู้ในลักษณะการรับช่วงซื้อลดตั๋วสัญญาใช้เงินจากบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และ / หรือ สถาบันการเงินอื่น ๆ วงเงินปล่อยกู้ 12,000 ล้านบาท

การแก้ปัญหาระยะยาว เพื่อวางรากฐานและเร่งรัดการพัฒนา SMEs ให้มีระบบและความต่อเนื่อง โดยมีแผนดำเนินการ คือ

1. ผลักดันร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งกฎหมายนี้จะวางกรอบการส่งเสริม SMEs ของหน่วยงานต่าง ๆ ให้อยู่ในกรอบแผนงาน รวมถึงกำหนดกรอบหลักที่รัฐให้สิทธิ และสิ่งจูงใจที่เหมาะสมในการประกอบกิจการ SMEs เช่น การสนับสนุนช่วยเหลือจากกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น

2. จัดทำแผนแม่บทส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควบคู่กันไปเพื่อใช้เป็นกรอบการพัฒนา SMEs ในระยะ 5-10 ปีข้างหน้า

3. เร่งดำเนินการตามแผนงานโดยการส่งเสริม SMEs ด้านการผลิต ตามแผนปฏิบัติการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมซึ่งคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติในหลักการให้กระทรวงการคลังจัดสรรเงินกู้เพื่อสนับสนุนแผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมในระยะแรก 122.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ในส่วนของแผนงานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพลิกฟื้น SMEs ด้านการผลิต จำนวน 6 โครงการ คือ

3.1 โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3.2 โครงการกระจายข้อมูลเพื่อการลงทุนและการค้าของ SMEs ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.3 โครงการจัดทำแผนแม่บทการส่งเสริมพัฒนา SMEs

3.4 โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมแม่พิมพ์

3.5 โครงการพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วน

3.6 โครงการพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม

4. ดำเนินการจัดตั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Institute for SMEs Development) ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยในภูมิภาคอีก 7 แห่ง

SMEs ในจังหวัดสมุทรสาคร

ก่อนที่จะศึกษา SMEs ในจังหวัดสมุทรสาคร ควรทราบสภาพทั่วไปของจังหวัดสมุทรสาคร ดังนี้ (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศ และการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2554, หน้า 1)

1. จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดชายทะเล ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ประมาณเส้นรุ้งที่ 130 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศาตะวันออก เป็นจังหวัดปริมณฑล ห่างจากกรุงเทพมหานครตามระยะทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 35 (ถนนพระราม 2) ประมาณ 30 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดนครปฐม

ทิศใต้ ติดทะเลอ่าวไทย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับกรุงเทพมหานคร

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดราชบุรี

2. พื้นที่

มีพื้นที่ 872.347 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 545,216 ไร่

3. ประชากร

ประชากรในจังหวัดสมุทรสาคร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 มีจำนวน 484,606 คน เพศชาย 234,714 คน เพศหญิง 249,982 คน จำนวน 228,688 ครัวเรือน ความหนาแน่นเท่ากับ 556 คนต่อกิโลเมตร อำเภอที่มีประชากรมากที่สุดคือ อำเภอเมืองสมุทรสาครมีประชากร 240,056 คน รองลงมาคือ อำเภอกะทะบุ่มแบน มีประชากร 152,078 คน และอำเภอบ้านแพ้ว มีประชากร 92,472 คน อัตราการเกิดของประชากรร้อยละ 1.06 ประชากรวัยแรงงาน จำนวน 366,896 คน หรือร้อยละ 75 ของจำนวนประชากรทั้งจังหวัด

4. สภาพเศรษฐกิจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, หน้า 1)

จังหวัดสมุทรสาครเป็นเมืองแห่งเศรษฐกิจที่มีศักยภาพทั้งทางด้านประมง, การอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม จากข้อมูลผลิตภัณฑ์รวมจังหวัด (GPP) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) พบว่าสภาพเศรษฐกิจของจังหวัดสมุทรสาครมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเป็นจังหวัด 1 ใน 10 ของประเทศที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสูง ตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมาโดยในปี 2551 จังหวัดสมุทรสาครมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด 340,816 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 6 ของประเทศ (ปี 2550 จังหวัดสมุทรสาคร มีมูลค่า GPP เท่ากับ 315,473 ล้านบาท) และประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (GPP per Capita) เท่ากับ 602,374 บาท เป็นอันดับ 2 ของประเทศ รองจากจังหวัดระยอง (ปี 2550 จังหวัดสมุทรสาครมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีเท่ากับ 564,488 บาท)

โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดสมุทรสาครขึ้นอยู่กับภาคนอกเกษตรมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ราคาประจำปี เท่ากับ 331,795 ล้านบาท สัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 97.35 โดยสาขาการผลิตหลักคือ อุตสาหกรรมมีมูลค่า 290,320 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 85.18 รองลงมาคือ การขายส่ง ขายปลีก, ไฟฟ้า ประปา มีมูลค่า 11,188 ล้านบาท และ 7,680 ล้านบาท ตามลำดับ และภาคเกษตรมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ราคาประจำปีเท่ากับ 9,021 ล้านบาท สัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 2.65 โดยมีสาขาการผลิตหลัก คือ ประมง มีมูลค่า 7,369 ล้านบาท รองลงมาคือ พืชผล ปศุสัตว์ มีมูลค่า 1,652 ล้านบาท

5. สภาพการศึกษา

ในปีการศึกษา 2540 จังหวัดสมุทรสาคร มีสถานศึกษาระดับต้น คือ ชั้นประถมศึกษา และมัธยมศึกษา จำนวน 146 แห่ง มีจำนวนห้องเรียนทั้งสิ้น 2,322 ห้อง จำนวนนักเรียน 73,802 คน และจำนวนครู 3,175 คน และสำหรับสถานศึกษาระดับกลาง (หลักสูตรวิชาชีพ) มีจำนวน 2 แห่ง มีจำนวนนักศึกษา 5,038 คน และจำนวนอาจารย์ 168 คน

แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการ

ความหมายของการประกอบการ (Entrepreneurship)

นวลฉวี แสงชัย (2543, หน้า 118) ได้ให้ความหมายว่า การประกอบการ หมายถึง การดำเนินการ โดยนำเอาปัจจัยการผลิตชนิดต่าง ๆ มารวมกันเข้า เพื่อผลิตเป็นสินค้าและบริการ โดยเสียต้นทุนต่ำสุด ค่าตอบแทนของการประกอบการ ก็คือ กำไร

ประภัสสร บุญมี (2543, หน้า 8) ได้ให้ความหมายว่า การประกอบการเป็นกระบวนการในการวินิจฉัยตัดสินใจ และสั่งการในการดำเนินธุรกิจในเรื่องต่าง ๆ โดยอาศัยบุคคลซึ่งเรียกว่า ผู้ประกอบการ เป็นผู้กระทำเพื่อให้มีการนำเอาปัจจัยการผลิตมาทำการผลิตเป็นสินค้าและบริการ

ปรีดา นาคเนาทิพย์ (2541, หน้า 83) ได้ให้ความหมายว่า การประกอบการ หมายถึง การจัดตั้งองค์การผลิตขึ้นเพื่อทำการผลิตสินค้าและบริการ โดยนำเอา 1. ที่ดิน (หรือทรัพยากรธรรมชาติ) 2. แรงงาน และ 3. ทุน มาดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ สนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้ดำเนินการผลิตเราเรียกว่า “ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)” ซึ่งจะเป็นผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจว่า จะผลิตอะไร อย่างไร และเพื่อใคร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542, หน้า 17) ได้ให้ความหมายว่า การประกอบการ เป็นกระบวนการที่เริ่มประกอบธุรกิจใหม่ การจัดสรรทรัพยากรซึ่งจะเกิดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจใหม่ ผู้ประกอบการจะต้องมีการวางแผนเพื่อรองรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

สุรพล เสาร์ม (2543, หน้า 78) ให้ความหมายว่า การประกอบการ หมายถึง กระบวนการทั้งหมดในการดำเนินธุรกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายอยู่ที่กำไร (Profit)

แสวงจันทร์ ศรีประเสริฐ (2542, หน้า 17) ได้ให้ความหมายว่า ความสามารถในการประกอบกิจการ (Entrepreneurial ability) หมายถึง การนำเอาที่ดิน แรงงานและทุนต่าง ๆ ที่ได้พิจารณาแล้ว มาทำการผลิตร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ สามารถผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ให้ได้มากที่สุด ดังนั้นในการที่จะผลิตสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการจึงมีหน้าที่สำคัญประการหนึ่งที่จะต้องกระทำ ก็คือ การตัดสินใจ (decision making) นั่นคือผู้ประกอบการตัดสินใจว่าจะทำการผลิตอะไร เป็นปริมาณเท่าใด เมื่อผลิตขึ้นมาได้แล้วจะขายให้แก่ใคร การกำหนดราคาสินค้านั้นควรจะเป็นเท่าใด เพื่อจะให้ได้มีกำไรสูงสุด หรือต้องการให้ขายได้ปริมาณมากที่สุด

จากคำจำกัดความข้างต้น สรุปได้ว่า การประกอบการหมายถึง การนำเอาปัจจัยการผลิตชนิดต่าง ๆ มารวมกันเข้า เพื่อผลิตเป็นสินค้าและบริการ โดยนำ 1. ที่ดิน (หรือ ทรัพยากรธรรมชาติ) 2. แรงงาน และ 3. ทุน มาดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ สนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ได้มีกำไรสูงสุด

การประกอบการให้ได้ผลดีจะต้องมีหลักการที่ถูกต้อง ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าหลักการบริหารเป็นวิธีการที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ดังนั้น การประกอบธุรกิจจึงจำเป็นต้องอาศัยหลักการบริหารธุรกิจ ซึ่งเมื่อนำเอามาใช้ในองค์กรธุรกิจ จึงมีงานที่ต้องบริหารดังต่อไปนี้

ความหมายของการบริหารการตลาด

ธงชัย สันติวงษ์ (2539, หน้า 3) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารการตลาด (marketing management) คือ การวางแผน การจัดองค์การ การประสานงานและควบคุม เพื่อให้มีการจัดทำผลิตภัณฑ์หรือบริการนำเสนอออกมาขายแก่ลูกค้า มีการกำหนดราคาที่จะขาย มีการกำหนดรูปแบบการส่งเสริมการขาย และมีการกำหนดสถานที่ขาย

พิชญ จงสถิตย์วัฒนา (2542, หน้า 3) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารการตลาด หมายถึง การวางแผน การปฏิบัติงาน และการควบคุมกิจกรรมทางการตลาดที่ทำให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ผลิต และนำความพอใจสูงสุดมาสู่ทั้งสองฝ่าย

สุกรี แก้วมณี (2542, หน้า 155) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารการตลาด คือ การวางแผนการจัดองค์การ การควบคุม และการประเมินผล การเตรียมการผลิตสินค้า การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคและสร้างผลกำไรให้กับผู้ประกอบการ

สุปัญญา ไชยชาญ (2543, หน้า 20) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารการตลาด หมายถึง การวิเคราะห์ การวางแผน การอนุมัติ (ทำตาม, ปฏิบัติตาม) ควบคุมโปรแกรมที่ถูกออกแบบมา สำหรับสร้างสรรค์ ก่อตั้ง และรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ จากการแลกเปลี่ยนกับกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

อรรถกร จตุกุล (2542, หน้า 5) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารการตลาด เป็นกิจกรรมที่ มุ่งเน้น ไปในด้านการประสานประสานร่วมกันระหว่างปัจจัยที่สำคัญทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เราไม่สามารถจะควบคุมได้ ซึ่งเรียกการดำเนินงานทางการตลาดเช่นนี้ว่า การตลาดแบบผสมร่วม (integrated marketing)

Kotler (1994, p. 13) ให้คำนิยามการบริหารการตลาดว่า การบริหารการตลาด หมายถึง การวิเคราะห์ การวางแผน การดำเนินงานและการควบคุมแผนงานทางด้านการตลาดของธุรกิจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของธุรกิจ

American marketing association. (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 21) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารการตลาด หมายถึงกระบวนการในการวางแผน (planning) และการบริหารแนวความคิด (executing the conception) การตั้งราคา (pricing) การส่งเสริมการตลาด (promotion) การจัดจำหน่าย (distribution) ความคิด สินค้า และบริการ (ideas, goods and services) เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยนโดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ และสนองความพึงพอใจของบุคคล

จากคำจำกัดความดังกล่าว สรุปได้ว่า การบริหารการตลาด หมายถึง การวิเคราะห์ การวางแผน การดำเนินงานและการควบคุมแผนงานทางด้านการตลาดของธุรกิจ การตลาด เพื่อให้เกิด การซื้อขายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพอใจให้กับผู้บริโภค และบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของธุรกิจ

ส่วนประสมทางการตลาด แบ่งออกได้ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 35)

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของ ลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้
2. ราคา (price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (nonperson selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ อาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication : IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

4. การจัดจำหน่าย (place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด

ความหมายของการบริหารหรือการจัดการ

ทับทิม วงศ์ประยูร และคณะ (2542, หน้า 14) ได้กล่าวถึง การบริหารหรือการจัดการคือ ศิลปะของการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไป โดยอาศัยบุคคลอื่น ๆ ซึ่งต้องอาศัยทั้งวิทยาศาสตร์ และศิลปะในการกระทำ

สมคิด บางโม (2545, หน้า 59) มีความเห็นว่า การจัดการ คือ ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ขององค์การและนอกองค์การ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ

ประสงค์ ปราณีตพลกรัง และคณะ (2543, หน้า 9) ได้กล่าวถึงความหมายของคำว่า การบริหารหรือการจัดการคือกำหนดนโยบายที่สำคัญ และการกำหนดแผนงานขององค์กรรวมถึงการบริหารงานที่มุ่งเน้นการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายที่วางแผนไว้ เพื่อให้กิจการหรือองค์กรสามารถดำเนินกิจการอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยขอบข่ายของการจัดการเพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้มีอยู่ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) ด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives) การกำหนดแนวทางการดำเนินงาน (Map of activities) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การจัดการ (Organizing) เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ไม่ว่าจะเป็นด้านบุคลากร การเงิน โครงสร้าง การสื่อสาร และข้อมูลต่าง ๆ ที่จะเป็นสิ่งที่สนับสนุน ด้วยการกำหนดบทบาทและหน้าที่ของแต่ละคน ตลอดจนขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ

3. การชักนำ (Leading) ประกอบด้วย การจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชา การสั่งการ การคัดเลือกช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิผลที่สุด ตลอดจนการแก้ปัญหาความขัดแย้ง

4. การควบคุม (Controlling) เป็นกิจกรรมการติดตามผลและการแก้ไขปรับปรุงสิ่งที่จำเป็น เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่างานบรรลุผลตามที่ได้วางแผนไว้

จากความหมายที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การบริหารหรือการจัดการ หมายถึง การใช้ศิลปะ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

หน้าที่ในการบริหาร (Management function)

1. การวางแผน (Planning)

บรรยงค์ โตจินดา (2542, หน้า 93) ได้ให้ความหมายของการวางแผน ว่าหมายถึง การคิดล่วงหน้าในการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด

พยอม วงศ์สารศรี (2542, หน้า 69) ได้กล่าวถึง การวางแผน คือ ความพยายามที่เป็นระบบ (systematic attempt) เพื่อตัดสินใจเลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดสำหรับอนาคตเพื่อให้องค์กรบรรลุผลที่ปรารถนา

สมคิด บางโม (2545, หน้า 81) มีความเห็นว่า การวางแผน คือ การกำหนดเป้าหมายและแนวทางการปฏิบัติไว้ล่วงหน้า โดยการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ และเลือกแนวทางปฏิบัติที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

สุภาพร พิศาลบุตร (2543, หน้า 6) กล่าวถึง การวางแผนว่า หมายถึง วิธีการตัดสินใจล่วงหน้าเพื่ออนาคตขององค์กร ซึ่งเป็นหน้าที่ของการจัดการในทางเลือกกว่า จะให้ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร มีขั้นตอนดำเนินงาน การใช้ทรัพยากรการบริหาร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการ

Tan Chwee Huat (1994, p. 222) ได้กล่าวไว้ว่า การวางแผนเป็นหน้าที่แรกของกระบวนการจัดการ เหตุผลหลักง่าย ๆ คือ ก่อนหน้าที่จะจัดตั้งองค์กรเราต้องมีแผนก่อน การวางแผนจึงเป็นหน้าที่ที่ผู้จัดการทุกคนต้องทำ โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในตำแหน่งระดับสูง

Plunk, and et.al. (1994, p. 14) ได้กล่าวไว้ว่า การวางแผน หมายถึง การกำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือของคณะทำงานและพัฒนาแผนกลยุทธ์ทั้งหมดเพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว

จากความหมายการวางแผนสรุปได้ว่า การวางแผน คือ การกำหนดเป้าหมายและกำหนดขั้นตอนดำเนินงาน การใช้ทรัพยากรการบริหาร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการ

2. การจัดองค์การ (Organizing)

พยอม วงศ์สารศรี (2542, หน้า 107) กล่าวถึง การจัดองค์การ หมายถึง ความพยายามที่ผู้บริหารกำหนด โครงสร้างขององค์การที่สามารถเอื้ออำนวยให้แผนที่จัดทำขึ้นสู่สัมฤทธิ์ผลที่ปรารถนา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542, หน้า 147) กล่าวถึง การจัดองค์การ คือ กระบวนการที่กำหนด กฎ ระเบียบ แบบแผน ในการปฏิบัติงานขององค์การ ซึ่งรวมถึงวิธีการ การทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม

สมคิด บางโม (2545, หน้า 114) กล่าวถึงการจัดองค์การ หมายถึง การจัดแบ่งองค์การออกเป็นหน่วยงานย่อย ๆ ให้ครอบคลุมภารกิจและหน้าที่ขององค์การ พร้อมกำหนดอำนาจหน้าที่และความสัมพันธ์ขององค์การย่อยอื่น ๆ ไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหาร ให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

Tan Chwee Huat (1994, p. 223) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดองค์การหน้าที่นี้เกี่ยวกับการจัดโครงสร้างขององค์การขึ้นมา โครงสร้างนี้แสดงให้เห็นเป็นแผนผังองค์การแผนผังนี้จะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของหน่วยงานที่ได้จัดตั้งขึ้น โดยที่ผู้จัดการของแต่ละหน่วยงานจะได้รับมอบอำนาจและความรับผิดชอบให้ดำเนินการให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์การในทุกระดับ และพนักงานทุกคนควรทราบว่าแต่ละคนจะต้องทำอะไรบ้าง

Kreitner (1995, p. 297) ให้ความหมายว่า การจัดองค์การ คือ การทำโครงสร้างขึ้นในระบบร่วมมือกันทำงาน โดยมีสัมพันธภาพตามอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ด้วยการแสดงให้เห็นว่าใครทำอะไร แล้วรายงานต่อใคร

Plunk, and et.al. (1994, p. 87) ให้ความหมาย การจัดองค์การ คือ การสร้างระเบียบการใช้ประโยชน์ทรัพยากร ด้วยการมอบงานให้ ทำให้เกิดภาระงานที่ต้องร่วมมือกันทำ

Mondy (1995, p. 155) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดองค์การ เป็นกระบวนการที่อธิบายความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการของคนของทรัพยากรต่าง ๆ ที่นำมาใช้ทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย องค์การอย่างเป็นทางการ ต้องมีลักษณะความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของคนในองค์การอย่างเป็นทางการด้วย

Dubin (1994, p. 14) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดองค์การ เกี่ยวกับการกำหนด และมอบกิจกรรมรวมถึงการจัดแบ่งงานให้เหมาะกับงานแต่ละประเภท และภาระงานแต่ละอย่างให้ชัดเจนแน่นอนต่อบุคลากรที่ได้รับมอบอำนาจหน้าที่ให้ทำภาระงานนั้น ๆ ให้สำเร็จ

จากความหมายของการจัดองค์การสรุปได้ว่า การจัดองค์การ คือ การทำโครงสร้างขึ้นในระบบร่วมมือกันทำงาน โดยที่โครงสร้างนี้แสดงให้เห็นเป็นแผนผังองค์การแผนผังนี้จะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของหน่วยงานที่ได้จัดตั้งขึ้น ให้ครอบคลุมภารกิจและหน้าที่ขององค์การ พร้อมกำหนดอำนาจหน้าที่และความสัมพันธ์ขององค์การย่อยอื่น ๆ ให้ดำเนินการให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์การในทุกระดับ

3. การจัดบุคลากร (Staffing)

บรรยงค์ ไทจินดา (2542, หน้า 155) ให้ความหมายของการจัดบุคลากร ว่าหมายถึง การจัดให้บุคคลปฏิบัติงานในองค์การ หรือในหน่วยงานเพื่อให้ปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

พยอม วงศ์สารศรี (2542, หน้า 152) ให้ความหมายของการจัดบุคลากร หรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลปะ และกลยุทธ์ ดำเนินการสรรหาคัดเลือก และบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้ปฏิบัติงานในองค์การ พร้อมทั้งสนใจการพัฒนาธำรงรักษาให้สมาชิกที่ปฏิบัติงานใน องค์การ เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ มีสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ดีในการทำงาน และยังรวมไปถึงการแสวงหาวิธีการที่ทำให้สมาชิกในองค์การ ที่ต้องพ้นจากการทำงานด้วยเหตุทุพพลภาพ เกษียณอายุ หรือเหตุอื่นใดในงาน ให้สามารถดำรงอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข

Kreitner (1995, p. 331) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดคนลงไปในงาน คือ การจัดหาจัดจ้างบุคคลให้ลงตำแหน่งงานที่ว่างอยู่

Mondy (1995, p. 269) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดคนลงไปในงาน เป็นกิจกรรมอย่างเป็นทางการ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าองค์กรจะมีบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานตามความต้องการในทุกระดับงาน เพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งระยะสั้นและระยะยาวกระบวนการจัดคนลงไปในงานจึงเกี่ยวกับการวิเคราะห์งาน การวางแผนการใช้ทรัพยากรมนุษย์การระดมสรรหา การคัดเลือกและบริหารบุคคลในองค์การ

จากความหมายของการจัดบุคลากร สรุปได้ว่า การจัดบุคลากร คือ การดำเนินการสรรหาคัดเลือก และบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้ปฏิบัติงานในองค์การในทุกระดับงาน เพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

4. การอำนวยการ (Directing)

บรรยงค์ โตจินดา (2542, หน้า 173) ให้ความหมายของการอำนวยการ หมายถึง การที่ผู้บริหาร หรือผู้จัดการดำเนินการให้บุคคลผู้ปฏิบัติงานได้ปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

พยอม วงศ์สารศรี (2542, หน้า 184) ให้ความหมายของการสั่งการ หรืออำนวยการ หมายถึง การที่ผู้บริหารใช้อำนาจหน้าที่ของตน กระตุ้นจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา อุทิศตนร่วมแรงร่วมใจกับสมาชิกอื่น ๆ ในองค์การ เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การ

สมคิด บางโม (2545, หน้า 174) ให้ความหมายของการอำนวยการ หมายถึง กิจกรรมทุกอย่างที่มุ่งผลักดันให้พนักงานทำงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

Tan Chwee Huat (1994, p. 225) ได้ให้ความหมายว่า การอำนวยการ คือ การที่ผู้จัดการสามารถทำให้พนักงานที่ต้องการให้ทำ โดยที่ผู้จัดการต้องติดต่อสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยการอธิบายแผนการทำงานให้พวกเขาเข้าใจ พร้อมกับชักนำและจูงใจให้เขาเหล่านั้นทุ่มเทความพยายามสูงสุดลงไปในงานเพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

จากความหมายของการอำนวยการสรุปได้ว่า การอำนวยการ คือ การที่ผู้บริหาร หรือผู้จัดการดำเนินการให้บุคคลผู้ปฏิบัติงานได้ปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยผู้จัดการต้องติดต่อสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยการอธิบายแผนการทำงานให้พนักงานเข้าใจ และทุ่มเทไปในงานเพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

5. การควบคุม (Controlling)

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2537, หน้า 241) ให้ความหมายของการควบคุม คือ กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ และหาหนทางที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดจากมาตรฐานที่วางไว้ให้บรรลุเป้าหมาย

สมคิด บางโม (2545, หน้า 198) ให้ความหมายของการควบคุม หมายถึง การตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนที่วางไว้ และได้มาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ แล้วแนะนำปรับปรุงการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน และมาตรฐานที่กำหนดไว้

Tan Chwee Huat (1994, p. 225) ได้กล่าวไว้ว่า การควบคุมเพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าทุกกิจกรรมขององค์การเป็นไปตามเป้าหมายขององค์การ สามารถบ่งบอกความก้าวหน้าหรือให้ข้อมูลป้อนกลับได้ว่าได้ผลประการใดจะได้ปรับปรุงแก้ไขได้ถูกต้อง

โดยสรุปจากความหมายของการควบคุม คือ การตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนที่วางไว้ และได้มาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าทุกกิจกรรมขององค์กรเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร

ความหมายของการบริหารการเงิน

ทับทิม วงศ์ประยูร และคณะ (2542, หน้า 137) ให้ความหมายว่า การบริหารการเงิน หมายถึง การตัดสินใจเรื่องรายได้มาและการใช้จ่ายเงินได้เหมาะสมและถูกต้องเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจ

ปนัดดา อินทร์พรหม และคณะ (2538, หน้า 11) ให้ความหมายว่า การบริหารการเงิน หมายถึง การแสวงหาเงินทุนมาให้แก่กิจการให้ได้ต้นทุนต่ำสุด โดยยังคงรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับแหล่งเงินทุน ตลอดจนการติดตามภาวะตลาดเงินและตลาดทุนอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังรวมถึงการใช้จ่ายเงินที่ได้มาอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างกำไรและความเสี่ยงอันจะนำมาซึ่งความเจริญของธุรกิจ ความสำเร็จและความอยู่รอดของกิจการต่าง ๆ

วิมล ประคัลพวงศ์ และคณะ (2543, หน้า 12) ให้ความหมายว่า การบริหารการเงิน คือ การรักษาสภาพการดำเนินธุรกิจให้สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นในทุก ๆ ด้าน ซึ่งปัจจัยทางการเงินเป็นปัจจัยที่สำคัญของการบริหารการเงิน ธุรกิจทุกประเภทต้องเกี่ยวข้องกับหน้าที่ทางการเงินทั้งสิ้น

โสภณ ฟองเพชร (2545, หน้า 3) ให้ความหมายว่า การจัดการเงิน หมายถึง การรักษาไว้ และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ (creation of economic value) หรือความมั่งคั่ง (wealth) โดยเน้นที่การตัดสินใจทางธุรกิจในการที่จะสร้างความมั่งคั่ง

จากความหมายของการบริหารการเงินสรุปได้ว่า การบริหารการเงิน หมายถึง การรักษาสภาพการดำเนินธุรกิจให้สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น โดยการแสวงหาเงินทุนมาให้แก่กิจการให้ได้ต้นทุนต่ำสุด

กิจกรรมของการบริหารการเงิน สรุปได้ดังนี้ (ทับทิม วงศ์ประยูร และคณะ, 2542, หน้า 138)

1. การบริหารการเงินระยะสั้น หมายถึง เงินทุน เงินสด ทรัพย์สินหมุนเวียน ที่คาดว่าจะถูกเปลี่ยนเป็นเงินสดภายในระยะเวลาหนึ่งปี
2. การบริหารการเงินระยะยาว การประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ โดยเฉพาะธุรกิจการผลิต เงินทุนส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของทรัพย์สินถาวร ได้แก่ ที่ดิน โรงงาน และอุปกรณ์ เครื่องมือ ของใช้ต่าง ๆ ซึ่งเป็นการลงทุนในระยะยาว

ความหมายของการบริหารการผลิต

ณัฐพันธ์ เชนนันท์ (2542, หน้า 6) ได้กล่าวว่า การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน (Production and Operations Management :POM) เป็นการศึกษา วิเคราะห์ กำหนดแนวทางปฏิบัติและควบคุมกระบวนการแปรรูปปัจจัยนำเข้า (inputs) หรือทรัพยากรการดำเนินงานให้เป็นผลลัพธ์ (output) ในรูปแบบสินค้าหรือบริการอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร

พลสุข ตั้งขันธ์ และคณะ (2544, หน้า 5) ให้ความหมายว่า การบริหารการผลิต หมายถึง การดำเนินการบริหารระบบผลิต (Product system) เพื่อก่อให้เกิดผลผลิตที่มีประสิทธิภาพการผลิตที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านปริมาณ คุณภาพ เวลา และต้นทุนที่เหมาะสม

สมสวย รำจวน (2545, หน้า 20) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารการผลิต หมายถึง การใช้ศาสตร์และศิลป์ในการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์และบริการตรงตามมาตรฐานด้านเวลา คุณภาพ ต้นทุน และปริมาณ

สุปัญญา ไชยชาญ (2543, หน้า 8) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารการปฏิบัติการ มีลักษณะ เป็นวัฏจักรประกอบด้วยขั้นตอนหลัก ๆ สามขั้น คือ การวางแผน (planning) การอนุมัติ (implementation) และการควบคุม (control)

Chase, Aquilano and Jacobs (1998, p. 15) ได้กล่าวว่า การบริหารการปฏิบัติการ (Operations Management : OM) เป็นการออกแบบ (design) การปฏิบัติการ (operations) และการปรับปรุงระบบการผลิต (production system improvement) เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการ

Vonderembse and White (1996, p. 21) ได้กล่าวถึง การบริหารการปฏิบัติการ เป็นการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติ ซึ่งจะรวมถึงการตัดสินใจว่าจะผลิตอะไร จะผลิตอย่างไรและใช้บุคคลอย่างไร

Heizer and Render (1999, p. 4) ได้กล่าวถึง การบริหารการปฏิบัติการ เป็นกิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการแปรสภาพ (transformation) จากปัจจัยนำเข้า (input) เพื่อให้ออกมาเป็นปัจจัยนำออก (output)

จากคำจำกัดความที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การบริหารการผลิต เป็นกิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ และก่อให้เกิดผลผลิตที่มีประสิทธิภาพด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และบริการตรงตามมาตรฐานด้านเวลา คุณภาพ ต้นทุน และปริมาณ

ปัจจัยการผลิต (production factors) ประกอบด้วย (ทับทิม วงศ์ประยูร และคณะ, 2542, หน้า 148)

1. ที่ดิน (land) เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตเพราะเป็นสถานที่ปลูกสร้าง อาคาร เป็นที่ตั้งของโรงงาน เครื่องมือเครื่องจักร ใช้เป็นที่ปลูกพืช ัญญาหารต่าง ๆ

2. ทุน (capital) หมายถึง เงินที่นำมาลงทุนรวมถึง เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบในกระบวนการผลิต สินค้าคงคลัง อาคาร สิ่งปลูกสร้าง

3. แรงงาน (labor) หมายถึง บุคคลที่ทำงานให้เกิดประโยชน์ด้วยการใช้แรงงานจากร่างกายมนุษย์ให้ทำงานและแรงงานทางความคิดที่เกิดจากความรู้ความสามารถ ใช้สติปัญญาคิดประดิษฐ์หรือพัฒนา สร้างสิ่งต่าง ๆ หรือแปรสภาพปัจจัยการผลิตให้เป็นผลผลิตที่มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น

4. ผู้ประกอบการ (entrepreneurs) เป็นผู้นำเอาปัจจัยการผลิต คือ ที่ดิน ทุน แรงงาน มาทำการผลิต เป็นสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่ในการตัดสินใจว่าจะผลิตสินค้าและบริการอะไร ผลิตจำนวนเท่าไร จะผลิตด้วยวิธีอย่างไร และเมื่อผลิตแล้วจะนำไปขายให้ใคร และควรจำหน่ายในราคาเท่าไร จึงจะได้รับกำไรสูงสุด อันเป็นเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจ

ความหมายของผู้ประกอบการ

กัตัญญู หิรัญสมบุรณ์ (2545, หน้า 10) ได้กล่าวถึง ผู้ประกอบการ คือผู้ริเริ่มทำธุรกิจด้วยความกล้าเสี่ยง และมุ่งมั่นอดสาหัสสู่ความสำเร็จโดยสร้างสรรค์ธุรกิจขนาดย่อมขึ้นมา ผู้ประกอบการจะเสาะแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจ และพยายามอย่างเต็มที่เพื่อ ก้าวไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจและตนเองพร้อมกัน

ชนินทร์ ชุณหพันธรัทธ์ (2544, หน้า 6) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มธุรกิจมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงานกิจการด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงต่าง ๆ เพื่อหวังผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม

ปรีดา นาคเนาทิม (2541, หน้า 84) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง กลุ่มเจ้าของธุรกิจซึ่งทำหน้าที่ในการจัดหาทุน และใช้ทุน โดยเป็นผู้รับทั้งผลกำไร และผลขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

สุรพล เสาร์ม (2543, หน้า 82) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ ผู้ทำหน้าที่ในการนำเอาปัจจัยการผลิตมาผลิตเป็นสินค้าและบริการ รวมถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจว่าจะผลิตอะไร ผลิตอย่างไร และผลิตเพื่อใคร

Hatten (1997, p. 31) ได้กล่าวถึง ผู้ประกอบการ คือ บุคคลซึ่งเห็น โอกาสและยอมรับ ความเสี่ยงที่จะเริ่มธุรกิจอย่างหนึ่ง เพื่อให้ได้รับผลดีของ โอกาสและความคิด

จากคำจำกัดความที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มธุรกิจมาเป็น ของตนเอง และยอมรับความเสี่ยงที่จะเริ่มธุรกิจอย่างหนึ่ง

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

กัตญูญู หิริญสมบุรณ์ (2545, หน้า 13) ได้กล่าวถึง ลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ คือ

- (1) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- (2) กล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง
- (3) มีความรู้ความชำนาญทั้งในทักษะด้านเทคนิค และทักษะด้านบริหาร
- (4) มีความมุ่งมั่นทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จ โดยต้องการกำไรจากการ

ประกอบการจากการลงทุน ลงแรงทำงาน

- (5) ขยันขันแข็ง สามารถทำงานหนัก และทำงานเกินเวลาได้อย่างไม่ย่อท้อ
- (6) มีความเชื่อมั่นในตนเองสูงมาก
- (7) มีความเอาจริงเอาจัง และมีวินัยในการทำงาน

โชคชัย ชยธวัช (2545, หน้า 17) ได้กล่าวถึง ผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จ มักจะมี การประพฤติปฏิบัติที่เป็นหัวใจใหญ่ 12 ข้อ คือ

- (1) จะสนุกกับการทำงาน ทุ่มเทให้กับงานมาก
- (2) มีที่ทำในเชิงบวกและมีความเชื่อมั่นมาก ความยึดมั่นอย่างเต็มที่ต่อความมุ่งมั่นของ

ตนเอง

- (3) อย่าใช้ประสบการณ์ในทางลบ เพื่อค้นหาความแข็งแกร่งของตนเอง
- (4) จะเป็นนักตั้งเป้าหมายอย่างเด่นชัดและมีระเบียบวินัย มีความคิดที่ชัดเจนว่าเขา ต้องการอะไร และพยายามเดินไปในทางลัดที่สุด ที่เขาตั้งเป้าหมายหรือจุดประสงค์เอาไว้แล้ว
- (5) มีความซื่อสัตย์และช่วยเหลือคนอื่นให้ประสบผลสำเร็จ
- (6) มีความเพียรพยายามอย่างยิ่ง
- (7) กล้าเสี่ยง มีคนเพียงไม่กี่คนที่ก้าวขึ้นสู่ความสำเร็จ โดยทำอะไรไม่กล้าเสี่ยง เมื่อเกิด

ความผิดพลาดก็ไม่ย่อท้อ ท้อถอย เขาจะเสี่ยงทำต่อไปอย่างเดิมและหาทางแก้ไข

(8) พัฒนาการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น รวมทั้งการแก้ปัญหา เมื่อพบกับปัญหาเขามักจะ
ขอคำแนะนำจากคนอื่น ๆ

(9) มักจะล้อมรอบด้วยบุคคลที่มีความสามารถ มีความรับผิดชอบและสนับสนุน
ผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จ ส่วนใหญ่เขาจะมีคนเก่งมีฝีมือร่วมทำงานอยู่ด้วย

(10) มักคำนึงถึงสุขภาพ จะทำให้ร่างกายกระปรี้กระเปร่าอยู่เสมอ เขาจะแยกแยะเวลา
เป็นว่าเวลาไหนพักผ่อน เวลาไหนทำงาน เพราะจะช่วยให้เขามีพลังในการทำงานต่อไป

(11) บางคนเชื่อเรื่องโชคลาง โอกาส จังหวะ เวลาและสถานที่ที่เหมาะสม

(12) มีจิตมุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือสังคม อุทิศตนเองเพื่อช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสกว่า

โชคชัย ชยวัช (2545, หน้า 19) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ดีต้องมีดังนี้

(1) ต้องเป็นผู้บุกเบิก

(2) ทำตัวเองให้ทันโลก

(3) ต้องเป็นนักพัฒนา

(4) ต้องเป็นนักต่อสู้

(5) ต้องมีบทบาทร่วมกับภาครัฐบาลมากยิ่งขึ้น

(6) ต้องมีความรับผิดชอบในวิชาชีพ

(7) ต้องเป็นนักการตลาด

(8) ต้องมีแรงจูงใจที่สูง

(9) ต้องแสวงหาผลประโยชน์ตอบแทน

(10) ต้องชอบความเสี่ยง

(11) มีความสามารถในการจัดรูปแบบ

(12) มีการมองแนวโน้มที่สดใสตลอดเวลา

(13) เป็นคนยึดมั่นในการทำงาน

(14) มีพลังกายพลังใจสูง

(15) ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ดี

(16) มีวาจาที่แฝงด้วยอำนาจ

(17) มีความน่าเชื่อถือได้

(18) มีความรับผิดชอบสูง

(19) ต้องประเมินผลตนเองอย่างถูกต้อง

(20) ต้องมีความพรากเพียร

โชคชัย ชยวัช (2546, หน้า 37) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติของผู้ประกอบการชาญฉลาด 20 ประการคือ

1. ต้องมีหัวใจการค้าในการทำธุรกิจ
2. ต้องขยันขันแข็งและเอาจริงเอาจัง
3. ไม่กลัวต่อความล้มเหลวและพ่ายแพ้
4. มีไหวพริบรู้จักพลิกแพลง
5. มีความสามารถในการบริหาร
6. ต้องมีความคิดที่ทันยุคทันสมัย
7. มีความสามารถในการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัย
8. รักการเรียนรู้ รู้จักแสวงหาความรู้เพิ่มเติม
9. มีความรู้ในการทำธุรกิจ
10. รู้จักเลือกโอกาสที่เหมาะสม ฝึกความอดทน
11. มีความสุขุมเยือกเย็นและมีระเบียบ
12. มีความยืดหยุ่นในการทำธุรกิจ
13. รักความก้าวหน้า
14. ค่อนข้างก้าวร้าว ไม่ย่อท้อ
15. รู้จักหาเหตุผล
16. เชื่อมั่นในตนเอง
17. รู้จักหาทางออกในเชิงสังคมได้ดี
18. มีความสามารถในการจูงใจ
19. มีสายตาที่ยาวไกล
20. มีความรับผิดชอบสูง

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2543, หน้า 37) ได้กล่าวถึง ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มักจะมีบุคลิกลักษณะที่สำคัญของ “ความเป็นผู้ประกอบการ” อย่างน้อย 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. มีเจตจำนงอันแน่วแน่และมีความมานะอดสาหะอย่างแท้จริง

2. มีความปรารถนาอันแรงกล้าสู่ความสำเร็จและเติบโตต่อไปในอนาคต
3. ให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสใหม่ ๆ และการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน
4. มีความคิดริเริ่มและมีความรับผิดชอบสูง
5. มีความกล้าเสี่ยง

Hatten (1997, p. 31) ได้กล่าวถึง ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จึงมักจะมีบุคลิกลักษณะที่สำคัญของ “ความเป็นผู้ประกอบการ” อย่างน้อย 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การสร้าง : เริ่มต้นดำเนินธุรกิจใหม่
2. การประดิษฐ์คิดค้น : ธุรกิจที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการ การตลาด วัสดุ หรือองค์กร
3. สมมติฐานการเสี่ยงภัย : ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจเป็นผู้รับผลการเสี่ยงภัยจากการขาดทุน หรือการล้มเหลวจากการประกอบธุรกิจ
4. การจัดการ : ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจ เป็นผู้นำธุรกิจ และเป็นผู้ให้ทรัพยากรทางธุรกิจ
5. เป้าหมายทางประสิทธิภาพ : มีความเจริญก้าวหน้าในระดับสูงและคาดหวังผลกำไร

Heinecke (อ้างถึงใน นิธินา ศรีประเสริฐ, 2545, หน้า 24 – 25) ได้กล่าวถึง The Entrepreneurial 21 Golden Rules for the Global Business Manager หรือกฎทองคำ 21 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. ค้นหาช่องว่างแห่งโอกาสแล้วเติมมันให้เต็ม
2. ทำการบ้านตลอดเวลา
3. ไม่ควรผูกมัดตัวเอง ถ้าไม่สนุกกับงาน
4. เวลาทำงานให้ทำเต็มที่ เวลาพักผ่อนก็พักให้เต็มคราบ
5. ทำงานด้วยสมองผู้อื่น
6. มีเป้าหมายภายใต้วิสัยทัศน์ที่เป็นไปได้
7. เชื่อสัญชาตญาณของตัวเอง
8. ฝันให้ไกลแล้วไปให้ถึง
9. เรียนรู้ที่จะขายให้เป็น
10. สร้างความเป็นผู้นำให้ประจักษ์
11. ใช้ความคิดพลาดเป็นบทเรียน
12. พยายามทำให้โชคดี

13. ความเปลี่ยนแปลง คือ หนทางของชีวิต
14. พัฒนาสายสัมพันธ์
15. ใช้เวลาให้มีค่ามากที่สุด
16. วัตถุประสงค์แล้ววัตถุประสงค์อีก
17. อย่าประนีประนอมกับพวกเนื้อยา
18. ระวังใล่คุณภาพ ไม่ใช่ยอดขาย
19. กลางวิกฤติตอบสนองเร็ว
20. ล้มแล้วต้องรีบลุก
21. มีสาระทั้งในชีวิต และงาน

จากคำกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีดังนี้คือ จะต้องเป็นนักวิเคราะห์โอกาส นักแก้ปัญหา นักคิดที่มีเหตุผล นักบริหารตามวัตถุประสงค์ นักทำงาน และนักควบคุม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประสิทธิ์ จูวัฒนสำราญ (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการของผู้ประกอบการรับซื้อข้าวเปลือก ในจังหวัดมหาสารคาม ปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ผู้ประกอบการจำนวนมากไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ เนื่องจากสภาพความผันผวนทางเศรษฐกิจ การแข่งขันลดราคาอย่างต่อเนื่อง การผลิตที่ไม่มีคุณภาพ กำลังซื้อที่ลดลง การขาดความน่าเชื่อถือในคุณภาพสินค้า การขาดแรงงานที่มีความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง การขาดแหล่งเงินทุน การขาดอำนาจต่อรองกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ การขาดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ และการขาดการจัดการที่ดี ดังนั้นในการประกอบธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และการแข่งขันที่ไร้พรมแดน ผู้ประกอบการจึงต้องมีการวางแผนจัดการธุรกิจเพื่อให้สามารถดำเนินการต่อไปและได้เปรียบคู่แข่ง โดยการบริหารจัดการธุรกิจเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาธุรกิจและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เมื่อธุรกิจมีการบริหารจัดการที่เป็นระบบแล้วจะก่อให้เกิดประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจ โดยธุรกิจรับซื้อข้าวเปลือกเป็นธุรกิจที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์

ระหว่างเกษตรกร พ่อค้าผู้รวบรวม ตัวแทนหรือนายหน้า ตลาดกลาง สถาบันเกษตรกร และโรงสีข้าว เนื่องจากพ่อค้าข้าวเปลือก และพ่อค้าโรงสีข้าว และจำนวนเกษตรกรที่มาขายข้าวมีผลต่อการกำหนดราคาข้าว ซึ่งเมื่อธุรกิจมีการบริหารจัดการที่ดีจะทำให้มีผู้มาขายข้าวให้กับธุรกิจเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่ออำนาจต่อรองในเรื่องต่าง ๆ เช่น การกำหนดราคาวัตถุดิบ ได้มากกว่าคู่แข่ง และจะส่งผลอันดีต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเกษตรกรต่อไป ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาการบริหารจัดการของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อข้าวเปลือก ในเขตจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 65 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ F-test (ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ มากกว่า 50 ปี ระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน มากกว่า 70,000 บาท และตำแหน่งเจ้าของกิจการ ขนาดของธุรกิจ ขนาดกลาง (การรับซื้อ 1,001-10,000 ตันต่อปี) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 11-20 ปี แหล่งที่มาของวัตถุดิบ (ข้าวเปลือก) เขตจังหวัดมหาสารคาม จำนวนพนักงาน 10-20 คน และประเภทกิจการ กิจการเจ้าของคนเดียว

ผู้ประกอบธุรกิจ มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดซื้อ เช่น กิจการมีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายหลายราย อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านการตลาด เช่น กิจการมีสถานที่สะดวกในการรับซื้อข้าวเปลือก ด้านการเงิน เช่น งบประมาณของกิจการมีความยืดหยุ่น และด้านการวิจัยและพัฒนา เช่น กิจการให้ความร่วมมือกับภาครัฐและองค์กรในด้านต่าง ๆ และอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการผลิต/การดำเนินงาน เช่น กิจการออกแบบองค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่น กิจการจัดการมีความรู้ความสามารถความถนัดเหมาะสมกับงาน

ผู้ประกอบธุรกิจที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการ โดยรวม และด้านการผลิต/การดำเนินงานแตกต่างกัน ผู้ประกอบธุรกิจที่มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบ (ข้าวเปลือก) แตกต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ด้านการเงินแตกต่างกัน ผู้ประกอบธุรกิจที่มีประเภทกิจการแตกต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการ โดยรวม และด้านการผลิต/การดำเนินงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ผู้ประกอบธุรกิจที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่างกันมีการปฏิบัติดังกล่าวโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านไม่ต่างกัน

โดยสรุป การบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้ผู้ประกอบการทุกประเภทมีผลประกอบการที่ดี รวมทั้งธุรกิจรับซื้อข้าวเปลือก ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องมีการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความสนใจหรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง นำวิธีการบริหารจัดการ ปัญหาและอุปสรรค ไปพัฒนาแก้ไขใช้ในองค์กรของตนเอง เพื่อให้ธุรกิจรับซื้อข้าวเปลือก มีการจัดการที่เป็นระบบมากขึ้น และมีความมั่นคงต่อไป

บุญเพ็ง ศรีนุญิต (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องสภาพปัญหาของธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในทัศนนะผู้ประกอบการและลูกค้าในเขตอำเภอเมืองปากเซ จังหวัดจำปาสัก การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของธุรกิจร้านค้าขนาดย่อม ตามทัศนนะของผู้ประกอบการและผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และเพื่อเปรียบเทียบสภาพและปัญหาธุรกิจขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ด้านผลิตภาพและคุณภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ได้แก่ ประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ภูมิลำเนา สัญชาติ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจการผลิต เจ้าของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ผู้ประกอบการกิจการบริการต่าง ๆ จำนวน 182 คน และ ลูกค้าธุรกิจตามครัวเรือนต่าง ๆ ในเขตอำเภอ เมืองปากเซ จำนวน 182 คน กำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และการทดสอบค่า F

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-35 ปี และ 36-50 ปี ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลอำเภอปากเซ ส่วนระดับการศึกษาจบมัธยมศึกษาตอนปลายมากที่สุด ร้อยละ 43.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นผู้ประกอบการ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าส่วนใหญ่รับราชการ รายได้ต่อปีส่วนใหญ่ไม่เกิน 8 ล้านกีบ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าปลีก ระยะเวลาประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ จะอยู่ในระยะ 4-8 ปี ผู้ประกอบการดำเนินกิจการโดยไม่ได้จ้างพนักงานร้อยละ 39 ส่วนผู้ประกอบการที่มีลูกจ้าง ส่วนมากจะจ่ายค่าจ้างต่อปี 2.1-5 ล้านกีบต่อคน รายได้จากการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่จะ

มีรายได้อีกไม่เกิน 2 ล้านบาท ส่วนภาษีที่จ่ายให้รัฐบาลต่อปี กลุ่มตัวอย่างจะจ่าย 1.2-10 ล้านบาทมากที่สุด

2. ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ในด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันไป

4. ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อม ในเขตอำเภอเมืองปากเซ ในด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

5. ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีอายุ 21-35 ปี และอายุ 36-50 ปี มีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อม ในเขตอำเภอเมืองปากเซ ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันไป

6. ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนปลายวิชาชีพ และปริญญาตรี/โท มีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันไป

7. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อม ในเขตอำเภอเมืองปากเซ ในด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันไป กับผู้มีสถานภาพสมรสและหย่าร้าง

8. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติลาวกับผู้ที่มีสัญชาติต่างดาวและกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ในด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

9. กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตเทศบาล กับกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่นอกเขตเทศบาล มีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันไป

10. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อื่นแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตเทศบาลเมืองปากเซ ในรายด้าน คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันไป

ภัทรพร สมเสมอ (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัญหาและความต้องการพัฒนา ศักยภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัด เชียงราย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย 2) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนา ศักยภาพในการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในจังหวัด เชียงราย และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย

กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ราย การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจประเภทธุรกิจการ บริการขนาดย่อม รูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว มีจำนวนพนักงาน 1 – 30 คน เงินทุนจดทะเบียนไม่ เกิน 1,000,000 บาท มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมาแล้ว 5 ปี พบปัญหาในการประกอบธุรกิจ 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการตลาด พบปัญหาค่าตั้งซื้อของผู้บริโภคลดลง 2) ด้านการเงิน พบปัญหา เงินทุนหมุนเวียนและเงินลงทุนเริ่มต้นไม่เพียงพอ 3) ด้านเทคโนโลยีและการผลิต/การค้า/การ บริการ พบปัญหาด้านทุนการขนส่งสูง 4) ด้านการบริหารงานบุคคล พบปัญหาค่าจ้างแรงงานสูง 5) ด้านการบริหารจัดการ พบปัญหาขาดความรู้ในการนำระบบสารสนเทศและเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ ทันสมัยมาใช้ในการบริหารองค์กร และ 6) ด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน พบปัญหาการประชาสัมพันธ์มาตรการในการสนับสนุน SMEs ของหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการพัฒนาศักยภาพในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านการตลาดต้องการ การฝึกอบรมการจัดทำแผนธุรกิจ ด้านการเงินต้องการมีสถาบันการเงินให้ความช่วยเหลือด้าน เงินทุนหมุนเวียนให้กู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ด้านการใช้เทคโนโลยีและการผลิต/การค้า/การบริการ ต้องการการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต/การค้า/การบริการ ด้านการบริหารงานบุคคลต้องการการ สร้างความจงรักภักดีต่อหน่วยงานให้กับพนักงาน ด้านการบริหารจัดการต้องการฝึกอบรมเทคนิค การจัดการสมัยใหม่ ด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต้องการการ เพิ่มวิธีการวางแผนพัฒนาผู้ประกอบการ

สถานการณ์และแนวโน้มการประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงรายมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สถิติการจดทะเบียนธุรกิจพบว่า ประเภทธุรกิจที่จดทะเบียนมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก – ค้าส่ง ธุรกิจที่มีแนวโน้มที่จะได้รับการส่งเสริมการลงทุนและมีศักยภาพทางการลงทุน ได้แก่ อุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร ธุรกิจที่ได้รับความสนใจและลงทุนมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจด้าน โลจิสติกส์

เพื่อจันทร์ ตันติวิมลขจร (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาเขตพื้นที่ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2) ศึกษา ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของลักษณะข้อมูล ทั่วไปขององค์กร ที่มีต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (4) เปรียบเทียบ ความคิดเห็นของลักษณะข้อมูลทั่วไปขององค์กร ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (5) ศึกษาปัญหาในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประชากรที่ศึกษา คือกลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต พื้นที่ภาษีเจริญ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 222 ราย เครื่องมือที่ใช้เป็น แบบสอบถาม โดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติที และค่าสถิติเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยความสำเร็จในด้านการจัดการองค์การของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมมีความสำเร็จอยู่ในระดับมาก (2) ความสำเร็จในด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่ ปรากฏต่อลูกค้าและสังคมภายนอกเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมี ความสำเร็จอยู่ในระดับมาก (3) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของลักษณะข้อมูลทั่วไปขององค์กร ในด้านประเภทองค์กร ประเภทการดำเนินงาน จำนวนการจ้างแรงงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร และ สัดส่วนการจำหน่าย ที่มีต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าไม่แตกต่างกัน (4) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของลักษณะข้อมูลทั่วไปขององค์กรในด้านประเภทองค์กร ประเภทการดำเนินงาน จำนวนการจ้างแรงงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร และสัดส่วนการจำหน่าย ที่มี ต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าไม่แตกต่างกัน (5) ปัญหาของ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบเป็นส่วนใหญ่คือด้านการเงินและการบัญชี และรองลงมาคือปัญหาด้านการตลาด

สมทรัพย์ ไชยนิคม (2554, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความสามารถในการประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ส่งผลให้เทคโนโลยีถูกใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งทั้งในระดับบริษัทฯ และระดับประเทศ กอปรกับการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้นทั้งการแข่งขันภายในประเทศและการแข่งขันจากต่างประเทศทำให้องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น ผู้บริหารองค์กรในปัจจุบันต้องหันมาทบทวนถึงกลยุทธ์ หรือวิธีการที่ใช้ในการดำเนินงานว่ามีประสิทธิภาพและความเหมาะสมต่อสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงใด ส่งผลให้ธุรกิจหันมาให้ความสำคัญกับแนวคิดวิธีการ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เพื่อเพิ่มพูนทักษะและความสามารถในการวิเคราะห์และตัดสินใจอันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาผลกระทบของความสามารถในการประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t-test, F-test (ANOVA และ MANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสามารถในการประกอบการโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน และด้านความสามารถหาโอกาสในวิกฤติ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงาน โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนทุนจดทะเบียนหรือทุนเริ่มต้นแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสามารถในการประกอบการแตกต่างกัน และที่มีจำนวนทุนจดทะเบียนหรือทุนเริ่มต้นแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยการมีผลการดำเนินงานแตกต่างกัน ($p < 0.05$)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) ความสามารถในการประกอบการด้านความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน และด้านความสามารถหาโอกาสในวิกฤต มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม 2) ความสามารถในการประกอบการ ด้านความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านการเงินและด้านการเรียนรู้และพัฒนา 3) ความสามารถในการประกอบการ ด้านความสามารถหาโอกาสในวิกฤต มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา 4) ความสามารถในการประกอบการ ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และด้านความกล้าเสี่ยง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน

โดยสรุป ความสามารถในการประกอบการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจก่อนที่จะตัดสินใจดำเนินธุรกิจ ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน ปรับปรุงและพัฒนาผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพเพื่อดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จต่อไป